



Sciences de l'homme  
& entreprises

*Groupe de travail*

---

## **ENJEUX ET EFFICACITÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX EN ENTREPRISE :**

### **MISE EN ŒUVRE, USAGES ET QUESTIONNEMENTS**

Les 8, 22 et 30 juin 2010, Paris

**Animé par Richard COLLIN,**

Professeur, directeur de l'Institut de l'entreprise 2.0, **Grenoble Ecole de Management**

Les bénéfices attendus d'un réseau social d'entreprise sont nombreux, notamment en matière d'efficacité collective, de performance globale, d'innovation de services et de création de valeur. Mais il existe néanmoins des difficultés réelles qu'il faut savoir identifier et gérer. En effet, renoncer partiellement à une logique de processus structurés en cascade et de contrôle-commande implique des changements importants dans la façon de gérer les projets, les équipes et les processus. Il est crucial pour y parvenir d'avoir une bonne connaissance des concepts, des outils, et de l'organisation qui les met en œuvre. Or les réalisations de réseaux sociaux et de communautés existantes sont si nombreuses et diverses qu'il est difficile d'avoir les idées claires sur les concepts, les usages et les démarches qui les sous-tendent. De plus, les outils et les technologies 2.0 évoluent très rapidement, non seulement dans leurs fonctionnalités, mais surtout dans leurs usages : usages qui évoluent en fonction des besoins d'efficacité individuelle et collective, et de la liberté laissée aux collaborateurs de se les approprier.

A la lumière de retours d'expérience, quels écueils éviter et quels points clés retenir pour diffuser une culture du partage et pour que l'entreprise et les collaborateurs puissent tirer des outils collaboratifs des bénéfices concrets et durables ? Au-delà des aspects « outils », comment les usages 2.0 peuvent-ils contribuer à rendre l'organisation plus agile et talentueuse ?

Pour mieux cerner tous ces enjeux et y apporter des réponses opérationnelles, l'Anvie lance un **groupe de travail inter-entreprises**, animé par Richard COLLIN, directeur de l'Institut de l'entreprise 2.0, Grenoble Ecole de Management.

Ce groupe de travail s'adresse aux responsables RH, DSI, communication, knowledge managers, intelligence économique, R&D, innovation, responsables métiers et stratégiques... impliqués dans une réflexion ou le pilotage d'une démarche collaborative au sein de leur entreprise.

**Objectif :** établir des repères, donner une grille de lecture et un cadre méthodologique pour permettre à chacun de construire sa propre feuille de route.

A partir de l'étude de cas d'entreprises particulièrement avancées dans ce domaine, de l'éclairage de chercheurs en sciences humaines et des échanges entre les participants, il s'agira d'identifier les conditions de réussite / écueils à éviter dans la mise en place des réseaux sociaux et plus largement de *community management* (pré-requis managériaux, accompagnement et usage des technologies, organisation, communication...).

**Mardi 8 juin 2010**

**9h30 – 13h00**

## **Réseaux sociaux et logiques collaboratives : de quoi parle-t-on vraiment ?**

Au-delà du phénomène de mode, il importe pour l'entreprise de comprendre comment se pose la question des réseaux sociaux : qu'est-ce qu'un réseau social d'entreprise et quels bénéfices en attendre (gain de temps, résolution de problèmes, développement des connaissances, sentiment d'appartenance...) ? Quels défis et quels enjeux pour l'organisation et pour le management ? Comment anticiper les risques et les dérangements induits par les usages du 2.0 ? Dans quelle mesure les réseaux sociaux permettent-ils de répondre aux enjeux de l'efficacité collective ? Réseaux sociaux et communautés : quelles complémentarités, quels résultats attendre ?

