

GUIDE

des bonnes pratiques
sur Internet



**Lions Clubs
International**

Guide de bonne conduite lors de nos échanges utilisant les outils numériques



Réflexion sur une belle pratique de
communication numérique entre Lions
proposée aux Lions Clubs par
la Commission Nationale Ethique 2018-2019.

Rédacteurs : Agnès Nowak, Gouverneur ; Sophie Pujol, Jean-Marc Véran, Hervé Ballière, Philippe Sarlin.
Nous adressons nos remerciements aux amis Lions associés à des débats qui ont enrichi notre réflexion.

Préface

À la demande du conseil des gouverneurs 2018-2019, les membres de la commission nationale Ethique vous proposent un « Guide des règles de bonne conduite ou du bon usage des messageries et réseaux sociaux ». Sous la forme d'un inventaire à la Prévert, ce guide aborde d'un point de vue éthique trois aspects essentiels :

- La confidentialité et la sécurisation de nos transmissions,
- Le bon usage technique de certaines applications informatiques ou numériques,
- La lutte contre les malveillances, ou perversions de comportement.

Certains points sont liés à la réglementation européenne (règlement général de protection des données personnelles ou R.G.P.D.), d'autres sont seulement l'application des statuts et règlements du « Lions Clubs International ».

J'ose espérer que ce guide, sans doute perfectible, vous sera d'un grand secours à la fois dans le choix de vos moyens de transmission, mais aussi sur le traitement ou suivi à donner aux messages indésirables sur le plan de l'éthique.

Je remercie les membres de la commission nationale Ethique 2018-2019 ayant participé à la rédaction de ce fascicule.

Très amicalement,

Agnès NOWAK
Gouverneur de liaison Ethique 2018-2019

1.

Introduction



L'évolution des technologies nous offre l'occasion de communiquer plus rapidement quel que soit le lieu où l'instant, impliquant souvent, un besoin de réaction ou contre-réaction rapide.

Nous nous voyons proposer ainsi de nombreux outils de communication qui peuvent se classer en 2 catégories :

- une communication traditionnelle par relation en face à face, ou par téléphone, ou par courrier...
- une communication nouvelle mettant en œuvre des outils numériques.

Une personne ayant un besoin de communiquer se retrouve face à plusieurs outils. Elle doit réfléchir et prendre celui le plus adéquat au message à transmettre. Trois critères inconscients vont la guider dans son choix : sa compréhension, son confort et sa motivation.

La compréhension est le premier critère sur lequel la personne se base. Elle va choisir un outil parmi plusieurs autres en fonction de cette compréhension qu'elle a de leurs usages et de celui qui lui semble le plus approprié à l'usage qu'elle veut en faire.

Le confort d'utilisation semble être le deuxième critère. Ce confort s'applique aussi bien à la personne à l'origine de la communication qu'à son interlocuteur dans un souci d'efficacité.

Le facteur motivation arrive ensuite. Il est dicté par la volonté de la personne d'intégrer une technologie que tout le monde autour d'elle utilise. Elle veut ainsi se l'approprier pour ne pas être en reste.

Le choix sera aussi conditionné par le contexte familial ou sociétal dans lequel la personne évolue.

Nos outils traditionnels font bien sûr toujours parti du choix, il convient de toujours penser à eux selon les circonstances.

Les courriels sont devenus depuis quelques années le moyen le plus usité sans que cela soit toujours le choix le plus opportun. L'apparition de nouveaux outils (réseaux sociaux) va impacter le niveau d'utilisation des courriels, à la baisse. Chaque personne se doit de bien intégrer les caractéristiques de chaque outil pour en faire un moyen optimal dans sa communication.

Pour la lecture attentive de nos amis Lions, ce livret prend la forme d'un grand **MERCI**, qui se décompose ainsi :

- M** comme Maîtriser
- E** comme Envoyer
- R** comme Recevoir
- C** comme Correspondre
- I** comme Informer

2.

Maîtriser

En premier lieu, se trouvent quelques conseils, pour utiliser avec sérénité et humanisme la messagerie électronique, et les réseaux sociaux.

