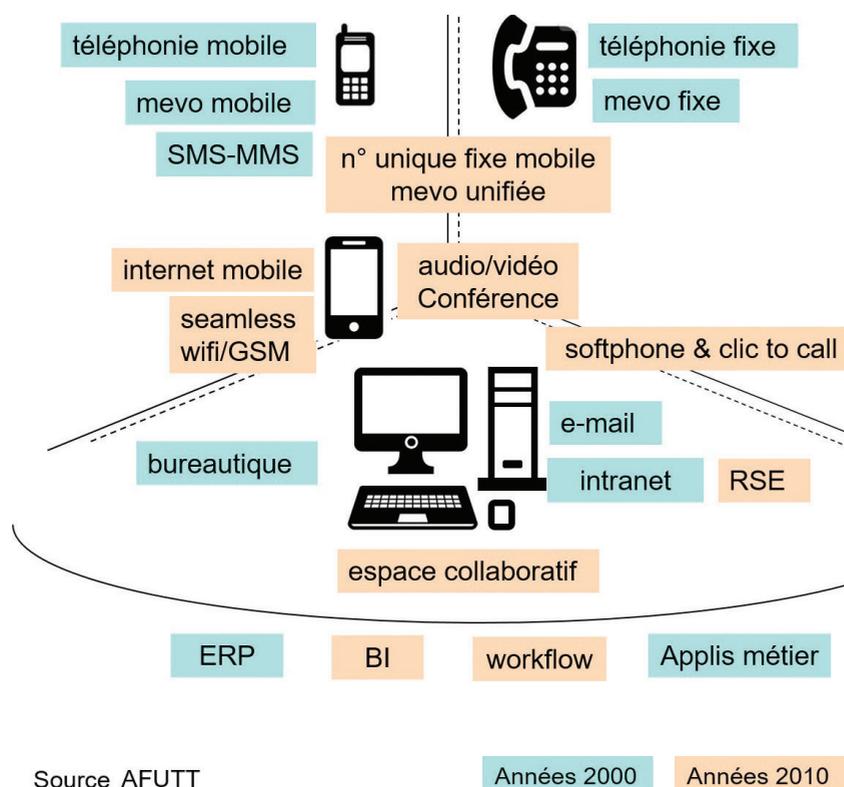


# De la communication unifiée à la digital workplace



**L'IP transformation du secteur des télécommunications qui facilite la convergence et le couplage de l'informatique avec les télécommunications a donné naissance dans les années 2000 au concept de communications unifiées. Ce concept a continué d'évoluer au fil des ans et il prend désormais l'appellation de digital workplace, une approche plus large qui participe activement à la transformation numérique des entreprises.**

**A** lors que la communication unifiée mettait l'accent sur les potentialités de la technologie sans savoir très bien au départ les bénéfices que l'on pourrait en tirer, aujourd'hui c'est donc l'ensemble de l'environnement numérique de travail de chaque collaborateur dans l'entreprise qui est revisité à travers de nouvelles offres plus intégrées, plus globales et plus simples à mettre en œuvre.

## De quoi s'agit-il, exactement ?

Les techniques de l'information et de la communication (TIC) nous ont amené successivement dans l'entreprise, et donc dans l'environnement de travail : le téléphone, la messagerie électronique (email), la gestion électronique de document (GED), l'intranet, l'agenda partagé, le smartphone, les imprimantes connectées, la web conférence, les workflow, les gestionnaires de tâches et de projets...

Ne nous y trompons pas. Le téléphone et l'email restent aujourd'hui encore très majoritaires pour communiquer à titre professionnel entre les individus.

Ce sont là pourtant de bien vieilles technologies ! Plus de 100 ans pour le téléphone et plus de 40 ans pour le courrier électronique ! Mais il est vrai aussi qu'elles ont su se moderniser. La téléphonie connaît une nouvelle jeunesse depuis sa version mobile. Les services associés de type messagerie vocale ou encore l'avis d'appel en instance pour n'en citer que deux, valorisent l'usage du service. Quant au courrier électronique il a adopté depuis quelques temps déjà une ergonomie moderne avec en particulier le regroupement des messages en fil de discussions.

On peut presque considérer, d'une certaine manière que les nouveaux services sont les descendants directs

de ces deux modes de communication interpersonnelle, par l'oral et par l'écrit.

L'évolution des outils de conférence téléphonique est de ce point de vue assez révélateur à la fois de la révolution technologique, de l'enrichissement des services, de la diversification des usages et de la complémentarité de l'écrit et de l'oral.

L'histoire s'écrit ainsi. D'abord est apparue l'audio conférence. Dans un contexte de réseau téléphonique analogique et commuté on a créé des « ponts de conférence » avec des équipements dédiés à la réalisation de ce service au sein du réseau. Le passage à la visio conférence est venu de la technologie dite RNIS et de codec vidéo associés à des écrans de type TV. La voix et l'image portées désormais par le même protocole de communication (IP) ont

maintenant migrés sur le web et leur exploitation en mode conférence en est considérablement simplifiée et banalisée. En terme d'expérience utilisateur l'enrichissement du service est considérable : non seulement les fonctionnalités de messagerie instantanée (chat), tableau blanc, partage d'écran, ou encore enregistrement sont parfaitement intégrés à l'audio et la visio conférence, et pilotable par l'animateur de la réunion, et aussi, pour ce qui les concerne par chaque participants, mais de plus tout ceci est rendu possible avec la même simplicité, depuis une salle de réunion, son bureau, ou ailleurs sur son smartphone ou en télétravail.

