



TOUTES LES RAISONS QUE VOUS AVEZ
DE NE PLUS ENVOYER UN COURRIEL

GUIDE DE LA COMMUNICATION DOUCE

GUIDE DE LA COMMUNICATION DOUCE

TOUTES LES RAISONS QUE VOUS AVEZ
DE NE PLUS ENVOYER UN COURRIEL

Avec l'omniprésence de la technologie, nous sommes maintenant tous conscients de l'impact environnemental de nos habitudes numériques. Bien que les emails soient souvent perçus comme une alternative écologique à la communication papier, ils ont également un coût en termes d'énergie, de ressources et de pollution. C'est pourquoi nous devons également adopter une approche écoresponsable dans notre manière de communiquer par email.

D'autre part, ceux-ci sont également omniprésents dans nos vies professionnelles et personnelles. Pourtant, l'art de la communication par email est souvent mal compris, voire ignoré. Il est par exemple facile de succomber à la tentation d'envoyer rapidement un email inutile, maladroit ou même agressif, sans se rendre compte des conséquences négatives que cela peut avoir sur notre relation avec nos correspondants et notre propre bien-être.

Ce guide a vocation à nous sensibiliser à certains de ces aspects et à quelques règles de bonnes pratiques.

Laurent Piccinini,
Vice-président délégué au numérique de
l'Université Paul-Valéry Montpellier 3

RÈGLE 1

N'ÉCRIVEZ PAS CET E-MAIL !

Au travail, nous envoyons des courriels sans réfléchir, c'est un vrai réflexe. En moyenne, les serveurs de notre université voient transiter 10 000 mails par jours (la Direction des Systèmes d'Information et du Numérique reçoit 55 000 mails la plupart sont des spams).

Scrutez votre boîte mail et repérez ceux qui n'auraient jamais dû être envoyés ! Vous savez, cet e-mail qui voudrait remplacer – sans être aussi efficace – un coup de fil, cet autre qui ressemble à un post sur un réseau social ; celui envoyé pour vous rappeler des choses à faire en lieu et place d'une «to-do list» ou encore ce courriel dont vous êtes en copie juste parce qu'on a l'impression que cela peut faire pression sur le destinataire !



CE QUE L'ON FAIT

Utiliser le mail pour tout échange.

Mélanger e-mails pro et perso, et engorger les boîtes.

Écrire comme ça nous vient.

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Opter pour le média le plus adapté à la situation : mail ? Téléphone ? Visite directe (le campus est-il si grand ?) ? Tester le WACAMA.

Au travail, utiliser l'adresse professionnelle.

Se former comme un pro : avec ce petit guide et avec les formations de l'université.

WACAMA

Walk, Call, Mail (Marche, Appelle, Écris)... La règle est simple et redoutablement efficace. Posez-vous la question dans cet ordre avant l'envoi d'un e-mail : ne devrais-je pas me déplacer pour en parler directement (en prenant soin de ne pas déranger et convenir d'un rendez-vous si c'est le cas) ou passer un coup de fil ?

Cela permet d'avoir une réponse immédiate, et surtout évite les multiples va-et-vient dans les « Re: Re: Re: Réponses » qui ne débouchent souvent sur rien.

RÈGLE 2

PRENEZ ET DONNEZ LE TEMPS DE RÉPONDRE

Ne confondons-nous pas trop souvent réactivité et précipitation ? Souvent, parce que nous ne voulons pas que les courriers s'accumulent, nous avons tendance à répondre trop rapidement. Notre réponse n'est alors pas claire et produit de nouveaux échanges. Parfois, notre réaction est carrément agacée, voire emportée. Restons cordiaux : en réalité, il y a moins d'urgences que de gens pressés !



CE QUE L'ON FAIT

Se sentir obligé de répondre rapidement.

Attendre une réponse mail immédiate, parce que l'on est pressé, imposer aux autres ses urgences.

Réagir de manière spontanée voire affective alors que l'on est dans un contexte professionnel.

