



Sciences humaines  
& entreprises

## Les groupes de travail de l'Anvie

# MANAGER, COMMUNIQUER, TRAVAILLER AUTREMENT : Comment tirer parti des réseaux sociaux d'entreprise ?

**5 avril, 9 et 24 mai 2012**

Paris

Animateur scientifique :

**Henri ISAAC**

Directeur académique et de la recherche  
**ROUEN BUSINESS SCHOOL**

---

Objectif du groupe de travail : comprendre comment tirer parti des usages liés au Web social notamment en termes de communication interne, de travail collaboratif, de gestion des connaissances en favorisant un changement culturel et managérial.

La crise rend plus urgentes encore les transformations initiées par les entreprises pour rester performantes. Dans ce contexte, les interactions entre individus, les coopérations informelles et plus largement le lien social, apparaissent comme des lieux stratégiques de création de valeur et de cohésion.

Les organisations cherchent à adapter les potentialités offertes par le Web social. Les réseaux sociaux d'entreprise, qui sont devenus le symbole de cette transformation, véhiculent des usages qui nécessitent des ajustements, notamment managériaux, pour que la « greffe » prenne.

Jusqu'où l'entreprise est-elle appelée à changer de modèle pour gagner en souplesse et en intelligence collective ?

Le développement d'espaces indépendants de la hiérarchie traditionnelle peuvent-ils favoriser l'émergence d'une autre manière de travailler, de communiquer, d'échanger les connaissances ?

Comment accompagner le manager dans l'évolution de ses rôles ?

Jeudi 5 avril 2012

## Réseaux sociaux d'entreprise, dispositifs collaboratifs : vers une nouvelle façon de communiquer ?

14h - 17h30

---

**Marie-Christine FONTAINE**

Social Media Manager - Direction de la communication

**AXA FRANCE**

**Jean-Yves LEGER**

Professeur associé

**UNIVERSITE PARIS OUEST NANTERRE  
LA DEFENSE** (pressenti)

**Béatrice JAVARY**

Directrice de la communication des  
supermarchés Simply Market

**GROUPE AUCHAN**

Le modèle de communication traditionnel (cloisonnement, hiérarchie de contrôle, informations descendantes...) est régulièrement critiqué par les collaborateurs. Dans quelle mesure les usages du Web social et son fonctionnement (favorable à la proximité, au collaboratif...) constituent-ils des ferments de transformation (éventuellement radicale comme mettre fin au mail, par exemple) ?

Charte, conditions générale d'utilisation... Comment accompagner les collaborateurs dans leur vie numérique afin qu'ils ne s'exposent ni n'exposent l'entreprise ? Comment articuler ces nouveaux espaces d'échanges avec la dimension Corporate de la communication interne souvent jugée déconnectée du terrain ?

Mercredi 9 mai 2012

## Accompagner les managers pour favoriser le travail en réseau

9h30 – 13h

---

**Aurélie DUDEZERT**

Maitre de conférences HDR

**ECOLE CENTRALE DE PARIS**

**Louis-Pierre GUILLAUME**

Enterprise Collaboration Program  
Manager

**SCHNEIDER ELECTRIC**

**Pascale LECLERCQ**

Directrice de la planification stratégique  
et présidente de MM@académie

**MMA**

Dans un contexte où le court terme est prégnant, où l'évaluation des performances reste fortement individualisée, le travail collaboratif n'est pas naturel. Plus encore, il nécessite confiance, sentiment d'appartenance.

Dans quelle mesure la mise en place de logiques collaboratives demande de renouveler le modèle de management ? Dans la logique de réseau, le manager n'est pas toujours dans une relation hiérarchique : comment le mettre en capacité de gérer des communautés d'experts, de pairs, de projets ? Quels modes de reconnaissance et de valorisation mettre en place ? Quid de l'apparition de hiérarchies reposant sur la réputation et sur l'influence ?

