

Edito

Bons baisers des RH

La sortie récente sur les écrans d'un nouvel épisode de la saga, nous donne l'occasion de nous pencher sur le profil de l'employé James Bond.

Le constat fera sans doute l'unanimité, l'espion de sa majesté est un employé qui ne parvient pas à travailler en équipe, c'est un solitaire du type expert ou consultant. Son manager devrait donc plutôt le mettre sur le terrain, par exemple comme commercial (le type de commercial qui va gagner plus que son patron) et le juger surtout sur ses résultats. Mais il ne serait pas pour autant si évident de l'embaucher car il a aussi un autre défaut rédhibitoire, celui de ne pas faire son reporting, de ne pas rapporter à son supérieur hiérarchique, ce qui est d'ailleurs la source d'une bonne partie de ses problèmes.

Mais ce n'est pas tout, le 3^{ème} problème de James, c'est qu'il n'écoute pas les ordres et ne respecte pas la hiérarchie. Certes, dans un monde qui change très vite, où l'on ne sait pas tout prévoir, il faut qu'un cadre expérimenté comme James Bond puisse prendre ses responsabilités, prendre des initiatives et ne pas nécessairement suivre ce qui était prévu dans le plan. C'est ce qu'on va appeler la stratégie émergente, en opposition avec la stratégie délibérée. Mais dans ce cas, le cadre doit pouvoir expliquer pourquoi il n'a pas suivi le plan, et opposer éventuellement les résultats obtenus. Mais James bouleverse plutôt les plans à cause de ses émotions, souvent suscitées par le sexe opposé, des comportements peu tolérés en entreprise. Money Penny semble s'en accommoder, mais si elle portait plainte, James passerait un sale quart d'heure et son employeur également. Et l'on passe sous silence l'alcool et le train de dépenses a priori professionnelles.

Autre problème, plus grave, il prend des risques et en fait prendre aux autres, ses partenaires, ses collègues parfois. Un manager ne peut pas tolérer ce type d'agissements, surtout si l'employé gère une équipe. L'autre comportement pénible à gérer pour un employeur, c'est que Bond démissionne souvent, ce n'est donc pas un employé très fiable. En résumé, si l'espion britannique était un employé comme les autres, il aurait été licencié depuis bien longtemps.

Mais alors, James Bond a-t-il sa place dans une entreprise ? Oui pour un job commercial ou de développement d'une nouvelle filiale, avec une rémunération de base raisonnable, mais peu élevée, et un bon salaire variable sur la base des résultats obtenus. Bref, un emploi pour lequel son type entrepreneurial peut générer de bons résultats... et du stress pour son N+1.

**Est-ce bientôt la fin du mail ?**

Ils arrivent à flux tendu, vous déconcentrent et ruinent votre concentration. Les email sont devenus pour certains la bête noire de la vie de bureau. Les plus jeunes s'en détournent, lui préférant les messageries instantanées. Après 50 ans d'existence, le mail serait-il déjà obsolète ?

On reçoit plus d'une centaine de mails par jour. Cela prend un temps fou de les trier et d'y répondre. On a l'impression que tout est urgent et qu'il n'y a pas de hiérarchie de l'information, sans parler des mails envoyés à des heures indues.

Des études récentes montrent que les cadres peuvent passer entre trois et cinq heures par jour à gérer leurs mails ! Et nombreux sont ceux qui subissent la « tyrannie de la boîte de réception ». Une étude américaine montre ainsi que le nombre de mails non lus dans nos boîtes serait en moyenne de 199 !

Qu'il semble loin le temps où on se réjouissait d'avoir un « petit mail » à lire dans sa boîte de réception. C'était en 1998, l'année même où le mot « spam » est entré dans l'Oxford English Dictionary. Inventé en 1971, le mail était pourtant une vraie révolution de bureau. Fini, le bourrage papier dans le fax, les coups de fil intempestifs ou les intrusions en pleine pause déjeuner. Pratique, rapide, quasi immédiat, avec le courrier électronique, le monde entrait dans un mode de communication plus fluide. C'était l'ère de la communication dite « asynchrone », soit en différé. Chaque jour, 22,7 millions de Français se connectent à au moins un compte mail. Il reste le moyen de communication préféré dans la sphère pro, et les volumes sont énormes : une étude prévoit qu'en 2022, il sera envoyé 347 milliards de mails dans le monde, sans compter les spams !



Pourtant, certains prédisent la fin de ce bon vieux mail, jugé chronophage, antiproduit et même ringard. Un chercheur américain estime que ce qui était une vraie révolution digitale a muté en générateur de frustration et de fatigue professionnelle. Il dénonce la surcharge informationnelle et communicationnelle liée au mail et accentuée récemment par le télétravail.

Depuis la pandémie, le concept « atawad » (*any time, any where, any device*, ou la possibilité de se connecter n'importe quand, n'importe où et via n'importe quel support) est devenu le nouveau

leitmotiv des managers modernes. Et le droit à la déconnexion a été grignoté... Pour [Tarik Chakor](#)*, « avec le télétravail, parfois subi, le mail est devenu pour les managers un des leviers de contrôle des collaborateurs, le contrôle physique n'étant plus possible. Le contrôle numérique s'est imposé, avec des outils type « temps de connexion », « temps de réponse à un message », etc. ».

Hier roi de la vie de bureau, le courrier électronique est aujourd'hui menacé par les nouveaux modes de communication dits « en hub ». Dans de nombreuses sociétés, les salariés sont ainsi passés au « multicanal » : les messages leur arrivent via des tas de circuits différents, que ce soit des messageries pros comme Teams, des plateformes collaboratives type Slack, des applis persos comme WhatsApp, Telegram, et même des services de messagerie instantanée des réseaux sociaux (Twitter ou Instagram). Résultat, les flux d'information se superposent. D'après un sondage Odoxa de janvier dernier, 39 % des personnes estiment pourtant que les réseaux sociaux et les messageries leur permettent d'être plus efficaces au travail.

Si jongler entre les différents canaux de communication peut être ardu pour les seniors, les générations nées avec un smartphone à la main (après 1995), maîtrisent les codes d'une communication en millefeuille. Pour ces « digital natives », le mail garde un usage hypercorporate. Il est synonyme de traçabilité, de problèmes juridiques, de règles hiérarchiques et de lourdeur. Dans le monde de la start-up, la hiérarchie se veut plus plate. Tous les collaborateurs sont au même niveau dans la communication ce qui implique plus de transparence. La communication se fait même « en mode forum » avec des canaux de discussion dédiés à des sujets spécifiques. C'est instantané, rapide et très adapté à ceux qui sont en télétravail.

Et si les digital natives et leurs nouveaux usages avaient enfin la peau du mail ? Pour Tarik Chakor, il a encore de beaux jours devant lui, car « le mail garde une dimension stratégique et officielle que n'ont pas les messageries instantanées, qui se limitent à l'opérationnel et au court terme. Dès qu'il faut formaliser, on passe par le mail ». Déjà en 2011, Thierry Breton, alors PDG d'Atos (leader européen du Cloud), prédisait la disparition totale du mail dans son entreprise d'ici à trois ans... C'est raté.

Attention, depuis que vous avez commencé cet article vous avez... 27 messages non lus !

* : maître de conférences en sciences de gestion à l'université Aix-Marseille