

## LA COMMUNICATION D'AFFAIRES : DE LA LETTRE COMMERCIALE AU COURRIEL ET AUX PLATEFORMES / THE BUSINESS COMMUNICATION : FROM BUSINESS LETTERS TO EMAILS AND PLATFORMS

Andra-Teodora PORUMB<sup>1</sup>, Adina SĂCARA-ONIȚA<sup>1</sup>

*<sup>1</sup>Department of International Business, Faculty of Economic Sciences, Oradea, Romania*

[andra.catarig@gmail.com](mailto:andra.catarig@gmail.com)

[oadina@yahoo.com](mailto:oadina@yahoo.com)

**Abstract:** *Written communication has always been essential in a business environment, with written documents holding undeniable legal value. In the context of technological changes over the last 30 years and the rapid development of the Internet, digital communication has gradually replaced traditional means of communication. We have moved from transmitting information through official letters to fax and then to email. In the past, a small number of individuals with specialized training were responsible for drafting business letters, but nowadays, every employee of a company must handle their own correspondence. The shift in devices and the rapid pace at which written communications are drafted and transmitted via the Internet or mobile phones bring about changes in discursive practices. This paper examines email as a discourse genre, first analyzing its differences from traditional correspondence. We then explore its characteristics, particularly its formal flexibility and its grounding in the interactive dynamics specific to digital environments. We also highlight its crucial role in managing professional relationships, facilitating efficient communication, and adapting to contextual needs. Recent business language textbooks propose numerous exercises focusing on understanding professional emails and developing a wide variety of emails while also considering other types of written documents (social media posts, articles for the company's website). Conceiving professional emails remains a fundamental exercise in business language courses, familiarizing students with the need to communicate with internal colleagues and external partners, thereby improving their skills in written comprehension and expression and better preparing them for integration into the labour market, autonomy, and adaptation to the current business environment.*

**Keywords:** *digital communication, business communication, digital genres, email, communication platforms.*

**JEL classification:** Z13, Z19.

### 1. Introduction

L'évolution des pratiques d'écriture due à l'essor des médias électroniques a profondément transformé la communication moderne. On parle aujourd'hui de « communication numérique écrite » ou « communication écrite en ligne », un « hyper-genre » (Pop, 2017) qui englobe, selon Marcoccia (2016), « divers types

de situations de communication interpersonnelle (privée ou publique) par courrier électronique, messagerie instantanée, forums, tchats, plateformes de réseaux sociaux, etc. ». Marcoccia (2016) définit et décrit ces nouvelles formes de communication, en remarquant des caractéristiques dérivant de « l'environnement numérique », telles que leur formatage technologique, leur plurisémiotité (combinaison : texte, image, icône, « techno-signes ») leur fort degré d'intertextualité (intégration d'autres fragments textuels) et leur dimension hypertextuelle.

Il y a de nos jours des exigences de rapidité et d'accessibilité, les échanges sont presque instantanés, permettant une communication fluide et efficace. Marcoccia (2016) distingue des formes asynchrones de communication (le courrier électronique, les forums de discussion) et des formes synchrones de communication (le chat et la messagerie instantanée).

Dans le monde de l'entreprise, savoir rédiger des notes de service, des comptes rendus, des procès-verbaux, des rapports, des notes de synthèse, des lettres et des courriels professionnels représentait une des compétences clés des managers et des cadres. Aujourd'hui, tous les employés doivent avoir des compétences multiples et la capacité à réagir rapidement, car de nombreuses entreprises organisent leurs réunions sur la plateforme Teams, qui permet aussi bien des échanges oraux en temps réel que le partage de documents et la co-production de documents, en privilégiant le travail collaboratif.

La communication efficace à l'intérieur de l'entreprise (avec les cadres et les employés) et à l'extérieur (avec les fournisseurs, les clients, les partenaires) est une préoccupation permanente des managers, représentant un facteur clé de succès. Dans la présente contribution nous allons examiner le courrier électronique, un outil important de communication écrite aussi bien interne qu'externe, qui a remplacé graduellement le courrier traditionnel, ayant comme dispositif d'élaboration et de transmission l'Internet et la téléphonie mobile. Nous allons analyser les spécificités de ce genre numérique, très utilisé dans les interactions professionnelles. La rapidité des échanges entraîne une évolution du ton et du style des messages par rapport à la lettre d'affaires : l'écriture devient plus concise et informelle, même dans des contextes professionnels, modifiant ainsi les normes traditionnelles de la correspondance. Les personnes sont impliquées dans une interaction continue, mais la profondeur des échanges est moindre.

