

Relations sociales et dialogue social dans le monde du Web 2.0

Rapport rédigé par Andrew Bibby
www.andrewbibby.com
27 novembre 2008



Publié grâce au soutien financier de la Commission européenne

TABLE DES MATIERES

Introduction: la manifestation contre IBM dans Second Life	4
Le contexte: Web 2.0 et "Enterprise 2.0"	5
Les outils	7
1. Réseaux sociaux	
2. Mondes virtuels	
3. Partage de contenus générés par les utilisateurs	
4. Projets réalisés en collaboration	
5. Blogs et sites de partage de signets	
6. Autres applications et outils du web	
Usage du Web 2.0: quelques bonnes pratiques de syndicats dans le monde	10
Comprendre les inconvénients	13
Le Web 2.0 sur le lieu de travail	15
Vers des syndicats 2.0	19
Information pour traductions	20
Références	21

Introduction : la manifestation contre IBM dans Second Life

La nouvelle de la manifestation syndicale « virtuelle » contre IBM Italie, qui s'est déroulée le 27 septembre 2007 dans le monde virtuel de Second Life, a fait le tour du monde.

En France, Le Monde l'a placée bien en vue, sous le titre «C'est la lutte virtuelle!». En Allemagne, le magazine Stern a écrit : «*Die Demonstration ist virtuell, der Arbeitskampf echt*». [Une manifestation virtuelle pour un combat réel] Les journaux espagnols La Vanguardia et ABC ont répercuté la nouvelle, tout comme la presse notamment suédoise, belge, portugaise et suisse. La BBC, au R.-U., en a parlé, tout comme la radio nationale du Canada. Dans le monde entier, cette histoire a été largement couverte sur les sites d'information en ligne. Naturellement, la presse italienne a accordé une importance considérable à cet événement : ainsi, La Stampa a signalé à ses lecteurs la naissance d'un nouveau mot pour accompagner le «télétravail» : la «télégrève».



L'appel à cette manifestation dans Second Life, organisée en étroite collaboration avec le syndicat mondial UNI, a été lancé dans le cadre des négociations nationales avec IBM en Italie, négociations auxquelles la direction faisait obstruction. Le conflit dans la vie réelle a trouvé une issue positive pour les syndicats : une nouvelle convention a été signée (et le Directeur général d'IBM Italie a démissionné). L'action dans Second Life a aussi été considérée comme un grand succès : près de 2000 personnes y ont pris part, de toutes les régions du monde (réel).

Cette manifestation dans Second Life souligne de façon spectaculaire le potentiel que recèlent les nouveaux outils en ligne pour les syndicats. Toutefois, par son côté inhabituel, cette action peut aussi être perçue comme une critique à l'égard des syndicats, qui n'ont pas suivi plus rapidement ou activement les changements survenant en ligne. Le présent rapport examine quelques-unes des bonnes pratiques actuelles, explore certains défis et difficultés et, de façon plus générale, étudie dans quelle mesure les méthodes de travail des syndicats pourraient être remises fondamentalement en cause par un monde en ligne de plus en plus participatif.

Le contexte: Web 2.0 et «Entreprise 2.0»

L'Internet s'est profondément modifié ces quinze dernières années. Le surnom de Web 2.0, largement utilisé, reflète l'idée que nous sommes maintenant bel et bien dans une deuxième génération de services et d'utilisations de l'Internet.

Le vieil Internet – celui qui, au début et au milieu des années 1990, a tourné le dos à ses origines militaires et universitaires pour faire une percée comme outil d'usage de masse – était essentiellement un lieu statique, centré sur la recherche d'informations et où l'écrit était roi. Ce profil se reflétait dans la technologie qui sous-tendait l'architecture de l'Internet. La plupart des utilisateurs ordinaires d'Internet téléchargeaient plutôt qu'ils ne chargeaient des documents et les vitesses de connexion étaient généralement bien plus rapides pour le téléchargement que pour le chargement.

Qu'est-ce qui a changé? L'Internet d'aujourd'hui est un véritable espace multimédia, hébergeant toutes les formes d'images, de sons et d'écrits numérisés. Des formes de médias de masse jadis dominantes, telles que la radio et la télévision, fusionnent de plus en plus avec le monde de l'Internet ; le téléchargement de musiques en ligne a aussi profondément remodelé le secteur de la musique.

Le Web devient omniprésent. Il ne se limite plus aux ordinateurs de bureau ou portables traditionnels. Il est accessible via une large gamme d'appareils, comptant de plus en plus de modèles sans fil.

Qui plus est, l'ancien flux monodirectionnel d'informations a cédé la place à un Internet conçu comme un lieu participatif. Le monde en ligne est en quelque sorte passé d'un mode «lecture seule» à un mode «lecture/écriture», où les contenus générés par les utilisateurs ont commencé à occuper une place centrale. Les utilisateurs laissent leurs commentaires sur tout, depuis les nouvelles jusqu'aux évaluations d'hôtels, et, ce faisant, créent collectivement le contenu du nouveau web. Ce processus de collaboration et de participation de masse est à la base des wikis, dont le plus notoire est l'encyclopédie Wikipedia, compilée par collaboration. Il se reflète aussi particulièrement dans les nouveaux services du Web 2.0, qui se sont popularisés de façon étonnante, y compris les sites de réseaux sociaux tels que Facebook, les sites de vidéos et photos alimentés par les utilisateurs, tels que YouTube et Flickr, et les mondes participatifs de réalité virtuelle, tels que Second Life.

Chez les jeunes en particulier, les échanges sociaux et les amitiés ont migré en ligne. Ces jeunes cherchent naturellement à partager via le web le genre de choses que leurs parents partageaient avec leurs propres amis lors de rencontres personnelles.

Cette mutation de l'Internet, qui abandonne une architecture de conception descendante pour privilégier la participation et la collaboration, a d'importantes implications pour les entreprises. Le terme «Entreprise 2.0» (bien qu'imprécis) sert à décrire comment ces nouveaux modes d'exploitation et de fonctionnement vont révolutionner le monde de l'entreprise.

