

Les salariés privés de réseaux sociaux ?

(Par Sébastien Hampartzoumian – DG de Page Personnel) - Selon une étude de Kaspersky Lab, 64% des entreprises françaises bloqueraient purement et simplement l'accès aux réseaux sociaux au sein de l'entreprise. Et pour une fois, la France ne détient pas le pompon : les entreprises italiennes, espagnoles et britanniques seraient encore plus restrictives.

L'information a été déjà beaucoup reprise, par exemple ici et là, mais impossible de trouver en ligne la méthodologie de réalisation de l'étude en question. Quoiqu'il en soit, le fait que cette information soit reprise est intéressant en soi et en particulier les motifs évoqués pour interdire l'accès à ces plateformes. En premier lieu vient le risque que les salariés dilapident leur temps de travail à discuter avec leurs "amis" sur Facebook de toute autre chose que de travail... ou à twitter à tout bout de champ ce qu'ils font à l'instant "t".

Viennent ensuite les questions de sécurité (introduction de virus et diffusion volontaire ou involontaire d'informations confidentielles). Mais, les divers commentateurs du chiffre de Kaspersky s'intéressent surtout à la question de la confiance : en agissant de la sorte, les employeurs ne feraient pas confiance à leurs employés et à leur capacité à limiter de leur propre chef leurs activités extraprofessionnelles sur le lieu de travail.

Un irrépressible besoin de contrôle

La chose n'est pas nouvelle. On se souvient des temps immémoriaux où selon le niveau hiérarchique, les postes téléphoniques étaient limités aux communications locales (employés), nationales (cadres), seuls le big boss et son assistante ayant droit à l'accès à l'international. La crainte était la même : si on n'agissait pas ainsi, les salariés allaient passer des heures à appeler leurs amis à l'autre bout du monde et contribueraient à une augmentation phénoménale des coûts de communication de l'entreprise. Il est vrai qu'à l'époque, les communications coûtaient cher... Mais existe-t-il une seule entreprise qui a été ruinée parce que ses salariés passaient des heures au téléphone avec leurs cousins de l'autre bout de la France ?

Aujourd'hui, la question ne se pose même plus : le business est international et on voit mal, dans de très nombreuses entreprises, comment les employés pourraient simplement faire leur travail sans pouvoir appeler à l'international. Au milieu des années 1990, nombreuses étaient les entreprises à se demander s'il était bien raisonnable de donner un accès à internet à l'ensemble de leurs collaborateurs... On comprend aujourd'hui que tout cela n'est pas tant une affaire de coûts que de contrôle, et par conséquent, de manque de confiance.

Comment imaginer une seconde, par les temps qui courent, que des salariés soient suffisamment inconscients et infantiles pour prendre le risque de ne pas faire leur travail ? Et où est la limite ? Une étude de la société Olfeo, spécialiste du filtrage de contenus internet, affirme que les salariés passent en moyenne 94 minutes par jour sur le web, dont 63% à des fins personnelles, ce qui représente presque trente jours par an ! Mais la prédominance des usages personnels du web au bureau était déjà une réalité en 2006 !

Un combat d'arrière-garde

Limiter l'accès aux réseaux sociaux dans l'entreprise est déjà un combat d'arrière-garde si on l'aborde sous l'angle du temps qu'ils feraient perdre aux salariés. À défaut de pouvoir s'y connecter via leur poste de travail, ils le feront de toute façon depuis leur smartphone. Les entreprises sont démunies face aux réseaux sociaux. Certaines essaient de les internaliser, c'est-à-dire de reproduire en interne un Facebook limité aux membres de l'entreprise. Le taux d'échec de ces initiatives est là pour démontrer que c'est clairement une aberration par rapport à la logique même des réseaux. La plupart finissent par se dire "qu'il faut y être", pour des raisons commerciales et marketing, ce qui rend caduc le blocage de l'accès à ces plateformes.

La vraie question à se poser, c'est pourquoi un nombre croissant de gens éprouvent ce besoin compulsif de rester connectés à leur sphère d'élection, y compris pendant leurs heures de travail ? L'interpénétration des sphères professionnelles et privées est à l'œuvre depuis une bonne quinzaine d'années, accélérée par les systèmes de communication mobiles, non connectés dans un premier temps, connectés aujourd'hui.

Le sociologue Zygmunt Bauman donnait en 2008 sinon une réponse à cette question, du moins une piste de réflexion : "À l'évidence, les inventeurs et les promoteurs des réseaux de relations électroniques ont touché une corde sensible – ou un nerf à vif, tendu, qui attendait depuis longtemps le bon stimulus. Ils peuvent à juste titre se vanter d'avoir satisfait un besoin réel, répandu et urgent" ("S'acheter une vie", Paris, Éd. Jacqueline Chambon, 2008). À chacun de méditer sur le besoin dont il s'agit ici et sur le fait que, visiblement, le travail ne parvient pas à combler...