



Département LUSI

Rapport étude M@rsouin 2006

MAC

**Processus d'appropriation du téléphone portable professionnel
chez les cadres supérieurs en France et aux États-Unis :
Points communs et différences dans l'adoption de ce nouvel outil
de travail**

Catherine LEJEALLE

Sous la direction du Professeur Annie Blandin

INTRODUCTION.....	4
A. Contexte et problématique.....	4
B. Méthodologie et présentation des résultats	6
II. LES POINTS COMMUNS DES PROCESSUS D'APPROPRIATION ENTRE LA FRANCE ET LES ÉTATS-UNIS.....	9
A. La personnalisation de l'espace de travail	9
B. Le choix du mobile et la gestion de l'abonnement.....	12
1. Le choix du mobile professionnel	12
2. La gestion du budget et de la facture.....	14
C. La personnalisation du mobile professionnel.....	17
1. Le fond d'écran du mobile.....	17
2. Le message d'accueil.....	18
3. La ou les sonneries personnalisées.....	20
4. L'annuaire et l'identification de l'appelant	22
5. Le code PIN	23
6. Conclusion de la partie.....	24
III. DIFFERENCES ENTRE LA FRANCE ET LES ÉTATS-UNIS DANS LES PROCESSUS D'APPROPRIATION.....	26
A. Les différences dans les usages.....	26
1. La part d'usages privés et professionnels.....	26
2. Le contenu des appels et leur durée.....	26
B. Les particularités culturelles	26
1. Le contexte américain.....	26
2. Le contexte de la Silicon Valley.....	29
C. Le contexte juridique et économique.....	32
1. Les contrats de travail.....	32
2. Le contexte temporel, années de crise.....	34
D. Le contexte structurel : l'organisation de l'espace et le marché	35
1. La configuration des bureaux.....	35
2. Les offres de téléphonie fixe et mobile.....	36
3. Les autres services du mobile et la pollution par le courriel	38
La gestion de l'emploi du temps.....	40
CONCLUSION.....	45
CONCLUSION.....	45

INTRODUCTION

A. Contexte et problématique

Le téléphone portable, désigné dans la suite par le mobile¹ en France et par le cell aux États-Unis est aujourd'hui adopté par tous et a pénétré toutes les PCS (profession et catégorie sociale) ou presque. Omniprésent, cet objet n'a pas manqué de modifier notre quotidien, permettant aux interlocuteurs géographiquement éloignés de s'affranchir virtuellement des limites spatiales et temporelles. Cette présence connectée avec un correspondant à distance se conjugue à une présence absente vis à vis des tiers. Elle demande alors des ajustements pour tenir compte de ces derniers, qui peuvent soit se trouver témoins d'une conversation, soit être contraints d'attendre la fin de l'appel pour reprendre l'activité collective interrompue. L'isolement des uns dans leur bulle intime répond à l'exclusion des autres. Autant dire que le mobile a radicalement transformé les modalités de l'être ensemble.

Offrant potentiellement la possibilité de créer des liens avec des inconnus à l'autre bout du monde, son usage ne doit pas pour autant menacer les liens existants avec les proches. Entre intimes, la connexion peut devenir permanente, en mode continu, comme une « présence connectée » (Licoppe, 2002²) et transformer le partage d'expérience. Ce mode connecté se caractérise par une succession d'appels ou de contacts, passés sous le coup de l'impulsion, qui mobilisent toutes les ressources de communication. Souvent à faible contenu informatif, ces appels ou interactions médiatisées (SMS, MMS...) comprennent une forte dimension phatique (Jakobson, 1963³) et permettent de transmettre une émotion quasi instantanément, notamment depuis que le mobile intègre un appareil photographique.

¹ seule cette appellation a été employée par l'enquêteur au cours des entretiens.

² Licoppe C., 2002, « Sociabilité et technologies de communication : deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communications », *Réseaux* n°112-113, p.173-210

³ Jakobson R., 1963, *Essais de linguistique générale. Tome 1 : les fondations du langage*, Paris, Minuit
4-C.Lejealle

Le mobile révolutionne ainsi tous les repères existants : présence malgré l'absence, abolition des distances et ubiquité, décloisonnement des frontières entre différentes identités. En effet, contrairement au téléphone fixe dont le numéro est associé à un lieu donné et qui peut être collectif (téléphone familial au domicile), les études montrent que le mobile est un objet individuel rarement partagé (Gournay 1997⁴, Gournay et Mercier 1997⁵, Guillaume 1994⁶, Roos 1994⁷). Porté avec soi, toujours disponible, il constitue un cordon ombilical qui relie l'utilisateur où qu'il soit, à son réseau individuel de sociabilité, zappant d'un appel à l'autre, entre plusieurs identités (intime, privée, professionnelle, associative). Usage des sonneries personnalisées (Licoppe, Guillot, 2006⁸), filtrage en fonction de l'identification de l'appel mais aussi recours au double appel, autant de fonctionnalités au service de l'utilisateur pour gérer le partage du temps et de l'espace. Les processus en place dans l'entreprise, les modes de communication entre proches et les normes d'usages dans les lieux publics évoluent avec l'arrivée de ce nouvel outil.

François de Singly (2001⁹) propose différentes solutions pour ménager les différents acteurs présents, notamment en faisant bon usage du répondeur et du mode vibreur. Il précise que le mobile crée différents espaces (professionnel, privé ou familial, intime ou soi-privé) dont le cloisonnement se fait en fonction des heures autorisées de réception et d'émission. La frontière est symbolique, matériellement invisible, gardée par le répondeur qui opère comme un filtre. Il explique :

« L'usage du filtre permet d'appréhender la manière dont la flexibilité identitaire est colorée positivement ou négativement. Décrocher devient révélateur d'une identité souhaitée, ne pas

⁴ Gournay C. de, 1997, « C'est personnel. La communication privée hors de ses murs », *Réseaux*, n° 82/83, mars-juin, p.21-40

⁵ Gournay C. de, Mercier P.-A., 1997, « Entre la vie privée et le travail : décloisonnement et nouveaux partages », Actes du premier colloque international sur les usages et services des télécommunications «Penser les usages », Arcachon, 27-29 mai, p.379-387

⁶ Guillaume M., 1994, « Le téléphone mobile », *Réseaux*, n° 65, p.27-34

⁷ Roos J.-P., 1994, « Sociologie du téléphone cellulaire : le modèle nordique », *Réseaux*, n° 65, p.35-44

⁸ Licoppe C., Guillot R., 2006, *Les usages des sonneries téléphoniques musicales comme symptôme et contribution à une recomposition de la civilité téléphonique*, Paris, ENST working paper

⁹ Singly F. de, 2001, *Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*, Paris, Nathan

décrocher signifie une identité repoussée. Le répondeur est un des marqueurs de la modernité en ce qu'il constitue la preuve que chacun n'est pas disponible à tous, tout le temps. L'individualisation - sorte d'intimité personnelle - ne s'élabore que dans de nouvelles limites qui donnent l'impression que le soi est maître, sinon du monde, du moins de son monde. La « mondialisation » repose sur une relative disparition des frontières, et sur l'invention d'autres formes de contrôle, plus personnalisées ».

Dans l'étude M@rsouin 2005, nous avons étudié les processus d'appropriation du mobile professionnel, au regard de l'autonomie et du contrôle puisque cet objet permet de fluidifier les repères spatiaux et temporels. En permettant de joindre n'importe qui à n'importe quel moment, l'usage du mobile professionnel modifie les frontières entre vie professionnelle et vie privée, favorisant a priori l'ingérence de l'employeur dans la sphère privée mais aussi l'irruption d'un appel privé sur le lieu et pendant le temps de travail. Nous avons conclu en montrant que dans les faits, cette dialectique de la liberté et de l'asservissement n'était pas la plus pertinente. En effet, les rares cas où le mobile professionnel posait problème se conjuguaient à un contexte conflictuel entre le salarié et l'employeur, où cet outil n'était qu'un stigmaté de plus qui cristallisait un état de tension.

Nous nous proposons dans la présente étude de comparer les processus d'appropriation du mobile professionnel chez les cadres, en France et aux États-Unis (Californie), en nous appuyant sur une enquête de terrain conduite en juin 2006 dans la Silicon Valley. Quels points communs et quelles différences peut-on observer entre ces deux pays ? Quelles normes d'usages peut-on observer et comment des outils à fonctionnalités comparables sont-ils adoptés différemment par des cadres évoluant dans des contextes économiques, politiques, juridiques, culturels différents ?

B.Méthodologie et présentation des résultats

Compte tenu de la problématique, la méthode qui nous a semblé la mieux adaptée consiste à reprendre celle de l'étude M@rsouin 2005, en France. Nous avons ainsi mené des entretiens compréhensifs qualitatifs individuels, en face à face. En effet, cette méthode permet d'éviter les entretiens basés sur du déclaratif, c'est à dire des théories souvent fort éloignées des pratiques réelles. Elle permet également de comprendre les motivations des acteurs et les raisons qui les poussent à agir en situation, face à des contraintes, en mobilisant des

ressources données. La corpus recueilli retrace des trajectoires, c'est à dire des parcours envisagés selon un axe dynamique et pas seulement statique, qui permettent d'observer les évolutions dans les façons de gérer cet objet. Nous optons donc pour un point de vue qualitatif. Tous enregistrés puis retranscrits, ils se sont déroulés dans différents lieux : domicile de l'enquêté, domicile de l'enquêteur, lieu de travail ou lieu public (café, restaurant).

Comme pour l'étude en France, le corpus recueilli comprend également un volet ethnographique, avec l'observation du lieu de travail (décoration du bureau), les vêtements ou le contenu de la mallette apportée au travail (nature des lectures apportées pour lire dans les transports). Le matériau est également enrichi de l'analyse des rares chartes d'utilisation du mobile professionnel qui sont disponibles.

Le choix de la catégorie socioprofessionnelle à étudier s'est porté comme en France, sur les cadres, ayant tous un mobile professionnel financé par leur employeur, âgés de 25 à 45 ans, de situation familiale, de formation et de secteurs d'activités différents. L'enquête couvre le secteur public et le privé ; des cadres nomades et des sédentaires. Cette population est particulièrement pertinente car elle a, le plus souvent, une grande souplesse d'horaires, de lieux de travail. Responsables de missions, ils jouissent d'une grande autonomie dans les moyens et méthodes à mettre en œuvre et peuvent, comparativement à d'autres PCS, organiser leur temps de travail. Par conséquent, définir un temps de travail précis et établir la frontière précise entre ce qui relève du travail s'avère parfois difficile. Un cadre qui lit à son domicile, la presse économique et se renseigne sur la concurrence dans son secteur contribue à accroître ses compétences, si bien qu'on peut assimiler ce temps à une activité professionnelle.

Cette population étant particulière, il faudra être prudent avant de généraliser nos résultats à d'autres PCS. A défaut de statuer en fréquence, nous pourrions néanmoins statuer en diversité. Une caractéristique majeure de cette population est que la différence entre les genres ne nous est pas apparue comme manifeste : ayant une formation scientifique commune, formatées de la même manière par leurs études, les femmes cadres semblent très attentives à se conduire comme leurs homologues masculins. La variable genre ne nous a donc pas paru aussi significative qu'elle aurait pu l'être en prenant d'autres populations ou sur d'autres sujets.

Nous décrivons les pratiques observées et l'éventuelle production de normes d'usages (Singly, 2001¹⁰). Nous aborderons dans une première partie les points communs dans les processus d'appropriation du mobile professionnel par les cadres français et américains puis dans une seconde partie, les différences qui perdurent entre ces deux pays. Enfin, en conclusion, nous proposerons des pistes d'explication des différences constatées.

¹⁰ Singly F. de, 2001, *Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*, Paris, Nathan « Le mobile ne produit pas de miracle, contrairement aux publicités. Des règles de bon usage se mettent en place pour trouver le partage du temps, qu'il ne soit pas vécu sous le mode de l'agression. Elles ne figurent dans aucune notice d'utilisation. La qualité des réglages ne dépend que des compétences des personnes concernées, mises au défi d'inventer, à chaque « progrès », de nouvelles manières de concilier l'indépendance et l'appartenance à une communauté».

II. LES POINTS COMMUNS DES PROCESSUS D'APPROPRIATION ENTRE LA FRANCE ET LES ÉTATS-UNIS

A. La personnalisation de l'espace de travail

La personnalisation des outils de travail ne date pas des NTIC. Historiquement, les artisans ont façonné leurs outils de travail, les faisant évoluer pour qu'ils leur facilitent au maximum la tâche. La personnalisation du mobile professionnel s'inscrit dans cette optique. Lors de l'enquête, la visite de quelques bureaux montre que l'appropriation d'un outil de travail n'est en effet pas une nouveauté. Quelle que soit sa taille, chacun le décore à sa façon, apportant une tasse à café, un poster, un vase ou une peluche qui identifie le bureau. Au cours de l'étude tant en France qu'en Californie, nous avons rencontré des décorations esthétiques (photos d'enfants ou de voyages), des accessoires de confort (cintre, tapis de sol) ou de convivialité (boîtes de chocolat ou spécialités régionales). Ces objets peuvent être collectifs et à partager (cafetière) ou individuels (mug ou tasse à café aux états-Unis).

