

Arnaud Rayrole, Lecko : « 70% des entreprises du CAC 40 ont un réseau social »

En quoi les réseaux sociaux d'entreprise diffèrent du concept d'intranet ? Nouvelle mode éphémère ou tendance de fond ?

Arnaud Rayrole – L'intranet est un espace de communication géré par l'entreprise, un référentiel documentaire, un point d'accès aux applications métiers et à des espaces collaboratifs. Le [RSE](#) est une plateforme sur laquelle chacun s'exprime, elle est auto-gérée par ses utilisateurs. L'organisation et la hiérarchisation de l'information sont très différentes, on place le flux d'activité au centre et les conversations au centre.

Le RSE est une plateforme organisationnelle permettant de mobiliser l'intelligence collective quand l'intranet n'est qu'une plateforme d'information. Le RSE n'a de sens qu'avec l'évolution des modes de management : enrichissement des processus et des projets par une mise en réseau des acteurs. L'intranet ne disparaît donc pas, mais il passe progressivement au second plan.

Ce n'est un effet de mode, au contraire même, un mouvement de fond. 70% des entreprises du CAC ont un RSE opérationnel ou en cours de déploiement. L'ensemble du marché du software se « socialise ». En France, nous avons estimé le marché des licences de solutions RSE à 26M€ en 2012 contre 9,5M€ en 2011. Nous estimons que la croissance va se poursuivre à ce rythme.

Quelles sont les grandes conclusions de votre étude sur ces réseaux sociaux ? Le ROI est il enfin au RDV ?

Arnaud Rayrole – L'entreprise aspire au modèle 2.0 même si aujourd'hui elle ne capte qu'une petite partie de la valeur escomptée. Les dirigeants recherchent de l'agilité et la capacité de mobiliser l'intelligence collective ; les collaborateurs y trouvent une nouvelle reconnaissance auprès de leurs pairs et une efficacité collaborative supplémentaire.

L'évolution des pratiques est en revanche progressive. Pour mieux comprendre, il faut voir dans l'usage des Réseaux sociaux d'entreprise, trois modes d'organisation à valeur croissante : de l'espace de diffusion classique, au réseau de collaborateurs en passant par des communautés. La dernière étude réalisée par Lecko sur ce thème, détaille les valeurs apportées par chacun et les changements à appréhender pour évoluer d'un stade à un autre.

Les succès sont au RDV pour ceux qui ont su faire évoluer leur pratiques et les aligner avec de nouvelles stratégies métiers. La gestion des connaissances, la relation clients ou la collaboration sont des domaines d'applications courants pour les Réseaux sociaux d'entreprise. Les bénéficiaires

sont métiers, leur mesure est donc propre à chaque contexte. Dans la pratique, cela n'est pas mis en place. En revanche, avec des démarches d'analytics, on mesure des indicateurs intermédiaires qui informent des évolutions de pratiques qui conduisent à des réussites métiers.

Selon vous, ce segment sera-t-il dominé par de grands éditeurs de progiciels (Microsoft, IBM, Oracle, SAP, ...) ou par de nouveaux acteurs (pure players, Google, opérateurs,...)

Arnaud Rayrole – Le marché est en train de changer de ce point de vue. Aujourd'hui les éditeurs historiques ont rattrapé leur retard sur les pure-players. A l'instar de Microsoft avec sa nouvelle version de Sharepoint, sans compter l'intégration prochaine de [Yammer](#) acquis en juin 2012.

Un marché qui devrait exploser en 2013

-> transformation du marché du collaboratif historique

-> Les leaders ont pris des positions qu'ils transformeront petit à petit lors des phases de généralisation

-> Les entreprises ne captent qu'une petite partie du potentiel de valeur du 2.0 et devraient donc continuer à investir durablement.

Le marché va vers une domination de quelques acteurs. L'interopérabilité des applications sociales étant essentielle à leur création de valeur, les entreprises comme les petits éditeurs auraient intérêt à assurer des standards universels dans ce domaine au risque d'être captifs pour les uns et restreints dans leur accès au marché pour les autres.