



Rapport d'enquête préliminaire du sondage Infobésité

Symposium HEG, Journée du 16 novembre 2006

Mandantes : Marianne Aerni, Magali Dubosson

Sondeurs : Nuno Da Costa, Francesco Dal Sasso, Céline Froidevaux, Patricia Hugentobler, Ibrahim Korraha, Haben Medhin

Chefs de groupe : Matthias Studerus, Walid Taieb, Nicolas Wydler

Responsables du mandat : Joëlle Debély, Giuseppe Catenazzo

Responsables de projet : Emmanuel Fragnière, Jean Tuberosa

Auteurs du rapport : Joëlle Debély, Gaëtan Derache, Emmanuel Fragnière, Jean Tuberosa

Résumé

L'infobésité est-elle essentiellement une affaire de perception ?

La HEG a conduit une enquête auprès des personnes actives de la région genevoise pour en connaître un peu plus sur le sujet. Par un sondage auprès de 581 personnes, nous avons voulu répondre, entre autres, aux questions suivantes :

- Les nouveaux outils de communication sont-ils la cause d'une surabondance de l'information ?
- Quels sont les problèmes causés par une surcharge de l'information ?
- Les entreprises et administrations sont-elles en mesure de gérer efficacement le flux quotidien de l'information ?

Nous présenterons, dans ce cahier, en particulier des résultats relatifs à des thèmes très spécifiques tels que les sources d'informations et les outils de communication, l'utilité de l'information, l'éventuelle oppression provoquée par la surabondance d'information, l'infobésité en tant que problème de gestion, le temps consacré au courrier électronique ainsi que la redondance de l'information.

Table des matières

1.	Qu'est-ce l'infobésité ?	3
2.	Infobésité, un phénomène récent ?.....	4
3.	Présentation du LEM (Laboratoire d'Étude de Marché) de la HEG-Ge	5
4.	Axes de l'enquête « Infobésité »	5
5.	Synthèse des résultats	7
6.	Présentation des résultats détaillés.....	9
7.	Analyse en profondeur des résultats.....	17
8.	Conclusion	19
9.	Annexe : Questionnaire	20

1. Qu'est-ce l'infobésité ?

Piloter efficacement son entreprise nécessite une gestion performante de l'information. Être un gestionnaire « bien informé », c'est savoir prendre des décisions pertinentes, cohérentes et rapides. Toutefois, comment accéder à l'information utile, lorsque l'on sait, d'après les dernières statistiques, que :

- 20% du temps des cadres est consacré à la recherche de l'information nécessaire à l'accomplissement de leur travail. (InterDoc)
- 90% de la communication des organisations est faite électroniquement, mais que la grande partie de ce contenu n'est pas gérée. (InterDoc).

Au vu de ces constats, il est intéressant de se référer à la notion d'infobésité, qui exprime le trop plein d'information émanant des nouvelles technologies. Selon le Grand dictionnaire (www.granddictionnaire.com), le mot infobésité est répertorié depuis peu, 1995, dans le domaine informatique et en particulier la téléinformatique. Cependant, aucune définition n'est proposée. Toutefois, l'équivalent anglais « information overload » nous a permis de trouver sur le site Wikipedia (www.wikipedia.org) la définition suivante : « Information overload refers to the state of having too much information to make a decision or remain informed about a topic. This term is usually used in conjunction with various forms of computer-mediated communication such as electronic mail. Large amounts of currently available information, a high rate of new information being added, contradictions in available information, a low signal-to-noise ratio, and inefficient methods for comparing and processing different kinds of information can all contribute to this effect. This term was coined in 1970 by Alvin Toffler in his book *Future Shock*. A similar term « information pollution » appears to have been coined by Jakob Nielsen and more recently the term *interruption overload* has begun to appear in newspapers such as the Financial Times ».

Cette définition nous amène à nous poser un certain nombre de questions :

- Quel est l'état réel de la situation pour les entreprises et administrations ?
- Quels sont les problèmes causés par une surcharge de l'information ?
- Les nouveaux outils de communication sont-ils la cause d'une surabondance de l'information ?
- Les entreprises et administrations sont-elles en mesure de gérer efficacement le flux quotidien de l'information ?

Par un sondage auprès de 581 personnes, nous avons voulu répondre à ces diverses questions de recherche. Cette enquête a été réalisée dans le cadre du Symposium HEG du 16 novembre 2006. Lors de ce symposium, ce cahier de recherche sera distribué aux participant-e-s. De plus, nous allons poursuivre le traitement et l'exploitation de ces données dans l'objectif de publier un article de recherche dans une revue académique.

Dans les sections qui suivent, nous présentons des résultats relatifs à des thèmes très spécifiques tels que les sources d'informations et les outils de communication, l'utilité de l'information, l'éventuelle oppression provoquée par la surabondance d'information, l'infobésité en tant que problème de gestion, le temps consacré au courrier électronique ainsi que la redondance de l'information.

2. Infobésité, un phénomène récent ?

L'ère Internet a modifié fondamentalement notre manière de communiquer au sein des entreprises. Les messages électroniques s'échangent à « grande vitesse », sont nombreux, trop nombreux. C'est en tout cas ce que nous pensions avant de lancer notre enquête de sondage.