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Prendre le temps de répondre : la réflexion apporte plus de productivité que la précipitation.

Laisser aux autres le temps de répondre sans urgence et sans pression.

Rester calme et courtois.

PETIT EXEMPLE

X : "Tu as le compte-rendu de la réunion de ce matin ?"

Y répond :

- Immédiatement : "Tu crois que j'ai que ça à faire ? Tu y étais non ?"
- Au bout d'une heure : "Je suis débordé, je te transfère dès qu'un document circule."
- L'après-midi : "Depuis janvier, tous les comptes-rendus sont déposés sur l'intranet à cette adresse : xxx. "

RÈGLE 3

SACHEZ À QUI VOUS ÉCRIVEZ

Retournons à votre boîte de réception. Vous les voyez ces courriels qui ne vous sont pas destinés directement, mais pour lesquels vous êtes en copie ? La fonction « Cc : » est très pratique... tant que l'on n'en abuse pas. Inutile de mettre en copie des personnes qui ne sont pas concernées ou que l'on utilise pour faire pression (fallait-il vraiment mettre le directeur de département en copie pour cette commande de trombones ?). Quant aux destinataires cachés (Cci) dont le destinataire principal ne sait pas qu'ils sont en copie, il vaut mieux les oublier en contexte professionnel et les laisser aux amateurs de complots (Cci : Wikileaks)



CE QUE L'ON FAIT

Mettre en copie des gens concernés et encombrer leur boîte et leur patience.

Mettre en copie des destinataires pour faire pression ou pour se couvrir. Si c'est le cas, ce n'est pas un mail qui va résoudre le problème.

Mettre en copie cachée des destinataires ou transférer des messages sans motif ou autorisation.

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Envoyer l'e-mail à un minimum de gens qui sont directement concernés.

S'il y a un souci avec le mail et que l'on sent qu'il peut être mal interprété : en parler au téléphone ou directement avec la personne concernée.

Bannir les Cci de nos usages...

KÉSAKO ?

À : destinataire(s) principal(aux)

Cc : copie conforme pour informer

Cci : copie conforme invisible : interdiction (on le laisse aux espions)

RÈGLE 4

SOYEZ CLAIR ET CONCIS

Votre destinataire s'attend à lire un mail, pas un roman ni un dialogue entre plusieurs destinataires. Un message clair, ça commence par un objet clair : « Annulation réunion direction du 12/01 » et non « urgent : changement de programme ». C'est ensuite un corps de texte qui va droit au but et est expurgé des échanges précédents (vous savez ceux dont le Sujet commence par « Re:Re:Re:Re:Re: » et que l'on invite à lire de bas en haut pour trouver l'information dans un mail cité bien plus bas). Cela n'empêche pas la courtoisie bien sûr.



CE QUE L'ON FAIT

Laisser tout l'historique en pensant (espérant) que le destinataire va relire les 18 messages pour contextualiser votre commande de dosettes de café.

Donner des détails inutiles, charger le message d'informations secondaires : le lecteur ne sait pas ce qui est important.

Laisser le champ « Sujet » se remplir tout seul : cela aboutit à un objet obsolète précédé d'un chapelet de « Re ».

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Nettoyer le fil de la conversation quand vous faites « répondre », dans la mesure du possible. Si besoin, citez des extraits du message et veillez à rester dans la légalité.

Être court, correct, concret.

Soigner les en-têtes qui permettent de s'y retrouver et annoncer le message : nouveau sujet, nouvel en-tête.

DÉCODER LE PRÉFIXE

Re (ou Rép.) : est inscrit automatiquement dans l'objet du message lorsque vous cliquez sur « Répondre ».