Dans un récent rapport, le Butler Group a tenté de résumer cette idée comme suit :

«Bien que la technologie y joue certainement un rôle, l'Entreprise du Web 2.0 représente plus un glissement philosophique qu'un ensemble prescrit de produits ou solutions de TI ... Vitesse, agilité, mobilité, réutilisation et innovation sont les moteurs de cette mutation qui force les organisations à reléguer les technologies, modèles et architectures anciens... Côté consommateurs, le Web 2.0 est surtout une question de "participation" et de "contribution", des principes très recherchés par la plupart des entreprises et des institutions. Dès lors, pour les cadres dirigeants, le défi consiste à capter cet élan et à l'ancrer dans la culture de l'entreprise».¹

Don Tapscott, consultant et auteur canadien, affirme que les entreprises florissantes vont devoir réformer leur architecture de gestion pour refléter la valeur cruciale de la connaissance. Il préconise une approche «wiki» du lieu de travail, où la valeur est ajoutée par l'auto-organisation et la collaboration de masse ».²

Ses idées ont été examinées par Ulrich Klotz³, dont les écrits s'appuient sur son passé dans le mouvement syndical allemand. Selon Klotz, les principes sur lesquels le web se développe s'opposent aux méthodes tayloristes traditionnelles de gestion de l'ère industrielle. De plus, les méthodes de travail hiérarchiques et bureaucratiques coûtent cher aux entreprises, sans compter qu'elles ont un effet néfaste sur la santé mentale des travailleurs. Klotz voit aussi dans le glissement vers une méthode de travail Entreprise 2.0 une évolution inévitable à terme.

Il termine son évaluation du défi de l'Entreprise 2.0 pour les entreprises en s'intéressant au mouvement syndical, qui devra, selon lui, lancer une réforme similaire de ses modes de fonctionnement et même la pousser plus loin que les entreprises : «Pour continuer à réussir dans la 'prochaine société', les syndicats vont devoir se muer en 'Syndicats 2.0', en changeant leurs structures et leurs processus de façon encore plus radicale que la plupart des entreprises».

Christine Revkin, du syndicat mondial UNI, une des organisatrices de la manifestation contre IBM dans Second Life, a aussi appelé les syndicats à adopter un mode de fonctionnement de type Syndicat 2.0 en réaction aux transformations culturelles et sociales induites par les mutations du Web 2.0 : «À mesure que le comportement des entreprises et des travailleurs change, les syndicats devront s'adapter, avancer et réorganiser leurs stratégies de communication. Ces nouvelles technologies peuvent, écrit-elle⁴, nettement améliorer la participation des membres, leur implication et leur mobilisation».

La première étape de ce processus consiste peut-être à comprendre exactement les outils disponibles pour ce travail. La partie suivante de ce rapport examine en détail les principales évolutions.

Les outils

Deux tentatives utiles de compiler une liste des outils et services du Web 2.0 ont vu le jour dans le contexte des relations sociales et des activités syndicales. Tout d'abord, le document *Union Networking*, compilé par le New Unionism network⁵, évalue la pertinence de différentes applications à l'aide d'un système d'évaluation de une à cinq étoiles. Ensuite, Christine Revkin, du syndicat mondial UNI, livre une liste complète d'applications du Web 2.0 dans un document publié pour UNI.

Sur la base de ces documents, nous pouvons regrouper ces applications en différentes catégories.

1. Réseaux sociaux

Les sites de réseaux sociaux offrent un équivalent en ligne du type d'échanges sociaux qui ont lieu de façon informelle dans chaque communauté, la différence étant que sur le web le réseau est mondial. Les réseaux sociaux ont acquis une place centrale dans la vie de plusieurs millions de personnes, surtout parmi les moins de trente ans.

Le principal service initial de réseau social a été MySpace, basé aux États-Unis, mais il a été éclipsé par Facebook, jadis limité aux étudiants mais aujourd'hui ouvert à tous. (Ce n'est peut-être pas tout à fait un hasard si le déclin de MySpace a suivi son rachat par la News Corporation de Murdoch.) Un autre service similaire est Bebo, acquis par AOL. Parmi les autres sites de réseaux sociaux, citons LinkedIn (surtout pour les cadres d'entreprises), Meetup et Ning. Certains sites de réseaux sociaux sont très utilisés dans certains pays et groupes linguistiques.

Lorsque vous vous inscrivez sur un site de réseau social, vous introduisez votre propre profil personnel, qui peut comprendre une série d'informations personnelles, dont votre âge, où vous habitez, vos centres d'intérêt et vos activités, les causes que vous défendez et des photos que vous avez prises. Vous partagez ces informations avec vos amis (ou, si vous le souhaitez, avec tous les utilisateurs). Vous étendez votre réseau d'amis en ligne en acquérant des amis de vos propres amis ou en établissant des liens avec d'autres qui partagent des intérêts similaires aux vôtres.

Les sites de réseaux sociaux sont des opérations commerciales, même si leur contenu est, dans les faits, créé par leurs utilisateurs. Facebook est basé en Californie et y emploie sept cent travailleurs ; il a des bureaux en Europe, à Paris, Londres et Dublin. Il se targue actuellement de 120 millions d'utilisateurs actifs (soit des utilisateurs qui sont retournés sur le site de Facebook dans les trente derniers jours). MySpace est plus évasif quant à son taux d'utilisation actuel, mais affirmait avoir plus de 100 millions de comptes en 2006.

2. Mondes virtuels

Second Life a déjà été mentionné et est de loin le plus populaire des univers de réalité virtuelle, bien que d'autres (tel ActiveWorlds) soient également fonctionnels.

Vous devenez un résident d'un monde virtuel de votre choix en créant votre propre personnalité virtuelle, appelée votre avatar. (Votre avatar peut emprunter ou non votre apparence ou votre comportement dans le monde réel. Il y a là une grande place pour la créativité). Votre avatar circule dans le monde virtuel, où il interagit avec d'autres résidents, achète et vend des choses, travaille et achète de l'immobilier. (L'achat de biens immobiliers requiert le paiement d'un abonnement mais l'utilisation occasionnelle de Second Life est gratuite). Second Life a sa propre devise, convertible en argent du monde réel.

Les entreprises ont perçu les avantages de s'établir dans Second Life et nombre de multinationales ont leur propre présence virtuelle sur ce site, une précieuse façon de renforcer la connaissance de leur marque dans le monde réel. Certaines entreprises étudient comment réaliser dans Second Life du travail du monde réel (par exemple, en réunissant les avatars des employés pour des réunions).

Second Life se targue actuellement d'un total de 16 millions d'utilisateurs, dont 600.000 se connectent généralement chaque semaine et un million au moins une fois par mois.

3. Partage de contenus générés par les utilisateurs

YouTube, acquis par Google en 2006, est un vaste dépôt de clips vidéo chargés par des utilisateurs. Il affirme recevoir des centaines de milliers de nouvelles vidéos sur son site chaque jour. Certaines, comme celles qui ont été tournées pendant la campagne présidentielle de Barack Obama aux États-Unis, sont visionnées par des millions d'utilisateurs; d'autres végètent, n'étant regardées que par une poignée d'amis de leur auteur.

De plus en plus, les principales sociétés de télévision, de cinéma ou de médias utilisent YouTube comme autre canal de distribution de leurs produits. Les publicitaires, aussi, ont rapidement perçu les opportunités de placer leurs publicités en ligne sur YouTube.