Toutefois, avant de présenter les constats principaux de notre étude, nous vous proposons de remonter le temps, plus précisément jusqu'en 1916. Le premier, et peut-être le plus grand penseur des organisations, Henri Fayol, donnait naissance à « Administration Industrielle et Générale ». Henri Fayol est en effet considéré comme le père des écoles de gestion d'entreprise.

Cet homme aurait aujourd'hui 165 ans. Il n'a donc pas connu la révolution des médias électroniques et pourtant... Et pourtant dans son ouvrage de 1916, il évoque déjà ce mal qu'est l'infobésité et prescrit un remède qui semble plus efficace et surtout plus actuel que tous les préceptes évoqués par les récents théoriciens du management.

Extraits :

Abus des communications écrites. Pour traiter une question d'affaires ou pour donner un ordre qui doit être complété par des explications, il est généralement plus simple et plus rapide d'opérer verbalement que par écrit. On sait d'ailleurs que des conflits ou des malentendus, qui pourraient se résoudre dans une conversation, s'enveniment souvent par correspondance. Il suit de là que, toutes les fois que c'est possible, les relations doivent être verbales. On y gagne en rapidité, en clarté et en harmonie.

Cependant, il arrive que dans certaines entreprises les agents de services voisins qui ont entre eux de nombreux rapports, ou même les agents d'un même service qui pourraient facilement se rencontrer, ne communiquent que par écrit. D'où surcroît de besogne, complications et lenteurs nuisibles à l'entreprise.

Il y a une manière de mettre un terme à ce régime détestable, c'est d'interdire toutes les communications écrites qui peuvent facilement et avantageusement être remplacées par les communications verbales.

Avant d'appliquer le remède proposé par Henri Fayol, voyons si la population active genevoise souffre d'infobésité...

3. Présentation du LEM (Laboratoire d'Étude de Marché) de la HEG-Ge

La Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE) a créé en son sein un « laboratoire d'études de marché » qui fait participer les étudiants¹ à différents projets de recherche. Parmi les mandats déjà réalisés ou en cours, citons « Perception du Paléo Festival par la population de l'arc lémanique », « Étude sur la perception des tarifs d'électricité à Genève » et « Étude sur l'intérêt et les attentes d'un master proposé par la HEG-Ge ». Pour le présent mandat, « Étude sur la perception de l'information au sein des entreprises² », une séance par semaine a été organisée depuis le 10 juillet au 18 septembre 2006 afin de coordonner les travaux.

Dans le cadre de leur apprentissage, les étudiants ont participé à toutes les phases d'une enquête de sondage, soit détermination des axes de l'enquête, élaboration du questionnaire, collecte, codage ainsi que traitement statistique des données, et finalement communication des résultats.

4. Axes de l'enquête « Infobésité »

L'objectif de ce sondage est d'identifier la perception de l'information au sein des entreprises publiques et privées. Cette étude a été mandatée par la direction de la HEG-Ge dans le cadre du Symposium HEG-Ge sur le thème de « l'infobésité, Comment maîtriser la surabondance d'information dans votre cadre professionnel » qui aura lieu le 16 novembre 2006 (lien internet <http://www.hesge.ch/heg/symposium/2006/welcome.asp>).

Dans le cadre de la phase exploratoire de l'enquête qui s'est déroulée durant le mois de juillet 2006, nous avons identifié et retenu, au travers d'entretiens approfondis sur une base d'échantillonnage restreinte, les axes d'enquête suivants :

- Classification de l'information : source d'information interne et externe, outils de communication utilisés sur la place de travail, etc.
- Valeur de l'information : utilité, pertinence des informations reçues, redondance de l'information, réception d'information ne concernant pas la personne, fiabilité de la source d'information, etc.
- Perception de l'information : oppression due au trop plein d'information, problèmes occasionnés par la surcharge d'information, gestion du flux d'information, etc.

Pour cette enquête, nous nous sommes davantage intéressés aux aspects de perception et aux attitudes des professionnels actifs et moins à des aspects objectifs ou comportementaux. Nous avons pu faire un parallèle avec l'enquête³ récemment menée par le Secrétariat à l'économie (Seco) auprès de 3000 PME qui identifie, notamment, la lourdeur des charges administratives.

¹ Dans ce document, le générique masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte.

² Le questionnaire du présent mandat se trouve en annexe.

³ « La paperasse fait perdre une semaine par an aux PME », Le Matin Bleu du mercredi 18 octobre 2006.

Sur cette base de nos 3 axes d'enquête, nous avons établi un questionnaire administré auprès de la population genevoise active professionnellement au sein d'entreprises publiques et privées. Le questionnaire est composé de 24 questions (23 fermées et 1 ouverte⁴). Le questionnaire a été distribué en face-à-face et via internet (questionnaire informatisé).

Notre échantillon se compose de 581 personnes interrogées (nombre de questionnaires utilisables) dont 60% d'hommes et 40% de femmes. 64% sont employés, 20% cadres, 10% cadres supérieurs et 6% indépendants. En ce qui concerne le taux d'occupation de notre échantillon, plus des $\frac{3}{4}$ sont à plein temps. 85% des personnes interrogées travaillent dans le secteur tertiaire. Parmi ces personnes-là, 27% travaillent dans l'administration publique et 14% dans le milieu bancaire, les autres pourcentages étant plus faiblement représentés.