MAÎTRISER L'OUTIL :

La formation aux nouveaux outils de communication est indispensable pour assurer une bonne communication au sein de son club et donner une bonne image de notre mouvement à l'extérieur.

MAÎTRISER L'USAGE :

Posez-vous toujours ces questions : quoi, à qui et comment ?

- quel est le message que je souhaite faire passer ?
- à qui dois-je l'adresser ?
- quel est l'outil le plus adapté ?

Reportez-vous au tableau figurant dans la conclusion du présent guide.

A titre d'exemple :

1. Il est inutile de multiplier des mails pour confronter des points de vue, il est préférable de privilégier la conférence téléphonique, ou tout simplement la discussion autour d'un café.
2. Si vous souhaitez annoncer une manifestation, les réseaux sociaux sont à privilégier.

MAÎTRISER SON IMAGE :

Tous les supports de communication doivent respecter la charte de style LIONS CLUBS International, aussi bien pour les logos que pour la dénomination.

Vous trouverez les logos sur le site dans le guide de communication :

http://www.lions-france.org/lions103se/maj/upload/document/document_6833.pdf

MAÎTRISER SON LANGAGE :

Sur la toile, ne nous lâchons pas sous prétexte que nous sommes face à un écran. Ici autant que dans la vie de tous les jours, nous respectons nos règles et nos valeurs humanistes et éthiques, et les simples règles de politesse. Comme dans la vie quotidienne des Lions, nous communiquons avec bienveillance.

Personne ne doit être dénigré, de même que propos injurieux ou diffamatoires ne doivent être tenus, sous peine de poursuites et de sanctions pénales. De la même façon, tout propos raciste, sexiste, homophobe doit être banni en vertu de nos valeurs et sous peine de sanction pénale également.

Ne participons pas à des discussions qui portent atteinte à l'image de notre mouvement. N'oublions pas que tout ce que nous écrivons par mail, messagerie instantanée, tout ce que nous postons reste sur la toile peut être rediffusé sans que nous maîtrisions ce renvoi.

MAÎTRISER SON TEMPS :

Le temps qui s'accélère, la culture de l'immédiateté, ne sont pas propices aux échanges constructifs.

Quelques règles de base s'imposent :

- accordons-nous le temps de la réflexion, même si l'auteur du message nous demande une réponse immédiate.
- ne répondons jamais sous la colère, la nuit est bonne conseillère.
- si un problème est urgent, il est traité de vive voix par téléphone ou face à face, et non par messagerie.

MAÎTRISER LES RÈGLES :

Chacun a droit au respect de sa vie privée (art 9 du code civil), à la confidentialité de ses échanges, au droit à l'image.

- La correspondance par mail est protégée comme la correspondance papier.
L'article 68 de la loi pour une République numérique précise que ce secret s'applique ainsi à l'identité des correspondants, au contenu, à l'intitulé et aux pièces jointes des correspondances.

Abstenez-vous de rediffuser les messages qui vous ont été adressés personnellement.

- Le Droit à l'image

Le droit à l'image s'applique partout y compris sur internet :

- Nous avons sur notre image un droit exclusif et absolu ;
- Nous pouvons nous opposer à la reproduction ou à l'utilisation de votre image sans autorisation préalable ;
- Avant de publier une photographie sur un réseau social comme Facebook, nous devons nous assurer que la personne concernée est d'accord.

Attention : avant de publier la photo d'un mineur, l'accord des parents est nécessaire.



MAÎTRISER LE RGPD : règlement européen pour la protection des données personnelles

Dès lors que nous traitons des données personnelles des membres Lions, de nos partenaires, de nos donateurs etc., nous sommes soumis, jusqu'à nouvel ordre, au RGPD qui est entré en vigueur le 25 Mai 2018.

Le but de ce règlement est d'assurer la protection de nos données personnelles et que la collecte des données soit faite en toute transparence afin que chacun puisse :

- Connaître la raison de la collecte des différentes données les concernant ;
- Comprendre le traitement qui sera fait de ses données ;
- Assurer la maîtrise de ses données, en facilitant l'exercice de ses droits.