Le site web de partage de photos Flickr (propriété de Yahoo), qui repose sur un concept similaire, affirme recevoir trois mille nouvelles images par minute. Les photos chargées sur Flickr peuvent être partagées avec des groupes et réseaux d'amis et peuvent être visionnées par n'importe qui. Un chargement limité est aussi disponible gratuitement pour tout un chacun mais les utilisateurs fréquents doivent souscrire un abonnement. Flickr accepte aussi des vidéos. Il existe aussi plusieurs autres sites web de partage de photos.

Des sites tels que Flickr ont répondu à la popularité croissante d'appareils sans fil équipés de caméras. Il est maintenant simple de prendre une photo ou une vidéo avec un téléphone portable et de la charger immédiatement sur le web, où elle pourra être vue par n'importe qui.

4. Projets réalisés en collaboration

Un wiki est un petit logiciel qui permet à toute personne consultant une page web d'ajouter sa contribution à cette page ou d'en modifier le contenu. L'exemple le plus connu est l'encyclopédie en ligne Wikipedia, dont les entrées actuelles résultent des efforts cumulés de nombreux collaborateurs, qui ont chacun la possibilité de modifier ou remodifier le texte. Cependant, le concept du wiki peut connaître de nombreuses autres applications, telles la création de sites web en collaboration ou un travail sur des projets communs. Les entreprises s'en servent aussi pour leur intranet et leurs systèmes de gestion des connaissances.

Comme le site web du wiki le dit lui-même, « comme beaucoup de concepts simples, 'la libre révision' a certains effets profonds et subtils. Permettre aux simples utilisateurs de créer et modifier toute page d'un site web est passionnant en ce que cela encourage l'utilisation démocratique du Web et la composition de contenus par des utilisateurs non spécialisés».⁶

5. Blogs et sites de partage de signets

Les blogs sont des journaux intimes en ligne, par lesquels leurs auteurs partagent idées et pensées avec d'autres internautes ou communiquent des nouvelles, des informations et des ressources en ligne. Les blogs permettent à tout le monde de s'exprimer en ligne (la valeur des blogs varie donc énormément!).

Une idée quelque peu similaire – celle de partager avec d'autres les sites web et éléments en ligne jugés intéressants ou utiles – est à la base du concept de «site de partage de signets». Digg, par exemple, permet à ses membres de soumettre des articles, images ou vidéos qu'ils ont découverts et trouvés intéressants; d'autres peuvent ensuite approuver («digg») les propositions qu'ils aiment aussi. Les éléments populaires sont identifiés sur les pages du site web de Digg. Digg affirme «démocratiser les médias numériques»: «En tant qu'utilisateur, vous participez à la détermination de tout le contenu du site en découvrant, sélectionnant, partageant et débattant les nouvelles et les vidéos qui vous plaisent».

Delicious fonctionne de façon assez similaire en permettant aux utilisateurs de publier leurs propres sites favoris, afin que d'autres puissent voir ce qui est recommandé.

Il existe d'autres services de partage de signets très utilisés, dont StumbleUpon (qui déclare compter plus de six millions de membres) et Reddit.

6. Autres applications et outils du web

Tant le New Unionism network que Christine Revkin rappellent à leur public syndical la valeur de Skype, qui permet de passer des appels téléphoniques gratuits ou à très faible coût (y compris des appels en vidéophonie et en téléconférence) en utilisant l'Internet plutôt que les réseaux traditionnels de télécommunications. Les appels téléphoniques de Skype à Skype sont gratuits et Skype peut aussi être utilisé à faible coût vers des non-utilisateurs de Skype ayant des numéros de téléphone traditionnels.

Les flux RSS (Really simple syndication) permettent de faire passer automatiquement des contenus fréquemment mis à jour d'un site Internet à d'autres sites Internet ou à des internautes qui se sont abonnés pour recevoir ces flux. Les RSS sont généralement utilisés pour recevoir des nouvelles ou pour rassembler sur un seul site web des contenus de plusieurs sites Internet distincts.

Le New Unionisme network recommande aussi la fonctionnalité du site iGoogle, qui peut être utilisée pour créer une page web personnalisée en utilisant des flux RSS sélectionnés et d'autres outils tels que des calendriers, des carnets d'adresse et des listes de tâches à effectuer. New Unionism fait remarquer que, malgré son nom, iGoogle peut être utilisé comme un environnement partagé, soit protégé par mot de passe ou totalement public.

Usage du Web 2.0 : quelques bonnes pratiques de syndicats dans le monde

Il serait juste de dire qu'en général, les syndicats n'ont pas surfé sur la première vague d'innovations du web. Si la presse mondiale s'est jetée si avidement sur l'histoire de la manifestation virtuelle de 2007 contre IBM dans Second Life, c'est peut-être précisément en partie parce que cette action était inhabituelle, pas dans le style pratiqué par le mouvement syndical.

Néanmoins, il existe déjà un nombre croissant d'exemples d'utilisations créatives et novatrices des outils du Web 2.0 par des syndicats. Ce qui manque peut-être, c'est la généralisation de ces bonnes pratiques dans le mouvement syndical.

Le New Unionism network, déjà mentionné, est un premier point de départ utile : www.newunionism.net

Le forum en ligne du syndicat mondial UNI, destiné au personnel actif dans les communications syndicales, constitue une autre ressource utile : www.unicommunicators.org

Un autre site web couvrant un terrain similaire a été créé à la suite de l'initiative syndicale dans Second Life : www.slunionisland.org

Depuis leur création, les syndicats reposent sur l'organisation collective de travailleurs qui se rassemblent pour défendre leurs intérêts communs. Les outils de réseaux sociaux offrent, en d'autres termes, une nouvelle possibilité de développer la force collective sur laquelle les syndicats se fondent.

Il existe quelques exemples intéressants de syndicats qui intègrent des éléments de réseaux sociaux en ligne dans leur travail. En Suède, par exemple, Unionen autorise ses membres à personnaliser le site web du syndicat, afin de pouvoir être tenus au courant, par exemple, des matières concernant leur propre domaine professionnel et leurs structures syndicales régionales et locales.

Le GPA-DJP (Autriche) est allé un pas plus loin. Faisant œuvre de pionnier, il a lancé il y a plusieurs années un ensemble de groupes d'intérêts en ligne (www.interesse.at) auxquels ses membres peuvent se joindre sur base volontaire. Ces communautés d'affiliés en ligne ont été créées pour les cadres (work@professional), pour les indépendants (work@flex), pour les travailleurs des TI (work@IT), pour les travailleurs du secteur de l'éducation (work@education), pour les expatriés (work@external) et pour les travailleurs immigrés (work@migration). Ces groupes d'intérêts ont un rôle officiel à jouer dans les structures du syndicat.