Lors de l'analyse des résultats, nous avons utilisé, dans un premier temps, la méthode descriptive (comptage des résultats) et, dans un deuxième temps, nous avons procédé par analyses causales (tris croisés afin d'identifier des liens de cause à effet).

Si un point en particulier vous intéresse, nous nous tenons à votre entière disposition et sommes prêts à conduire des statistiques plus approfondies et à vous les procurer.

⁴ Voir annexe.

5. Synthèse des résultats

Nous présentons ici, une synthèse des résultats préliminaires et faisons référence au questionnaire mis en annexe.

▪ Sources d'information et outils de communication (Questions n° 1 et 3)

49.7% des sondés utilisent très souvent Internet comme source d'information, 31.8% l'utilisent souvent, 11.4% rarement et 5.9% jamais.

Les outils de communication les plus utilisés par les sondés sont **le courrier électronique (67.4%)** et le téléphone (50.3%). Le fax et le courrier, quant à eux, ont obtenu respectivement 12.1% et 15.7%.

▪ Informations suffisantes ? (Question n° 4)

La réponse la plus récurrente a été positive, « **souvent** » selon **61.6%** de nos interviewés. 23.1% affirment avoir très souvent une quantité valable d'informations, 14.1% disent avoir rarement à disposition les informations nécessaires.

▪ Informations utiles ? (Question n° 5)

Il est intéressant d'évaluer s'il existe une vraie gestion de l'information au sein des entreprises genevoises ou une surcharge, voire une « Infobésité » de l'information que les actifs reçoivent pendant leurs journées de travail. Dans ce cas-là, il y aurait une perte de ressources au sein des entreprises due au temps nécessaire à la recherche des informations utiles.

On peut constater que **plus de la moitié de notre échantillon perçoit recevoir de 10% à 40% d'informations inutiles**. 16.3% affirment recevoir entre 40% et 70% d'informations inutiles alors que ceux qui estiment en recevoir moins de 10% s'élèvent à 26.6%.

▪ Oppressé-e par la surabondance d'information ? (Question n° 7)

Il est intéressant d'analyser quel est le sentiment suscité par la surabondance de l'information influençant la sphère privée.

41.1% de la population affirment de ne pas se sentir opprimés, 28.9% affirment que la surcharge d'information est rarement oppressive et **24% qu'elle l'est souvent**.

▪ Infobésité = problème de gestion ? (Question n° 8)

Du point de vue de la gestion des entreprises, 32% des sondés affirment que la surcharge de l'information donne lieu à une perte de temps, 22% à une lourdeur administrative et 12% affirment que l'« Infobésité » est une cause de stress.

- **Temps consacré à l'email (Question n° 14)**

33.4% des sondés consacrent quotidiennement entre 30 minutes et 1 heure à la consultation de leur boîte e-mail, 30.1% moins de 30 minutes, 17% entre 1 et 2 heures, 6.8% entre 2 et 3 heures, alors que 5.9% y consacrent plus de 3 heures.

- **Même information plusieurs fois ? (Question n° 15)**

Plus de la moitié des personnes interrogées disent recevoir rarement la même information plusieurs fois (58.7%) et 8.4% jamais, alors que **25.4% reçoivent souvent la même information** et 6.4% très souvent.

- **Concerné-e par l'information reçue ? (Question n° 17)**

La majorité des sondés (62.9%) ne sont pas d'accord du tout ou plutôt pas d'accord sur le fait d'être la cible d'informations ne les concernant pas, alors que **32.3% des interrogés sont régulièrement affectés par des informations ne les concernant pas**.

- **Améliorations à apporter ? (Question n° 18)**

A la question ouverte sur une amélioration que l'entreprise pourrait apporter dans sa gestion de l'information, on peut regrouper les réponses selon 3 différents thèmes.

Thème 1 : la communication et la culture d'entreprise ;

Remarques / souhaits des personnes interrogées : « pas assez de communication, notamment orale – réunion de travail, séances d'information insuffisantes », « améliorer la communication interservices », « meilleure utilisation des médias de communication (journal d'entreprise) ou utilisation de nouveaux médias (skype) ».

Thème 2 : l'organisation et la hiérarchie ;

Remarques / souhaits des personnes interrogées : « centraliser les informations au niveau de l'entreprise et non de chaque département », « plus de clarté et de rapidité dans la transmission d'information », « directives de travail, définition des tâches et procédures pas assez précises », « diminution de la rétention d'information au sein de la hiérarchie ».

Thème 3 : concerne l'amélioration des outils informatiques ;

Remarques / souhaits des personnes interrogées : « mise en place ou amélioration de l'intranet, centralisation de l'information », « mettre en place des programmes anti-spam plus performants ».

6. Présentation des résultats détaillés

Dans cette section, nous reprenons précisément chacune des questions du sondage et nous vous livrons les résultats statistiques détaillés.