Nous observons également beaucoup de dessins d'enfants dédiés par leurs auteurs avec une mention affectueuse qui souligne la sociabilité du salarié. « For my dad », « for a special mum », « to my dear friend Sue »... Un cadre français (Charles) a même affiché sur le peu de mur qui lui est dédié dans un open space très peuplé, des agrandissements de certains bulletins scolaires d'une de ses filles.

« J'ai mis un bulletin de 4^{ème} de ma fille. Je l'ai affiché parce qu'elle a « excellent » partout et « félicitations, félicitations » partout » (Charles, France).

La décoration du bureau ressort de la mise en scène de la vie quotidienne (Goffman, 1973¹¹). Il ne s'agit pas de n'importe quel bulletin ni de l'exhaustivité des bulletins mais de celui, unique, où sa progéniture a eu comme note « excellent » partout. Comme le fond d'écran de

¹¹ Goffman E., 1973 (trad. 1996), La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1. La présentation de soi, Paris, Minit et Goffman E., 1973 (trad. 1996), La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 2. Les relations en public, Paris, Minit
9-C.Lejealle

l'ordinateur, l'aménagement de l'espace de travail est longuement mûri. On puise dans la vie privée mais on expurge, on retouche.

Certains enquêtés sont confrontés à un dilemme, notamment lorsque l'employeur fournit à l'arrivée un kit d'accueil comprenant un cadre en verre, à poser sur le bureau. Le salarié est confronté au dilemme de faire comme tout le monde en mettant une photo, tout en se valorisant.

Dans la même optique, les politiques de Friday ou casual wear, invitant les salariés à s'habiller de façon décontractée le vendredi et les séminaires d'entreprise au vert, hors de l'enceinte de l'entreprise suscitent davantage d'interrogations que de liberté. Là encore, un jeans sans marque ne vaut pas un jeans Cerruti et finalement l'uniforme soulage en supprimant la prise de décision. Les interviewés indiquent que cette marge de liberté est en réalité une contrainte et qu'ils préfèrent devoir porter un vêtement adapté au cadre professionnel.

Une solution consiste à afficher des photographies en lien avec l'entreprise mais dans des contextes festifs. C'est le cas de Philippe et de Christine en France.

«J'ai mis la Guadeloupe. La plage des Salines. J'ai fait un séminaire là bas et c'est là que j'ai pris cette photo. J'ai un appareil numérique donc j'ai facilement pu numériser la photo et la mettre sur la mire d'accueil de mon Thinkpad (ordinateur portable) » (Philippe, France).

Christine a décoré son bureau avec des photos de groupes prises pendant les séminaires professionnels. « J'ai affiché des photos de groupe. Vous savez, les boîtes américaines organisent toujours des séminaires de travail au vert pour la cohésion des équipes. On y fait du sport en équipe, du karaoké le soir, bref des tas d'activités destinées à nous souder et à créer des souvenirs communs. Donc j'ai affiché les fameuses photos de groupes qu'on y prend et qu'on nous donne à la fin du séjour. Avec les trophées sportifs de mon département ». Christine a également sélectionné ces moments professionnels passés hors des locaux de l'entreprise, pour affirmer à quel point elle et ses collègues forment une grande famille, unie et solidaire, animée d'un même esprit d'équipe. Les photos professionnelles ne mettent jamais en scène les activités routinières, même si elles caractérisent la majeure partie du temps professionnel. Mais, celles-ci ne sont ni aussi ludiques, ni aussi festives que « la soirée Karaoké ou le séminaire au vert ».

On retrouve ceci en Californie avec Mike :

«J'ai affiché des photos de groupe, de moi avec les collègues. Vous savez, les boîtes américaines organisent toujours des séminaires de travail au vert pour la cohésion des équipes. On y fait du sport en équipe, du karaoké le soir, bref des tas d'activités destinées à nous souder et à créer des souvenirs communs. Donc j'ai affiché les fameuses photos de groupes qu'on y prend et qu'on nous donne à la fin du séjour. Avec les trophées sportifs de mon département ».

Le cadre choisit, plus ou moins consciemment, les meilleurs moments de la vie en communauté professionnelle. La routine du quotidien et la trivialité de la répétition des journées de travail ne sont jamais mises en scène. Il s'agit d'affirmer sa satisfaction au sein de la société et sa parfaite intégration. Plus les photographies sont nombreuses et anciennes, plus elles valorisent le cadre : elles témoignent de son profond attachement à l'entreprise, de la longévité de leur parcours commun et de la complicité qui s'est installée entre eux. A l'image des enseignes de commerçants qui affirment être « *boulangers de pères en fils depuis 1931* », elles contiennent implicitement un message valorisant et rassurant. Elles sont un gage de valeur du cadre. Elles impliquent une supériorité historique de ce cadre sur un nouvel embauché. La durée est particulièrement valorisante, comme nous l'avons vu, car elle inscrit leur relation dans le long terme.

Un dernier exemple est fourni par Peter, en Californie. Comme il télétravaille beaucoup, il s'est aménagé un bureau dédié, à son domicile. Il dispose également d'un bureau qui lui est attribué dans l'open space collectif, « l'officiel, un bureau de passage . Je n'y suis jamais, sauf quand je reçois collègues et clients. Je le laisse donc neutre, vide, sans références privées ». Dans le bureau au domicile, que personne ne visite, au contraire, il a « mis des photos perso, des gamins et de mon épouse. J'ai aussi mis des tableaux d'art moderne, achetés à un peintre. J'ai aussi des piles de CD de musique classique et une énorme plante verte ». En cours de journée, «je m'arrête souvent pour voir mes fils ». La proximité géographique de son appartement et de son bureau ne sont pas que symboliques. La première impression en entrant dans ce bureau au domicile, entièrement conçu et décoré par lui, est la personnalisation qui révèle beaucoup de sa vie privée. Mais comme il l'explique, il n'y reçoit presque jamais de collègues et jamais de clients. C'est « mon territoire».

Nous constatons que le cadre s'approprié plus ou moins l'espace de travail en décorant son bureau mais que ces objets relèvent d'une mise en scène flatteuse. Les bureaux au domicile montrent davantage la vie privée et des situations plus intimes. Nous observons que si le cadre a des enfants, il faut impérativement afficher des indices (photographies, dessins, bulletins...) de leur existence. Toute omission ou prélèvement incomplet (un enfant et pas l'autre) paraît suspect. S'il existe des photos de séminaires d'entreprise, le cadre les sélectionne fréquemment en priorité. Il veut par là réaffirmer son appartenance et son intégration à la société. Plus les photos sont anciennes et plus elles le valorisent. Les diplômes (comme celui du meilleur commercial ou du meilleur chef de département) sont apparentés à cette catégorie et également exhibés.

L'absence de décoration est également suspecte. Il vaut mieux trouver une référence personnelle assez neutre (photo d'un animal familier, d'une maison de vacances familiale...). Un paysage de vacances ou de région d'origine est idéal. Les références privées donnent l'impression d'ouverture à la sphère privée. En réalité, elles résultent d'une sélection parmi tout le réel disponible, très scrupuleusement expurgée, qui mette en valeur. Cette personnalisation est toujours très conformistes. Les salariés souhaitent montrer qu'ils sont également des parents accomplis, des sportifs victorieux ou encore des conjoints comblés. Ils veulent présenter d'autres dimensions de leur identité car il est toujours valorisant pour une entreprise d'employer (et d'avoir sélectionné à l'embauche) des gens complets, doués, équilibrés et pleins de talent. Ces cadres supérieurs cherchent à prouver à quel point leur tissu relationnel est riche, leurs connaissances culturelles et intellectuelles étendues. Ces cadres supérieurs figurent parmi ceux qui ne cloisonnent pas les activités et se vivent continuellement sur plusieurs registres ou identités.

B. Le choix du mobile et la gestion de l'abonnement

1. Le choix du mobile professionnel

Le mobile professionnel est un objet individuel qu'on ne partage pas, contrairement à une imprimante ou à une photocopieuse, il invite à se l'approprier sans faire référence à l'employeur. L'étude de terrain montre que la personnalisation du mobile professionnel s'inscrit en France et aux états-Unis dans une rupture par rapport aux autres outils de travail.

Alors que ceux-ci sont généralement homogènes pour tous les salariés, ou à défaut uniformes pour un poste donné (secrétaire, chargé de clientèle...), le choix du combiné et la personnalisation du mobile professionnel s'appuie exclusivement sur des références liées à la sphère privée. Contrairement à ce dont on l'accuse, par ces aspects, le mobile professionnel favorise l'irruption du privé dans la sphère professionnelle. Reprenons ces différents paramètres de personnalisation pour étayer cette affirmation.

La première étape concerne l'acquisition du mobile. La logique de rationalisation des achats a fait passer en quelques années, le budget téléphonie du département informatique au contrôle de gestion. Par conséquent, l'opérateur de téléphonie mobile est généralement imposé par les financiers qui optent pour la gestion de flotte avec mutualisation des forfaits et transfert des minutes d'un abonnement à l'autre. Les modes d'équipement se déclinent de facto selon deux cas de figure :

- Le salarié n'a aucun choix, les gestionnaires décident de tout
- Le salarié choisit toujours la marque et le modèle, parfois l'opérateur et parfois c'est l'employeur qui le choisit

La première politique d'équipement correspond à un choix centralisé, de l'opérateur, de la marque et du combiné. Un modèle unique, identique pour tous les salariés de l'entreprise ou un modèle par catégorie de salariés, évite toute polémique par comparaison des modèles. Dans le second cas, le salarié choisit la marque et le modèle de combiné et parfois l'opérateur. Comment s'opèrent ces choix ? Il est intéressant de constater qu'à une exception près, le cadre appréhende l'offre de téléphonie mobile exclusivement en fonction de ses attentes individuelles, privées et non professionnelles. La rare contrainte professionnelle rencontrée au cours des entretiens concerne l'éventuel besoin pour un cadre français de disposer d'un mobile tri-bande pour ses déplacements aux états-Unis. Cette unique mention d'un critère de choix professionnel est également le seul critère technique qui entre en ligne de compte. Les autres critères de ce concentré de haute technologie sont déterminés par des contraintes personnelles, sans rapport direct avec la technique. Lorsqu'il peut choisir son opérateur, le salarié compare la couverture des opérateurs, non pas pour joindre le bureau mais pour pouvoir emporter son mobile professionnel en vacances ou en week-end dans les zones rurales et rester relié aux proches. Ce critère encore primordial il y a deux ou trois ans tend à disparaître car la couverture des différents opérateurs est aujourd'hui comparable. Il n'en reste pas moins qu'il est éminemment privé.

Le choix du modèle ne déroge pas à la règle puisqu'il dépend essentiellement de l'aspect extérieur et pratique du combiné. Son look, son design doivent d'autant plus plaire que cet objet individuel contribue à la construction identitaire. Il constitue une vitrine qui en dit long sur son porteur. Il existe la même distance entre deux modèles qu'entre un Opinel et un Laguiole. La dimension utilitaire s'estompe au profit des dimensions esthétique, statutaire et identitaire. Son apparence doit également satisfaire des critères de taille et de poids. Compact, peu encombrant, il ne doit ni être lourd, ni déformer la poche de la chemise, sans pour autant être miniaturisé à l'excès. Porté sur soi ou avec soi, dans le sac à main ou à la ceinture, il constitue une seconde peau, un prolongement de soi. Ergonomie, facilité d'utilisation, grande autonomie de batterie, sont des caractéristiques indispensables et toujours exigées mais dont la définition dépend d'un utilisateur à l'autre. Par conséquent le choix de cet outil de travail dépend de critères d'ordre privé, individuels éminemment subjectifs (aspect extérieur, taille des doigts, problèmes de vue de l'utilisateur).

2. La gestion du budget et de la facture

Si le choix du mobile professionnel se fait sur des critères personnels et intimes, la gestion de la facture permet dans certains cas, le mouvement inverse. En effet, si la plupart des cadres disposent d'un forfait directement payé par l'entreprise, d'autres doivent la gérer eux-mêmes et financer une partie de cet outil de travail. Parmi ces cadres dont l'abonnement est géré en central, beaucoup en France et aux états-Unis n'ont pas eu de remarques sur d'éventuels dépassements. C'est le cas d'Albane en France et de Pamela en Californie.

« J'ai un forfait de 2 ou 3 heures. Je ne sais pas bien mais je ne le dépasse jamais. Je ne le finis même pas (rires). En tous cas, je n'ai jamais eu de remarques, mais je ne sais même pas si ils contrôlent. Du moment qu'il n'y a pas d'excès ». (Albane, France)

« Moi, je le prends comme un outil. Je ne suis vraiment pas une fana du portable. C'est un outil pratique mais qui doit rester un outil. Je ne sais pas combien je consomme mais c'est sans doute très peu ». (Pamela, états-Unis)

Sans qu'on lui fasse de remarques et même si cela ne les impacte pas financièrement, Fiona et Charles en France, font le maximum pour réduire cette facture en orientant les appels vers le fixe ou en attendant qu'on les rappelle.

