

## PRATIQUE

### III 1. LA COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE

Le développement remarquable des nouvelles technologies (télématique, bureautique, informatique) favorise de plus en plus la communication entre les personnes. L'entreprise est un endroit où la communication s'effectue de différentes manières.

#### 1.1 La communication écrite

Dans la communication de l'entreprise, on utilise désormais des **courriers électroniques** (mails) et, quand il le faut, des lettres ou des télécopies (fax). La lettre est de moins en moins utilisée, mais elle reste essentielle, dans certains cas, car elle a valeur de preuve légale.

##### ■ La lettre

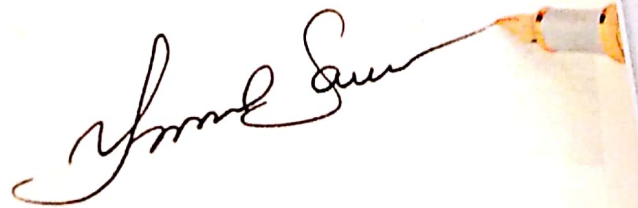
Selon l'article 109 du Code de commerce, une lettre peut représenter une **preuve juridique**. C'est pourquoi il faut faire très attention à sa rédaction et ne pas oublier de conserver un double de toutes les lettres qui sont envoyées

ou reçues. À ce propos, l'article 11 du Code de commerce dit que les lettres reçues ou les copies des lettres envoyées doivent être conservées pendant **dix ans**.

Le contenu de la lettre doit être clair et suivre un ordre logique.

La lettre doit aussi être **synthétique et concise**. Il faut cependant faire attention à ne pas oublier tous les détails nécessaires, car toute imprécision pourrait provoquer des **réclamations** par la suite. La lettre est rédigée dans un style formel, caractérisé par l'utilisation de formules toutes faites.

La **mise en page** d'une lettre commerciale doit être claire car la **présentation esthétique** est aussi importante que la formulation du texte. Quel que soit le contenu du message, une lettre commerciale doit être écrite en suivant un plan bien précis pour que la succession logique du discours soit respectée.



**G**lossaire

mise en page:  
impaginazione