Des initiatives telles que celles du GPA-DJP sont centrées sur les sites web des syndicats mêmes. Ailleurs, des syndicats ont exploré la possibilité d'utiliser les sites généraux de réseaux sociaux, tels que Facebook. Dans plusieurs cas, ces initiatives ont fait partie d'une stratégie visant à atteindre et recruter de jeunes travailleurs. En Espagne, par exemple, l'UGT d'Estrémadure a créé en juillet 2008 son propre profil tant sur Facebook que sur le site Tuenti en langue espagnole, en vue de renseigner les jeunes sur les activités du syndicat et de les encourager à participer au travail du syndicat.⁷ Une motivation similaire a présidé à la décision prise en 2007 par l'Australian Workers Union d'avoir une présence sur Facebook et d'encourager ses membres à ajouter un badge «Proud AWU supporter» [Fier de soutenir AWU] à leur propre profil.⁸

Au Canada, le syndicat du textile et de la restauration UNITE HERE utilise aussi Facebook. D'après Mike Thomas, un affilié d'Alberta, Canada, Facebook a ouvert de nouvelles opportunités pour le travail avec la base. «Nous nous organisons sur Facebook au sein de notre syndicat... Vu la façon dont le gouvernement s'emploie à tenter de nous détruire, nous avons besoin d'un moyen de nous réunir. Et c'est ce que Facebook nous permet de faire, sans que nous ne devions avoir une infrastructure».⁹

Les services de réseaux sociaux tels que Facebook peuvent être utilisés comme outil de mobilisation, par exemple pendant des conflits sociaux. Aux États-Unis, la Writers Guild of America a lancé une campagne sur Facebook pour inviter d'autres utilisateurs de Facebook à soutenir publiquement la grève des scénaristes de Hollywood de 2007. La campagne entamée le 26 novembre avec seulement quinze approbations a rapidement gagné du terrain pour atteindre mille marques de soutien au 28 novembre, cinq mille au 16 décembre et dix mille le 26 janvier.¹⁰

Le syndicat de la finance COMFIA-CCOO en Espagne a aussi utilisé Facebook avec succès pour mobiliser plusieurs milliers de personnes pendant une campagne visant à améliorer les conditions d'emploi dans le télémarketing.¹¹

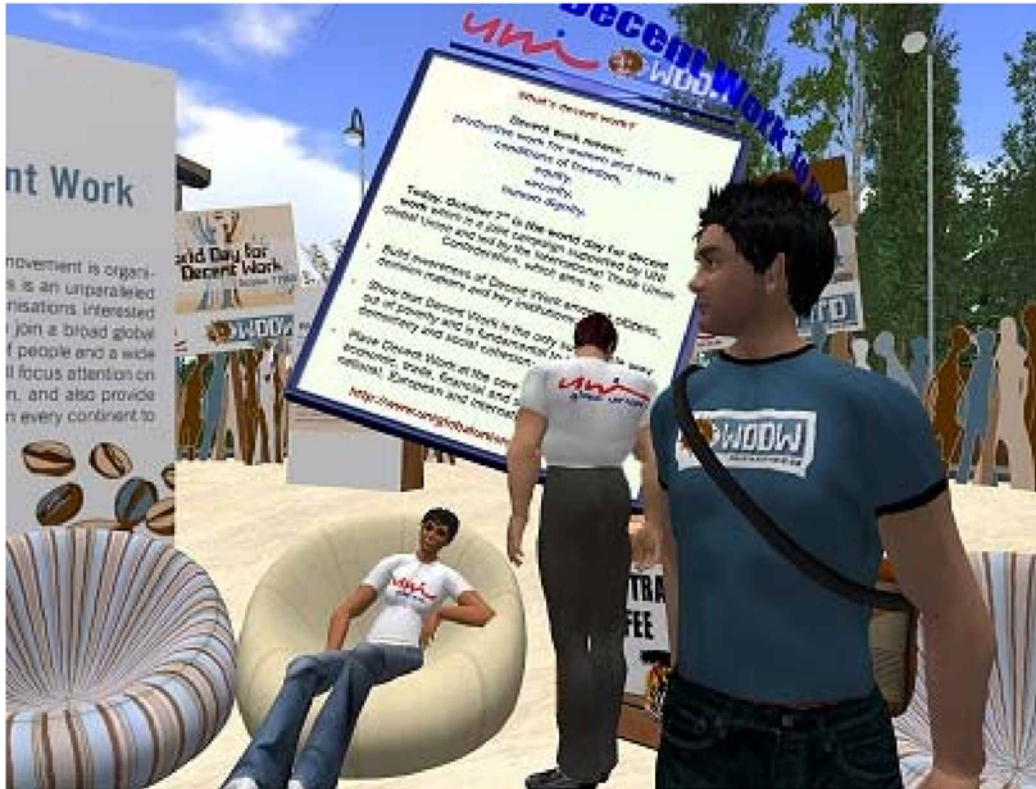
D'un autre côté, la même tactique peut être retournée contre les syndicats. Pendant les grèves des chemins de fer français de novembre 2007, une «contre-manifestation» a été organisée sur Facebook par les forces hostiles aux syndicats. Deux mille personnes y ont souscrit¹². Comme nous le verrons plus loin, le travail syndical peut courir des risques importants en se reposant sur Facebook.

D'autres outils du Web 2.0 sont également envisagés par les syndicats. Ainsi, le syndicat mondial du secteur du transport ITF a utilisé Flickr dans le cadre de sa campagne pour libérer un syndicaliste iranien, Mansour Osanloo. ITF a encouragé les gens à envoyer des photos d'eux-mêmes portant un badge «Free Osanloo» comme preuve visuelle de leur soutien à cette campagne.



À la suite de la manifestation virtuelle de 2007, des syndicats explorent aussi les opportunités offertes par Second Life. La Union Island créée pour cette initiative reste un point central de rassemblement pour les avatars des militants : des réunions informelles régulières ont lieu dans le « bar » pour les nouveaux venus sur Second Life ou pour ceux qui veulent en savoir plus sur les syndicats. Union Island a aussi été le théâtre d'événements le 1^{er} mai 2008 et pour marquer la Journée internationale du travail décent en octobre 2008 (voir photos).