« Oui, je connais ma facture, parce que je la demande. Je la reçois, parce que je la demande. Parfois, je dois même réclamer deux fois. J'aime bien savoir combien cela coûte. Personne ne vient me demander des comptes et des justificatifs mais moi, j'aime savoir combien je dépense, en tant que gestionnaire de mon département. J'aime avoir une vision des coûts, même s'ils sont justifiés et que je ne passe pas d'appels inutiles. C'est vraiment par souci de bonne gestion et pas, parce que je crains qu'on me fasse une remarque ».(Fiona, France)

« Je ne rappelle qu'exceptionnellement de mon portable. J'attend d'être à côté d'un téléphone fixe. J'optimise toujours la gestion des téléphones mobiles. C'est devenu un réflexe. Également pour faire économiser de l'argent à mes interlocuteurs et pas seulement le mien ou celui d'I. Si je reçois un appel professionnel dans la journée et que je suis proche d'un téléphone fixe, parce que je suis à l'intérieur des locaux d'I par exemple, je vais lire le numéro, le donne à mon interlocuteur et je lui demande de me rappeler sur ce numéro ».
(Charles, France)

Ainsi, tant en France qu'aux états-Unis, nous n'observons pas de tentation d'abuser sciemment.

En revanche, pour ceux qui doivent participer à la gestion du forfait, la situation fait potentiellement parfois peur. L'habitude de payer pour d'éventuels appels personnels passés en excès n'a pas été prise avec le filaire, si bien qu'avec le mobile, l'avertissement ne va pas non plus jusqu'à la sanction. Le paiement sur ses deniers propres d'éventuels excès semble plus une crainte récurrente en théorie qu'une pratique réelle. Mais nous avons à plusieurs reprises observés des salariés dont l'employeur émet des réserves sur les dépassements et le contraint à limiter sa consommation.

D'autres, comme Thiebault en France oriente les appels vers le fixe.

« J'évite vraiment de l'utiliser pour appeler les clients puisque c'est moi qui paie les factures. Je dois donner le numéro mais j'essaie de rappeler du fixe » (Thiebault, France).

Un constructeur informatique majeur chez lequel nous avons enquêté, a entrepris d'afficher chaque mois, le classement des plus gros consommateurs de téléphone fixe pour conduire les bavards à s'autoréguler. Mais les acteurs ont très vite trouvé une parade à ce contrôle, en appelant depuis des bureaux vides, si bien que ce sont ces postes non attribués nominativement qui figuraient ensuite dans la liste stigmatisée. Pour le mobile, comme d'autres employés, ce salarié a opté pour le pot commun, demandant aux cadres de partager un quota d'unités, espérant que les faibles consommations des uns compenseront les excès des autres. On constate en effet une auto régulation au sein du groupe par la sanction commune où chacun endosse pour le collègue le rôle de régulateur sanctionneur. Le contrôle social semble un standard assez répandu qui reporte sur la collectivité des cadres la charge de la gestion d'un budget opérationnel.

D'autres entreprises délèguent entièrement la gestion de l'abonnement individuel du mobile professionnel à leurs cadres et leur confient le choix de l'opérateur, du modèle et du forfait. Ils doivent uniquement communiquer un numéro de mobile où on peut les joindre, charge à eux de s'acquitter correctement de leur mission en se servant d'un mobile lorsque cela leur semble nécessaire. Si elle leur laisse le choix des moyens, la société exige en revanche une obligation de résultats. On constate en pratique que cette liberté est parfois problématique lorsque les contraintes du poste ne permettent pas de rentrer dans l'enveloppe budgétaire allouée. Ainsi une jeune enquêtée qui doit régulièrement être en contact avec les états Unis, est amenée, compte tenu du décalage horaire à avoir des conférences téléphoniques entre 20h et 22h30. Habitant à une heure trente de son lieu de travail, elle prend un RER qu'elle juge peu sécurisant tard le soir. Aussi préfère-t-elle rentrer chez elle et passer ces appels professionnels depuis son domicile.

Trop loin d'une antenne GSM, sans couverture réseau à son domicile, elle ne peut pas y utiliser son mobile. La question de la facturation se poserait de toutes façons car elle ferait exploser son forfait. Elle s'est donc résolue à donner son numéro de téléphone fixe de domicile et à demander à son client de l'appeler. Cette pratique est triplement révolutionnaire : d'une part, l'entreprise délègue au cadre le choix et la gestion financière d'un outil de travail ; d'autre part, l'enveloppe forfaitaire ne permettant pas de remplir sa mission correctement, le salarié est contraint de mettre à disposition de l'entreprise des outils privés, mobilisant des ressources de la sphère familiale et enfin, il doit demander à son client de prendre en charge les coûts d'appel. Cet exemple illustre comment l'entreprise se défause

parfois sur le salarié d'une partie de ses obligations, incitant le cadre à être imaginatif. Il met en œuvre des stratégies et des tactiques, conscientes (Crozier et Friedberg, 1977¹²) ou inconscientes, pour répondre avec les ressources dont il dispose, aux contraintes de sa mission.

C. La personnalisation du mobile professionnel

1. Le fond d'écran du mobile

L'étape de choix du réseau, du combiné et du forfait franchise, les utilisateurs abordent alors l'étape de personnalisation de l'outil. Nous constatons lors de l'étude de terrain que celles-ci se font exclusivement sur des références d'ordre privé et intime. L'observation des fonds d'écran des mobiles professionnels révèle que la plupart des cadres le personnalisent, sélectionnant un fond disponible en standard, téléchargeant un fond payant, ou prenant une photo, lorsque cette fonctionnalité existe sur le combiné. Etonnez-vous de ne pas y voir une vitrine de l'entreprise mais une référence personnelle du salarié. Nul logo de la société, mais les photos des enfants ou de lieux que le cadre a visités et qui lui évoquent des souvenirs, des émotions et des sensations. Ces images ou photos lui apportent du réconfort, notamment dans les univers froids et inhospitaliers que sont les transports en commun, la rue ou les salles d'attente. A chaque fois qu'il allume ou utilise son mobile, le cadre se remémore le contexte de la photo, pense à une personne proche ou à un événement de sa vie privée, en rapport avec le fond d'écran. Nous avons observé lors de notre enquête, des photos d'équipes sportives à l'emblème d'une région en passant par des private joke que lui seul sait décoder. Cet outil de travail est avant tout un outil relationnel et social qui permet de tisser et d'entretenir des liens forts avec les proches.

Les fonds d'écran d'ordinateur ne répondent pas à cette logique car ils sont vus de tous, notamment en open space. Ceux-ci font l'objet d'une mise en scène de soi. Choisi avec soin, le fond d'écran d'ordinateur doit être original, plaire à l'utilisateur mais surtout le caractériser en le mettant en valeur. On pourra retrouver des thèmes similaires à ceux du fond d'écran de mobile mais avec des angles de vue radicalement différents. La photo sera expurgée de ce qui est trop familier. Retouchée, elle doit servir de tremplin professionnel en apportant un éclairage complémentaire sur le cadre. Elle le montre dans des activités sociales extra

¹² Crozier M., Friedberg E., 1977, *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Paris, Seuil
17-C.Lejealle

professionnelles, qui soulignent sa sociabilité, sa culture et son ouverture d'esprit. La photo dévoilera des aspects utiles à la promotion du salarié. Parmi les cas observés sur le terrain, nous avons vu des photos du salarié en voyage avec ses proches qui le montre faisant « un trek au Népal à Noël (Albane, France) ou au ski à Aspen (Mike, États-Unis) et jamais lézardant passivement dans un transat. Ce même cadre omet de dire que parfois, il regarde aussi des émissions de télé-réalité et insiste davantage dans la représentation publique qu'il donne de lui, sur « la dernière exposition au Grand Palais » (Fiona, France). En effet, nous avons noté que les salariés exposent ostensiblement des reproductions « de tableaux d'art moderne » (Marc) comme fond d'écran.

Sur un fond d'écran de mobile, au contraire, nous apercevons le cadre en tongs portant son tee shirt préféré « des Pink Floyds » (Philippe, France) ou dans sa piscine en maillot de bas avec son ami (Mike, États-Unis). Il y a fort à parier que le fond d'écran de l'ordinateur ressemblera davantage aux anciennes photos que l'on faisait lorsqu'on se déplaçait chez le photographe dans la tenue du dimanche ou prises chez soi, dans un intérieur momentanément clinique et d'une neutralité digne d'un catalogue de meubles. On gomme, on retouche, tout en puisant dans ce qui le distingue de son collègue. Les deux fonds d'écran ne visent pas le même finalité : celui du mobile est réservé à un usage individuel pour le cadre utilisateur et doit apporter de la chaleur et du plaisir ; celui de l'ordinateur est à usage public, ostentatoire, servant de faire valoir devant les collègues et les clients.

2. Le message d'accueil

L'étude des personnalisations des messages d'accueil du mobile professionnel indique qu'elles se déclinent selon trois possibilités :

- le cadre laisse le message par défaut « vous avez appelé le 06XX, merci de laisser votre message après le bip sonore »
- il indique son nom et son prénom et invite à contacter le secrétariat ou son téléphone fixe de bureau
- il mentionne son nom et son prénom

Il est étonnant qu'aucune référence à la société, pas même son nom, aucun énoncé de la fonction du cadre ni du département pour lequel il travaille ne soient apparues. Citons le cas de Fiona ou de Marjolaine en France

« Écoutons ce que j'ai mis. « vous êtes sur le répondeur de Fiona N. Merci de me laisser un message et je vous rappellerai ». Aucune référence à mon employeur. Je considère qu'ils appellent une personne, pas une société. Même un client ou un fournisseur. C'est la fonction que je représente qui les intéresse. L'interlocuteur en charge de tel ou tel dossier et pas la société. A la limite, on ferait appel à un prestataire extérieur pour me remplacer, ce serait pareil. C'est un poste, une fonction, une personne » (Fiona, France).

« Il ne fait pas référence à la société. Mais j'estime que celui qui connaît mon numéro de portable cherche à me joindre moi spécifiquement plutôt que la société elle-même, sinon il aurait composé le numéro du standard, un numéro de téléphone fixe qui lui coûte en plus beaucoup moins cher. Et pour la langue, comme je ne travaille qu'avec des Français, cela n'est pas nécessaire qu'ils se farcissent tout le message en anglais et en français. C'est déjà assez pénible de devoir écouter des répondeurs qui durent des heures, pour ne pas prolonger le calvaire inutilement. On a une amie qui a mis un beau morceau de musique classique sur son répondeur de maison, mais c'est assez pénible de devoir écouter tout le morceau pour pouvoir laisser un petit message du genre « es-tu libre vendredi soir pour venir dîner chez nous ? ». Même si son choix musical est superbe. Moi je préfère aller au plus rapide, au plus efficace. » (Marjolaine, France)

L'usage du mobile professionnel généralement mixte, professionnelle et privé, justifie ce choix délibéré des acteurs. Le message d'accueil doit s'adresser aussi bien aux clients qu'à la crèche de l'enfant ou qu'à son banquier. Il se veut neutre, aseptisé, sérieux mais pas austère. On a gommé les références professionnelles pour laisser la sphère privée s'immiscer, si bien qu'on ne met pas à profit ce contact auditif pour promouvoir l'entreprise, bien qu'elle soit propriétaire de cet outil de travail dont elle règle les factures.

La comparaison avec les messages sur les téléphones filaires est édifiante car eux se réfèrent généralement à l'entreprise. En effet, tant les contraintes techniques au niveau de l'autocommutateur que les consignes internes d'homogénéité de charte d'usage de la téléphonie formatent les messages d'accueil avec le même fond musical et un texte identique. Chez un opérateur de téléphonie majeur, nous avons constaté que les messages sur les téléphones fixes sont enregistrés par la même voix féminine : « La personne au poste XXXX est absente pour le moment, veuillez laisser votre message après le bip ». On n'entend ni le

nom ni la voix du salarié, désigné par le terme asexué de « personne ». C'est le niveau le plus désincarné, très froid. De plus, les numéros de poste sont attribués par entité (ventes, production, marketing...) puis au sein d'une entité, par ordre alphabétique. Pas de doute, avec le filaire, on est bien dans l'univers professionnel.