Nous allons montrer également que la communication d'affaires ne cesse d'évoluer et que les échanges professionnels modernes se déroulent à l'aide de formes hybrides, fortement influencées par le médium. Ainsi, les plateformes numériques jouent un rôle clé dans la communication, permettant aux entreprises de collaborer efficacement et de gérer les échanges internes, d'interagir avec leurs clients et partenaires, et de diriger leurs opérations à grande échelle.

## **2. Le courrier électronique vs le billet**

Dans un article paru en 2005, Labbé et Marcoccia s'interrogeaient sur les évolutions génériques engendrées par l'arrivée d'un « nouveau support matériel (le numérique) » et posaient la question de savoir s'il fallait parler de genres nouveaux

ou de « recomposition » de genres anciens. Ils ont soutenu l'hypothèse que les genres numériques se trouveraient dans « un rapport de continuité avec des genres préexistants ». Leur étude de cas proposait une comparaison entre le billet (un message bref, apparu au XVII<sup>e</sup> siècle, plus familier que la lettre mais conservant une expression soignée) et le courrier électronique, afin de mettre en lumière les dynamiques de transformation et de continuité propres à ces formes de communication. Dans les deux cas il s'agit de « dialogues épistolaires de forme brève » qui ont des points communs :

- la brièveté
- la clarté
- le caractère souvent informel
- la dimension ludique
- la présence de jeux sur le langage ou de jeux graphiques (soulignements, majuscules, gros caractères)
- la fonction informative et pratique (organisation de l'activité)
- la visée relationnelle (entretenir un réseau de relations : vœux, remerciements)
- la fonction d'annoncer ou de reprendre un échange
- la séquentialité (insertion de fragments du texte initial dans le message de réponse).

Étant donné ces caractéristiques, Labbé et Marcoccia considèrent que le courrier électronique est « une variation numérique » du billet et que la modification du support n'entraîne pas l'apparition d'un genre nouveau. D'ailleurs, ils soulignent le fait que les deux genres étaient en concurrence avec le genre de la correspondance classique et que la préférence pour les messages brefs apparaît lorsqu'il est nécessaire de « mener plusieurs "tours de parole" par écrit ».

### **3. Le courrier électronique vs la lettre traditionnelle**

Gajewska (2016) propose une étude comparative du courrier traditionnel et du courrier électronique, en donnant des exemples extraits de la correspondance commerciale. Dans les deux cas, les messages sont construits sur la base d'un schéma : le « normolettre » pour la lettre d'affaires traditionnelle et la « structure pré-formatée » dans le cas du courrier d'entreprise. La linguiste souligne toutefois que le mode de transmission différent a entraîné des fonctions distinctes, avec des « potentialités jusqu'à présent inconnues » du courriel.

La lettre et le courriel fournissent des informations contextuelles, car la réception se réalise un certain temps après la rédaction du message, en l'absence de l'émetteur. Même si dans le cas du courriel la réception est « présumée imminente » (Cusin-Berche, 1999), la lecture est différée.

Dans le paratexte de la lettre on trouve des informations concernant l'émetteur, le destinataire, le temps et le lieu de la rédaction.

Dans la lettre traditionnelle, la signature manuscrite et dactylographiée avait valeur de preuve légale. Dans le courriel, la signature « se décline au pluriel et prend des formes très variées » (Gajewska, 2016), ayant plutôt une fonction informative et, selon certains linguistes (Mourlhon-Dallies & Colin, 1999, cités par Gajewska, 2016), faisant partie du texte du message, non du paratexte. La signature

automatique donne des indices sur l'auteur du message, son département, son entreprise et peut comporter une typographie spéciale (couleurs, taille et type des polices, procédés de mise en évidence). Parfois, elle comprend des logos, des slogans, des liens cliquables, devenant un outil marketing. Gajewska (2016) indique une nouveauté dans la communication écrite d'entreprise, à savoir la « dimension relationnelle » de la signature, qui est un geste de considération ou une forme de politesse envers le destinataire.