Mieux, pour sécuriser le fonctionnement et bénéficier du meilleur des deux mondes on peut généralement se connecter par le web mais aussi sur un « pont téléphonique » avec un numéro à 10 chiffres et un code.

Les bénéfices de la conférence téléphonique totalement banalisée ne s'arrêtent pas là puisqu'avec la même technique l'entreprise peut proposer à ses clients des « webinar » pour les informer sur ses produits et solutions.

### Digitalisation et environnement de travail

Le travail en mode conférence met néanmoins en lumière l'importance de « l'environnement de travail » qui ne peut pas être abordé que sous l'angle de la digitalisation. Le contexte et le confort d'usage jouent un rôle important dans la « consommation » des services numériques. Dans un bureau, la table, la chaise, la taille et la qualité de l'écran, l'éclairage, l'acoustique du lieu modifient l'expérience utilisateur.

Dans une salle de réunion le confort du lieu est également très important, et il faut penser à y mettre un grand écran et un micro omni directionnel de qualité, et pourquoi pas un tableau blanc connecté. Sur smartphone les situations d'usages sont très variées et il faut que le service numérique puisse s'adapter automatiquement à ce contexte particulier.

C'est la raison pour laquelle, l'AFUTT (Association Française des Utilisateurs des Télécoms) a développé le concept de **phygital workplace** plutôt que digital workplace.

Phygital est un mot valise composé de physique et de digital. Il est déjà utilisé dans l'univers des espaces marchands. Son utilisation dans celui du travail nous semble particulièrement appropriée pour aider les entreprises à prendre en considération la totalité des enjeux de la numérisation de l'espace de travail. Le bien-être au travail doit être un objectif de la numérisation tout autant que la productivité et au demeurant on sait bien que les deux vont de pair.

### Le concept de Phygital workplace

À cet égard, l'internet des objets illustre parfaitement le concept. Un objet communicant est par essence à la fois physique et numérique. On conçoit aisément que son design, son interface avec l'homme, son intégration dans un environnement de services plus large constituent les clés de son adoption. Les objets connectés matérialisent les services numériques. Leur intérêt porte sur l'évidence et la simplicité de leur usage puisqu'ils sont, dans la plupart des cas, mono-service, et qu'ils portent intrinsèquement leur destination d'usage : une caméra, un capteur de température, un control d'accès, etc.

Cependant il existe également des « détournements d'usages » rendus possibles par la numérisation : une vitre servant d'écran, un éclairage LED permettant également de transmettre de la donnée, de la signalétique sur des dalles de sol, par exemple. Lorsque le numérique fusionne et s'harmonise avec l'ensemble de l'espace de travail on peut espérer une immersion beaucoup plus naturelle et stimulante des individus dans un environnement propice à l'exercice de leur métier.

### Comment y aller ?

Si l'environnement de travail s'enrichit régulièrement de nouveaux services et objets intelligents la question se pose alors de savoir comment procéder pour leur introduction dans l'entreprise et pour en faciliter l'adoption.

Les freins connus au début, vis-à-vis des solutions que nous avons qualifiées de communications unifiées ont peu à peu disparus mais ont pris une forme nouvelle. En effet, les services directement accessibles au plus grand nombre

dans le cloud que sont Dropbox, We-Transfert, Drive, Watsapps, Outlook, Slack...pour n'en citer que quelques-uns, ont naturellement enrichi les interactions entre les individus, et sont adoptés spontanément à titre privé mais aussi professionnel.

On estime aujourd'hui que 67 % des collaborateurs utilisent des outils de communication interpersonnelle et des solutions de collaboration non proposées par l'entreprise (source Lecko).

Cela facilite l'acculturation à ce type de services mais en revanche cela pose deux problèmes à l'entreprise. D'abord décider de la posture à adopter vis-à-vis de l'usage de ces services non maîtrisés par le service informatique. Fonction de la taille et de l'activité de l'entreprise, la décision de laisser faire ou non pourra être différente. Si la décision de bloquer ces services pour des motifs de sécurité et, ou de maîtrise des abonnements est prise, il faut bien sûr proposer dans le même temps des services « corporates » de travail collaboratif de même nature car il serait dommage de brider les possibilités d'échanges entre collaborateurs déjà acquises.

On aborde alors le deuxième problème qui est de savoir quels outils retenir et quel niveau d'intégration il faut envisager. Par ailleurs, il est plus difficile de faire adopter des outils que l'entreprise a choisis vis-à-vis de ceux que l'utilisateur à lui-même choisis et dont il a déjà appris le maniement.

C'est sans doute l'une des raisons qui explique la vitesse de pénétration des outils corporate relativement lente (environ 15 % par an) au regard des gains attendus et des espérances de leurs promoteurs.

Quoi qu'il en soit le concept de digital workplace est à la mode, on doit s'en réjouir, et nul doute qu'il prendra définitivement à l'avenir la forme de physical workplace avec le développement des objets et environnements de travail intelligents.

**BERNARD DUPRÉ,**  
Présidents de l'AFUTT (Association Française des Utilisateurs du Téléphone et des Télécoms) et de CRESTEL club officiel des responsables réseaux et télécoms en entreprise