Compétitivité et réseautage : la Networking Attitude

Autor(en): **Morand, Geneviève**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **63 (2005)**

Heft 1: **KM : partager pour gagner! ; Economie d'entreprise et capital humain (I) ; Compétition contre hominisation : Garelli - Jacquard : 1 - 1**

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-141651

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

COMPÉTITIVITÉ ET RÉSEAUTAGE : LA NETWORKING ATTITUDE

Geneviève MORAND
Conseil juridique
CEO www.rezonance.ch,
Formatrice en réseautage
Directrice du Cours de Management culturel et social du SAWI

Le réseautage ne saurait être réduit à une mode passagère, il est devenu un mode de vie indispensable dans les affaires. La Harvard Business Review de septembre passé a consacré pas moins de deux articles à ce thème. Que l'on parle de get together pour générer de l'innovation entre personnes ou d'auto-organisation pour les entreprises, la pensée réseau façonne les hommes et les structures. Il y a cent ans, plus de 80% de la population travaillait aux champs ou en usine, et dépendait d'un important appareil de production. Aujourd'hui en Europe, plus de 70% de la population active traite de l'information, avec pour tout investissement un portable et une connexion internet. L'entrée dans la société de l'information change la donne, mais aussi la mondialisation avec sa concurrence accrue. Autrefois ce qui importait, c'était les compétences, on engageait sur la base d'un CV où figuraient les diplômes recherchés. Hier on privilégiait les personnes qui disposaient d'un beau carnet d'adresse. Aujourd'hui, pour répondre à la flexibilité, à la gestion par projet, ce qui compte c'est qui «te» connaît, comme le résume si bien un jeune Français à la recherche d'un emploi «aujourd'hui, si tu n'as pas de talent particulier et que tu n'es pas visible dans le réseau, t'es mal ».

Que l'on soit travailleur indépendant, entrepreneur ou collaborateur d'une PME ou d'une multinationale, la capacité à travailler en réseau, à s'intégrer dans une équipe, à faire connaître son domaine d'excellence est fondamentale. Arianne Curdy l'a bien compris. Il y a quelques années, cette spécialiste reconnue de l'humanitaire décide de se réorienter, de quitter le monde des ONG pour rejoindre le secteur privé. Elle suit une formation universitaire en management du changement et multiculturalité et crée sa propre entreprise de consulting Ctrl Culture Relations. Aujourd'hui, sa micro-entreprise répond à la demande de clients sur plusieurs continents, mais cette entrepreneuse regrette d'avoir sous-estimé l'importance de la nécessité capitale de se créer un réseau, ce qu'elle a mis deux ans à bâtir. Si c'était à refaire, elle commencerait d'abord par se construire un réseau et une réputation par la publication d'articles de référence et la participation à des conférences internationales spécialisées, ensuite seulement elle créerait son entreprise.

Derrière chaque entrepreneur qui rencontre le succès, cherchez le réseau ! Lorsque Christian Wanner, CEO de l'épicerie en ligne Le Shop, apprend par voie de presse en décembre 2004 que son actionnaire majoritaire se retire du capital et qu'il a un mois pour licencier toute son équipe, il a le choix entre l'acceptation passive, ou se battre. Pendant les semaines qui suivent, il va essentiellement passer son temps à solliciter son réseau pour trouver un nouveau partenaire. Et il n'hésite pas à prendre contact avec ses concurrents directs. Résultat, en janvier de cette année, il peut annoncer qu'il a réussi à convaincre la Migros de fermer ses activités en ligne et rejoindre Le Shop comme partenaire pour son e-commerce. Autre exemple récent, celui de Julian Cook qui a réuni en quelques mois des investisseurs à hauteur de 5 millions de francs suisses pour lancer sa société Flybaboo.com, une compagnie aérienne low cost.

Mais l'attitude réseau touche aussi les multinationales, à l'exemple de Motorola Suisse ou du groupe Danone dont Frank Mougin, Directeur général des ressources humaines, a lancé le programme Networking Attitude. Il s'agit de réunir les collaborateurs dans un espace scénarisé, de les organiser en «takers» et «givers» pour favoriser les échanges d'expériences comme outil de knowledge management. Et ceci à l'opposé des démarches lourdes de stockage de l'information qui nécessitent comme l'explique si bien le spécialiste du KM Jean-Yves Prax d'être capable successivement d'exprimer une situation vécue, de restituer cette situation dans une représentation partagée, d'élaborer une représentation générique de cette situation, de construire un modèle conceptuel et, enfin, de formaliser ce modèle au sein d'une bibliothèque utilisable pour une application. Aujourd'hui, la métaphore du cerveau, à l'opposé de celle de la mémoire, privilégie le flux au stockage de l'information, car «fast is beautiful». Pour Frank Mougin de Danone «partager pour être plus «agile», pour économiser du temps est précieux. Cette «agilité» est un enjeu de progrès et même de survie pour un groupe qui doit faire face à des concurrents colossaux. Beaucoup de nos dirigeants faisaient déjà du networking, mais pas assez, et pas assez vite. C'est pourquoi l'initiative Networking Attitude a été lancée en 2003, avec l'ambition d'accélérer et de structurer ce partage et d'impliquer la totalité des 8'400 manageurs du groupe, répartis dans le monde.»

Au niveau de l'organisation des entreprises, on observe la même tendance. «Get self-organized» est le titre de l'article publié par David Ticoll, Canadien spécialisé en stratégie d'entreprise, qui fait l'apologie des entreprises auto-organisées, telles que e-bay, Apple iTunes ou Amazon. On retrouve avec les HES suisses, cette double structure, où parallèlement à la hiérarchie, des réseaux efficaces se mettent en place. La communication est directement prise en charge par les professeurs avec d'excellents retour presse, qu'il s'agisse de couverture rédactionnelle de projets de recherche ou de chroniques dans la presse économique.

Last but not least, rappelons que l'attitude réseau cela s'apprend, et même si elle est innée pour 10% des gens, on peut constamment l'améliorer. Lise Cardinal, spécialiste internationale du réseautage sort en octobre prochain son nouveau livre de référence «Réseautage d'affaires: mode de vie». Sur le même modèle que la Harvard Business School, la première semaine d'études à l'Université de Saint-Gall est désormais entièrement consacrée au réseautage.