Question 1 : A quelle fréquence utilisez-vous ces diverses sources d'information dans le cadre de votre travail ?

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais	Je ne sais pas
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presse, journaux spécialisés, livres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV, radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Source d'information interne (base de données, intranet, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre [à préciser] _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nous présentons les résultats les plus significatifs par outil de communication.

Internet :

50% répondent utiliser Internet comme source d'information « très souvent » et 30% « souvent ». 11% n'utilisent le web que rarement et 6% ne font jamais recours à Internet.

Presse, journaux spécialisés, livres :

40% des interviewés affirment se servir « souvent » de cette catégorie de source d'information, 25% « rarement », 23% « très souvent » et 8% « jamais ».

TV, radio :

30% des sondés répondent « rarement », 30% n'utilisent jamais la TV et la radio comme source d'information pour le travail et 18% les utilisent souvent.

Sources d'information interne (base de données, Intranet, etc.) :

43% des sondés font très souvent référence aux moyens de communication interne, 28% « souvent », 15% rarement et 7% jamais.

Les outils de communication les plus fréquemment utilisés sont Internet et les sources d'information interne.

Question 2 : Comment évaluez-vous l'utilité des informations que vous recevez dans le cadre de votre travail et selon les sources ci-dessous ?

	Très utile	Utile	Plutôt inutile	Inutile	Je ne sais pas
Hiérarchie directe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procédures, cahier des charges	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Courrier électronique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Réunion de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre [à préciser] _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hiérarchie directe :

47% affirment que les informations reçues par la hiérarchie directe sont utiles et presque 40% très utiles. 8% les jugent plutôt inutiles et 3% les évaluent comme inutile.

Procédures, cahier des charges :

47% affirment que les informations reçues par les procédures et le cahier des charges sont utiles et 25% très utiles. 17% les jugent plutôt inutiles et 4% inutiles.

Courrier électronique :

45% des sondés jugent que les informations reçues par courrier électronique sont utiles et 40% très utiles. 10% répondent qu'elles sont plutôt inutiles.

Réunion de travail :

47% des interviewés déclarent que les informations reçues pendant les réunions de travail sont utiles et 28% très utiles. 17% affirment qu'elles sont plutôt inutiles.

Les informations reçues par la hiérarchie directe sont jugées très positivement dans leur utilité (87% utiles et très utiles), de même que pour le courrier électronique (85%).

Question 3 : Quel outil de communication utilisez-vous le plus sur le poste de travail ?

- Courrier électronique**
- Fax**
- Téléphone**
- Courrier**
- Autre**

Les outils de communication les plus utilisés par les sondés sont le courrier électronique (67.4%) et le téléphone (50.3%). Le fax et le courrier, quant à eux, ont obtenu respectivement 12.1% et 15.7%.

Question 4 : En général, les informations dont vous disposez dans le cadre de votre travail sont-elles suffisantes ?

- Très souvent**
- Souvent**
- Rarement**
- Jamais**
- Je ne sais pas**

61% des interviewés répondent « souvent » à cette question et 23% affirment recevoir très souvent les informations nécessaires à leur travail. Ainsi pour plus de 80% des sondés, les informations qu'ils disposent dans le cadre de leur travail semblent suffisantes.

Question 5 : Quelle est, selon vous, la part d'informations inutiles reçues ?

- Moins de 10%**
- Entre 10% et 40%**
- Entre 40% et 70%**
- Plus de 70%**

Un peu plus de la moitié des sondés (54%) affirment recevoir entre 10% et 40% d'informations inutiles. 26% jugent en recevoir moins de 10% et 16% estiment recevoir entre 40% et 70% d'informations inutiles.

1 personne sur 2 reçoit entre 10% et 40% d'informations inutiles. Cette part semble relativement élevée et on peut imaginer le temps et l'énergie consacrés au tri entre informations utiles et inutiles.

Question 6 : À quelle fréquence recevez-vous du courrier électronique qui ne vous concerne pas ?

- Très souvent**
- Souvent**
- Rarement**
- Jamais**
- Je ne sais pas**

45% des interviewés répondent « rarement » à cette question et 46% (27% souvent et 19% très souvent) jugent qu'ils reçoivent « souvent ou très souvent » du courrier électronique qui ne les concerne pas.

On se rend compte que pratiquement 1 personne sur 2 reçoit relativement souvent du courrier électronique ne la concernant pas. A nouveau, nous pouvons supposer une perte de temps et d'énergie à trier les informations concernant directement ou non la personne active.

Question 7 : Vous sentez-vous oppressé(e) par l'abondance d'informations ?

- Oui, tout le temps**
- Oui, souvent**
- Oui, mais rarement**
- Non**
- Je ne sais pas**

Un peu plus de 40% des interviewés ne se sentent pas oppressés par l'abondance d'informations et presque 30% affirment être rarement oppressés par l'abondance d'informations. 29% des sondés jugent que l'infobésité est « souvent ou tout le temps » oppressive (24% souvent, 5% tout le temps).