La linguiste met également en évidence les différences d'organisation textuelle, plus précisément le plan du courriel traditionnel (le schéma « passé-présent-futur » ou « introduction-développement-conclusion ») est remplacé par le plan « en pyramide inversée » (mise en avant de l'essentiel, de l'information la plus importante).

Selon Gajewska, les propriétés techniques du médium déterminent certaines spécificités du courrier électronique, qui peut être sujet à des modifications, à des reprises, étant une forme « instable ». On a la possibilité de sélectionner l'option « réponse automatique », on peut transférer le message à un autre destinataire, on peut mettre des destinataires en copie. Ainsi, le courriel devient « objet complexe », supposant deux niveaux énonciatifs (un contexte énonciatif initial et le contexte énonciatif de l'acte de la transmission). Il s'agit d'une spécificité textuelle propre, les courriels étant souvent « des plurilogues qui empruntent à une multiplicité de sources énonciatives ». (Gajewska, 2016)

La linguiste remarque la difficulté à identifier les sources énonciatives dans le cas du transfert, de l'insertion de fragments de textes initiaux dans d'autres courriels, de la modification de ces fragments. Il s'agit dans ce cas d'une autre spécificité du courriel par rapport à la lettre traditionnelle, dérivant du changement de support.

Le courriel est caractérisé par l'interdiscursivité, étant plutôt un « dialogue de textes écrits » qui entrent en interaction avec d'autres textes et forment « des unités sémantiquement complètes ». (Gajewska, 2016) Alors que la lettre traditionnelle était un texte autosuffisant, le courriel reformule des informations existantes dans des messages antérieurs, renvoie à ceux-ci par des procédés d'anaphore ou de thématisation.

En analysant la correspondance d'affaires, Gajewska précise que la lettre était écrite à la suite d'entretiens oraux, pour confirmer des décisions prises et indiquer les conclusions des échanges oraux. L'oral était caractérisé par l'imprévu, « l'écrit était censé constituer la preuve juridique des résolutions finales ».

Le courriel remplace de nos jours le courrier papier et le téléphone, étant plus discret et moins intrusif. Un échange de courriels entre plusieurs personnes présente l'avantage que chaque énonciateur peut apporter des notes. Un document attaché peut être l'objet de modifications successives réalisées par plusieurs membres du groupe de travail, favorisant la coopération.

Les appels téléphoniques et les e-mails jouent des rôles complémentaires dans la communication. Les appels téléphoniques permettent une interaction plus immédiate et personnelle. Ils sont souvent privilégiés pour clarifier rapidement des points, résoudre des problèmes urgents ou renforcer les relations avec un ton plus humain et spontané. Les e-mails offrent une trace écrite, facilitent l'organisation et permettent de transmettre des informations détaillées, souvent confidentielles, à

plusieurs destinataires sans être intrusifs. Ils sont idéaux pour les communications réfléchies, les communications officielles, les annonces importantes ou les échanges qui nécessitent de la documentation. Ils peuvent être archivés et constituer une preuve légale en cas de litiges.

En combinant les deux, on peut bénéficier de l'efficacité des e-mails pour structurer les échanges et de la rapidité des appels pour traiter les urgences ou ajouter une touche personnelle.

Alors que pour Gajewska (2016) le courrier électronique reste un mode de communication, qui n'obéit pas à des normes génériques strictes et ne suppose pas de routines strictes, à la différence du courrier traditionnel qui, en revanche, est considéré comme un genre institué de mode (1), peu sujet à variation, caractérisé par « des formules et des schèmes compositionnels préétablis » (Maingueneau, 2007), pour Cusin-Berche (2003) il s'agit d'un nouveau genre discursif, qu'elle appelle *le genre messiel*, influencé par le medium, ayant des spécificités techniques, discursives et stylistiques propres.

#### 4. Les plateformes collaboratives

Dans la communication d'entreprise, d'autres outils sont devenus indispensables : les plateformes collaboratives (Talkspirit, Workplace, Teams, Jamespot).

En donnant l'exemple de la plateforme Teams, on entre dans un autre paradigme : entrelacement entre l'oral et l'écrit, communication instantanée / partage de documents écrits, travail individuel / travail collaboratif, opérations courantes / réalisation d'un projet d'envergure.