Nous n'avons pas l'obligation de déclarer nos fichiers à la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des libertés) avant l'entrée en vigueur du RGPD, en vertu d'une dispense spéciale prise par la CNIL : (Dispense n° 8 <https://www.cnil.fr/fr/dispense/di-008-associations-gestion-des-membres-et-donateurs>)

A l'heure actuelle, la CNIL a maintenu cette dispense en attendant les nouveaux référentiels suite à l'introduction du RGPD, afin de permettre aux responsables de traitement d'orienter leurs premières actions de mise en conformité.

La mise en conformité de nos différents fichiers nécessite un travail important que le présent guide n'a pas pour finalité d'expliquer.

Cependant voici d'ores et déjà quelques recommandations dans le cadre de notre communication issues directement du site de la CNIL :

<https://www.cnil.fr/fr/rgpd-en-pratique-communiquer-en-ligne>

Les sites :

- Les informations obligatoires

Si votre club a un site Internet, il devra obligatoirement afficher une page d'« Informations légales », reprenant les différentes informations à propos de l'hébergeur de votre site internet et de son éditeur.

Selon la CNIL : Il faut prévoir au minimum :

- Des « mentions CNIL » en bas du formulaire de contact. Des modèles sont proposés par la CNIL sur son site internet ;
- Un moyen de contact pour que les personnes puissent exercer leurs droits par voie électronique ;
- Des mentions légales identifiant l'éditeur du site.

- Les « cookies » ou traceurs publicitaires

Si lors de la consultation de votre site internet vous déposez des cookies ou autres traceurs sur les outils utilisés par les internautes (ordinateur, tablette, smartphone, etc.), vous allez pouvoir analyser leur navigation, leurs déplacements et leurs habitudes de consultation ou de consommation.

Selon l'objet du traceur que vous utilisez sur votre site, il est nécessaire, soit d'informer l'internaute de son existence (exemple : cookie « panier d'achat »), soit d'obtenir son consentement (exemple : cookie lié à une opération relative à la publicité) avant de déposer ou de lire le traceur sur son terminal.

Si votre site utilise des fonctionnalités offertes par d'autres sites (exemples : solutions de statistiques, boutons sociaux, vidéos provenant de plateformes tierces telles que Google, YouTube, Facebook, etc.), vous devez obtenir le consentement des visiteurs.

Pour en savoir plus : Dossier complet « Site web, cookies et autres traceurs »

<https://www.cnil.fr/fr/site-web-cookies-et-autres-traceurs>

Lorsque nous communiquons sur les réseaux sociaux

Depuis Twitter, Facebook, et autres réseaux sociaux, prévoyons :

- de rendre accessible un article ou un lien qui mène vers une page d'information sur les droits

Chacun d'entre nous est responsable de ses écrits et si la parole s'envole, les écrits demeurent.

Alors il incombe à chacun d'entre nous de respecter son ou ses interlocuteurs.

Et n'oublions pas que tous ces moyens de communication ne sont que des outils et non une fin en soi, et que rien ne remplace la relation humaine.



3. E comme envoyer

L'envoi n'est destiné avant tout qu'aux personnes concernées. Il est donc important de ne mettre en destinataire principal que la (les) personne(s) dont une action est attendue. Les personnes en copie sont tenues informées. Il est impératif de ne pas diffuser un carnet d'adresse. Il est bon de préciser dans le texte du mail à qui est destiné le courriel : « à tous les membres du club », « à tous vos partenaires ».

L'envoi ne doit pas être déplacé ou désagréable pour le(s) destinataire(s). Il est toujours important de rester courtois quand bien même un message ferme est envoyé.

Il est important de réaliser l'envoi au moment adéquat, un bon choix de l'heure du jour, afin de ne pas créer une pression ou une urgence inutile sur le(s) destinataire(s).