Le paramétrage du filaire s'inscrit dans l'historique des outils de travail : uniformité, conformisme à l'image des badges, des chartes graphiques, des vêtements du personnel à l'accueil. La révolution du mobile n'est pas encore passée par là. Alors qu'une vigilance accrue se focalise sur l'accueil fait par les standards téléphoniques, aucune emphase n'est portée sur les messages d'accueil des mobiles professionnels. La presse économique publie régulièrement le classement comparatif de la qualité des accueils téléphonique. Gagner cinq places constitue même une grosse part de salaire variable pour un contrôleur de gestion interrogé lors de l'enquête. Les campagnes en interne rappellent que chacun est l'ambassadeur de l'entreprise et que tout peut servir de facteur clé de différenciation face aux concurrents. Certaines entreprises dépensent même des sommes importantes pour concevoir une identité sonore olfactive qui est distillée comme musique d'attente lorsqu'on appelle un poste filaire ou le standard. Curieusement, les messages d'accueil sur les mobiles ne sont pas mis à profit comme support publicitaire de l'entreprise. Ce gisement permettant de véhiculer l'image de l'entreprise encore inexploité à ce jour. En l'absence de chartes d'utilisation du mobile, chacun bricole (De Certeau, 1980¹³) en tenant compte, par défaut, prioritairement de son usage privé.

3. La ou les sonneries personnalisées

La sonnerie apparaît comme une signature sonore qui en dit long sur son utilisateur. La personnalisation de ce paramètre participe également de la construction identitaire. Le choix est complexe car il soumet l'acteur à une double contrainte. La sonnerie doit en effet correspondre à ce qu'on attend de l'outil de travail d'un cadre supérieur. Cela veut dire qu'elle doit être sérieuse, tout en étant reconnaissable facilement dans un open space où vingt sonneries peuvent potentiellement retentir. Les cadres interrogés font spontanément une comparaison forte en évoquant une mère qui reconnaît les pleurs de son bébé parmi cent. Cette référence symbolise la charge affective qui est investie dans cet outil de travail.

¹³ Certeau M. de, 1980, *L'invention du quotidien, Tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard et Certeau M. de, 1980, *L'invention du quotidien, Tome 2 : Habiter, cuisiner*, Paris, Gallimard
20-C.Lejealle

Contrairement à ce qu'il est possible de faire avec un mobile exclusivement privé, l'élan initial et la liberté individuelle plient devant la pression du conformisme social. Ils citent avec regret les choix qu'ils n'ont pas osés faire : impossible de mettre Inspecteur gadget ou Sex bomb sur un mobile professionnel lorsqu'on est cadre. Pour trouver une sonnerie acceptable, certains déroulent les sonneries sélectionnées par le constructeur et choisissent celle qui leur convient le mieux. Un compromis satisfaisant qui joint le sérieux à l'original consiste à composer soi-même l'air en pianotant sur les touches ou à télécharger un titre qui contient un clin d'œil et qui souligne l'humour et la finesse d'esprit de son utilisateur. Pas étonnant que le très disco « Ring my bell » (Philippe, France) ou la sonnerie du vieux téléphone S64 gris à cadran (Charles, France) apparaissent sur le terrain et dans les statistiques comme les sonneries les plus téléchargées. Ces choix répondent à la comédie des apparences et à la théâtralisation de l'identité professionnelle. Dévoilant un pan soigneusement choisi de leur imagination tout en gardant le masque, ces choix correspondent à l'image que le cadre veut donner de lui, arbitrant entre son désir d'individualisation et les attentes de l'environnement professionnel. Le souci principal consiste à ne pas se démarquer négativement. Le choix se fait par élimination, contrairement au choix du code PIN et du fond d'écran du mobile qui eux ne sont visibles que par le cadre utilisateur du combiné et peuvent être plus intimes.

Certains cadres comme Marc, Philippe et Sabine en France ; Jennifer, Peter et Jukio aux États-Unis profitent de leur expertise technologique pour sélectionner une sonnerie spécifique pour certains interlocuteurs, afin de reconnaître leurs appels. Ils pourront ainsi les traiter différemment, se déplaçant pour répondre dans des salles de réunion vides pour bénéficier de plus de discrétion que dans les open space et les couloirs. Ayant reconnu l'appelant, ils peuvent aussi filtrer et rappeler plus tard, lorsque les conditions pour conduire une conversation privée et intime seront réunies. Est-il besoin de le spécifier, les interlocuteurs qui ont droit à une sonnerie personnalisée et exclusive sont des proches (conjoint, enfants adolescents, tiers significatif lié à une activité associative particulière) ? Le cadre a prélevé quelques interlocuteurs privilégiés de sa sphère privée, corroborant l'usage privé et l'intrusion de paramètres privés dans cet outil de travail.

« Comme j'ai différents modes de réception sur le Nokia, j'ai pu choisir différentes sonneries. C'est une fonctionnalité que n'offre aujourd'hui que le Nokia mais qui est très utile. Je sélectionne les différents modes dans les menus locaux ou sur le micro, directement avec le

programme livré avec le Nokia. J'ajoute un mode, j'en modifie un autre. C'est très convivial et ergonomique. J'ai donc différentes sonneries en fonction des gens qui m'appellent. Je ne le fais d'ailleurs sonner que pour certaines personnes ». (Marc, France)

« Je reconnais qui appelle. J'ai programmé les numéros et c'est « nounou » ou « P » qui s'affiche soit je reconnais. » (Jennifer, États-Unis)

Ainsi, en matière de sonnerie personnalisée pour reconnaître qui appelle, les cadres privilégient les interlocuteurs d'ordre privés. Même si quantitativement, ils n'utilisent pas souvent l'outil de travail à des fins personnelles, la personnalisation concerne aussi la sphère privée.

4. L'annuaire et l'identification de l'appelant

Nous venons de voir l'usage de sonneries spécifiques à certains tiers privilégiés. Ceci nous conduit à étudier le contenu de l'annuaire qui permet aussi l'usage de la fonctionnalité « identification de l'appelant ». Ils révèlent qu'à l'exception du supérieur hiérarchique direct, la quasi totalité des contacts entrés appartiennent au registre privé. Famille, amis et numéros utiles liés à la sphère privée (crèche, serrurier, plombier, clubs de sport et de loisirs, mairie, police, fourrière, taxis, renseignements...) constituent un noyau permanent autour duquel gravitent des numéros que l'on entre temporairement : clients, collègues et partenaires d'affaires pour les projets en cours. Le seul cas observé où la part de contacts professionnels dépasse celle des contacts personnels est celui où le département informatique a décidé de charger tout l'annuaire de la société dans le combiné, ce qui ne correspond à aucune volonté délibérée du cadre.

« J'ai rentré une cinquantaine de noms dans l'annuaire. Dans un ordre logique : d'abord ceux qui sont le plus susceptibles de me laisser un message, pour des raisons d'organisation, la maison, le boulot. Le cercle concentrique dans l'ordre décroissant. » (Albane, France)

Si l'on distingue l'annuaire du combiné proprement dit de celui de la carte SIM, ce clivage privé-professionnel est encore plus radical. Généralement limitée à dix numéros, non effaçables, la carte SIM correspond aux dix interlocuteurs les plus fréquents. Ces dix contacts gravés dans le marbre appartiennent tous exclusivement à la sphère privée. L'allocation

permanente de cette ressource rare qu'est l'emplacement mémoire sur la carte SIM montre que les liens forts, que l'on ne remet pas en cause sont d'ordre privé.

5. Le code PIN

Le code PIN constitue un autre révélateur de la pénétration de la vie privée dans le poste de travail. Souvent incités pour des raisons de sécurité à changer le code PIN mis en standard par l'équipe technique, les cadres interrogés piochent tous dans des références personnelles. Même ceux qui revendiquent systématiquement le souci de cloisonner les deux univers ne dérogent pas à la règle. Nous avons observé des dates de naissance (la leur, celle du conjoint ou de leurs enfants), l'année de leur mariage, une partie d'un ancien numéro de carte bancaire ou d'un ancien numéro de téléphone filaire du domicile font généralement l'affaire. Le code PIN du mobile professionnel est choisi exclusivement parmi les références personnelles, même si pour des raisons de sécurité, l'employeur peut demander à le connaître.

« Oui, j'ai mis ma date de naissance. C'est stupide, je sais. Tout le monde fait cela... Je prends des risques, parce que c'est cette date que les voleurs essaient tout de suite. Mais ça m'a paru simple. Déjà que j'ai fait l'effort de le changer. Très sincèrement (rires) je crois que la combinaison ésotérique que vous avait assigné l'opérateur était plus sûre... mais plus difficile à retenir. Ceci dit, non, rassurez vous, il n'y a pas tant de gens qui mettent leur date d'anniversaire. » (Nicolas, France)

« Oui j'ai mis le mien. Une référence perso. Quelque chose de confidentiel et de privé. J'ai plein de numéros que j'utilise de temps en temps. Quand on me demande d'entrer un code confidentiel. Au lieu de prendre 1234 ou 1111, j'utilise ces numéros que j'ai en tête. Des numéros de téléphone que j'avais, il y a dix ans par exemple, ou un extrait de ces numéros. Mon conjoint ne le connaît pas. Elle n'a pas de raison de l'allumer. » (Philippe, France)

« J'ai mis une date d'anniversaire, les 4 chiffres, donc 2 pour la date et 2 pour le mois. Mon conjoint ne connaît pas le code (rires) mais la date lui dirait forcément quelque chose (rires). » (Jennifer, États-Unis)

L'étude de terrain montre que ces remarques sur le code PIN sont également valables pour le choix des autres mots de passe (poste de travail, accès à une application). L'imagination bien qu'infinie puise dans les références personnelles : hobby particulier, voyage, goût culturel. Ils

expliquent que ces choix facilitent l'appropriation des outils de travail. Evoquant des souvenirs positifs, ils apportent du réconfort et de la chaleur et ajoutent une dimension ludique, intime et affective à un univers de travail souvent compétitif et impitoyable.

6. Conclusion de la partie

Tant en France qu'aux États-Unis, l'arrivée du télétravail et du mobile professionnel permettent de fragmenter et de fluidifier lieu et temps de travail, surtout pour les cadres qui peuvent ramener du travail chez eux mais aussi bénéficier d'une souplesse d'horaires et d'organisation pour gérer des urgences personnelles (enfant malade). Vie privée et vie professionnelle s'entrelacent, se combinent, notamment lorsque le salarié passe d'un appel professionnel et un appel privé, sur le même outil, parfois même au cours d'un double appel. Les NTIC ne font que renforcer un état de fait. Qui existait bien avant l'arrivée du mobile professionnel, car la frontière entre vie professionnelle et vie privée n'a jamais été étanche.

En effet, le salarié personnalise son espace de travail, décorant son bureau et fournissant des informations sur son identité privée : photos de sa famille, dessins d'enfants et autres photos de voyage qui le mettent en scène de façon avantageuse. Le choix du mobile professionnel et sa personnalisation s'inscrit dans cette logique d'intrication du privé et du professionnel.

Nous observons de grandes similitudes dans les processus d'appropriation du mobile ainsi que dans la relation affective qu'il reflète. Sentiment de contrôle et de « fil à la patte », voire harcèlement et intrusion dans la vie privée peuvent être observés mais ces attitudes demandent à être resituée dans le contexte global de la relation. En effet, tant en France qu'aux États-Unis, l'appropriation du mobile professionnel s'inscrit dans le cadre d'une relation de travail dynamique et reflète l'état de celle-ci. Les rares cas de cadre qui se disait textuellement « harcelé » correspondent à deux personnes ayant donné leur démission ou sur le point de le faire. L'usage de cet outil est vécu sur le mode de l'aliénation et de l'asservissement, dans la lignée des autres paramètres : charge de travail jugée démentielle, horaires trop lourds, relations avec les collègues et la hiérarchie plus que tendues.

Inversement, un nouvel embauché qui venait d'obtenir un bond de 30% de salaire en changeant d'entreprise était plus que satisfait sur son usage du mobile professionnel, disant qu'il aimait qu'on l'appelle car il se sentait utile et déjà indispensable. Autrement dit, les

relations qu'entretiennent un cadre avec ce nouvel outil de travail sont valables à un instant donné et peuvent évoluer dans le temps. Par conséquent, il existe parfois davantage de différences entre les attitudes d'un même cadre en fin de préavis de départ et ensuite en période d'essai chez un nouvel employeur qu'entre un cadre français et un cadre américain qui entretiennent des relations équilibrées et gagnant-gagnant. Inversement, deux cadres, l'un Français et l'autre américain peuvent avoir des usages différents parce qu'entretenant des relations ponctuellement conflictuelles pour l'un et de ponctuellement favorables (suite à réception d'une prime ou d'une augmentation) donc différentes avec leur employeur. Le fait d'être français ou américain étant ici secondaire. Nous observons donc qu'au delà des critères nationaux, l'adoption de l'objet demande de situer l'usage dans le parcours professionnel du salarié.

Comme le disent Isabelle Garabuau-Moussaoui et Dominique Desjeux¹⁴ :

« Nos enquêtes sur l'électricité, le téléphone, l'informatisation par Internet ou intra net, les réseaux à gros débit ou les nouveaux objets de la communication, montrent que ces objets s'inscrivent dans la structure des réseaux sociaux qui leur préexistent et, en ce sens, la diffusion d'un nouvel objet ne se fait pas de façon aléatoire, mais qu'en même temps elle change les relations sociales au sein de la famille ou de l'entreprise dans un sens non prévisible avant l'introduction de l'objet dans le jeu social...Il va trouver sa place positive et négative à l'intérieur du système des objets déjà existant. Il va provoquer une angoisse et le développement d'un imaginaire positif ou négatif, d'un monde meilleur ou catastrophique».