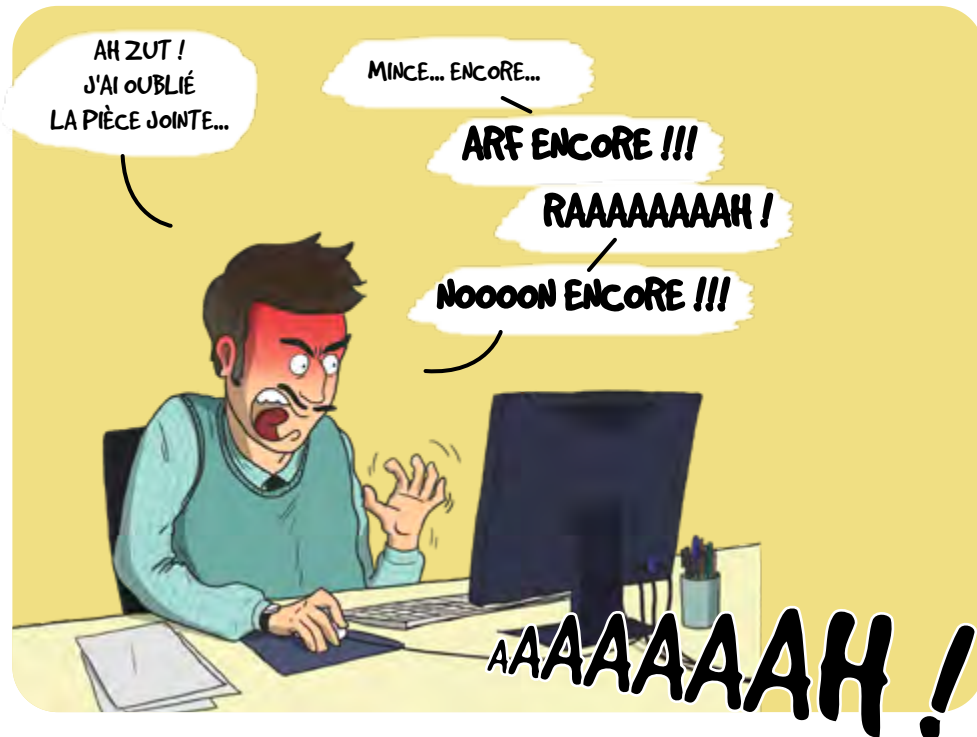
Fwd (ou Tr.) : est ajouté lorsque vous cliquez sur « Transférer ».

Ainsi, vous connaissez le statut du message envoyé.

RÈGLE 5

GÉREZ LES PIÈCES-JOINTES

D'accord, il est extrêmement utile d'ajouter des pièces jointes à un message. Mais savez-vous qu'elles ont un coût écologique extrêmement important ? De plus, elles sont parfois sources de confusion lorsque l'on invite le destinataire à trouver « la réponse à la question dans la PJ » (il doit alors éplucher les annexes en plus du message) ou lorsqu'on l'on a oublié de cliquer sur le petit trombone (avouez, vous l'avez déjà fait !).



CE QUE L'ON FAIT

Laisser les PJ lorsque l'on répond ou que l'on transfère.

Ajouter les pièces-jointes.

Envoyer des fichiers lourds.

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Ôter les PJ lorsqu'elles ne sont pas nécessaires ou ne conserver que celles qui sont indispensables.

Utiliser le cloud : déposer le document et n'envoyer que le lien. « UPVdrive », le cloud interne et facile de l'UPV est fait pour cela, et il est compatible avec votre messagerie.

Pour les fichiers vraiment très volumineux (films, série de photos...), utiliser FileSender sur MonUPV.