En résumé pour cette question, 70% ne se sentent pas vraiment oppressés par l'abondance d'information. Toutefois presque 30% le sont. Cela montre qu'une part significative de notre échantillon a le sentiment d'être touchée par ce phénomène. En comparant les résultats des questions 5 et 6 qui montrent que presque 50% de notre échantillonnage est concernée par une part relativement importante d'informations inutiles et par du courrier électronique ne les concernant pas, « seules » 30% des personnes sondées répondent être oppressées par l'abondance d'informations.

Question 8 : Quel(s) problème(s) la surcharge d'information occasionne-t-elle au sein de l'entreprise ?

- Elle n'occasionne aucun problème**
- Tensions entre collègues**
- Démotivation**
- Stress**
- Lourdeur administrative**
- Perte de temps**
- Lassitude**
- Autre**
- Je ne suis pas concerné(e) par la surcharge d'information**
- Je ne sais pas**

32% des interviewés disent que la surcharge d'information est une cause de perte de temps au sein des entreprises, alors que 22% affirment qu'elle provoque une lourdeur administrative. Un peu plus de 12% jugent que l'« infobésité » est une cause de stress. Pour 8% d'entre eux, la surcharge d'information provoque une « lassitude », alors que pour 6 autres %, elle ne leur occasionne aucun problème.

On remarque que le problème principal occasionné par une surcharge d'information est la perte de temps. En effet, trop d'information (peut-être inutile ou qui ne concerne pas directement la personne) entraîne une perte de temps pour la personne professionnellement active.

Question 9 : Selon vous, quel est le critère le plus important qui détermine la valeur d'une information ?

- Utilité**
- Bon ciblage**
- Fiabilité de la source**
- Pertinence**
- Aide à prendre une bonne décision**
- Autre**
- Je ne sais pas**

Presque 60% des sondés citent le critère « bon ciblage » pour déterminer en priorité la valeur d'une information, 56% la « fiabilité de la source », 45% la « pertinence », 45% « utilité » et 42% « aide à prendre une bonne décision ».

On retrouve l'idée que l'essentiel est d'envoyer les informations à la bonne personne (bon ciblage). Cela montre que si l'information a été envoyée à la bonne personne, il n'y a pas d'information inutile et ne concernant pas la personne qui la reçoit.

Question 10 : Combien de fois par jour consultez-vous votre courrier électronique ?

- Jamais, je n'utilise pas de courrier électronique**
- Moins de 1 fois par jour**
- Entre 1-3 fois par jour**
- Plus de 3 fois par jour**
- Boîte e-mail constamment ouverte**

Presque 60% des sondés ont leur boîte e-mail constamment ouverte. Un peu moins de 20% de l'échantillon affirment consulter leur boîte e-mail entre 1 à 3 fois par jour, 13% la consultent plus de 3 fois par jour, 7% moins de 1 fois par jour. 3% n'utilisent jamais le courrier électronique.

2 personnes sur 3 ont leur boîte e-mail constamment ouverte. Reste à savoir s'il est plus efficace de recevoir et consulter ses mails au fur et à mesure ou seulement à certains moments de la journée ; c'est une question personnelle et de perception.

Question 11 : Combien de temps passez-vous à la recherche des informations dont vous avez besoin ?

- Moins d'une heure**
- Entre 1 et 2 heures**
- Plus de 2 heures**

48% des sondés passent moins d'une heure dans la recherche dont il aurait besoin, 38% entre 1 et 2 heures et 14% disent qu'ils y consacrent plus de deux heures.

Presque 1 répondant sur 2 passe moins d'une heure par jour dans la recherche d'information. On peut se poser la question si 1 heure par jour, c'est-à-dire un huitième de la journée, consacrée à la recherche d'informations représente beaucoup ou peu de temps.

Question 12 : Comment évaluez-vous la transmission d'informations inter-départements au sein de votre entreprise ?

- Excellente**
- Bonne**
- Suffisante**
- Insuffisante**
- Inutilisable**
- Je ne sais pas**

35% des interviewés affirment que la transmission inter-départements est suffisante, 28% la jugent bonne, 7% excellente, alors que 25% estiment qu'elle est insuffisante.

Une majorité de l'échantillon semble satisfaite avec la transmission d'informations inter-départements au sein de leur entreprise.

Dans cette section, nous avons entrepris des analyses descriptives pour chacune des questions figurant dans le questionnaire. Nous avons, la plupart du temps, mis en avant les résultats les plus significatifs, cela pouvant justifier le fait que le total n'équivaut pas toujours à 100%. En cas d'intérêt pour les résultats complets, voir remarque au point 3 Introduction.

Question 13 : Pensez-vous que votre entreprise (ou votre service) gère d'une manière efficace le flux d'information quotidienne ?

- Oui**
- Non**
- Je ne sais pas**

A cette question, 50% des sondés répondent oui, 37% non et 13% ne savent pas. Ainsi, 1 sondé sur 2 semble satisfait de la manière dont les informations sont gérées dans son entreprise, tandis qu'un peu plus d'un tiers des répondants a le sentiment que l'information n'est pas gérée efficacement. On relève également un pourcentage assez élevé de répondants qui ne savent pas.