Certains syndicats ont décidé de créer leur propre espace («island») sur Second Life. FOREM, qui fait partie de la fédération syndicale espagnole CCOO, en est un exemple.¹³ La CES a récemment signalé que ver.di (Allemagne) a aussi créé une «island» dans le cadre de sa campagne visant à instaurer un salaire minimum en Allemagne.¹⁴



Le message général qui ressort de tous ces exemples, c'est le besoin pour les syndicats d'essayer les nouveaux outils du Web 2.0 qui apparaissent. John Wood, de la confédération syndicale britannique a déclaré à propos de Second Life en particulier : «Les gens travaillent déjà dans des équipes virtuelles, que ce soit chez eux ou dans différents pays. Vu la diminution du travail présentiel dans les entreprises, celles-ci vont de plus en plus considérer les mondes virtuels comme un moyen de créer un lien et une familiarité entre les travailleurs. Si les entreprises empruntent cette voie, les syndicats devraient leur emboîter le pas. C'est pourquoi nous pensons qu'il est important de s'y mettre tôt. Ce n'est toutefois pas un projet avec un plan spécifique. Il s'agit d'examiner le potentiel, de rassembler les ressources. Le coût est très minime, n'importe qui peut essayer ces outils et nous pouvons tous apprendre ensemble».¹⁵

Comprendre les inconvénients

Derek Blackadder, un organisateur syndical du Syndicat canadien des travailleurs du secteur public, est bien conscient des avantages, mais aussi des problèmes potentiels, que recèle l'utilisation d'outils en ligne tels que Facebook à des fins syndicales. Derek a utilisé la fonctionnalité de Facebook pour approuver des «amis» lorsqu'il évaluait les opportunités d'une utilisation de Facebook pour son travail syndical et a rapidement découvert que son compte avait été supprimé, au motif qu'il s'était fait trop d'«amis» trop vite. John Wood, de la confédération britannique des syndicats, a lancé une campagne «Free the Blackadder One» sur Facebook pour le faire réhabiliter et a attiré plus de 3000 supporters. Cette campagne semblait avoir atteint son but car le compte de Derek a été rétabli mais pour être ensuite retiré à nouveau par Facebook.

Dans un article bien réfléchi¹⁶, Derek a évalué les leçons tirées de cet épisode. Pour lui, les sites de réseaux sociaux tels que Facebook présentent des avantages :

«Ces sites offrent des moyens accessibles de s'auto-organiser. Les travailleurs qui ont un employeur, un emploi, un syndicat ou des problèmes de santé ou de sécurité identiques créent des réseaux, partagent leurs avis, se libèrent de leur stress, coordonnent des actions et mènent généralement simplement de bonnes activités utiles, souvent sans lien formel avec un syndicat... En résumé, sur le plan positif, les sites de réseaux sociaux sont bon marché ou gratuits, faciles d'accès, bien implantés et très populaires et (attention, cet aspect est crucial) sont déjà utilisés par des travailleurs pour faciliter une communication rapide».

Il faut toutefois reconnaître leur inconvénient aussi : «Rien de ce que vous faites sur des sites comme Facebook n'est réellement privé... Le fait [est] que de tels sites sont de grandes entreprises lucratives. Cette réalité a de vastes implications pour l'usage que nous pouvons en faire. Nous devons comprendre que nous ne possédons pas ces sites et que, donc, nous ne les contrôlons pas et devons avoir conscience des implications de ces constats pour une utilisation à des fins syndicales».

Il fait référence à cet égard à une affaire qui a eu lieu ailleurs au Canada en 2007 : le SEIU avait tenté d'utiliser Facebook dans le cadre d'une campagne de recrutement de travailleurs de casino à Halifax, en Nouvelle Écosse, et Facebook avait retiré la page du syndicat de son site. (Malgré cela, cette campagne de recrutement a fini par être fructueuse).

Les syndicats devraient aussi avoir à l'esprit que leur propre utilisation de Facebook et d'autres sites de réseaux sociaux peut exposer des militants et des membres à des actes de victimisation. Sur ce point aussi, Derek Blackadder cite un exemple : «Lorsque Starbucks a été confrontée à une campagne rapide de recrutement syndical aux États-Unis il y a quelque temps, des directeurs plus malins que je ne le souhaitais ont copié les listes de membres des groupes du site de réseau social créé par de récents diplômés de programmes plus progressistes sur les relations sociales aux États-Unis. Cette liste a ensuite été comparée à une liste d'employés de Starbucks et les efforts d'infiltration du syndicat ont été mis à nu (faire embaucher des personnes favorables au syndicat pour favoriser une percée syndicale)».¹⁷

Même le type d'approbation en ligne encouragé en Australie par l'AWU avec son badge «*Proud AWU supporter*» pourrait, dans certaines situations professionnelles, se retourner contre les travailleurs.

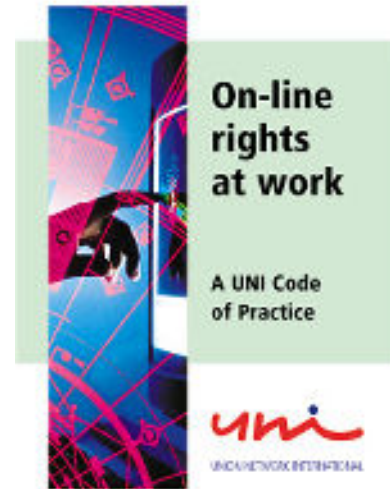
Militant vétéran de l'Internet, Eric Lee livre un message très similaire et prévient qu'il faut se garder de se jeter comme des moutons de Panurge sur le dernier outil en date faisant fureur sur l'Internet. Il raconte, en guise d'avertissement, cette affaire survenue dans la société londonienne Metronet, où un groupe syndical sur Facebook a été rejoint par des directeurs, qui ont ensuite utilisé ce groupe pour diffuser de fausses informations. Lee en conclut : «Ce que vous faites en externalisant votre campagne sur Facebook, c'est cultiver leur compagnie, leur donner un accès direct à vos partisans et à vos membres. » L'autre solution, selon lui, ce sont des «campagnes en ligne bricolées, où vous restez maître des informations».¹⁸

Une diatribe plus générale contre Facebook a été lancée par le journaliste britannique Tom Hodgkinson au début de 2008. Il accuse Facebook d'être, via ses trois propriétaires, «une expression d'une forme particulière de libertarianisme néo-conservateur», soucieux de transformer l'amitié en un instrument lucratif banalisé. «Une fois qu'il a reçu cette vaste base de données d'êtres humains, Facebook n'a plus qu'à revendre ces informations aux publicitaires ... Et c'est précisément ce qui se produit».¹⁹

Cette diatribe de Hodgkinson est un précieux antidote face à une ruée irréfléchie sur un avenir dans Facebook et, par extension, vers les autres outils brevetés du Web 2.0. Dans sa conclusion, Derek Blackadder suggère toutefois une approche plus mesurée : «Nous devons avoir une présence sur Facebook et sur les autres sites. Mais l'objectif ne devrait pas être d'utiliser ces sites pour organiser quoi que ce soit d'autre qu'un départ vers des eaux plus sûres».