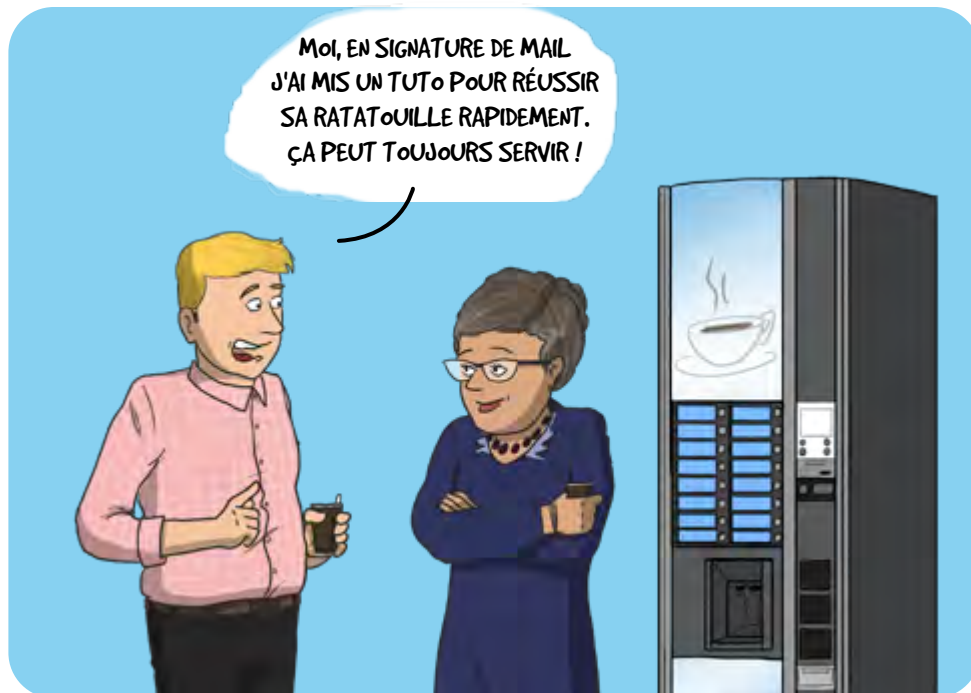
UPVDRIVE & FILESENDER

Le cloud interne, sécurisé à l'UPV, c'est UPVdrive (facile : il est connecté à la nouvelle messagerie de l'université). Vous devez envoyer des fichiers volumineux, utilisez FileSender. Ils font partie de la suite des outils de travail et de collaboration présents sur « Mon UPV » dans l'ENT.

RÈGLE 6

ADAPTEZ VOTRE SIGNATURE.

Ahhh ces mails sans signature ou au contraire ceux qui contiennent le CV complet, les photos de vacances et la citation du jour ! La « signature » est importante : elle permet de vous présenter et de représenter l'université. Elle ne se substitue pas à l'écriture de votre prénom, votre nom ou vos initiales en fin de message afin de personnaliser le message en fonction de votre destinataire. Une formule de politesse est toujours la bienvenue.



CE QUE L'ON FAIT

Utiliser systématiquement une signature trop longue, avec tous les liens vers les réseaux sociaux, le CV, les moyens de vous joindre...

Faire une signature trop personnalisée et peu professionnelle : c'est un courrier qui représente aussi l'université.

Ne pas utiliser de signature ou de nom du tout.

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Être informatif et utiliser une signature adaptée et responsable.

Respecter la charte de l'université !

Rajouter son nom après le texte : ce n'est pas long et cela permet de personnaliser l'échange.

CRÉER SA SIGNATURE E-MAIL

En contexte professionnel, une signature de courriel respectant la charte graphique de l'établissement est fortement conseillée surtout quand il s'agit de messages destinés à des correspondants extérieurs. Un générateur de signature e-mail à la charte de l'université est disponible sur l'ENT, dans «Outils collaboratifs».

RÈGLE 7

ORGANISEZ VOTRE BOITE DE MESSAGERIE

Laisser tous ses messages dans la boîte de réception n'est pas la meilleure solution pour retrouver facilement les bonnes informations. Pourquoi ne pas la ranger en utilisant des dossiers et sous-dossiers thématiques. Les « tags » (étiquettes de mots-clés ou de couleurs) et les sous-dossiers permettent cela.



CE QUE L'ON FAIT

Laisser les messages s'entasser et attendre que la boîte arrive à saturation pour ranger.

Rester sur un classement chronologique qui nous semble pratique, mais n'est pas adapté pour suivre des projets.