Si non, quelle(s) en est (sont) la (les) cause(s) ? [2 réponses possibles]

- Manque Communication**
- Organisation de l'entreprise**
- Mauvaise qualité des outils informatiques**
- Mauvais ciblage du destinataire**
- Rétention d'information**
- Culture d'entreprise**
- Manque d'intérêt**
- Autre**

Pour ceux qui ont répondu non, les raisons principales invoquées sont dans l'ordre d'importance : le manque de communication, la rétention de l'information et l'organisation de l'entreprise. La qualité des outils informatiques vient étonnement en dernière position. Nous pouvons ainsi conclure que la cause majeure de la mauvaise gestion de l'information est essentiellement liée à des aspects humains et non pas à des aspects technologiques.

Question 14 : Combien de temps passez-vous à consulter votre courrier électronique par jour ?

- Moins de 30 minutes**
- Entre 30 minutes et 1 heure**
- Entre 1 et 2 heures**
- Entre 2 et 3 heures**
- Plus de 3 heures**
- Je ne sais pas**

30% des sondés indiquent passer moins de 30 minutes à consulter leur courrier électronique. La majorité des sondés, 33%, répond entre 30 minutes et 1 heure. Pour 30%, c'est plus de 1 heure par jour (17% entre 1 et 2 heures ; 7% entre 2 et 3 heures ; 6% plus de 3 heures). Finalement, 7% ne savent pas. Ainsi, environ 2/3 des répondants passent moins d'une heure par jour à consulter leur courrier électronique. De même, environ 2/3 y consacrent plus de 30 minutes par jour.

Sur une journée de 8 heures, on constate que la consultation du courrier électronique consomme une partie non négligeable de la journée. Cela représente donc un coût significatif pour l'entreprise. On est en droit de se demander si ce temps passé en face d'un écran d'ordinateur apporte une réelle valeur ajoutée à l'entreprise.

Question 15 : Vous arrive-t-il de recevoir la même information plusieurs fois ?

- Très souvent**
- Souvent**
- Rarement**
- Jamais**
- Je ne sais pas**

32% des sondés (7% très souvent et 25% souvent) indiquent recevoir la même information plusieurs fois. Alors que 67% (59% rarement et 8% jamais) répondent par la négative. Seulement 1% des répondants ne savent pas. Ainsi environ 2/3 des sondés ne semblent pas être touchés par la redondance de l'information.

Ces réponses sont cohérentes avec celles obtenues plus haut aux questions concernant la part d'informations inutiles, mal ciblées et le sentiment d'oppression en découlant.

Question 16 : Pensez-vous passer trop de temps à trier les informations que vous recevez ?

Oui
Non
Je ne sais pas

33% des sondés répondent oui à cette question, tandis que 61% répondent non. 6% indiquent ne pas savoir.

Bien que deux personnes sur trois ne pensent pas consacrer trop de temps à trier les informations reçues, on ne doit pas négliger le sentiment de gaspillage de temps ressenti par 1/3 des sondés.

Question 17 : Vous êtes régulièrement la cible d'informations ne vous concernant pas (hors spam).

Tout à fait d'accord
Plutôt d'accord
Plutôt pas d'accord
Pas du tout d'accord
Je ne sais pas

33% (9% tout à fait d'accord et 24 % plutôt d'accord) des sondés répondent favorablement à cette affirmation. 62% (45% plutôt pas d'accord et 17% pas du tout d'accord) la rejettent. 5% ne savent pas.

La majorité, 2/3 des sondés, s'accorde donc à dire que l'information est proprement ciblée. On a toutefois 1/3 de interviewés qui admettent recevoir régulièrement de l'information qui ne les concerne pas ; résultats équivalents à ceux de la question précédente concernant les personnes ayant le sentiment de passer trop de temps à trier les informations.

7. Analyse en profondeur des résultats⁵

Dans cette section, nous avons mis en avant quelques relations préliminaires intéressantes trouvées entre différentes variables du questionnaire. Pour cela, nous avons effectué des exploitations des différences et des explorations de relations, liées essentiellement à la surabondance de l'information.

7.1 Quelques exploitations de différences entre classes

Nous avons voulu savoir si des différences de perception pouvaient être mises en évidence dans les réponses selon certains critères, notamment le sexe, l'âge, le profil professionnel et le taux d'activité.

- En ce qui concerne le sexe, d'une manière générale, nous avons constaté qu'il n'y a pas de grandes différences entre hommes et femmes dans les réponses. Toutefois, nous pouvons relever que les hommes consultent, dans une moindre mesure, plus fréquemment leur courrier électronique que les femmes. Cela nous amène à nous demander si cela est également lié à la position professionnelle occupée par les 2 sexes.
- Parmi les causes du trop plein d'information, une différence significative entre les hommes et les femmes peut être relevée. Les femmes ont tendance à dire que c'est une mauvaise organisation de l'entreprise qui provoque l'infobésité, alors que les hommes pensent que c'est une mauvaise qualité des outils informatiques qui semble porter préjudice à une gestion efficace du flux d'information quotidienne.
- Nous avons identifié certaines différences dans les réponses en fonction de l'année de naissance des répondants. Les personnes de notre échantillon âgées de moins de 31 ans (année naissance égale ou supérieure à 1975) utilisent, dans une moindre mesure, plus fréquemment Internet, alors que les répondants âgés de plus de 31 ans un peu plus fréquemment la presse/journaux spécialisés et la TV. Nous pouvons penser, sans prendre trop de risque, que la jeune génération a été habituée à utiliser les nouvelles technologies comme source d'information dans le cadre de son travail.
- En ce qui concerne le temps de consultation du courrier électronique, une légère différence intervient entre nos 2 groupes d'âge formés pour l'analyse. D'une manière générale, les personnes âgées de moins de 31 ans consacrent moins de temps à la consultation de leur boîte de courrier électronique que les personnes plus âgées. On peut alors se demander si cela est lié à la position professionnelle occupée, en supposant que les jeunes ont des positions inférieures et sont moins susceptibles de recevoir beaucoup d'information.

