

Réseau social d'entreprise: intégré mais pas vraiment adopté

Un **réseau social d'entreprise** se révèle-t-il utile ?

Une étude de la Chaire Intelligence RH & RSE de l'Institut de gestion sociale (**IGS-RH**) montre que l'appropriation est loin d'être évidente.

58% des grandes entreprises françaises déclarent s'être dotées d'un réseau social d'entreprise ou RSE (le taux monte à 80 % des groupes du CAC 40). Et 26 % pourraient franchir cette étape « rapidement ».

Sur le papier, c'est l'outil collaboratif le mieux placé pour susciter le partage des connaissances et trouver des solutions en pariant l'intelligence collective.

Et on en trouve une multitude sur le marché : Facebook at Work, IBM Connections, Microsoft Yammer, Unify/BlueKiwi (exploité par Atos)...

Mais ce n'est pas si évident d'en tirer profit, selon les résultats de l'étude IGS-RH. Dans les entreprises dotées d'un réseau social pro, seule une proportion de 25 % exploite ce type d'outils. Et le niveau baisse encore au fur et à mesure que l'on descend les strates hiérarchiques.

« Au lieu de provoquer des connexions entre individus d'équipes variées, les réseaux sociaux d'entreprise se superposent aux canaux hiérarchiques existants », évoquent les auteurs de l'étude*.

Effet de mimétisme vie réelle/vie virtuelle ? « La structure virtuelle des réseaux sociaux d'entreprise est quasiment identique à celle de l'organisation hiérarchique : les managers créent des groupes dont sont membres, majoritairement, leurs équipes. » Du coup, l'exercice d'ouverture d'esprit est limité.

Des craintes associées à l'usage des RSE à lever

Les réseaux sociaux d'entreprise représentent-ils vraiment un levier pour la transformation numérique ?

Ce n'est pas évident au regard des freins évoqués comme l'infobésité liée à la réception multicanal d'information (mails, téléphone, discussions verbales...). Gare à « l'effet millefeuille » selon l'IGS-RH ou l'empilement des modes de communication sans substitution réelle.

Les RSE, potentiellement un canal mal maîtrisé de diffusion d'information ? Les répondants évoquent « un manque de fiabilité des informations partagées » et de cohérence entre les informations.

On retrouve aussi d'autres craintes habituelles liées à l'usage des réseaux sociaux d'entreprise comme les risques d'exposition des collaborateurs (« pourquoi prendre des risques ? »).

En particulier lorsque l'on a du mal à identifier qui sont les autres contributeurs ou lecteurs. Une trop grande liberté de parole risquerait de heurter son supérieur hiérarchique. Autant de choses à balancer avant de s'exprimer par RSE.

La « crainte du jugement » est aussi un élément susceptible de freiner les initiatives. Si on peut souligner ses compétences en contribuant, on peut également révéler ses lacunes.

Les collaborateurs les plus paranos pourraient même déceler une certaine volonté d'établir un système de « surveillance ».

Pour l'ensemble de ses raisons, il faudra établir un lien de confiance entre les salariés et l'outil RSE mis à leur disposition pour faire avancer l'entreprise.

L'étude cherche aussi à déterminer le profil des utilisateurs de RSE synthétisé avec ce schéma ci-dessous.



Pour finir, l'étude propose des pistes de réflexions sur l'intérêt des RSE et quelles indicateurs de performance il serait intéressant de dégager avec leur exploitation

« Dans quelle chaîne de valeur – dont la variable finale serait la performance collective – peut-on les inscrire ? ». Une analyse qui devrait être réalisée sous le prisme des métiers qui permettraient d'avancer.

**Sondage : Questionnaire en ligne, résultats de septembre 2017. 1 206 répondants dont 32 % appartenant à des entreprises de plus 5 000 salariés. Etude quantitative et qualitative.*