Le Web 2.0 sur le lieu de travail

L'introduction de l'Internet sur les lieux de travail au milieu et à la fin des années 1990 a débouché sur une série de problèmes et conflits disciplinaires dans le monde de l'emploi, les directions et les syndicats tentant de faire face aux implications d'une nouvelle technologie puissante. UNI (et son prédécesseur Fiet) a fait œuvre de pionnier en cette matière. Publié pour la première fois en 2000, le Code de conduite d'UNI intitulé *Droits en ligne au travail* reste un précieux recueil de bonnes pratiques couvrant des aspects tels que l'accès des syndicats aux médias électroniques de communication, la vie privée et les courriels privés et l'utilisation de l'Internet par les travailleurs.²⁰ Nombre d'entreprises ont aussi rapidement élaboré des politiques officielles d'utilisation de l'Internet et du courrier électronique, levant ainsi une partie de l'incertitude vécue par leur personnel.



Le développement des outils du Web 2.0 a lui aussi généré une flambée de problèmes en matière d'emploi, auxquels les syndicats doivent pouvoir répondre. Dans une certaine mesure, les paramètres n'ont pas encore été établis : rien ne permet de discerner clairement quels sont les usages acceptables et inacceptables des outils du Web 2.0 sur les lieux de travail.

Un des sujets de litige concerne le droit des entreprises d'exiger la loyauté de leurs travailleurs dans leurs heures consacrées à leurs activités personnelles par opposition à leurs heures de travail.²¹ Il est à la base du contentieux qui, en Écosse, a entraîné le licenciement de Joe Gordon d'une importante librairie, pour commentaires francs publiés sur son blog personnel au sujet de son «méchant patron». Gordon s'est appuyé sur le principe de la liberté d'expression : «J'ai affiché ces commentaires EN DEHORS DE MES HEURES DE TRAVAIL, les ai écrits dans ma PROPRES maison pour mon PROPRES blog ... Je ne suis pas un serf, pas un serviteur lié par contrat. Je suis un homme libre jouissant de la liberté d'expression. L'entreprise ne me possède pas, corps et âme. Elle peut s'attendre à ce que ses règles soient respectées au travail, mais dans vos propres temps et espace privés?»

Joe Gordon a fait valoir que s'il s'était plaint de son employeur à des amis dans un bar, il n'aurait pas été sanctionné. Le problème, toutefois, c'est qu'il avait clairement identifié son employeur dans un média potentiellement accessible au monde entier.

Une autre affaire plus ou moins similaire liée à un blog personnel est celle de Catherine Sanderson, licenciée pour commentaires faits au sujet de son employeur, un cabinet comptable anglo-français, basé à Paris. Elle n'a pas cité son lieu de travail mais ses employeurs ont argué que certains commentaires peu flatteurs pouvaient permettre d'identifier le cabinet et porter préjudice à son activité. Le résultat a été différent de celui de l'affaire Joe Gordon : il a ultérieurement été jugé que Catherine Sanderson avait subi un licenciement abusif et il lui a été accordé 44.000 € de dommages-intérêts.

Ce genre de litige se produit également en rapport avec les sites de réseaux sociaux. En novembre 2008, la compagnie aérienne Virgin Atlantic a licencié treize membres du personnel de cabine qui avaient utilisé Facebook pour afficher des messages critiques au sujet des passagers de la compagnie et blâmer au sujet de moteurs défectueux. Selon la compagnie, les commentaires affichés sur Facebook «jetaient le discrédit sur la compagnie et insultaient certains de ses passagers».²² Une autre affaire encore, également du R.-U., a fait surface lorsqu'un travailleur d'un grand détaillant britannique a été licencié pour avoir créé un réseau potentiel de collègues de travail sur le thème «Je travaille chez *** et veux partir au plus vite parce que c'est merdique».

Au Canada, à la fin de 2007, des membres d'UFCW travaillant pour une entreprise de Winnipeg ont fait l'objet de mesures disciplinaires après avoir critiqué leur supérieur hiérarchique sur Facebook. Après intervention du syndicat, ils ont pu garder leur emploi mais ont été suspendus pendant une semaine, à titre de sanction. Après coup, Robert Ziegler, d'UFCW, a déclaré : «Il y aura toujours un moment où quelqu'un est mécontent de son travail ou de ses collègues. Vous pouvez le dire oralement, en privé ... mais dès que vous écrivez vos critiques, vous en créez une trace officielle». Le magazine d'UFCW a conseillé à ses membres de faire attention à ce qu'ils écrivent sur des sites Internet.²³

Comme le fait remarquer Ziegler, les informations personnelles affichées sur le web sont accessibles aux employeurs. Un récent article dans la presse concernait un travailleur australien des télécommunications qui a fait l'objet de mesures disciplinaires pour avoir pris un congé de maladie abusivement. Ce travailleur avait malheureusement partagé un récit de sa soirée de sortie de la veille sur Facebook.²⁴

Les syndicats ont déjà commencé à s'attaquer à un autre type de problème lié aux sites de réseaux sociaux : les intimidations sur le Net, en d'autres termes, des situations où des dirigeants ou des collègues utilisent des données du profil d'un travailleur sur un réseau social pour le harceler. Ce problème de l'intimidation de travailleurs du secteur public sur des sites de réseaux sociaux a constitué le thème d'une réunion en marge du congrès de 2008 des syndicats britanniques.

Tant la presse britannique que la presse française ont fait écho dans leurs colonnes à une préoccupation connexe des travailleurs. Le Financial Times titrait son article sur cette question : «Mon patron veut être mon ami sur Facebook». Le FT citait un lecteur qui avait déclaré : «Je travaille dans une agence de publicité et mon patron (qui est très branché) vient de me demander d'être mon ami sur Facebook. Je me sens envahi ; j'adore mon travail mais tiens à le garder bien séparé du reste de ma vie. Je ne veux absolument pas qu'il espionne ce que je dis à mes amis».²⁵

Un récent article du journaliste français Augustin Scalbert relate un récit similaire où une employée d'une agence de relations publiques a réagi de la même manière : «Je n'accepterai jamais mon patron comme ami sur Facebook. C'est mon espace privé ... Mon patron n'a pas à savoir qui je suis réellement, en dehors de mes compétences professionnelles. En plus, ça peut être un moyen de flicage». Cet article était intitulé : «Mon patron comme ami sur Facebook : attention, danger!»²⁶

L'utilisation de sites de réseaux sociaux et, d'une façon plus générale, d'informations personnelles affichées sur l'Internet se pose aussi en rapport avec le recrutement. Les informations sur la vie privée (ce que font les individus pendant leurs soirées et week-ends, leurs amis et relations, leurs photos personnelles) sont maintenant largement disponibles en ligne. Les jeunes, en particulier, affichent sur le Net des informations sur leur vie privée sans nécessairement réfléchir aux conséquences, à savoir que ces indiscretions peuvent être accessibles aux employeurs dans dix, vingt ou trente ans. Comme l'a récemment dit un jeune cité dans le journal français Libération : «Il y a peut-être des photos de moi sur Fesse Bouc en train de gerber ou de fumer un pet dans une soirée, et je ne le sais même pas! Imaginez les dérives!»²⁷