¹⁴ Garabuau-Moussaoui I., Desjeux D. (dir.), 2000, *Objet banal, objet social. Les objets quotidiens comme révélateurs des relations sociales*, Paris, L'Harmattan

III.DIFFERENCES ENTRE LA FRANCE ET LES ÉTATS-UNIS DANS LES PROCESSUS D'APPROPRIATION

A.Les différences dans les usages

1.La part d'usages privés et professionnels

La principale différence dans les usages entre les États-Unis et la France concerne la part d'usages respectivement privés et professionnels dans l'utilisation du mobile professionnel.

Aux États-Unis, sur le mobile professionnel comme sur le fixe, nous observons un usage quasiment exclusivement professionnel. Les rares usages (appels, SMS, MMS) d'ordre privés sont très courts, factuels pour se coordonner et souvent indiquer qu'on rentrera à une heure différente. Nous n'observons pas que ceux-ci sont compensés par davantage de courriels qu'en France.

2.Le contenu des appels et leur durée

Aux États-Unis, le contenu des appels ou des SMS professionnels est essentiellement de type informatif et opérationnel. En France, il existe un autre type d'appel ou de message professionnel : le message communicationnel pour entretenir le lien interpersonnel.

De plus, il existe des appels privés, parfois courts et nombreux dans la journée, surtout lorsque le cadre est en déplacement ou de durée longue, lorsqu'il profite d'un temps d'attente et de trajet en voiture pour communiquer avec les proches.

B.Les particularités culturelles

1.Le contexte américain

S'il faut tenir compte du parcours du salarié et de ses relations avec son employeur au moment de l'entretien, la nationalité de l'employé ou le contexte national dans lequel il évolue comptent cependant également. En effet, les valeurs, les normes d'usages, les

représentations sociales étant différentes aux États Unis et en France, elles impactent l'appropriation du mobile professionnel.

Le travail est notamment une valeur plus importante aux États-Unis qu'en France car il contribue à la réussite personnelle et à l'équilibre individuel. En France, la famille et les liens d'ordre privés sont importantes et même parfois prioritaires. Aux États-Unis, l'argent est également moins tabou, tout comme réussir professionnellement et avoir de l'ambition. Dire combien on gagne ou le demander à quelqu'un que l'on connaît parfois peu, est parfaitement accepté dans les mœurs américaines alors qu'en France, il faut déjà faire partie des intimes pour oser aborder ce sujet.

Comme le disent Sue et Mike, américains d'origine :

« Non, je ne passe pas d'appels personnels depuis mon cell phone. C'est une question d'éthique. On sait ce qui est permis et pas. Personne ne le fait. On est dans cubicles donc on entend tout mais surtout ça ne se fait pas. C'est une question d'éthique ». (Sue)

« C'est un outil de travail et pas pour passer des appels privés. Je pense que c'est lié aux valeurs américaines. Les gens attachent beaucoup d'importance à leur image et à leur intégrité. Si on savait qu'ils téléphonent toute la journée ou qu'ils truquent leur boîte, cela se saurait vite et ils auraient honte. Nous appartenons à une nation très policée avec des interdits partout et des rappels à l'ordre donc les gens ont un sens de l'éthique fort. Je crois que cela est important car chacun s'autorégule et les abus sont ailleurs, dans les excès de sport ou de nourriture ou de drogue ou de jeux virtuels par exemple. Et la violence à la télé. » (Mike)

Pour Mike et Marc, la France paraît à leur yeux « le pays des 35 heures » (verbatim récurrent aux États-Unis).

« On n'est pas comme en France avec les 35 heures. Ma femme travaille pour une boîte anglaise et elle a beaucoup entendu parlé de votre nouveau contrat de travail, le CPE et des 35 heures. Ici c'est surréaliste. Ici, les gens veulent que leur travail soit reconnu et tant pis si le cell constitue parfois une laisse ». (Mike)

« Je suis français donc je sais comment cela se passe en France. On cherche aussi à avoir une vie privée et à profiter de sa famille et de ses amis. Ici surtout dans la vallée, non. Les 35 heures, ça paraît surréaliste, les gens cumulent parfois deux ou trois jobs. La loi le permet et pas en France». (Marc)

Mais sur le terrain, nous constatons que les cadres français travaillent bien plus de 35 heures. La différence majeure vient des jours de congés, car aux jours légaux habituels se sont rajoutés les journées de RTT, prises ou non.

« Moi, les 35 heures (rires), je les ai atteintes le mercredi soir. Mais on a gagné dix jours de congés en plus » (Elisabeth)

« Je bosse entre 60 et 70 heures par semaine et les 35 heures, ça me pose des problèmes avec le secrétariat car elles, elles sont vraiment aux 35 heures. J'ai récupéré comme beaucoup de mes collègues des tâches administratives en plus, que les secrétaires faisaient avant pour nous, comme la commande des billets d'avion ». (Marc)

De plus, du fait des plans de retraites faibles et de la facilité de cumuler un emploi et une retraite, les Américains continuent à travailler encore tard, souvent passé soixante-dix ans. Il est donc normal, comme le dit Sue, de consacrer du temps au travail.

« Ici le travail est une valeur importante. On travaille longtemps parce que les retraites sont faibles, souvent jusqu'à au moins 70 ans et aussi parce que le travail fait partie de la vie. Ça contribue à l'équilibre et on ne voit pas le travail comme du temps pris à la famille ». (Sue)

Les interviewés américains parlent d'éthique et de normes, de ce qui se fait et non, alors que rien d'écrit ne documente ces interdits. Ils ont intériorisé cette norme, qu'on ne retrouve pas en France où le terme d'éthique est absent des discours.

Apportons un dernier témoignage, celui de Sophie, française qui travaille à Paris dans une société américaine et effectue de nombreux déplacements aux États-Unis. Sophie emploie à trois reprises le terme « civique » pour qualifier son comportement. Et elle souligne ses propres excès. Elle a parfaitement conscience que sa facture est élevée et que ses pratiques sont guidées par la facilité.

« Personne n'a plus l'idée de t'appeler sur ton fixe. C'est tout de même fantastique, cette évolution. L'autre jour, je me suis surprise à appeler une collègue sur son téléphone mobile et

à bavarder 35 minutes avec elle, tranquillement, de portable à portable au lieu de nous appeler d'un téléphone fixe à l'autre. Alors qu'on a toutes les deux des téléphones fixes à côté de nous. J'en ai honte, mais le fait de ne pas payer, fait que je ne pense pas à me restreindre ou à modifier mes habitudes. Je cherche la facilité. Comme c'est le portable qui est dans le répertoire, c'est celui là qui se compose. Plutôt que de composer le numéro du téléphone fixe manuellement, j'utilise le répertoire. Mais ce n'est pas un comportement civique, je le reconnais ».

En France, la norme concerne davantage le respect de la vie privée et de la droit à la déconnexion que le sens de l'éthique et de ce qu'il faut « rendre à la société » (Mike).

2. Le contexte de la Silicon Valley

Le premier paramètre à prendre en compte est celui du pays et des différences culturelles entre la France et les États-Unis. La seconde concerne le contexte spécifique qu'est la Silicon Valley puisque cette étude se passe exclusivement dans la Silicon Valley où travaillent essentiellement des diplômés du secteur des NTIC. Beaucoup veulent s'enrichir vite, quitte à bosser énormément pendant quelques années et mettre de côté leur vie privée ou une partie. En tout cas, tous travaillent beaucoup sans faire de pause pour déjeuner. Comme le disent Jukio et Marc, le temps hors travail est essentiellement consacré aux loisirs à l'extérieur, compte tenu du beau temps et de la proximité de la nature.

« Dans la vallée, les gens bossent beaucoup ou font du sport et des activités en extérieur quand ils ont du temps. On n'a pas le temps de perdre du temps à discuter des heures au téléphone. Je pense que c'est différent pour les adolescents mais pas pour nous. C'est maintenant qu'il faut faire la différence en travaillant. Ici tout le monde bosse et personne ne passe des appels toute la journée pour bavarder ». (Jukio)

« Le soir en rentrant on dîne et on se balade un peu avec le chien sur les pistes cyclables et au parc pour chiens ». (Marc).

Jukio et Marc, sont d'origine étrangère et ont émigrés aux États-Unis l'un pour raison professionnelle, l'autre amoureuse. Mike et Robin, y ont grandi mais ont travaillé ailleurs qu'aux États Unis ou ailleurs que dans la Silicon Valley. Ils expliquent que ce contexte de la Silicon Valley est spécifique car les gens y viennent pour gagner de l'argent et veulent

travailler davantage pour gagner beaucoup d'argent vite. Ceci n'est souvent qu'une étape dans leur parcours, un tremplin, car ils veulent ensuite soit partir faire ce qui leur plait, soit monter leur propre boîte.

« Je pense vraiment que c'est le contexte de la Silicon Valley qui fait que les gens bossent. Ils en pensent pas à autre chose. Et comme le temps est une ressource rare, on peut dire que les managers ne passent pas non plus du temps à vous harceler sur votre lieu de vacances en vous demandant de rester joignable. Ca leur coûte aussi du temps et de l'argent. Si on le fait, c'est qu'il y a une bonne raison à cela ». (Mike)

« Les gens signent une charte générale en entrant chez nous qui nous protège s'il y avait un abus mais cela ne se produit pas parce qu'on ne laisse pas de temps aux gens pour bavarder au téléphone (rires) et ici les gens sont carriéristes donc ils veulent gagner de l'argent vite. Avant de venir ici, j'ai travaillé dans le Middle Ouest et c'était différent. Là bas, les gens sont nés sur place et passent du temps avec leurs familles et leurs amis. Ils ont donc des motifs de passer des appels et sont moins carriéristes qu'ici. Ici beaucoup de gens sont nés à l'étranger et sont venus ici pour réussir, vite et fort. Ils sont loin de leur famille et de leur pays mais c'est un choix ». (Robin)

Beaucoup comme Marc sont étrangers ou d'origine étrangère naturalisés, sans famille sur place. Le travail est donc d'autant plus une priorité.

« Mes collègues sont presque tous d'origine étrangère, Indiens ou Chinois ou Philippins donc chacun vit dans son monde avec sa communauté. On cherche surtout à gagner le maximum d'argent en un minimum de temps. C'est maintenant et pas après donc on met le reste entre parenthèses ». (Marc)

Comme Jukio ou Ghuri, ils ont émigrés pour réussir et sont jeunes, sans enfants ou avec un plan de carrière qui priorise pour le moment le travail. La population est particulière, contrairement à la Floride qui attire les retraités.

« Je travaille comme consultant en technologie web dans une start up et ai des actions qui peuvent prendre de la valeur si on se fait racheter. J'espère créer ma boîte d'ici deux ans et devenir indépendant. J'ai une petite amie, d'origine philippine comme moi et qui travaille aussi beaucoup parce qu'elle veut monter vite dans la boîte où elle travaille et ensuite créer sa boîte. Elle veut vite apprendre le maximum de choses pour devenir indépendante et gagner

beaucoup d'argent. On vit ensemble et on se lève à 4h30 le matin pour aller à la salle de gym puis au travail. On rentre vers 9h le soir et on dîne rapidement et on se couche ». (Jukio)

« J'ai 25 ans et pas de petite amie donc mon boulot me passionne et les mails des collègues qui ont besoin d'aide sont intellectuellement intéressants et une drogue mais je fais attention. Je ne bois pas, ne fume pas et mon boulot est une drogue. Je viens d'Inde et je réalise mon rêve en venant travailler ici. Je compte gagner le maximum d'argent et d'expérience et ensuite retourner en Inde pour créer une société de développement externalisé de services. Notre pays est en pleine croissance et j'aurais pu après avoir fini mes études ici à Stanford retourner directement là bas mais j'ai préféré travailler un peu ici pour apprendre les méthodes de travail d'ici ». (Ghuri)

Certains comme Ghuri ne prennent pas leurs deux jours de congés par an ou travaillent ailleurs pendant cette période.

« J'ai deux semaines de vacances comme tout le monde ici, incluant les congés de maladie mais je travaille ailleurs pendant les congés. Ca me permet de voir autre chose et d'apprendre plus vite. C'est un choix. Je pourrais partir en vacances ». (Ghuri)

En France, la logique de long terme prévaut. Les salariés interviewés y sont nés et savent qu'ils vont travailler sur ce rythme jusqu'à leur retraite. Marc, français d'origine explique qu'il n'y a pas cette course à l'enrichissement rapide, comme dans la Silicon Valley.