L'envoi doit être ciblé, de préférence il est bon de limiter les multiples destinataires « en copie ». Cette fonction « copie », désignant les personnes tenues informées de la communication, doit être utilisée avec précaution en spécifiant dans le contenu que ledit mail a été envoyé à une liste de destinataires bien définis.

L'envoi en « cci » ou copie cachée, désigne des destinataires invisibles de la part de l'ensemble des autres destinataires. Cette fonction ne doit être utilisée que de manière ciblée. Elle peut être utilisée de façon à éviter la diffusion d'un carnet d'adresse sur internet. Cette fonction est également utile pour envoyer un message à un grand nombre de destinataires et éviter que ces derniers ne répondent à toute la liste.

L'envoi se doit d'être bien rédigé, bref, avec un « objet » « titre » situant clairement le contexte, un contenu clair, précis, incitant à une bonne lecture et une compréhension facile.

L'envoi réalisé avec une synthèse permet d'éviter les malentendus, le destinataire doit savoir rapidement ce qui est attendu de lui.

Bien prendre garde à l'utilisation de « Mention » lors des envois :

« pour info » indique qu'aucune réponse n'est attendue,

« urgent » indique un caractère d'urgence dans la réponse, à utiliser vraiment si besoin, «

important » indique un besoin fort de prendre en compte l'information et de la stocker,

« pour suite », « pour rappel » si une réponse est retournée et/ou attendue.

Un bon message électronique se doit donc d'être:

COURT, si possible un seul sujet

CONCRET, rédaction claire, concise

CORRECT, rédaction bienveillante du texte, tact et mesure pour limiter le risque de conflit ou une utilisation malveillante du message

Il est primordial de limiter le nombre et la taille des pièces jointes, en les optimisant si nécessaire. Si une taille importante d'information doit être partagée, pensez à utiliser un site de stockage et envoyer le lien et droits d'accès aux personnes intéressées.

En résumé un « bon envoi » se doit d'être Clair, Précis, Efficace, Respectueux de la législation concernant la protection des données.



4. R comme Recevoir

Il est primordial tout d'abord de créer les bonnes conditions pour lire, comprendre, et traiter les messages reçus.

Cela se fait à des moments choisis, avec un temps libre pour les consulter de façon détendue.

Une bonne attitude consiste à effectuer un classement dès que le message a été lu, pour le retrouver facilement et le classer dans un dossier thématique bien précis.

A moins que cela ne soit nécessaire, évitons d'imprimer systématiquement son courrier pour des raisons d'économie de papier et de préservation de l'environnement.

En vertu de notre Ethique Lions et sociétale, nous devons nous attacher à respecter la confidentialité des parties prenantes, par exemple ne jamais retransmettre à des tiers un courriel personnel sans l'autorisation de l'expéditeur. Une réponse à un message irritant voire désobligeant, ne doit pas être impulsive, un délai raisonnable est souhaitable avant de répondre, quelques heures de réflexion sont toujours les bienvenues.

Apprenons à identifier les messages frauduleux visant à obtenir des informations confidentielles dans le but de les utiliser à des fins malhonnêtes. Ils sont détectables par leur caractère impératif, par l'usage de faux logos ou d'en-tête plus ou moins fantaisiste, souvent avec un lien internet n'ayant rien à voir avec le sujet d'origine. Détruisons ces messages frauduleux sans ouvrir le(s) document(s) attaché(s). Leur ouverture déclenche souvent l'irruption d'un virus dans le système.

En résumé la réception d'un mail se doit d'être sereine, un travail de synthèse est primordial dès l'ouverture du courrier pour bien respecter la gestion du flux et d'établir l'importance ou non d'un message, sa conservation ou sa destruction.

La notion de Nétiquette (contraction de « Net » et « éthique ») se doit d'être ici mentionnée car le bon usage des courriels est avant tout une utilisation respectueuse, intelligente, efficace de ce mode de communication, et les règles de civilité associées à une bonne conduite favoriseront le respect mutuel entre interlocuteurs. Cette notion est aussi facilement transposable aux différents moyens de communication de la toile tels que les messageries instantanées, les réseaux sociaux.