⁵ Des tests d'hypothèses vont être effectués par la suite afin de vérifier la significativité de ces résultats.

- Nous constatons une gradation de la perception de recevoir de l'information inutile en fonction du statut professionnel. Ainsi, les cadres supérieurs et personnes indépendantes indiquent en moyenne recevoir plus d'informations inutiles que les employés et cadres moyens. De même, les cadres moyens indiquent recevoir plus d'informations inutiles que les employés.

7.2 Quelques explorations des relations entre variables

Nous avons voulu savoir si des relations de cause à effet existent entre les différentes variables testées dans le questionnaire. Il s'agit ici d'être très prudent. En effet, étant donné que les variables sont définies sur des échelles qualitatives, ces relations ne sont pas mesurées par des corrélations, mais plutôt par des « intensités d'association ». Ces relations seront validées dans les prochains mois.

- Une première relation intéressante indique que les personnes utilisant le téléphone comme outil principal sur leur lieu de travail recourent moins au courrier électronique. Inversement, les personnes utilisant davantage le courrier électronique comme outil principal de communication emploient moins le téléphone. Il conviendrait donc d'étudier si cette relation est le fruit d'habitudes ; certaines personnes ont plus l'habitude ou le goût d'utiliser le téléphone pour communiquer, alors que d'autres ont plus l'habitude de communiquer avec le courrier électronique. Est-ce lié à des éléments de générations, de statut professionnel ?
- Nous avons découvert également une relation entre la part d'informations inutiles reçues et le sentiment d'oppression par rapport à l'abondance d'informations. Nous constatons en effet que plus les gens admettent recevoir une part d'information inutile importante et plus ils se sentent opprimés par l'abondance d'informations. Ce résultat semble en effet logique, et confirme ainsi que l'infobésité est un problème de société important. On peut ainsi se demander s'il ne serait pas pertinent de procéder à un tri au préalable des informations (en information utile et inutile) de manière à réduire le niveau de stress des employés. D'autant plus que notre sondage indique que les gens qui avouent passer trop de temps à trier les informations reçues pensent également recevoir trop d'informations inutiles.
- D'une façon générale, nous constatons que les personnes trouvant utiles le courrier électronique dans le cadre de leur travail utilisent également fréquemment Internet pour obtenir de l'information. Cela démontrerait que les personnes aguerries aux nouvelles technologies de l'information, les emploient aussi bien pour communiquer que pour chercher de l'information utile. Il serait intéressant ici de découvrir si ce phénomène provient de l'effet de génération, du statut professionnel ou d'un réflexe purement ergonomique.

8. Conclusion

L'information revêt une importance capitale - mais cruciale - pour piloter correctement une entreprise. Si l'on se réfère aux dires des psychologues, *l'information est ce qui fait la différence*. Pour le gestionnaire « bien informé », cela signifie la possibilité de prendre des décisions pertinentes, cohérentes et rapides. Toutefois, comment accéder à l'information utile ?

A l'heure actuelle, alors que les moyens de communication électroniques envahissent nos lieux de travail (l'Internet, le courriel, les vidéoconférences...), beaucoup de voix s'élèvent pour dénoncer les méfaits de cette évolution. Ce n'est pas pour rien, du reste, que la chasse aux spams a été lancée.

Notre sondage effectué auprès de 581 personnes traite certains aspects de cette problématique. En particulier, nous avons découvert que l'infobésité est un mal, même s'il ne concerne pas la majorité des gens. Nous constatons ainsi que toute une frange de la population active peut se sentir opprimée par cette surcharge d'information et également désarmée face à une information peu pertinente pour la conduite des affaires.

Il est clair que notre société a vécu, au cours de ces dernières années, l'arrivée « bouleversante » des nouvelles technologies de l'information, et qu'en conséquence les nouveaux modes de communication n'ont pas été complètement digérés. Toutefois, nos économies de service ont pu profiter grâce à cela de nombreux avantages, tels que rapidité d'échange de l'information, de recherche, de l'accessibilité et du stockage.

Nos résultats indiquent donc qu'il est important de gérer avec soin et efficacité les informations de l'entreprise en prenant en compte les aspects de perception de la valeur de l'information. C'est seulement ainsi que nos entreprises présenteront des avantages concurrentiels dans une économie dite de la « connaissance ».