Cette plateforme est idéale aussi bien pour les conversations informelles que pour les réunions officielles et les présentations, avec des participants se trouvant à distance. La plateforme offre des fonctionnalités complexes : chat individuel ou de groupe, partage de documents, possibilité de modification, de co-édition et de centralisation de fichiers, enregistrement des réunions, possibilité de transférer les courriels sur la plateforme, option d'intégrer des participants externes aux rencontres.

Les entreprises qui veulent accroître la productivité et l'efficacité de leurs équipes recourent massivement à la plateforme Teams, car elle stimule la collaboration et le travail en vue d'un objectif commun.

La communication en temps réel est devenue une nécessité et la plateforme Teams, en proposant une hybridation entre les modes de communication, permet de combiner le synchrone et l'asynchrone, pour une collaboration fluide et dynamique.

En déroulant leurs activités sur la plateforme Teams, les cadres et les employés doivent mettre en œuvre simultanément les quatre compétences linguistiques fondamentales (compréhension écrite et orale, production écrite et orale) et gérer les aspects interculturels (dans le cas très fréquent d'équipes plurilingues). Grâce aux échanges interactifs, à la diversité des contenus et aux outils disponibles, elle permet de renforcer la maîtrise de la langue dans un cadre dynamique et adapté aux besoins de l'utilisateur.

## 5. Les manuels de FOS et la formation de la compétence rédactionnelle

Dans l'entreprise, la tâche de rédiger des lettres d'affaires était confiée aux secrétaires, qui avaient une formation spécialisée dans le domaine. De nos jours, tous les employés d'une entreprise doivent être capables de lire et écrire des documents professionnels et de gérer leur propre correspondance.

Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) organisent depuis longtemps des cours de français des affaires comprenant des modules dédiés à la correspondance commerciale (lettres et courriels), ainsi que des examens pour certifier la capacité à travailler en français. En général, les personnes qui vont travailler en France ou bien celles qui œuvrent dans une multinationale ou dans une entreprise traitant des affaires au niveau international suivent de tels cours pour leur remise à niveau et pour acquérir des compétences rédactionnelles en français.

Elles peuvent également consulter des guides pour la rédaction du courrier professionnel et des recueils de modèles de lettres (Périer, 1994, Dipše, 2001). Les guides et les manuels de correspondance traditionnelle proposent la classification : courrier externe (pour la gestion des relations avec les partenaires extérieurs à l'entreprise) / courrier interne (pour une communication efficace au sein de l'entreprise). Les lettres d'affaires sont également classées en fonction de la thématique abordée (relations avec la banque, relations avec les assureurs, relations avec les fournisseurs, commandes, réclamations). Les guides fournissent des conseils concernant la mise en page, l'objet de la lettre, les formules d'appel et les formules de politesse, le ton, le registre, le style de la lettre (clarté, simplicité, concision, courtoisie).

Gajewska (2016) remarque que par rapport à la lettre, dont les fonctions sont de « présenter, enregistrer, justifier, réclamer et ordonner », le courrier a les objectifs suivants : résoudre un problème, demander la réalisation d'une action, transmettre une information. Il y a moins de manuels concernant le courriel professionnel. Ceux-ci contiennent plutôt des conseils rédactionnels et des exemples de courriels et non pas de « modèles » de communication. En revanche, il y a de nombreux sites web contenant des exemples de courriels professionnels, des conseils de base pour la rédaction ou bien des guides de bonnes pratiques.

Presque tous les manuels de français des affaires des années 1990-2000 contiennent un chapitre consacré à la correspondance professionnelle. Ainsi, l'unité finale du manuel *Le français de l'entreprise* (Danilo, Tauzin, 1990) présente le « normolettre » et recommande des formules d'appel et des formules de politesse. On y trouve de nombreux exercices de reformulation et des suggestions relatives au style de la lettre.

En 1993, Danilo et Perforinis ont fait publier une méthode de communication professionnelle (*Le français de la communication professionnelle*) et ils ont introduit dans plusieurs modules des exercices de compréhension écrite et de production écrite de lettres d'affaires et de courriels. Un des modules est entièrement consacré à la lettre commerciale et la dernière unité du manuel décrit d'autres formes de communication écrite (le minitel, la télécopie, le télex, le courrier électronique) et orale (la réunion-téléphone, l'audioconférence, la visioconférence, la vidéotransmission).