5. C comme Correspondre

Paul Durand a une adresse électronique : paul.durand@toto.fr qui correspond à une boîte aux lettres électronique (mail box) c'est-à-dire un espace mémoire situé dans un ordinateur ou serveur appartenant à son hébergeur dont le nom est "toto". Paul Durand souhaite envoyer un e-mail (e pour électronique et mail pour courrier) à Marie Du Bois dont l'adresse de la boîte à lettre électronique est marie.dubois@titi.fr

TEMPS 1

Il écrit son message et l'envoie vers le serveur de son hébergeur, "toto". Cette transmission se fait selon un protocole nommé SMTP (Simple Mail Transfer Protocol c'est-à-dire, protocole simple de transfert de courrier). Ce protocole a pour but de coder votre message afin de pouvoir en assurer la transmission depuis votre ordinateur, tablette ou smartphone jusqu'au serveur de "toto". Le mail arrive sur le serveur de "toto" dont l'adresse est du type 81.12.252.150.

TEMPS 2

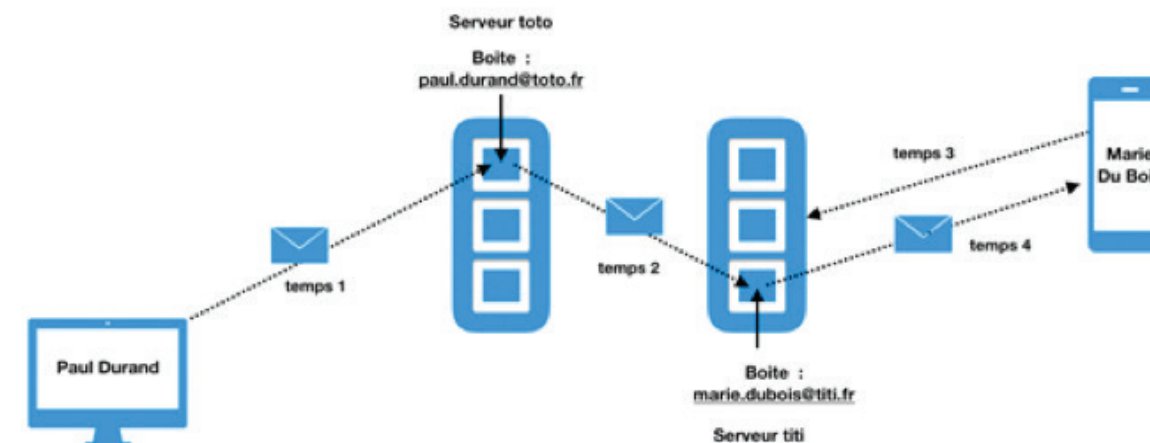
Le serveur de "toto" consulte l'annuaire des serveurs pour connaître l'adresse xx.xx.xxx.xxx du serveur de "titi" hébergeur de Marie Du Bois. Il envoie alors le message et le serveur de "titi" le stocke dans sa mémoire;

TEMPS 3

Marie Du Bois décide de consulter sa boîte mails. Elle fait donc, par le biais de son ordinateur, de sa tablette ou de son téléphone, une demande de relevé de son courrier à son hébergeur "titi".

TEMPS 4

L'hébergeur "titi" de Marie Du Bois reçoit la demande de relève puis recherche tous les messages stockés sur son serveur au nom de marie.dubois. Il lui répond en lui envoyant tous ses mails dont celui de Paul Durand selon un protocole nommé POP (Post Office Protocol c'est-à-dire, protocole de bureau de poste) ou IMAP (Internet Message Access Protocol) qui correspondent au codage de l'information qui permet d'aller du serveur vers le destinataire.



Comment gérer sa boîte mails ?

Si l'on veut éviter la pagaille et les oublis, mieux vaut bien gérer sa boîte mails. Il existe de nombreux moyens de gestion (CAP – DDDD...). En voici un parmi d'autres mais peu ou prou tous reprennent à quelques variantes près, le même type d'approche.