- **Yves CASEAU**, directeur général adjoint en charge de la prospective, de la qualité, des services et de l'innovation, **BOUYGUES TÉLÉCOM**
- **Willem GABILLY**, responsable Intranet et médias sociaux, Communications, **IBM FRANCE**
- **Manuel ZACKLAD**, professeur, titulaire de la chaire « Expression et culture au travail », **CNAM**

**Mardi 22 juin 2010**

**14h - 17h30**

## **Comment mettre en œuvre et déployer les réseaux sociaux d'entreprise ?**

La mise en place des réseaux sociaux soulève des difficultés, questionne l'organisation et met en évidence l'inadaptation de certains modes de management caractéristiques de l'entreprise prescriptive et hiérarchique. Comment concilier autonomie, créativité des salariés et contrôle de l'entreprise ? Comment donner envie aux salariés de s'investir durablement (pédagogie, intégration des retours d'expérience, valorisation, reconnaissance...) et sécuriser les usages ? Quid des nouveaux métiers – RH, marketing, innovation... – liés aux réseaux sociaux et plus largement du *community management* ? Comment accompagner l'évolution des managers ? Comment prévenir la fracture des usages entre les générations ? Dans quelle mesure peut-on parler de « leadership 2.0 » et quelles compétences spécifiques recouvre-t-il ? Quels comportements managériaux favorisent le travail collaboratif (droit à l'erreur, capacité à déléguer, à manager à distance...) ? Quels nouveaux métiers et quels modèles de management se dessinent ? Quels nouveaux rôles pour la RH, les DSI, la communication ? Comment gérer et valoriser les experts ?

- **Michel EZRAN**, responsable déploiement B2E Groupe Renault, **RENAULT CONSULTING**
- **Matthew FRASER**, professeur, **IEP Paris** et **Université américaine de Paris**
- **Nicolas ROLLAND**, directeur du développement des organisations et de la prospective sociale, **GROUPE DANONE**

**Mercredi 30 juin 2010**  
**9h30 – 13h00**

## **Les réseaux sociaux : les technologies de la relation au cœur de la transformation de l'entreprise ?**

L'activité humaine se transforme pour devenir plus sociale (en témoigne l'essor de pratiques telles que le travail collaboratif, l'innovation participative...). Les technologies sont de plus en plus des technologies de la relation et des technologies culturelles. De plus, le modèle de l'entreprise comme écosystème qui interagit avec de multiples parties prenantes, est en cours d'évolution rapide alors que s'inventent de nouveaux modèles économiques : économie du gratuit, économie des talents, économie de la fonctionnalité... Dans ce contexte, les réseaux sociaux transforment les modes de travail et de la création de valeur. Comment élaborer un cadre de référence cohérent et répondant aux nouvelles exigences stratégiques ? Comment clarifier auprès des futurs utilisateurs les objectifs du projet général ainsi que ceux de chaque communauté, voire les co-construire avec eux ? Quelle politique de recrutement dans les réseaux définir, s'appuyant sur les intérêts des collaborateurs, la viralité par cooptation, et sur des promoteurs convaincants ? Comment assurer une dynamique des communautés par l'intégration forte des activités du réseau dans les projets concrets et les métiers ? Comment prévoir et former les ressources humaines nécessaires à une grande réactivité vis-à-vis des demandes des collaborateurs, qu'elles soient techniques, fonctionnelles ou d'usage ?

- **Jean-Samuel BEUSCART**, chercheur associé au **LATTS** (CNRS, ENPC, UPEMLV) et chercheur au sein du laboratoire **SENSE** (Sociology and Economics of Networks and Services) à **ORANGE LABS**
- **Pierre PREVEL**, responsable innovation et technologies RH & knowledge management, **GRUPE CRÉDIT AGRICOLE SA**
- **Jean-Pascal SZELERSKI**, directeur du pôle services web, **APEC**

### **Méthode du groupe de travail : un processus collaboratif**

Afin d'expérimenter la réalité du travail en réseau, les participants seront invités à :

- tester les logiciels participatifs (utiliser de manière performante le réseau social, travailler collectivement, etc.)
- produire une réflexion collective : travail en petits groupes, à partir des apports de chercheurs et de professionnels.
- poursuivre les échanges entre les séances, via une plate-forme collaborative en ligne, animée par Richard Collin.