« Je travaille ici depuis douze ans car j'ai épousé une Américaine rencontrée à l'Insead à Fontainebleau. Elle finissait ses études en France. J'ai obtenu la nationalité américaine et comme j'avais travaillé en France pour une boîte française avant, je peux vous expliquer les différences entre les deux mentalités (rires) enfin je crois que cela n'a fait que devenir caricatural depuis. Ici les gens aiment l'argent et il en faut pour rester. De plus, le travail est une valeur. On ne cherche pas à gruger le patron et on respecte le fait qu'il gagne plus parce qu'on se projette dans ce rôle plus tard. Il fait rêver et c'est légitime de vouloir prendre sa place. On bosse beaucoup et comme la vallée est petite, personne ne veut faire de faux pas et avoir un dossier qui le suit avec des mauvaises remarques. » (Marc)

Ainsi, le contexte de la Silicon Valley est particulier car les gens y viennent pour gagner rapidement de l'argent, en accordant au travail la priorité. Leurs loisirs sont essentiellement tournés vers le travail mais ils considèrent cette comme une étape et pas une fin. La situation

en France correspond davantage à un régime permanent où les gens travaillent avec intérêt et implication pour leurs missions mais veulent conserver ce rythme jusqu'à la retraite. Ils n'entendent, à de rares exceptions près qui peuvent exister mais qui sont rares (Nicolas), mettre entre parenthèse vie personnelle, familiale, amicale et loisirs.

C. Le contexte juridique et économique

1. Les contrats de travail

Les enquêtés américains expriment spontanément le besoin de brosser le tableau juridique et contractuel américain. Ils affirment que les contrats de travail et la précarité de l'emploi sont une donnée importante qui façonne le paysage américain et oriente les usages. Comme il n'y a pas à proprement parler pas de CDI aux États Unis, selon eux, la flexibilité du marché du travail fait que l'on peut licencier mais aussi embaucher très facilement. Dès lors qu'un projet est fini, on peut licencier la personne, sous prétexte qu'on n'a plus de travail à lui donner. Par conséquent comme le disent à la fois les DRH (Ally) et les salariés (Marc), on n'a pas besoin de pointer un abus de consommation téléphonique pour licencier, comme ils pensent qu'il faille le faire en France.

« Il n'y a pas à proprement parlé de CDI aux États Unis et la flexibilité du marché du travail fait que l'on peut licencier mais aussi embaucher très facilement. Dès lors qu'un projet est fini, on peut licencier la personne, sous prétexte qu'on n'a plus de travail à lui donner. Par conséquent, comme le disent les DRH, on n'a pas besoin de pointer un abus de consommation téléphonique pour licencier, comme chez vous où c'est tellement rigide ». (Ally)

« Le marche du travail est précaire et on sait qu'on peut perdre son travail très vite mais aussi en retrouver vite. Moi, j'ai une compétence technique pointue et particulière sur les encodeurs donc je peux me revendre assez bien car c'est très spécialisé (rires) tant qu'il y a ce besoin. Je bosse de 8h à 7h30 du soir en faisant une pause pour surfer sur le net le midi en mangeant ce que j'ai apporté. Ce n'est pas comme en France, pays que je connais bien». (Marc)

Selon eux, le principal problème ne serait pas de licencier pour le plaisir car recruter et former a aussi un coût. Sue explique qu'elle préfère essayer de trouver un autre poste à la personne en interne. Il existe cependant des périodes d'essais mais parfois on se rend compte qu'une personne était performante pour un projet donné et qu'elle a une valeur donc on essaie de la recaser ailleurs.

« Le principal problème n'est pas de licencier pour le plaisir car recruter et former a aussi un coût. On préfère essayer de trouver un autre poste à la personne en interne. Oui, il existe des périodes d'essais mais parfois on se rend compte qu'une personne était intéressante pour un projet donné et qu'elle a une valeur donc on essaie de la recaser ailleurs ». (Sue)

Mais lorsqu'il y a un abus de téléphone, le cas a été rencontré une fois dans les entretiens aux États-Unis et une fois en France, cela s'inscrivait à chaque fois, dans un contexte global. Sue explique que la personne ne donnait pas satisfaction. Comme le disent les enquêtés, du moment que les gens font leur travail, on ne regarde pas leur facture téléphonique.

« Mais lorsqu'il y a un abus de téléphone, le cas a été rencontré une fois, cela s'inscrivait dans un contexte global. La personne ne donnait pas satisfaction. Du moment que les gens font leur travail, on ne regarde pas une facture téléphonique. On a des forfaits illimités et le coût n'est pas pertinent. C'est plus le problème de productivité. Les gens sont là pour travailler et pas pour discuter. Donc s'il y a un problème, c'est plus global et il n'y a alors d'autres sources d'insatisfaction des deux côtés. C'est un peu notre responsabilité de DRH de déceler ces problèmes avant et de convoquer les gens pour voir ce qu'on peut faire. Encore une fois, former les gens a un coût et donc il faut trouver des projets où ils sont efficaces et se sentent bien ». (Sue)

Ainsi, nous observons une différence de types de contrats de travail et une perception de précarité, de fluidité du marché américain alors qu'en France, la crainte de licenciement est plus pernicieuse car elle repose sur des observations de « charrettes de cadres qu'on balance à quarante cinq balais. Moi, mon chef me dit souvent que je suis âgée et que je devrais aller voir ailleurs. Mais je n'ai pas envie de partir. Il a 35 ans et moi 49. » (Evelyne). La peur en France semble moins liée à des considérations contractuelles et matérielles qu'à une pression de la hiérarchie ou du groupe de pairs.

Cette flexibilité aux États-Unis donne comparativement à la France davantage confiance dans la reprise d'activité, même à un âge mûr.

« Je sais qu'à mon âge, j'aurais du mal à retrouver ailleurs » (Fiona, 45 ans)

« A mon âge, ce n'est pas évident et je n'ai pas envie de partir » (Evelyne, 49 ans)

« j'ai dû trouver autre chose et cela a été assez facile, car je suis dans une niche. Le marché de l'emploi ici est précaire. On peut facilement vous licencier mais en une journée pour pouvez

avoir retrouvé. Je suis Français et ici depuis 12 ans, je connais l'histoire. En France, je n'aurais pas pu démarrer sans être passé par la médecine du travail. Ici, j'ai vu le manager et (rires) je suis resté et j'ai commencé à bosser » (Dave, États-Unis, 39 ans)

Il semble que la flexibilité de l'emploi aux États-Unis joue à la fois en faveur d'un licenciement mais aussi d'une recherche d'emploi. En France, la peur de ne pas retrouver et de connaître une période de chômage est palpable car la recherche y sera plus dur. Du moins, c'est ce que ressentent les personnes interrogées.

2. Le contexte temporel, années de crise

A ces données spatiales s'ajoutent des données temporelles importantes qui permettent de relativiser l'optimisme américains. L'enquête faite en Californie se passe en 2006 et comme le disent les interviewés américains, le contexte de travail actuel est moins favorable aux employés que dans les années 1998 à 2001, avant l'éclatement de la bulle internet. Dans ces années, mêmes les jeunes diplômés sans expérience avaient des prétentions énormes notamment en termes d'horaires et d'avantages financiers. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, comme le précise Sue.

« Je suis toute la journée en réunions ou en entretiens donc je n'ai pas le temps de passer la journée au téléphone. Je rentre à des horaires variables et mon mari aussi. Mon mari a créé sa boîte et travaille beaucoup donc je rentre souvent la première le soir. Je n'ai donc pas le temps de l'appeler dans la journée et lui non plus. C'est un climat de travail très tendu et je bosse beaucoup pour ne pas perdre mon emploi ». (Sue)

La plupart comme Marc lisent leurs courriels et répondent aux messages le week-end et pendant les congés.

« Le cell ne sonne pas trop en dehors des heures de travail le soir mais je lis mes mails le dimanche soir et tous les jours en vacances ». (Marc)

Par conséquent, ils sont très vigilants à fournir le meilleur travail qui soit, pour conserver leur emploi et ne pas s'exposer à la précarité. De plus, beaucoup sont très endettés pour payer leur maison et leurs voitures, si bien qu'avec des crédits à honorer, ils se sentent très vulnérables et exposés. Pas question pour eux de prendre le risque de téléphoner sur le lieu de travail.

D. Le contexte structurel : l'organisation de l'espace et le marché

1. La configuration des bureaux

Téléphoner sur le lieu de travail suppose un espace de travail tel que l'appel ne dérange pas les collègues. Or comme les bureaux sont des cubicles ouverts, tout le monde entend tout donc cela n'incite pas à téléphoner pour des appels personnels longs et intimes. Par conséquent, les rares appels personnels devraient être passés pendant les pauses mais souvent le salarié reste à son poste pour déjeuner d'un pique nique qu'il a apporté de chez lui, ses appels sont quasi inexistantes ou alors très brefs, informatifs et factuels, de type micro coordination. Et dans ce cas, ils peuvent tout aussi bien être passés depuis le fixe du bureau. Marc souligne combien l'organisation de l'espace réduit la possibilité de passer des appels.

« Mes collègues sont dans leurs cubicles et moi dans le mien. Dilbert n'est pas un effet de l'imagination mais une réalité ici. On bosse et on ne regarde pas trop ce que font les voisins, mais on ne veut pas les déranger avec des appels en parlant fort » (Marc)

On pourrait observer une multiplication des SMS pour compenser mais ce n'est pas le cas, parce que le courriel est plus pratique, selon un enquêté (Ghuri).

De plus, comme l'étude concerne le mobile, nous avons rétorqué aux enquêtés qu'ils peuvent se déplacer et appeler depuis un autre lieu que le cubicle, apparemment si contraignant. Nous avons alors constaté que les déplacements hors du cubicle sont rares ou alors réduits au plus court pour gagner du temps. Il semble que les emplois du temps ne leurs laissent pas beaucoup d'occasion d'être seuls pour pouvoir passer des appels.

En France, beaucoup d'appels personnels sont passés le matin dans la voiture pour se rendre au travail ou pendant les moments d'attente, comme pour Albane. Nous constatons davantage de temps liés à la mobilité ou à l'attente, propices aux appels privés.

« Non, jusqu'à présent on n'a pas eu de remarques sur ma facture. Mais cela ne devrait pas tarder, car c'est de plus en plus le cas partout ailleurs. Je vois chez N. par exemple où travaille P. On les challenge. Et, il faut de plus en plus justifier sa conso et limiter ses appels perso. Je passe plein d'appels perso dans ma voiture le matin. Les appels perso sont plus longs, je dirais vingt minutes alors que les appels professionnels sont beaucoup plus courts ». Moins d'un

mois plus tard, elle confiait à l'enquêteur que les consignes de réduction des factures avaient été passées. Albane a donc décidé de diminuer le nombre et surtout la durée de ses appels personnels. Ces appels à caractère privé étaient d'ailleurs beaucoup plus longs que les appels professionnels, donc plus coûteux. Pendant ses congés, elle avoue l'utiliser également.

Nous observons que le temps de trajet pour se rendre à son travail aux États-Unis en voiture est très court, de l'ordre de dix minutes pour ceux qui habitent la Valley ou au contraire d'une heure pour ceux qui travaillent à San Francisco et prennent le train. Mais ils n'y passent pas d'appels, lisant la presse gratuite abondante ou regardant sur le mobile des séries télévisées gratuites pour la plupart.

L'observation des moments où les usagers français passent les appels personnels montre qu'il s'agit soit des temps de trajet, soit de moments d'attente, notamment dans les lieux de déplacement ou les salles d'attente.

« Je n'ai aucune idée de ma facture. Mais comme je ne le paie pas, j'ai tendance à abuser et à m'en servir pas mal. Si je suis par exemple à la Sécu et que j'attends une heure le médecin, j'allume le téléphone portable et j'appelle les copines. Je n'ai pas une attitude très civique vis à vis du téléphone (rires). J'isole et je téléphone. Je prends mon numéro et je me mets à l'aise pour téléphoner en attendant mon tour ». (Sophie, France)

Ces moments là semblent réduits en Californie et donc les opportunités également moindres. On ne constate en effet pas beaucoup plus d'appels personnels depuis le lieu de travail en France qu'en Californie. Ces contextes d'appels personnels correspondent à des moments où le cadre français est seul et attend. L'appel lui apporte du réconfort et permet d'entretenir le lien.

2. Les offres de téléphonie fixe et mobile

Enfin, l'offre de forfaits tant sur le fixe que sur le mobile compose un paysage différent de celui de la France. Il existe des offres de téléphonie illimitée sur le fixe et à bon prix pour la longue distance et l'international, si bien que les salariés disposent tous de telles offres chez eux. Ils n'ont donc pas à profiter du téléphone au bureau pour cela. Les offres sur le mobile sont le plus souvent illimitées le soir et le week-end donc sans effet financier éventuel pour l'entreprise. A titre d'exemple, les offres classiques sont à 40 dollars pour 500 minutes en

36-C.Lejealle

journée et illimité ensuite. Il n'y a donc selon Mike, contrôleur de gestion ou les usages comme Jukio et Sue, pas d'abus.