Utiliser sa boîte privée et mêler les messages, les genres, les personnes et les comportements

CE QUE L'ON DEVRAIT FAIRE

Utiliser des mots-clés et des codes couleurs qui permettront de retrouver les messages.

Créer des dossiers pour les projets en cours et privilégier le mode « conversation ».

Si vous ne voulez pas partager votre vie privée avec toute l'université, faites boîte à part, c'est aussi simple que ça.

LE CLASSEMENT PAR LE VIDE

Les spécialistes estiment que le dossier le plus utile dans l'environnement des courriels est... la corbeille. N'hésitez pas à faire le ménage : une boîte où seuls les messages à traiter restent est une boîte plus facilement gérée.

L'ASTUCE EN + : GÉRER SES ABSENCES

Alors, on part en congés ou en mission et on laisse sa boîte mail accumuler les demandes insatisfaites ? À votre retour, ce sera la catastrophe si vous ne mettez pas en place un message d'absence. Le message doit préciser la période d'absence et les contacts de remplacement. Cela vous évitera d'avoir les nombreux emails de relance des impatients. Et on n'oublie pas de débrancher au retour.

PETIT PLUS 1

DROIT : DES POINTS À RAPPELER

Le courriel professionnel est soumis au devoir de réserve, de discrétion professionnelle et de secret professionnel.

Extrait du site [service-public.fr](https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F530) : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F530>
(Direction de l'information légale et administrative - Services du Premier ministre).

DEVOIR DE RÉSERVE

Les fonctionnaires et agents non titulaires sont soumis au devoir de réserve. Cette obligation concerne le mode d'expression des opinions et non leur contenu. Elle s'applique plus ou moins sévèrement selon le contexte et la place de l'agent dans la hiérarchie. Les fonctionnaires et agents non titulaires sont également soumis à la discrétion et au secret professionnels.

Tout agent public doit faire preuve de réserve et de mesure dans l'expression écrite et orale de ses opinions personnelles.

Cette obligation ne concerne pas le contenu des opinions (la liberté d'opinion est reconnue aux agents

publics), mais leur mode d'expression.

L'obligation de réserve s'applique pendant et hors du temps de service.

Le manquement au devoir de réserve est apprécié par l'autorité au cas par cas.

Ce devoir s'applique plus ou moins rigoureusement selon :

- La place dans la hiérarchie, l'expression des hauts fonctionnaires étant jugée plus sévèrement,
- Les circonstances dans lesquelles un agent s'est exprimé, un responsable syndical agissant dans le cadre de son mandat bénéficie de plus de liberté,
- La publicité donnée aux propos, si l'agent s'exprime dans un journal local ou dans un important média national,
- Et les formes de l'expression, si l'agent a utilisé ou non des termes injurieux ou outranciers.

Cette obligation impose aussi aux agents publics d'éviter en toutes

circonstances les comportements susceptibles de porter atteinte à la considération du service public par les usagers.

Cette obligation continue de s'appliquer aux agents suspendus de leurs fonctions et en disponibilité.

DISCRÉTION PROFESSIONNELLE

Un agent public ne doit pas divulguer les informations relatives au fonctionnement de son administration.

L'obligation de discrétion concerne tous les documents non communicables aux usagers.

Cette obligation s'applique à l'égard des administrés, mais aussi entre agents publics, à l'égard de collègues qui n'ont pas, du fait de leurs fonctions, à connaître les informations en cause.

Les responsables syndicaux restent soumis à cette obligation.

Cette obligation peut être levée par décision expresse de l'autorité hiérarchique.

SECRET PROFESSIONNEL

Un agent public ne doit pas divulguer les informations personnelles dont il a connaissance.

Cette obligation s'applique aux in-

formations relatives à la santé, au comportement, à la situation familiale d'une personne, etc.

Le secret professionnel peut être levé sur autorisation de la personne concernée par l'information.