Les méthodes plus récentes de français professionnel, centrées sur l'approche actionnelle, présentent des thèmes actuels et motivants et organisent les modules de façon à travailler les quatre compétences (compréhension orale, compréhension écrite, production orale, production écrite). Dans les méthodes *Travailler en français en entreprise* (2007, 2009) et *Objectif Diplomatie* (2011, 2017), chaque thématique axée sur la réalité de la vie professionnelle est l'occasion de suggérer des exercices de compréhension et de production de courriels. Dès le niveau A1, les activités ont pour but d'exercer la capacité de communication en situation. Il n'y a plus de chapitre séparé consacré à la correspondance commerciale et la lettre d'affaires n'apparaît plus.

La méthode *Édito Pro. Français professionnel B1* se focalise sur la « résolution de tâches authentiques, en lien étroit avec les situations de communication propres au monde du travail du XXI<sup>e</sup> siècle » (Holle et al., 2020: 3). Toujours axé sur l'approche actionnelle, ce manuel intègre le courrier électronique dans quelques modules d'apprentissage et introduit d'autres documents authentiques extraits des réseaux sociaux (forums de discussion, pages Facebook) et des sites web d'entreprises. Les conseils de rédaction, clairs et succints, sont réunis dans des encadrés d'aide à la communication. En plus de la rédaction de courriels, le manuel contient des tâches d'élaboration de textos, de messages à poster sur les réseaux sociaux ou bien de documents pour le site web d'une entreprise. Par conséquent, la partie consacrée à la compréhension écrite et à l'expression écrite se diversifie, incorporant beaucoup de formes de communication numérique.

Il faut signaler qu'actuellement les étudiants ont la possibilité de s'appuyer sur l'intelligence artificielle pour réaliser les exercices de rédaction énoncés par les manuels et pour rédiger des courriels de manière efficace et professionnelle. L'IA peut les aider à structurer leurs messages, à améliorer leur style d'écriture, à corriger les fautes et même à adapter le ton en fonction du destinataire (formel, amical, académique, etc.).

En outre, les manuels de français des affaires ont parfois du mal à suivre l'évolution rapide des outils numériques et des modes de communication professionnels. Les éditeurs et les spécialistes de FOS essaient toujours de créer du contenu adapté aux réalités modernes, intégrant les nouvelles pratiques linguistiques et communicatives et prenant en considération les spécificités des échanges actuels : instantanéité, hybridation et multimodalité. Peut-être que les entreprises elles-mêmes pourraient initier des ressources internes et des stages pour mieux former leurs futures équipes à la communication professionnelle digitalisée.

## 6. Conclusion

Dans le contexte de l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le professeur de langues étrangères doit remettre en cause, moderniser et diversifier les supports et les méthodes d'enseignement, car « communiquer efficacement par écrit en contexte et pour des besoins professionnels est un savoir-faire qui s'apprend ». (Gajewska, 2016)

Il faut toujours actualiser les contenus en tenant compte des tendances actuelles dans la communication d'affaires. Ainsi, dans les manuels récents de FOS les exercices de compréhension et de production écrites s'articulent davantage autour du courriel que sur la lettre d'affaires. Le courriel sert encore aussi bien aux échanges habituels qu'aux communications officielles de haut niveau ; il partage de nombreux points communs avec la lettre (valeur de preuve légale ; format très spécifique ; langue correcte et soignée ; style : clarté, concision, précision), mais il présente des différences (dimension plus réduite, langage plus informel, flexibilité formelle, dynamique interactive propre à l'environnement numérique), des fonctionnalités complémentaires (fichiers joints, fonctions copie conforme, copie conforme invisible, transfert, réponse automatique, réponse en reprenant des paragraphes du message initial et en ajoutant des commentaires), des implications particulières (confidentialité, éthique). Le courrier électronique est un mode de communication qui s'est imposé avec la transformation numérique, qui offre une grande souplesse dans l'expression écrite, où « la parole fraîche laisse plus de place aux variantes stylistiques individuelles ». (Gajewska, 2016)

Dans les cours de langues étrangères à des fins spécifiques, il conviendrait également de prendre en considération les dispositifs hybrides (par exemple la plateforme Teams), utilisés de plus en plus dans les stratégies corporate. Ces dispositifs combinent les échanges oraux et les échanges écrits, favorisent le travail collaboratif et la co-production de documents.