Dans ce contexte, et pour plus d'efficacité, une participation de l'entreprise à toutes les séances est recommandée.

A la fin du cycle, un compte rendu rassemblera les principales avancées opérationnelles et théoriques du groupe.

## Présentation des chercheurs

**Richard COLLIN**, qui animera ce groupe de travail, est professeur à Grenoble Ecole de Management, directeur de l'Institut de l'Entreprise 2.0, titulaire de la Chaire « Efficacité collective, Travail collaboratif et en réseau, Organisations innovantes » et responsable du Centre de l'économie de la connaissance et de l'immatériel. Par ailleurs, il est directeur associé du cabinet de consultants Nextmodernity. Il a également fondé et dirigé le centre européen Neurope Lab, œuvrant dans la recherche appliquée sur les technologies de l'intelligence, la mise en réseau de la connaissance et l'économie du savoir et des compétences.

**Manuel ZACKLAD**, qui est professeur titulaire de la chaire « Expressions et Cultures au Travail » du Conservatoire national des arts et métiers (Cnam), est également chercheur à l'Université de Technologie de Troyes (équipe Tech-CICO). Ses domaines de recherches sont notamment la sémiotique des transactions coopératives (applications à l'étude des communautés, à la gestion des connaissances, à la socio-économie des services, à l'économie de fonctionnalité, etc.) et les Systèmes d'organisation des connaissances (SOC) pour le partage d'information et la coopération via le Web dans des contextes professionnels, citoyens, ou culturels (de consommation et de loisirs).

**Matthew FRASER**, est diplômé de la London School of Economics et docteur en sciences politiques de l'IEP Paris. Il est professeur Business & Technologie à l'Université américaine de Paris, et à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris et ancien senior Research Fellow à l'Insead. Il conduit de nombreux travaux et recherches sur la stratégie concernant l'impact, les enjeux, les usages et la mise en place des medias sociaux et du web 2.0. Parmi ses nombreuses publications : *Throwing Sheep in the Boardroom : How Online Social Networking Will Change Your Life*, (Wiley, 2008) coécrit avec Soumitra Dutta.

**Jean-Samuel BEUSCART**, sociologue, économiste et docteur de l'ENS Cachan, agrégé de Sciences Economiques et Sociales, chercheur associé au LATTIS (UMR 8134 - CNRS, ENPC, UPEMLV) est chercheur au sein du laboratoire SENSE (Sociology and Economics of Networks and Services) à Orange Labs. Il est également l'auteur de nombreuses publications sur le fonctionnement des réseaux sociaux, la construction de la notoriété sur Internet et l'économie de l'autoproduction.

## Les sciences humaines et sociales, ressource stratégique pour l'entreprise

L'Anvie est un lieu sans équivalent de rencontre et de réflexion entre les chercheurs en sciences humaines et les décideurs du monde économique, qui souhaitent mieux comprendre les évolutions de la société ayant un impact sur l'activité des entreprises. Elle a été créée à l'initiative de grandes institutions du monde de la recherche (CNRS, Maison des Sciences de l'Homme, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales) et de grandes entreprises.

## Les entreprises adhérentes

Accor, ADP, Auchan, Banque de France, Groupe Bayard, BNP Paribas, Caisse des Dépôts et Consignations, CNP Assurances, Covea, EDF R&D, GDF Suez, Lafarge, Laser Cofinoga, Maaf, Michelin, MMA, La Poste, RATP, Renault, Rhodia, Saint-Gobain, SNCF, Spie, Total, Veolia Environnement.

**Pour les conditions générales d'inscription, voir le bulletin ci-joint**

**Pour tout renseignement**

**Didier DAVILLARS**

**01 42 86 68 90**

**[didier.davillars@anvie.fr](mailto:didier.davillars@anvie.fr)**

Anvie, 2, rue des Moulins, 75001 Paris

Tél : 01 42 86 68 80 – Fax : 01 42 86 58 90 [www.anvie.fr](http://www.anvie.fr)