La levée du secret professionnel est obligatoire pour assurer :

- La protection des personnes (révélation de maltraitances, par exemple),
- La préservation de la santé publique (révélation de maladies nécessitant une surveillance, par exemple),
- La préservation de l'ordre public (dénonciation de crimes ou de délits) et le bon déroulement des procédures de justice (témoignages en justice, par exemple).

En outre, les administrations doivent répondre aux demandes d'information de l'administration fiscale.

Le secret professionnel n'est pas opposable au Défenseur des droits. La révélation de secrets professionnels en dehors des cas autorisés est punie d'un an d'emprisonnement et de 15 000 € d'amende.

Texte de référence :

Loi n°83-634 du 13 juillet 1983 portant droits et obligations des fonctionnaires : article 26.

PETIT PLUS 2

TIC ET IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX

D'où viennent ces impacts ?

Les impacts environnementaux des opérations testées proviennent surtout de votre ordinateur, de celui de votre correspondant et du stockage des données dans les Data centers.

La consommation électrique, la production et l'obsolescence des équipements et des composants, les systèmes de climatisation (pour les data centers) sont extrêmement énergivores.

Limiter l'impact écologique des outils numériques est néanmoins possible ! Les éco-gestes sont toujours bons à rappeler à soi-même et à ses collaborateurs qu'ils soient vos collègues directs ou des personnes extérieures de notre université.

Côté courriels, quelques règles de bon sens sont faciles à mettre en œuvre.

LIMITEZ L'IMPRESSION DES MAILS

Diminuer de 10 % le taux d'impression des mails reçus par les employés d'une organisation de 100

personnes permettrait un gain de 5 tonnes équivalent CO2 sur un an (soit l'équivalent d'environ 5 aller-retour New York / Paris). La lecture à l'écran d'un document peut parfois prendre du temps, l'impression papier peut alors devenir préférable, à la condition de la faire en noir et blanc, recto/verso et 2 pages par face. Pensez à paramétrer votre imprimante en conséquence !

PRÉFÉREZ LES LIENS VERS LE CLOUD PLUTÔT QUE LES PIÈCES-JOINTES

L'impact climatique de l'envoi d'un courriel avec pièces jointes augmente sensiblement avec le poids des pièces jointes, le nombre de destinataires et leur temps de stockage sur un serveur. Selon l'ADEME, un mail d'1Mo contenant une pièce jointe émet l'équivalent de 19 grammes de CO2. Chaque jour, des dizaines de milliers de mails transitent sur notre campus, ce qui génère chaque année des émissions équivalentes au minimum à plus de 100 tonnes eq CO2.

Attention ! Multiplier par 10 le nombre des destinataires d'un courriel multiplie par 4 son impact climatique.

EN FAIRE PLUS AVEC LE TRI MESSAGE D'ABSENCE ET LA COLLECTE DES DÉCHETS

La collecte, le tri et la (re)valorisation de ces équipements sont effectués par un éco-organisme conventionné par l'État, dans le cadre de l'écotaxe payée lors d'un achat des équipements informatiques ou électroniques. À l'Université Paul-Valéry, la demande peut être faite sur MonUPV, lien « Demande d'intervention », rubrique DMG, sous rubrique « déchets informatiques ».

Sachez que l'Université a mis en place une convention avec l'association « Groupement Numérique Universitaire » qui travaille sur la redistribution en circuit court et la deuxième vie des ordinateurs.

En tant qu'éco-communicant, vous pouvez sensibiliser vos collaborateurs et agir de façon responsable dans la conception et la diffusion de vos campagnes digitales. Chacun à son niveau devient un acteur d'une communication responsable.

POUR ALLER PLUS LOIN

<http://eco-communication.ademe.fr/digital-eco-responsable/tic-et-impacts-environnementaux/tic-comprendre-les-impacts-environnementaux>

Université Paul-Valéry
Montpellier 3

Route de Mende
34199 Montpellier Cedex 5

Retrouvez nous sur les réseaux sociaux
[@univpaulvalery](#)