« Oui, nous épluchons les factures de cell phones pour la forme car il n'y a pas de gros problèmes. Ce sont des forfaits et rarement on les dépasse. Ici, les gens ont tous des plans pour téléphoner pas cher de leur maison donc on n'a pas ce problème là ». (Mike)

« Non, pas le temps de passer des appels personnels depuis le cell ni d'envoyer de mails personnels. Je n'ai pas trop d'idées à qui en envoyer de toutes façons. Je suis trop pris comme ça pour perdre du temps à ça. On voit les amis le week-end et on se téléphone peu. On appelle les parents à Hawaï le week end et mon frère aussi parfois. Il y a des plans pour avoir le téléphone illimité ou pas cher depuis le fixe de la maison donc je n'ai pas besoin de me servir de celui là pour ça. Le téléphone ne coûte pas cher ici ». (Jukio)

« Mes parents sont en Floride et je ne les appelle pas toute seule. On appelle le week-end avec les filles depuis le fixe de la maison ». (Sue)

La différence majeure réside dans le partage de coûts. En France, seul l'appelant paie la communication, alors qu'aux États-Unis, le coût est partagé. On pourrait penser que cela aurait une influence sur la prise d'appels entrants mais en réalité, cela n'est pas fondamental car la ressource rare pour les cadres américains est le temps passé.

« Je paie pour les appels que je reçois mais ça ne pose pas de problème car on ne m'appelle pas pour rien, ou pour bavarder des heures. Comme chacun veut gagner du temps et partir tôt, on ne s'appelle pas pour ne rien dire ». (Jukio)

« Les appels pour discuter des heures, c'est du temps perdu. Téléphoner des heures, c'est du temps perdu même si on a un forfait illimité. » (Sue)

Le budget que les contrôleurs de gestion cherchent à réduire n'est pas celui de la téléphonie, déjà optimisé mais celui des locaux, comme l'explique l'un d'eux (Robin) :

« Je gère donc les contrats de téléphonie et d'internet mais cela est prévisible et sans problèmes avec les contrats illimités. Je dois surtout revoir le coût de surface des locaux à la baisse car nos concurrents sont passés à des bureaux totalement virtuels. Ils n'ont plus comme actifs que des téléphones et des lap top (ordinateurs portables). C'est la tendance ici, on économise 30 à 40 pour cent du budget des immobilisations. Chez Cisco, ils ont diminué les coûts de 37 pour cent et gagé en productivité. C'est ça mon prochain chantier.

On incite les gens à travailler de chez eux car ils sont assez autonomes sur leurs projets et cela nous coûte moins. On devrait voir la population de nomades augmenter. Chez notre concurrent direct, le contrôleur de gestion que je connais par le communauté évangélique m'a dit qu'ils sont comme une tribu de néo bédouins. J'ai trouvé ça amusant comme terme, les néo Bédouins. Et s'il y a un séisme à cause de la faille de San Andreas, il m'a dit, on installe notre campement ailleurs.

Il ne reste que des laps tops et des cell phones. On incite les gens à investir les Starbucks cafés et les cafés des vendeurs de livres comme Borders. Il y a partout des hot spot wifi et ça coûte moins cher de rembourser un café que de maintenir des locaux. Je ne sais pas comment eux s'en sortent car le café Frapucino fait 5 bucks (dollars). Il y a 11 000 Starbucks café donc de quoi héberger mes salaires pour rien. De toute façon, je leur paie le café et les barres chocolatées même quand ils sont ici. Je paie une partie des sandwiches que l'on trouve ici pour que ce soit moins cher que dehors et qu'ils puissent continuer à bosser. C'est rentable pour nous et cela se déduit des frais généraux.

Je ne sais pas si vous avez vu la polémique autour des Starbucks cafés qui occupe les unes des quotidiens en ce moment ? Starbucks proposait jusqu'à présent des boissons à base de café et rien pour les enfants. Ils viennent de lancer des boissons sans café qui plaisent aux adolescents et aux enfants donc les jeunes commencent à investir les Starbucks cafés après les cours pour y faire leurs devoirs et donc c'est moins tranquille pour nous qui venons y travailler. On va devoir émigrer ailleurs mais où à ce prix là ? » (Robin)

Finalement, la différence entre les offres de téléphonie françaises et américaines ne se répercute pas franchement au niveau des usages car dans les deux cas, le cadre n'est pas à quelques euros ou dollars près. La question est d'avoir le temps et l'opportunité d'appeler.

3. Les autres services du mobile et la pollution par le courriel

Le mobile offre d'autres services que l'appel, notamment les services 3G : lecture des cours de la bourse, télévision, SMS (text messaging) et courriel. On observe que l'IM (instant messaging) est réservé aux adolescents et considéré comme pas de leur âge par les salariés adultes. En France en revanche, le SMS concerne tout autant les adultes que les adolescents et s'utilise également dans les relations professionnelles alors que c'est rare aux États-Unis. EN

France, le SMS est vu comme peu intrusif et permet de donner une information (informer d'un retard, communiquer un numéro de téléphone ou un code d'accès) sans déranger car il ne demande pas d'interrompre pas la tâche en cours.

Nous observons que lors des trajets pendulaires pour se rendre à leur travail (Call train qui relie San Francisco aux localités de la Valley notamment), les usagers californiens ne peuvent pas appeler car ils dérangeraient leurs voisins. Ils en profitent pour regarder des séries (Desperate Housewives, Lost, Sex in The city) qui sont gratuites sur le mobile. Mais ceci n'affecte ni la productivité ni la facture mensuelle que paie l'employeur.

D'autres se connectent à des sites comme kyte, radar, twitter ou jaiku qui diffusent en continu et gratuitement des vidéos non commerciales. Comme dans les blogs, tout le monde peut en mettre sur le site. Certains sites permettent de limiter les envois à une liste d'émetteurs connus alors que d'autres sont ouverts à tout émetteur. Nous observons donc que pendant les temps de transit ou d'attente, les cadres américains ont davantage l'habitude de se connecter à ces sites ou à ceux qui diffusent des séries télévisées alors que les cadres français préfèrent appeler leurs proches.

Nous n'observons dans aucun cas de harcèlement et de contrôle réel induit par le mobile professionnel. Les salariés américains se plaignent plutôt de la pollution par le courriel surtout lorsqu'ils ont un Black berry ou un smartphone qui permet de recevoir les courriels. Au début, comme l'exposent Jukio, Robin et Ghuri, ils essaient de lire chaque message qui arrive puis doivent décider de ne plus le faire, compte tenu du grand nombre de courriels qu'ils reçoivent.

« Mon cell est payé par mon employeur car il coûte cher puisque j'ai un Blackberry et je m'en sers pour envoyer et lire les mails (rires). Je suis même "crack berry" donc addict comme les gens avec le crack (rires). Ca veut dire que je suis devenu dépendant du Blackberry. Je me sens obligé de regarder chaque mail qui arrive et ça crée une obligation de répondre vite. C'est un cercle vicieux car les gens savent qu'on a un Blackberry et donc vous mailent plus souvent. Je suis aussi en copie de mails et donc ça arrive tout le temps. Ça sonne à chaque mail et ça sonne tout le temps. Là, vous entendez le bruit, là, ça veut dire que je viens de recevoir un mail ». (Jukio)

« Je suis parfois appelé le week-end mais c'est surtout à cause des mails que je dois parfois éteindre le cell le week-end. Je ne me sers pas des messages texts (sms), c'est pour les adolescents ». (Robin)

« Je suis équipé d'un cell phone par mon employeur mais comme je bosse beaucoup sur mon ordinateur en solo, je ne suis pas tellement appelé. On m'envoie plus de mails et même le week end car ici tout le monde choisi un peu ses horaires donc il faut que je fasse attention à me déconnecter le week-end ou au moins une partie du week-end.

J'ai un cell phone qui reçoit les mails et donc je suis informé le week-end des mails de mes collègues et c'est parfois tentant de répondre. J'ai 25 ans et pas de petite amie donc mon boulot me passionne et les mails des collègues qui ont besoin d'aide sont intellectuellement intéressants et une drogue mais je fais attention. Je ne bois pas, ne fume pas et mon boulot est une drogue ». (Ghuri)

Comme ils le disent les enquêtés américains, lors d'un appel téléphonique, chacun consomme du temps et du forfait donc cela évite les abus. Avec le courriel en revanche, on peut demander à celui qui le reçoit de faire des actions qui prennent du temps ou de s'engager faute de réponse. Ceci est donc plus problématique que le dérangement par des appels professionnels. La ressource rare étant clairement le temps et pas l'argent, avec la possibilité de téléphoner aux frais de l'employeur.

La gestion de l'emploi du temps

Nous constatons donc que ce ne sont pas les fonctionnalités techniques qui orientent les usages, un peu le contexte culturel et juridique mais surtout comme nous allons le montrer, la gestion de l'emploi du temps et la présence sur le lieu de travail.

En effet, si nous mettons de côté les jeunes cadres californiens venus dans la Silicon Valley pour s'enrichir rapidement et qui pendant quelques années choisissent de mettre leur vie privée entre parenthèses pour se consacrer entièrement au travail et que l'on compare les cadres français et américains d'âge plus mûr, avec conjoint et parfois enfants, nous constatons qu'ils « s'arrangent pour partir à 17h30 ou 18h au moins deux soirs par semaine mais souvent tous les soirs » (Dave). Ils profitent alors des parcs, des forêts et de la nature pour aller se promener ou s'aérer (courir, sortir le chien au doggy parc prévu à ce effet), le soir après le travail. Ils ont pour ceux qui en font le choix, la possibilité de venir tôt (parfois dès sept heures du matin après la salle de sport), de déjeuner sur le pouce derrière leur écran pour partir à 17h30.

Nous constatons en revanche qu'en France, les cadres arrivent tôt et partent tard. Il y a une obligation plus ou moins tacite de « faire acte de présence au moins jusqu'à 19 heures » (Fiona). La gestion de l'emploi du temps aux États-Unis est plus flexible et chacun peut davantage moduler son emploi du temps ou du moins, partir lorsqu'il a terminé. A l'exception de cadres dans la finance à San Francisco qui partent tard du travail, les cadres californiens qui en font le choix peuvent s'organiser pour sortir tôt. Ce n'est jamais le cas en France.

Comme le disent les enquêtés californiens :

« Dans la vallée il fait beau donc si on a du temps, on préfère aller faire du roller ou du vélo avec les filles. Ici les gens ont tout le temps plein de choses à faire dehors, beaucoup de sport sur les chemins balisés ou aller en salle de sport. Mon club est ouvert 24h sur 24 et les gens y vont parfois à deux heures du matin. En fait ici on bosse beaucoup dans la journée et ensuite on sort faire du sport ou dîner dehors ou a un barbecue. » (Sue)

« J'arrive vers 7h45 ou huit heures, je bosse non stop en déjeunant de ce que j'ai apporté derrière mon écran. J'en profite pour lire les infos et la presse. Je fais une pause, au sens où je quitte mon dossier et je passe sur les sites d'infos mais je ne quitte pas mon poste de travail dans mon cubicle (rires). Et le soir, je sors vers 17h ou 17h30 pour être chez moi quinze minutes après. Je pars alors me promener avec le chien et parfois on se fait un tennis, mon ami et moi » (Mike).

« Je fais comme beaucoup de gens ici, je fais la journée continue et je sors tôt. En fait, c'est pour aller m'entraîner au sport dehors et je profite vraiment de la nature » (Steve)

En France, en revanche, comme le disent les enquêtés, il n'est pas possible de partir tôt et inutile de venir travailler trop tôt le matin. En effet :

« Si je viens avant huit heures, personne n'est là et en France, chacun regarde un peu ce que fais l'autre et on ne peut pas partir tôt. Les chefs et les collègues ne voient que la présence donc je dois me caler sur leurs horaires. Le soir parfois, c'est le grand jeu de qui osera partir le premier. Il faut rester, quitte à faire son courrier perso » (Camille)

« J'ai travaillé à Bath, en Angleterre et j'aimais bien la possibilité de venir tôt et de s'organiser pour partir tôt. Ca me permettait de faire un golf une fois par semaine, tout en faisant très bien mon travail. Mais ici, c'est vraiment le mauvais esprit à la française. Il faut

être là. Le télétravail n'a pas beaucoup changé les mentalités. Il y a un mois j'avais une place pour un spectacle à 18h30. J'y suis allée et je suis revenue après bosser ». (Elisabeth)

« La mentalité française, c'est si je ne te vois pas travailler, je ne pense pas que tu bosses. La semaine dernière j'ai du aller conduire mon fils à la médecine sportive, un rendez-vous à 19h mais j'ai du partir à 18h. Mes collègues m'ont dit : tu vas arroser ton poisson rouge. Ca se veut de l'humour mais j'ai saisi la pointe d'ironie. Avec l'open space, on voit tout. Ca fait mirador. On voit qui déjeune avec qui et qui prend le café avec qui. Ca n'a pas l'air mais 'est le flicage. Pas la direction, eux ils s'en foutent de ça mais entre nous. Le contexte économique n'est pas bon en ce moment donc ça durcit les rapports » (Michel)

« On a parfois l'impression que les gens te guettent pour savoir à quelle tu pars le soir. Nous, les locaux sont mal faits. Notre open space est au bout du couloir et il faut passer devant le bureau du chef en partant. Au début; je faisais celui qui ne voit pas, je regardais au sol et je passais à toute vitesse. Et je l'entendais me dire « Bonne soirée, Philippe ». Je ne sais pas s'il y voyait du mal mais je n'aimais pas le ton. Aujourd'hui, c'est moi qui ose dire « Bonjour, X ». Mais ça ne change rien au problème. Je rentre chez moi, il est 21h et je me dis que lui a encore moins de vie de famille que moi avec tout ça. » (Philippe)

« Je suis souvent en déplacements à l'étranger et il arrive toujours que les collègues disent en rigolant « alors c'était bien les vacances ? » ou « alors les déjeuners sur la croisette ? ». En fait, je pars tôt avec l'avion du matin et je vois surtout des aéroports, des hôtels et des plateaux repas. Je rentre cassé, parfois avec le décalage horaire, comme quand je reviens des US avec l'avion du matin et que je pars directement avec le taxi en réunion et ça m'agace. C'est surtout le ton ironique. Je préférerais la guerre ouverte que ces sous entendus. De toutes façons, à un moment, il faut se protéger » (Marc)

Nous observons ainsi que les appels privés passés à la famille ou à des proches par les cadres français sont une présence de substitution. Comme ils le disent, ils appellent essentiellement parce qu'ils rentreront tard et ne les verrons pas.