1 – Se fixer un ou deux moments dans la journée pour consulter ses mails. Cela évite souvent de répondre à chaud. Eviter de commencer votre journée par la consultation des mails. Il vaut mieux engager le programme de travail de sa journée au lieu de se perdre dès le départ dans une multitude de petits sujets. L'idéal est vers 11h30 et 18h.

2 – Commencer par faire le ménage de la boîte de réception en mettant à la « corbeille » tout ce que vous jugez inutile.

3 – Lire tous les autres mails et les indexer, par exemple d'un petit drapeau sur Gmail ou Outlook, d'une pastille sur Safari...

Dans un exemple sur Gmail :

Drapeau rouge : réponse urgente dans la journée

Drapeau orange : texte de la réponse à travailler avant d'envoyer

Drapeau vert :	action à faire dans la journée
Drapeau bleu :	action à faire dans les prochains jours
Drapeau violet :	informations à conserver

Chacun est libre de modifier ou rajouter des libellées eu égard à ses pratiques personnelles.

4 – Vérifier les Spams (indésirables). Supprimer ce qu'il y a lieu de supprimer, ramener dans la boîte mail ce que l'on souhaite conserver et les indexer.

5 – Traiter tous les mails ayant un drapeau rouge ou orange pour ceux qui l'exigent

6 – Noter les actions à faire dans la journée (mails avec un drapeau vert)

7 – Ranger tous les mails traités dans les dossiers correspondants.

Cela suppose d'avoir créé un ensemble de dossiers et de sous dossiers.

On peut détailler le sous dossier Lions en rajoutant par exemple :
Conventions, Jacinthes,
Caddithon, Salon des Vins....

Faisons-en sorte
avec les dossiers
et les sous dossiers
que rien ne se perde,
sans encombrer sa boîte
de réception et d'envoi.



6. I comme Informer

Nous avons à notre disposition de plus en plus d'outils de communication numériques. Il est important de les bien appréhender, ne pas privilégier certains au détriment d'autres, ne pas oublier les anciens, bref trouver le juste équilibre entre eux. Cette maîtrise nous apportera une meilleure gestion de notre temps, une plus efficace communication et en conséquence une plus agréable qualité de vie. Ces nouveaux outils doivent nous permettre une meilleure qualité des échanges tout en préservant notre qualité de vie afin de ne pas en être « esclave », par des interruptions permanentes ou des dépersonnalisations de relation par exemple. La messagerie électronique, premier média numérique, ne doit pas être le seul à considérer. Les besoins de communication de demain passeront par d'autres moyens, réseaux sociaux par exemple, à anticiper et maîtriser dès à présent.

6. 1. Comprendre les outils numériques

Les effets organisationnels des nouveaux outils de communication ne sont pas simples à entrevoir. Une attitude réductrice considère que les fonctionnalités des médias expliquent seules les dérives. La technologie n'est prise en considération que par l'utilisation qu'en font les personnes.

En fait, les utilisateurs par leur pratique quotidienne des outils vont induire des changements dans les habitudes de vie, la façon de communiquer, plus que la technologie du média, elle-même. Le média reste un simple moyen de communication.

La technologie n'influence une organisation qu'à partir du moment où les acteurs se l'approprient. Le rationnel d'un changement organisationnel trouvant son origine dans l'utilisation d'outils de communication numérique, doit mettre en évidence des forces contraires qui soit s'opposent au changement, soit le confortent. Il faut ainsi mettre en balance les effets facilitateurs et ceux contraignants de l'outil. De la réflexion des utilisateurs, naît alors une logique de contradiction avec comme exemple, l'antagonisme perte de temps/gain de temps.

6. 2. Impact des nouveaux outils de communication sur la gestion de l'information, le temps et l'espace

Les utilisateurs ayant au préalable été bien formés et informés, les outils seront bien adoptés et leurs aspects négatifs en seront minimisés et leurs aspects positifs en seront maximisés.