L'évolution de la science et de la technologie ne cesse d'ouvrir des perspectives et des pistes de réflexion pour optimiser la communication dans les milieux d'affaires et la formation des étudiants aux nouveaux dispositifs, genres et formes de communication.

## Références bibliographiques

1. Cusin-Berche, F. (1999) « Courriel et genres discursifs » in : Anis, Jacques (éd.) *Internet, communication et langue française*, Paris : Hermès Science, pp. 31-54.
2. Cusin-Berche, F. (2003) « De nouveaux genres discursifs : les courriers électroniques », *Les mots et leurs contextes* [En ligne], Presses Sorbonne Nouvelle, pp. 155-177, Available : <https://books.openedition.org/psn/3382> [28 mars 2025].
3. Cherifi, S., Girardeau, B., Mistichelli, M. (2009) *Travailler en français en entreprise. Niveaux A2/B1 du CECR*, Paris : Didier.
4. Danilo, M., Tauzin, B. (1990) *Le français de l'entreprise*, Paris : CLE International.
5. Danilo, M., Perforis, J.-L. (1993) *Le français de la communication professionnelle*, Paris : CLE International.
6. Dipše, M. (2001) *Formation à la communication en affaires*, 2e partie, București : Editura Mayon.
7. Gajewska, E. (2016) « Préparer à communiquer par écrit dans l'entreprise : courrier traditionnel vs courrier électronique », *Pratiques* [En ligne], 171-172, Available : <http://journals.openedition.org/pratiques/3231> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/pratiques.3231> [2 avril 2025]
8. Gillmann, B., (2007) *Travailler en français en entreprise. Niveaux A1/A2 du CECR*, Paris : Didier.



9. Holle, A., Diogo, A., Grimaud, M., Lauret, B., Maussire, M. (2020) *Édito Pro. Français professionnel B1*, Paris : Didier.
10. Jégou, D., Rosillo, M.P. (2014) *Quartier d'affaires*, Paris : CLE International.
11. Maingueneau, D. (2007). « Genres de discours et modes de généricité », *Le français aujourd'hui : Les genres : corpus, usages, pratiques* [En ligne], 4/2007, n. 159, pp. 29-35, Available : <https://shs.cairn.info/revue-le-francais-aujourd-hui-2007-4-page-29?lang=fr>. [20 mars 2025]
12. Labbé, H., Marcoccia, M. (2005) « Communication numérique et continuité des genres : l'exemple du courrier électronique », *Texte* [En ligne], Available : <http://www.revue-texto.net/index.php?id=512> [3 mars 2025]
13. Marcoccia, M. (2016) *Analyser la communication numérique écrite*, Paris : A. Colin, coll. Icom. Série Discours et communication.
14. Périer, C. (1994), *Réussir ses contrats et sa correspondance commerciale*, Paris : Éditions De Vecchi.
15. Pop, L. (2017), « Michel Marcoccia, Analyser la communication numérique écrite » Paris, A. Colin, coll. Icom. Série Discours et communication, 2016, *Questions de communication*, n° 32, pp. 473-474.
16. Riehl, L., Soignet, M. (2017) *Objectif Diplomatie 1 / nouvelle édition*, Paris : Hachette Français Langue Etrangère.
17. Riehl, L., Soignet, M. (2011) *Objectif Diplomatie 2*, Paris : Hachette Français Langue Etrangère.

## Sitographie

<https://clic-campus.fr/francais-professionnel/comment-rediger-des-emails-formels-en-francais/>  
<https://naskk.com/blogue-quand-utiliser-microsoft-teams-et-quand-envoyer-des-courriels/>  
<https://www.lepointdufle.net/p/francais-sur-objectifs-specifiques.htm#lettres-types>  
<https://www.pipedrive.com/fr/blog/mail-professionnel-exemple>  
<https://www.safetymails.com/blog/fr/mail-professionnel-et-sa-capacite-des-affaires/>  
<https://support.microsoft.com/fr-fr/office/microsoft-teams-et-la-messagerie-vivant-en-harmonie-43fc2120-0f73-4303-9130-179ec9b492c0>  
<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/22794/la-redaction-et-la-communication/redaction-administrative-et-commerciale/correspondance/courriel/generalites-sur-la-redaction-du-courriel>