9. Annexe : Questionnaire

Étude sur la perception de l'information au sein des entreprises

**Cette enquête est réalisée par la Haute École de Gestion de Genève mandatée
par la Haute École Spécialisée de Suisse Occidentale.**

La confidentialité et l'anonymat des données sont garantis.

1. A quelle fréquence utilisez-vous ces diverses sources d'information dans le cadre de votre travail? [1 réponse par ligne]

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais	Je ne sais pas
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presse, journaux spécialisés, livres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV, radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Source d'information interne (base de données, intranet, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre [à préciser] :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Comment évaluez-vous l'utilité des informations que vous recevez dans le cadre de votre travail et selon les sources ci-dessous? [1 réponse par ligne]

	Très utile	Utile	Plutôt inutile	Inutile	Je ne sais pas
Hiérarchie directe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procédures, cahier des charges	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Courrier électronique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Réunion de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre [à préciser] :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Quel outil de communication utilisez-vous le plus sur votre place de travail? [1 réponse possible]

- Courrier électronique
- Fax
- Téléphone
- Courrier
- Autre [à préciser] : _____

4. En général, les informations dont vous disposez dans le cadre de votre travail sont-elles suffisantes?

- Très souvent
- Souvent
- Rarement
- Jamais
- Je ne sais pas

5. Quelle est selon vous la part d'informations inutiles reçues?
- Moins de 10%
 - Entre 10% et 40%
 - Entre 40% et 70%
 - Plus de 70%
6. A quelle fréquence recevez-vous du courrier électronique ne vous concernant pas?
- Très souvent
 - Souvent
 - Rarement
 - Jamais
 - Je ne sais pas
7. Vous sentez-vous oppressé(e) par l'abondance d'informations?
- Oui, tout le temps
 - Oui, souvent
 - Oui, mais rarement
 - Non
 - Je ne sais pas
8. Quel(s) problème(s) la surcharge d'information occasionne-t-elle au sein de l'entreprise?
[2 réponses possibles]
- Elle n'occasionne aucun problème
 - Tensions entre collègues
 - Démotivation
 - Stress
 - Lourdeur administrative
 - Perte de temps
 - Lassitude
 - Autre [à préciser] _____
 - Je ne suis pas concerné(e) par la surcharge d'information
 - Je ne sais pas

9. Selon vous, quel est le critère le plus important qui détermine la valeur d'une information?
[1 réponse possible]

- Utilité
- Bon ciblage
- Fiabilité de la source
- Pertinence
- Aide à prendre une bonne décision
- Autre [à préciser] _____
- Je ne sais pas

10. Combien de fois par jour consultez-vous votre courrier électronique?

- Jamais, je n'utilise pas de courrier électronique
- Moins de 1 fois par jour
- Entre 1-3 fois par jour
- Plus de 3 fois par jour
- Boîte e-mail constamment ouverte

11. Combien de temps par jour passez-vous à rechercher des informations dont vous avez besoin?

- Moins d'une heure
- Entre 1 et 2 heures
- Plus de 2 heures

12. Comment évaluez-vous la transmission d'informations inter-départements au sein de votre entreprise?

- Excellente
- Bonne
- Suffisante
- Insuffisante
- Inutilisable
- Je ne sais pas

13. Pensez-vous que votre entreprise (ou votre service) gère d'une manière efficace le flux d'information quotidienne?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Si non, pour quelle(s) en est (sont) la (les) cause(s)? [2 réponses possibles]

- Manque communication
- Organisation de l'entreprise
- Mauvaise qualité des outils informatiques
- Mauvais ciblage du destinataire
- Rétention d'information
- Culture d'entreprise
- Manque d'intérêt
- Autre [à préciser] _____

14. Combien de temps passez-vous à consulter votre courrier électronique par jour?

- Moins de 30 minutes
- Entre 30 minutes et 1 heure
- Entre 1 et 2 heures
- Entre 2 et 3 heures
- Plus de 3 heures
- Je ne sais pas

15. Vous arrive-t-il de recevoir la même information plusieurs fois?

- Très souvent
- Souvent
- Rarement
- Jamais
- Je ne sais pas

16. Pensez-vous passer trop de temps à trier les informations que vous recevez?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

17. Vous êtes régulièrement la cible d'informations ne vous concernant pas (hors spam).

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord
- Je ne sais pas

18. Quelle amélioration votre entreprise pourrait-elle apporter dans sa gestion de l'information?

INFORMATIONS GENERALES

19. Sexe

- Femme
 Homme

20. Année de naissance : 19_____

21. Quel est votre profil professionnel actuel ?

- Employé(e)
 Cadre
 Cadre supérieur(e)
 Indépendant(e)

22. Quel est votre taux d'activité ?

- Plein temps
 Temps partiel

23. Quel est votre secteur d'activité ?

- Primaire
 Secondaire
 Tertiaire

Si tertiaire, dans quelle branche travaillez-vous ?

- Administration publique
 Assurance
 Banque
 Services financiers
 Publicité
 Médical
 Tourisme
 Organisations internationales
 Autre [à préciser] _____

24. L'information transmise dans le cadre de votre activité est d'une portée :

- Régionale
 Nationale
 Internationale

La Haute École de Gestion vous remercie pour votre participation.