Plusieurs rapports font état de cas où des employeurs ont effectivement utilisé des informations personnelles publiées sur les sites de réseaux sociaux des candidats pour influencer leur décision pendant le processus de recrutement. Dans une étude menée par Viadeo, un employeur déclare : « Nous avons découvert que le candidat participait en privé à des activités qui ne cadraient pas avec notre entreprise sur le plan éthique ». Un autre affirme : « Son site Internet montrait une face négative de lui, notamment son abus d'alcool».²⁸

Un troisième employeur concède : «Par le passé, j'ai simplement passé mes candidats au crible de Google, tandis que maintenant, je tape leur nom également dans MySpace. J'ai trouvé plusieurs choses intéressantes sur ce site. Un candidat déclarait dans son profil personnel être contre la religion et contre tout croyant. J'ai jeté sa candidature comme trop embarrassante».²⁹

Le journaliste du Financial Times spécialisé dans les technologies adressait récemment cette mise en garde à ses lecteurs : «Votre prochain employeur va presque certainement taper votre nom dans Google pour vérifier vos activités en ligne. Certains, surtout aux États-Unis, iront même jusqu'à commander une recherche complète sur les antécédents auprès d'un fournisseur de services en ligne tel qu'Intelius (www.intelius.com) ou Abika (www.abika.com)». ³⁰ Pour les syndicats, toutefois, il faudrait fortement décourager de telles pratiques des employeurs pour plusieurs raisons très convaincantes. Premièrement, il faut tenir compte des questions relatives à l'égalité des chances : de bonnes pratiques de recrutement consistent à évaluer chaque candidat à un poste sur la base des mêmes critères et mêmes processus de sélection. D'un point de vue plus général, il n'est pas considéré comme acceptable de poser, dans le cadre des pratiques de recrutement, des questions personnelles aux candidats concernant des aspects tels que leurs convictions philosophiques ou religieuses, leur sexualité ou leurs relations. Accéder à des informations sur les sites de réseaux sociaux devrait également être considéré comme une pratique inacceptable.

La problématique de la mesure dans laquelle les employeurs ont le droit d'influencer ou de modifier la vie en ligne de leurs travailleurs s'étend aussi aux mondes virtuels. Les entreprises, par exemple, devraient-elles avoir des pouvoirs sur les avatars de leurs employés dans Second Life?

Comme nous l'avons déjà dit dans ce rapport, des entreprises réelles sont représentées dans des mondes virtuels tels que Second Life et y mènent des activités bien réelles. Plusieurs entreprises, dont IBM et Intel, autorisent leurs employés à «travailler» dans Second Life, généralement pour y tenir des réunions et discussions en ligne. IBM a élaboré des *Virtual Worlds Guidelines* [Lignes directrices pour les mondes virtuels] à l'attention de ses travailleurs, basées en général sur une approche pragmatique. Elles affirment, par exemple : «En règle générale, votre vie privée vous appartient. Toutefois, vous devez veiller à éviter, dans le monde virtuel, des activités susceptibles d'avoir un impact négatif sur IBM ...» Cependant, l'avant-dernier paragraphe de ces Lignes directrices contient une mauvaise surprise : «Vous devez examiner si votre avatar numérique pourrait être lié à IBM dans des activités auxquelles vous prenez part en dehors de vos heures de travail. Tout comportement susceptible d'avoir une incidence négative sur votre performance en tant qu'employé d'IBM, sur celle des autres employés ou sur les intérêts commerciaux légitimes d'IBM peut entraîner des mesures disciplinaires, y compris un licenciement».

En cette matière, le problème, c'est en partie l'absence de règles claires pour déterminer ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas. L'estompement croissant des limites entre vie professionnelle et vie privée génère aussi des difficultés.

Un ensemble de principes, devant constituer la base d'un éventuel code de bonnes pratiques, a été proposé en décembre 2007, dans un document d'information que j'ai rédigé après examen de ce sujet lors de la conférence d'UNI-Europa Cadres de 2007. Voici ces principes :

- Il faut des lignes directrices claires, établies par convention collective, pour déterminer dans quelle mesure l'accès à des services en ligne, y compris aux réseaux sociaux, est autorisé sur les lieux de travail. Une bonne pratique serait d'autoriser les travailleurs à utiliser les services en ligne à des fins non commerciales, à condition que cette utilisation ne nuise pas à leur capacité d'exécuter leurs fonctions.
- Les employeurs devraient reconnaître que la vie privée des travailleurs se vit de plus en plus en ligne. Les travailleurs ont le droit d'exprimer des opinions en ligne, à condition qu'ils ne cherchent pas déraisonnablement à discréditer leur employeur.
- Les employeurs qui font des recherches en ligne (par exemple, via Google) sur des candidats spécifiques pendant des processus de recrutement ou qui recourent à des consultants en recrutement pour le faire, devraient signaler clairement aux candidats que de telles recherches sont effectuées. Les employeurs devraient bien s'assurer que ces recherches n'engendrent pas de discriminations à l'encontre de certains candidats.

- L'accès aux informations personnelles en ligne sur les individus, y compris aux profils sur les sites de réseaux sociaux, ne devrait en aucun cas être autorisé, que ce soit pendant le processus de recrutement ou après l'embauche.
- Les directeurs devraient comprendre quels sont leur fonction et leur rôle sur le lieu de travail. Il devrait dès lors être considéré comme inacceptable pour un directeur de demander accès aux réseaux d'amis des membres de son personnel sur les sites de réseaux sociaux.

Vers des syndicats 2.0

Les syndicats peuvent et devraient utiliser les outils du Web 2.0 dans leur travail, de la même manière qu'ils ont, au fil des ans, utilisé tous les autres outils, depuis les machines à écrire jusqu'aux téléphones, qui ont jadis constitué eux aussi une technologie nouvelle.

Mais cette évolution recèle-t-elle d'autres aspects? Comme nous l'avons déjà dit, plusieurs auteurs ont laissé entendre que les nouvelles façons d'utiliser le web induiront des changements fondamentaux dans les pratiques d'entreprises : d'après eux, si l'Entreprise 2.0 n'aura guère besoin des pratiques de gestion de l'ère industrielle régissant le commandement et le contrôle, elle recourra largement à des méthodes de travail basées sur la participation et la mise en réseau.

Que penser de l'idée émise par Ulrich Klotz et Christine Revkin, entre autres, selon laquelle les syndicats devront eux aussi entreprendre une mutation fondamentale similaire s'ils veulent se recréer pour le monde du travail du vingt-et-unième siècle? Devons-nous les suivre et parler des Syndicats 2.0?