« Si je n'appelle pas mes enfants vers 18h ou 19h, vers l'heure du bain et du dîner, je ne les vois pas de la semaine. C'est un moyen de garder le contact. Je rentre vers 21h30 et mon épouse qui a arrêté de travailler au troisième, a déjà dîné mais on bavarde un peu ». (Nicolas)

« J'appelle mon fils le mercredi vers 13h parce que je sais qu'il est seul toute la journée. Si je pouvais, je rentrerais déjeuner avec lui. Je l'ai fait une fois ou deux cet été mais c'est la course. Comme cela, il me raconte ce qu'il fait et (rires) ça me permet aussi parfois d'éviter des bêtises. Je contrôle si on peut dire, à distance les bêtises. Mercredi dernier, il me faisait un gâteau mais ne savait pas bien allumer le four » (Albane)

« J'appelle mes enfants parfois deux fois dans la journée, surtout parce que je suis en moyenne deux ou trois jours par semaine en déplacements, en Espagne, en Allemagne ou à Bruxelles mais je sors à l'hôtel et je ne les vois pas. Ca me permet de les entendre et qu'ils ne m'oublient pas » (Marc)

Nous constatons ainsi que la différence dans les usages des cadres français et américains concerne la répartition entre interactions à distance et en co présence. Les premiers ne pouvant rentrer tôt le soir, ponctuent le temps de travail par des appels pour entretenir le lien interpersonnel alors que les seconds travaillent en continu ou presque pour sortir tôt le soir. Ils n'entrecoupent pas la journée de pauses par des appels personnels sachant qu'ils les retrouveront rapidement en face à face.

C'est finalement la gestion du temps qui marque la principale différence entre les usages. A la notion d'éthique mise en avant par les cadres américains répond celle de responsabilité et d'autonomie, de confiance. Mais elle ne concerne pas les abus et dépassements de factures pour appels personnels. En effet, elle concerne le temps de travail où le cadre bénéficie d'une quasi absence de contrôle, tant que tout va bien. Les cadres américains ne se plaignent et ne constatent d'ailleurs pas de contrôle ni de la hiérarchie ni de la part des pairs. Eux-mêmes ne sont pas très attentifs aux horaires que respectent leurs collègues, chacun gérant son espace de travail (le cubicle) et son temps à la carte. Certes, il existe aussi des réunions d'équipe et des projets qui demandent de se coordonner mais ils observent que les horaires sont réduits car chacun veut gagner du temps. De la même façon, ils observent que les appels téléphoniques sont factuels, motivés par un usage professionnel et réduits à l'avancement du projet. Les repas en commun, les appels d'entretien du lien entre partenaires de travail (collègues, clients, fournisseurs, revendeurs...) sont réduits au minimum.

En France, l'imitation et la comparaison aux usages des pairs, le conformisme et les normes tacites rigidifient les usages, si bien que les cadres disposent d'une faible flexibilité

d'organisation de leur travail ou du moins, s'ils viennent travailler le week-end et arrivent à 6 heures du matin, ils ne peuvent pas partir tôt pour autant.

Il est intéressant de constater que dans les représentations sociales qu'ont les Américains du marché du travail français, les notions de rigidité et de protection sociale avec des salariés quasiment impossible à licencier sont centrales mais qu'elles ne correspondent pas à la réalité. En fait, l'étude montre que la rigidité se situe au niveau de la présence sur le lieu de travail. Il est plus difficile à leurs homologues français d'individualiser leur organisation et la répartition du temps présent et visible au bureau.

Symétriquement, dans les représentations sociales qu'ont les Français du marché du travail américain, les notions de précarité et de flexibilité énorme sont vitales. Mais l'étude montre que si elles peuvent exister, elles ont pour contrepartie une plus grande fluidité d'embauche et surtout une autonomisation des processus, où il est facile à chacun se s'organiser, pour privilégier des activités personnelles. Il se trouve que dans le contexte de la Silicon Valley, pour beaucoup de jeunes diplômés, les activités personnelles après le travail principal consistent à en cumuler un autre.

Ainsi, si les cadres français passent davantage d'appels personnels, c'est selon eux, parce qu'ils rentrent tard et n'ont pas d'autres moyens de rester en contact avec leurs proches. La répartition des interactions en présence et à distance est donc différente mais pas toujours par choix. En effet, l'objectif n'est pas de détourner les outils professionnels à des fins privés, puisque certains s'équipent d'un mobile personnel pour ce type d'appels mais bien de maintenir le lien.

CONCLUSION

En France et aux États-Unis, comme les autres outils de travail, le mobile professionnel s'insère dans la vie professionnelle et dans la vie privée du salarié. Il peut faciliter le télétravail le mercredi, pour la plus grande satisfaction du salarié et n'est pas nécessairement synonyme d'ingérence dans la vie privée. Le mobile apparaît comme une ressource que les acteurs peuvent mettre à profit pour gérer la frontière entre les différentes sphères de leur identité, gagnant en réactivité pour boucler des dossiers et consacrer ce temps des activités personnelles. On l'accuse d'être la porte ouverte à des abus potentiels : le cadre peut faire exploser la facture de consommations payée par l'employeur, tandis que celui-ci se permet de déranger le cadre n'importe où et n'importe quand. L'enquête montre qu'il n'en est rien et que l'adoption de l'outil s'inscrit dans le climat de la relation entre l'employeur et son salarié. Si celle-ci est conflictuelle, la gestion du mobile le sera aussi.

Nous constatons que tant les cadres français qu'américains personnalisent leur mobile professionnel avec des références presque exclusivement privées : sonneries, fonds d'écran code PIN...Le mobile s'inscrit dans la logique de personnalisation de l'espace de travail, où les cadres décoorent leur bureau avec des attributs privés (photographies et dessins d'enfants). Mais ces deux personnalisations, du mobile et de l'espace de travail, obéissent à certaines règles comme la mise en scène de soi qui consiste à ne sélectionner pour la partie visible des collègues (fond d'écran d'ordinateur, poster dans le bureau...) que des informations flatteuses qui valorisent le salarié. Pour ce qui reste caché comme le fond d'écran du mobile que seul le cadre verra, il peut choisir des images plus décontractées et non retouchées.

Nous observons également des différences entre les processus d'appropriation en France et aux États-Unis. Celles-ci ne viennent pas des fonctionnalités des mobiles et des particularités technologiques mais de différences culturelles, économiques, juridiques et sociales. Le contexte américain produit des valeurs, des normes et des représentations sociales du travail différentes. Réserver l'usage des outils de travail aux stricts usages professionnel semble une question d'éthique pour les Américains alors que pour les Français, il lui semble légitime d'utiliser son mobile professionnel pour joindre sa famille lorsqu'on est en déplacement, comme présence de substitution.

Par ailleurs, l'étude se déroule en Californie, dans la Silicon Valley, dans un contexte de course contre la montre pour s'enrichir rapidement et monter sa propre boîte. La plupart des cadres interrogés, souvent jeunes, sans conjoint et sans enfants, limitent leurs loisirs personnels pour gagner du temps et se lancer plus vite dans la création d'entreprise ou pour gagner plus d'argent et partir réaliser leur rêve. Par conséquent, pas plus qu'ils ne perdent pas de temps en loisirs, ils n'en perdent en appels d'ordre privés. Alors que beaucoup de cadres américains de la Silicon Valley reportent à plus tard les loisirs ou la vie extra professionnelle, ce n'est pas le cas en France. En effet, les cadres y vivent dans un régime permanent où ils s'octroient des loisirs et cherchent un équilibre entre la vie professionnelle et privée. Ainsi, tout en réalisant consciencieusement leur travail, ils peuvent devoir gérer l'organisation d'un match de tennis ensuite ou la réservation d'un centre aéré pour leur enfant, autant de préoccupations que beaucoup de cadres américains reportent à plus tard.

Mais surtout c'est la gestion de l'emploi de temps et les contraintes spatiales de présence obligatoire au bureau qui incitent les cadres français à appeler leurs proches pendant le temps de travail. Aux États-Unis, en revanche, ils ont la possibilité de s'organiser pour arriver tôt, rester déjeuner sur le pouce derrière leur écran ou dans des salles prévues à cet effet où chacun déballe à son heure, ce qu'il a apporté de chez lui, et partir tôt. Ils peuvent alors profiter de la nature et se promener dans les espaces verts avant le dîner.

Les cadres français et américains ne répartissent alors pas de la même façon les interactions en présence et à distance. Les appels aux proches depuis le lieu de travail ou pendant le temps de travail que l'on constate chez les cadres français sont des interactions en présence de substitution. L'interaction médiatisée remplace celle en face à face que les cadres ne peuvent faire, étant présents plus longtemps au travail. L'organisation du travail américaine semble plus individuelle et pleine d'autonomie, alors que celle en France est plus collective et conformiste. L'observation des usages des pairs et des normes souvent tacites car les écrits sont rares est importante et limite finalement la marge de liberté du salarié.

Nous observons combien le contexte spatial, temporel et juridique contribue davantage que l'offre technologique à façonner les usages.

IV.BIBLIOGRAPHIE

- Alter N. (dir), 2002, *Les logiques de l'innovation. Approche pluridisciplinaire*, Paris, La Découverte
- Andrieu B. (dir), 2006, *Le Dictionnaire du corps en sciences humaines*, Paris, CNRS Editions
- Baudrillard J., 1968, *Le système des objets*, Paris, Gallimard
- Blandin A. (dir), 2006, *L'Usage du téléphone portable par les cadres en milieu professionnel : approche socio-juridique*, Paris, Éditions M@rsouin
- Certeau de M., 1980, *L'invention du quotidien, Tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard
- Certeau de M., 1980, *L'invention du quotidien, Tome 2 : Habiter, cuisiner*, Paris, Gallimard
- Crozier M., Friedberg E., 1977, *L'acteur et le système*, Paris, Editions du Seuil
- Desjeux D. (dir), Garabuau-Moussaoui I. (dir), 2000, *Objet banal, objet social. Les objets quotidiens comme révélateurs des relations sociales*, Paris, L'Harmattan
- Flichy P., 1997, *Une histoire de la communication moderne*, 1997, Paris, Editions de poche La Découverte
- Flichy P., 2001, *L'imaginaire d'Internet*, Paris, Editions La Découverte
- Flichy P., 2002, « *Au cœur de l'imaginaire technique* », *Sciences humaines*, n°129, p.38-39
- Jauréguiberry F., 2003, « *Les branchés du portable* », Paris, PUF
- Goffman E., 1973, *La Mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Editions de Minuit
- Goffman E., (1974), *Les rites d'interaction*, Paris, Editions de Minuit
- Latour B., 1992, *Aramis ou l'amour des techniques*, Paris, La Découverte
- Lejealle C., 2006, « *GPT le plomb, cékoi ce truc, le SMS ? - Langage et pratiques du SMS* », *Nouvel Observateur*, numéro hors série
- Licoppe C., Smoreda Z., 2000, « *Liens sociaux et régulations domestiques dans l'usage du téléphone* », *Réseaux*, vol 18, n°103, p.255-276, Paris, Hermès Sciences publications
- Licoppe C., Smoreda Z., 2000, « *Identités sexuées et statuts interactionnels : De la gestion de la durée des conversations téléphoniques* », *Réseaux*, vol 18, n°103, p.121-141, Paris, Hermès Sciences publications
- 47-C.Lejealle

Moscovici S., 1979, *Psychologie des minorités actives*, Paris, PUF

Prost A., *L'Histoire de la vie privée*, 1999, Paris, Seuil

Tisseron S., 2000, *Petites mythologies d'aujourd'hui*, Paris, Aubier