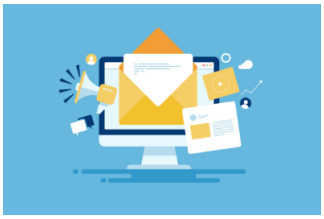
Le juste mail

Administration centrale -
Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique -
2024



le juste mail

En 2023, a été lancée l'expérimentation "Le Juste Mail" (lauréat du fond FIACT de la DGAFP). Ce projet destiné à améliorer les pratiques numériques a permis à quatre services soit une centaine d'agents, de diagnostiquer leur usage de la messagerie et de tester de nouvelles pratiques. Un guide a été conçu à partir des enseignements de cette expérimentations et des plans d'actions mis en oeuvre.

Qualité de vie et conditions de travail
Île-de-France
Fonction publique de l'Etat

Description du projet

Projet destiné à objectiver et à améliorer les usages numériques (prévention des risques, lutte contre l'infobésité, droit à la déconnexion, éco-responsabilité) à travers une analyse des entêtes d'emails et des ateliers destinés à construire de nouveaux usages.

Les acteurs :

- les participants à l'expérience : 106 personnes parmi lesquelles un sous-directeur, des chefs de bureaux, des encadrants de proximité et des agents.

4 équipes : 3 appartenant au SG du MEFSIN et 1 service de la DGFIP.

- les partenaires : le SNUM et la DAJ pour le RGPD, SRH3 (sous-direction des politiques sociales et des conditions de travail) et notamment le bureau des conditions de travail et les assistants de prévention, les organisations syndicales concernées (présentation en CSAM).
- les bénéficiaires : le retour d'expérience et le guide qui y sera consacré sera diffusé auprès des plus de120 000 personnes du MEFSIN

PRINCIPALES ÉTAPES DU PROJET

- Lancement du projet
Réunion et rôle du COPIL : présentation du projet, du rôle de chacun (dont validation des scénarios techniques par le prestataire, livraison des scripts et procédures permettant l'audit) , du planning et du plan de communication associé au projet.
Facteurs clés de succès : implication des équipes RGPD et SNUM DSI en amont du lancement
Objectif :
mesurer grâce à un baromètre des usages numériques et de la déconnexion pour objectiver les enjeux au-travers des flux et volumétrie d'emails et identifier des axes de progrès.
Méthode : - préparation et collecte des données quantitatives :
- analyse des usages numériques professionnels (en-têtes d'emails seulement) croisée avec les données RH ; équipe, maille hiérarchique, métier.
restitution et parangonnage : grâce aux indicateurs choisis (comme par exemple : les pratiques de déconnection, le bilan carbone numérique, l'anatomie et le traitement des mails reçus, le stress numérique), se comparer aux meilleures pratiques entre équipes retenues et vis-à-vis d'autres organisations pour cibler les actions prioritaires et piloter sa transformation.
-facteurs clés de succès : avoir obtenu les données RH (nom, équipe, secteur d'activité et grade, selon ce qui est intéressant : typologie des métiers, managers/collaborateurs), données numériques extraites par les services informatique sur 3 mois.

Méthode : - accompagnement des équipes : coaching, analyse des statistiques et des actions prioritaires, formation des équipes basée sur les données d'usages en situation de
travail : développement des pratiques et soft skills numériques, réduction de l'impact carbone (art de l'e-mail),
Pour l'atelier « l'art de l'e-mail », une formation sera réalisée par équipe, elle accueillera un maximum de 20 personnes par session. Cet atelier d'une durée de 3 heures permet à chaque participant de définir son « adn numérique » et d'être sensibilisé aux enjeux et bonnes pratiques. Une feuille de route est construite déclinant les objectifs du plan d'action à l'échelle de l'équipe. -
Mise en pratique des feuilles de route.
Facteurs clés de succès : disponibilité des équipes (atelier d'une durée de 2h30 en
présentiel) - Bilan de la campagne = fin novembre - décembre 2023 Objectif :
Bilan de la campagne sur la base des indicateurs identifiés au début afin de vérifier si le plan d'action a permis les résultats escomptés et décision quant à la suite : campagne annualisée, fonctionnement en continu, déploiement à plus grande échelle, .

Restitution : webinaire commun avec toutes les équipes de restitution + atelier avec 1 référent/équipe pour construire et adapter la suite de la feuille de route. Prendre connaissance du bilan et décider de la suite à donner à l'expérimentation temporellement et géographiquement:

Objectifs et finalités

Promouvoir le juste usage des mails et la réduction de l'empreinte carbone en travaillant sur les causes, les racines de l'infobésité et de la surconnexion (individu, équipe, organisation) et prioriser les actions grâce à un audit pour investir là où
elles seront plus efficaces.
Avoir un état des lieux objectif des enjeux de déconnexion, protéger les agents et encadrants de la surcharge informationnelle avec des indicateurs personnalisables, des pistes concrètes pour engager des plans d'actions spécifiques et en mesurer l'effet, mesurer les effets des chartes de la déconnexion, permettre aux agents d'être acteurs, réduire le volume de mails et des mails envoyés en dehors des heures de déconnexion, un meilleur usage des canaux alternatifs à l'e-mail (outils collaboratifs),
une réduction de l'empreinte carbone numérique.

Un guide