Jeudi 24 mai 2012

## Développer la coopération par le partage de la connaissance

9h30 – 13h

---

**Jean-Luc ABELIN**  
Knowledge manager  
**LAFARGE**

**Ziryeb MAROUF**  
Chargé de cours  
**TELECOM PARISTECH**

**Maryannick VAN DEN ABEELE**  
Réseau d'échanges réciproques de  
savoirs  
**LA POSTE**

La circulation de l'information et des savoirs trouve dans les potentialités numériques un moyen de s'étendre considérablement. Avec les outils du web social, les communautés d'intérêts ou de pratiques peuvent se créer quasi instantanément.

Comment faire en sorte que les échanges ne soient pas temporaires et limités, pérenniser les démarches et capitaliser sur les acquis? Comment éviter que se juxtaposent des communautés ne partageant pas l'information entre elles ?

A quelles conditions le partage du savoir peut-il favoriser l'évolution des pratiques et de la culture managériales ?

### Présentation des chercheurs

**Aurélié DUDEZERT** est maître de conférences Habilitée à Diriger les Recherches en Sciences de Gestion à l'Ecole Centrale Paris et en charge du développement du Knowledge Management Research Group du Laboratoire Génie Industriel. Chef de Projet KM au sein du Center For Business Knowledge du Cabinet d'Audit et Conseil Ernst&Young puis coordinatrice KM au sein du Groupe Total, elle est spécialiste de la performance de la Gestion des Connaissances en organisations. Elle est membre du Groupe inter-entreprises COP-1 rassemblant les Knowledge Managers de grandes entreprises françaises, développe ses travaux de recherche en collaboration étroite avec les entreprises (EADS, Unilog, Vallourec, etc.) et intervient auprès de nombreuses organisations en tant qu'experte en Management des Connaissances et des Systèmes d'Information (SNCF, CEA...).

**Henri ISAAC**, docteur en sciences de gestion, est directeur de recherche à Rouen Business School. Il mène des travaux sur l'appropriation des TIC par les managers, les technologies mobiles, la surcharge informationnelle ainsi que sur la stratégie « d'ouverture » de l'entreprise à l'heure du 2.0 (co-design, co-innovation, co marketing). Il est l'auteur de nombreuses publications sur ces thèmes.

**Ziryeb MAROUF**, diplômé de l'Essec et de Télécom ParisTech, il a fondé l'Observatoire des réseaux sociaux d'entreprises. Il est actuellement responsable RH 2.0 pour France Télécom Orange et chargé de cours à Télécom ParisTech. Il est l'auteur de [Réseaux Sociaux Numériques d'Entreprises : Etat des Lieux et Raisons d'Agir](#) (Harmattan, 2011).

## **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 activités de l'Anvie**

**Les rencontres** permettent de confronter les analyses d'experts scientifiques et les expériences de responsables d'entreprises sur une question donnée.

**Les groupes de travail** interentreprises visent à analyser des questions spécifiques posées par les entreprises. L'objectif peut être d'élaborer des principes d'action ou de définir une méthodologie de travail.

**Les clubs** ont pour objectif d'analyser les grandes évolutions auxquelles sont confrontés les professionnels d'une même fonction à la lumière des expériences des membres du club et des apports de chercheurs.

Un compte rendu synthétique des travaux de chaque séance est rédigé par l'Anvie avant d'être remis aux participants.

### **Les entreprises adhérentes**

Académie du service, Auchan, Banque de France, Caisse des Dépôts et Consignations, Covea, EDF, GDF Suez, Imerys, La Poste, Lafarge, Maaf, Michelin, MMA, NGE, Orange France Télécom, RATP, Renault, RFF, RTE, Saint-Gobain, SFR, SNCF, Société Générale, Sodebo, Spie, Total.

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

**Pour tout renseignement, contactez**

**Didier DAVILLARS Tél : 01 42 86 68 90  
didier.davillars@anvie.fr**

Anvie, 14, rue de Liège, 75009 Paris

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