Les tableaux suivants fournis par « l’Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises » dans un guide sur l’usage des outils numériques proposent une bonne synthèse :

	Aspect négatifs	Aspect positifs
Circulation de l'information	<ul style="list-style-type: none">• Donne la sensation d'être assailli d'informations (sur-charge et accumulation)• Présente la difficulté d'analyser et de traiter une information multicanal• Génère de l'incompréhension, des difficultés d'interprétation	<ul style="list-style-type: none">• Facilite le stockage de l'information• Augmente la circulation des documents• Permet le partage d'information et de documents de natures et de sources différentes• Unifie les dispositifs et procédures de diffusion d'information
Temps	<ul style="list-style-type: none">• Implique de la perte de temps• Génère le sentiment d'urgence• Augmente les interruptions• Diminue la rapidité dans la négociation• Accélère les rythmes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Améliore les temps de réponse• Raccourcit les délais de prise de décision• Accélère l'exécution des tâches
Espace	<ul style="list-style-type: none">• Crée un sentiment d'isolement physique• Empiète sur la vie privée avec le sentiment d'être suivi partout	<ul style="list-style-type: none">• Renforce la mobilité• Neutralise les distances, rapproche les personnes

Les pratiques quotidiennes d'échanges sont influencées ainsi :

	Impacts négatifs	Impacts positifs
Activité individuelle	<ul style="list-style-type: none">• Diminue la performance• Génère une surcharge d'activité• Favorise un sentiment d'isolement• Diminue l'efficacité dans la résolution d'un problème ou dans la prise de décision• Déclenche du stress, de la pression• Dépendance à l'outil	<ul style="list-style-type: none">• Améliore la productivité• Allège la mémoire prospective de la personne• Permet de mieux organiser son travail
Communication interpersonnelle	<ul style="list-style-type: none">• Détérioré les relations entre les individus• Déclenche des conflits ou favorise leur escalade• Autorise les comportements abusifs• Exacerbe les émotions• Génère de l'agressivité• Supporte une communication moins riche	<ul style="list-style-type: none">• Augmente l'accès à l'individu• Renforce les normes de communication• S'affranchit (en partie) des barrières spatiales, temporelles• Améliore la fréquence de communication• Facilite la communication directe

6. 3. Importance du contexte

Les outils numériques sont d’une mise en œuvre complexe, le contexte est un facteur primordial, dû aux paramètres qui le gouvernent. L’aptitude, la personnalité, le vécu des utilisateurs vont se révéler primordiaux pour intégrer le changement suscité par les outils.

Le changement concernant les outils de communication numérique s’appuie sur trois piliers :

Le premier concerne l'utilisateur. Il se situe au cœur du changement et il appréhende ces nouveaux outils comme un facteur à maîtriser.

Le deuxième concerne le fait d’intégrer pour l'utilisateur, des éléments antagonistes, facilitateurs et contraignants.

Le troisième suggère de prendre en compte le contexte organisationnel et le contexte personnel d'utilisation des outils. Une réponse unique et indépendante de tout aspect humain n’a pas de sens.

Conclusion

L'usage de tout outil numérique de communication a des limites. En fonction du contexte, il est toujours bon de penser à d'autres moyens de communication, souvent anciens comme le téléphone ou le face à face qui se révèlent toujours efficaces. Il arrive parfois que des personnes, dans un même lieu communiquent par messagerie au lieu de se parler. C'est pourquoi, la règle du "pas d'e-mail à moins de 30 mètres" se révèle possiblement salutaire.

En résumé voici un tableau concocté par la société DigiPhiT, suggérant quel média utiliser suivant le message à transmettre, il vous est mis à disposition gracieusement.

Moyen	Besoin	Urgence	Confidentiel	Facteur humain important	Gros volume de données	Diffusion en masse	Coût minimal
Courrier Postal		-	+	+	++	++	+
Courriel		++	++	+	+	+	+++
SMS / Messagerie Instantanée		+++	+	-	-	-	+++
Téléphone / Vidéo Conf		++	+++	++	-	-	+
Réunion Face à Face		+	+++	+++	+	-	++
Espaces Partagés		++	+++	-	+++	+++	++
Webcast		++	++	-	+	+++	+
Réseaux Sociaux		+	+	+	+	+++	++