Si les syndicats n'existaient pas encore, il y a tout lieu de croire que la génération actuelle de travailleurs se réunirait pour créer des organisations destinées à défendre ses intérêts collectifs partagés. Mais les travailleurs d'aujourd'hui, en particulier les jeunes, recourraient certainement à de nouvelles méthodes pour s'atteler à ce processus. Au lieu de créer des structures syndicales centrées sur des réunions présentielles sur les lieux de travail ou dans des bureaux locaux de villes, ils utiliseraient le web pour construire des réseaux, lancer des campagnes, tenir des débats.

La démocratie syndicale serait sans doute très différente aussi : le processus décisionnel reposerait non plus sur un vote à main levée dans des salles de réunion et des centres de conférence mais bien sur des outils électroniques, en ligne. Quant aux structures syndicales traditionnelles, qui reproduisent à bien des égards les structures hiérarchiques des entreprises de l'ère industrielle, elles pourraient aussi être remodelées : au lieu d'un cadre pyramidal dont les syndiqués sont considérés comme la base, les structures pourraient très bien être horizontales, basées sur les relations entre membres, entre homologues, plutôt que verticales. Tout cela devrait inévitablement pousser les syndicats à revoir leurs pratiques et modes de fonctionnement actuels. S'ils veulent vraiment s'assurer que les jeunes entrant sur le marché de l'emploi – la génération dite du Net – soient attirés vers eux, les syndicats devront sans aucun doute s'impliquer dans le monde en ligne d'une manière qui soit plus que simplement superficielle : il faut que ces mondes en ligne soient intégrés de façon très fondamentale dans leur mode de fonctionnement.

À cet égard, il est urgent d'agir car la technologie continue à progresser. Déjà, des commentateurs discutent de la préparation de la prochaine génération du web, un Internet tridimensionnel qui sera sans doute hautement personnalisé et de plus en plus centré sur l'accès via des systèmes sans fil, tels que les téléphones et les ipod/MP3. À quoi ressemblera le Web 3.0, nous n'en savons rien mais il est temps de s'y préparer.

Information for translations : Original texts, where not English.

Klotz: Um als 'Gewerkschaften 2.0' in der 'nächsten Gesellschaft' erfolgreich fortbestehen zu können, werden sie sich in all ihren Strukturen and Prozessen sogar noch weit grundlegender wandeln müssen als die meisten Unternehmen

Mon patron comme ami: «Je n'accepterai jamais mon patron comme ami sur Facebook. C'est mon espace privé ... Mon patron n'a pas à savoir qui je suis réellement, en dehors de mes compétences professionnelles. En plus, ça peut être un moyen de flicage»

I.lbé : «Il y a peut-être des photos de moi sur Fesse Bouc en train de gerber ou de fumer un pet' dans une soirée, et je ne le sais même pas! Imaginez les dérives!»

- ¹ Butler Group, *Enterprise Web 2.0, Building the Next-generation Workplace*, publié en septembre 2008
- ² Don Tapscott and Anthony Williams, *Wikinomics: How Mass Collaboration changes Everything*, publié en janvier 2008
- ³ Ulrich Klotz, *Mit dem 'Unternehmen 2.0' zur 'nächsten Gesellschaft'*
- ⁴ Christine Revkin, *UNI and the Web 2.0*
- ⁵ www.newunionism.net/network.htm
- ⁶ <http://wiki.org>
- ⁷ UGT Extremadura se une a las redes sociales de Tuenti y Facebook, <http://www.extremaduraaldia.com/tecnologia/ugt-extremadura-se-une-a-las-redes-sociales-detuenti-y-facebook/61703.html>
- ⁸ [Le syndicat des travailleurs australiens tente de se vendre à une nouvelle génération d'Australiens en lançant un formulaire de candidature sur Facebook] The Australian Workers Union is looking to market itself to a new generation of Australians by launching a Facebook application, <http://www.australianit.news.com.au/story/0.24897.2291883415318.00.html>
- ⁹ *Union Organizing 2.0: Labour enters the Facebook matrix*, <http://briarpatchmagazine.com/2008/11/01/labour-enters-the-facebook-matrix/>
- ¹⁰ www.facebook.com/group.php?gid=7519916618
- ¹¹ Facebook, las redes sociales y los sindicatos, <http://blog.comfia.net/webmaster/esindicato/2008/01/17/facebook-las-redes-sociales-y-lossindicatos>
- ¹² www.facebook.com/group.php?gid=20166712344
- ¹³ Informations tirées de www.unicommunicators.org
- ¹⁴ Lettre d'information de la CES, janvier 2008
- ¹⁵ *Welcome to Union Island, Labour Research*, août 2008
- ¹⁶ *Facebook Facts: Finding Friends and Foes*, http://ourtimes.ca/Talking/article_87.php
- ¹⁷ Derek Blackadder, op cit
- ¹⁸ *Bandwagons and Buzzwords: Facebook and the Unions*, www.ericless.info/2007/11/bandwagons_and_buzzwords_faceb.html
- ¹⁹ Tom Hodgkinson, *With Friends Like These ...*, The Guardian (London), 14 January 2008
- ²⁰ Ce Code est disponible en français sur [http://www.uniglobalunion.org/uniibitsn.nsf/0b216cc03f4649f6c125710f0044be29/\\$FILE/CodeFr.pdf](http://www.uniglobalunion.org/uniibitsn.nsf/0b216cc03f4649f6c125710f0044be29/$FILE/CodeFr.pdf). Des versions dans d'autres langues sont disponibles via la page d'accueil d'UNI IBITS.
- ²¹ Cet exemple et plusieurs autres cités plus loin proviennent du document d'information « *Online Rights at Work* » [Droits en ligne au travail] rédigé par Andrew Bibby pour UNI Cadres en décembre 2007.
- ²² Ben Quinn, *Virgin sacks 13 over Facebook 'chav' remarks*, The Guardian (London), 1 November 2008
- ²³ *Company suspends employees for Facebook rants*, CBC News, 10 September 2007. www.cbc.ca/canada/manitoba/story/2007/09/10/facebook-union.html
- ²⁴ Ben Quinn, op cit
- ²⁵ Lucy Kellaway, *My Boss wants to be my friend on Facebook*, Financial Times, 3 October 2007
- ²⁶ Augustin Scalbert, *Mon patron comme ami sur Facebook : attention, danger!* <http://eco.rue89.com/2008/10/01/mon-patron-comme-ami-sur-facebook-attention-danger>
- ²⁷ Karl Laske, *Double Facebook*, Libération, 6 décembre 2007
- ²⁸ *Recruiters say 'no' to job applicants with poor Internet reputations*, 28 March 2007, www.videointhenews.com/English/press/view.asp?id=1&pressid=22
- ²⁹ *Caught in the Net*, www.the.lawyer.com/cgi-bin/item.cgi?id=129676&d=pndpr&h=pnhpr&f=pnfpr
- ³⁰ Paul Taylor, *Two faces of people search*, Financial Times, 24 April 2008