

Spécial Réseaux Sociaux d'Entreprise : 1 – l'effet consommérisation de l'IT explique-t-il tout ?

L'informatique professionnelle connaît un changement massif sous l'influence de ce que les éditeurs appellent aujourd'hui la « *consommérisation de l'IT* ». Si la définition de cette tendance est claire (les usages professionnels sont issus des usages privés grand public) son appréhension par les DSI et ses conséquences ont été dans un premier temps mal perçues, voire sous-évaluées.

Le RSE : partie la plus clivante de la « consommérisation de l'IT » ?

La première conséquence a touché la mobilité. Le phénomène BYOD (Bring Your Own Device) est devenu un casse-tête pour les entreprises plus habituées à imposer les terminaux de travail à leurs employés qu'à intégrer, au parc informatique, leurs smartphones personnels, tablettes et autres MacBook Air. Face à cette évolution, les éditeurs ont alors proposé des solutions adaptées à la gestion de flottes hétérogènes.

Autre conséquence, le « *collaboratif* ». Un terme plus flou qui englobe aussi bien le partage de fichiers, que la messagerie, la vidéoconférence, le travail à plusieurs sur un même document. Et l'arrivée de nouveaux outils, du type « *wiki*» ou autres, directement inspirés des réseaux sociaux.

Les entreprises ont vite perçu les effets positifs des premières briques du « collaboratif » (hausse de la productivité, flexibilité, etc.)

A l'inverse, les nouveaux modes de communication issus de **Facebook** et autre **Google+** (les Réseaux Sociaux d'Entreprises ou RSE) s'accompagnent encore aujourd'hui de méfiance, voire de défiance. Même si tout comme pour le BYOD, les éditeurs sont déjà sur le pont.

Une question de génération ?

Les raisons de cette méfiance semblent simples. Les réseaux sociaux ont souvent mauvaise presse. Les médias grand public parlent de Facebook pour les débordements liés à des « apéros géants » ou de **Tweeter** pour des *hashtags* injurieux.

Tout comme au début des années 2000 Internet était synonyme de Cour des miracles, les réseaux sociaux subissent aujourd'hui cette même mauvaise réputation d'être l'opposé du respect de la vie privée – et s'il y a une valeur à laquelle tiennent les entreprises, c'est bien la confidentialité.

Cette image négative n'est cependant pas partagée par les « *nouvelles générations numériques* » (X, Y ou C) qui sont nées avec ces réseaux.

Ces nouveaux entrants sur le marché du travail, dynamiques et qualifiés, n'utilisent pas un, mais des réseaux (LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Picassa, etc.). La problématique « sociale » des entreprises n'est donc plus simplement de communiquer correctement sur ces réseaux extérieurs (« le social marketing »), mais aussi de donner à ses nouveaux talents les outils qu'ils demandent : un réseau social multifonction pour leur travail quotidien en interne.

Une nouvelle gamme de produits professionnels hétérogènes

Pour répondre à cette demande, les éditeurs sont sur le pied de guerre.

Entre autres éditeurs, IBM propose une gamme « sociale » (**IBM Connections**). Depuis mars 2013, l'offre s'est enrichie de fonctionnalités autour du *brainstorming* et d'indicateurs pour le suivi du réseau par les administrateurs.

De son côté, Microsoft a racheté à prix d'or **Yammer** pour l'intégrer à **Sharepoint**. Son CMS/portail, disponible sur site et en mode SaaS, en a pris des airs étranges de Facebook.

Dans le plus pur style SaaS (*Software as a Service*), Google a intégré son réseau **Google+** dans ses Apps for Business. Son RSE a même été une des stars du récent Google I/O, la grand-messe annuelle de Google pour les professionnels, avec une refonte quasi-complète et un système unifié de chat/vidéo-conférence. Totalement Cloud également, Salesforce.com s'est diversifié avec le lancement son **RSE Chatter**.

De nouveaux acteurs généralistes (comme Jive) et des offres plus spécialisées (comme **Altarian** et son RSE entièrement conçu pour les développeurs informatiques) ont émergé à côté de ces géants.

Petites ou grandes, sur site ou en SaaS, généralistes ou spécialisées, toutes ces solutions redéfinissent en profondeur la notion d'intranet et de collaboration avec l'extérieur.

Des atouts indéniables et de nouvelles contraintes

« Les personnes utilisent de plus en plus leurs relations avec les autres pour rechercher des informations aptes à les aider dans l'exécution de tâches de tout ordre », constate IBM, qui y voit une chance pour « encourager employés, clients et partenaires à s'engager mutuellement et à établir des relations de confiance ».

Un point de vue partagé par Microsoft qui vient de publier les résultats d'une étude IPSOS qui montre que « 25% des salariés français reconnaissent les outils sociaux comme des leviers de productivité pour leur entreprise ». Le cabinet d'analyses Gartner prophétisait en 2010 que les solutions de RSE pourraient faire disparaître les outils de messageries actuels pour 20% des employés, à très court terme.

Cette prophétie s'est-elle avérée ? Pas sûr. Mais il est vrai que les atouts sont nombreux : libération des compétences (avec la formation spontanée de groupes de discussions d'experts à€

sur la construction de ponts par exemple), décloisonnement de l'entreprise (trouver des collaborateurs avec un annuaire des compétences centralisé devient plus facile) et donc réactivité, sédimentation du savoir (les fils restent archivés) et nouvelles formes de contenus plus efficaces (tutoriels vidéos, etc.).

Des contraintes et des défis

Un RSE ne se modère pas, à l'inverse d'un forum. Pour gérer des fuites d'informations confidentielles, il faut éduquer et sensibiliser, plus que se reposer sur une solution technique de « flicage » comme l'explique l'avant-gardiste Ubisoft. Le DSI doit également gérer des problèmes d'interopérabilité et de connecteurs (avec LinkedIn, avec les CMS, etc.).

Et surtout le succès du lancement d'un RSE ne se décrète pas. Une entreprise ne peut pas se revendiquer « sociale » du jour au lendemain si sa culture interne est traditionnellement cloisonnée. Dans ce cas, seul un projet global d'accompagnement du changement pourra aboutir à un résultat positif avec des retombés business.

Résultat, le RSE semble rester aujourd'hui la partie la plus clivante de la consumérisation de l'IT. Certaines entreprises ont fait le pas sans hésiter (Bonduel, UbiSoft, Carslon Wagonlit Travel, Atos...). D'autres l'ont étudié avec beaucoup de tiédeur, avant d'y céder (Rhodia).

D'autres enfin refusent pour l'instant de tenter l'expérience. Mais pour combien de temps encore ?

[A suivre]

Synthèse de Philippe Ducellier

Documents de référence :

<https://www.gartner.com/newsroom/id/1392716>

https://www-01.ibm.com/software/fr/lotus/social_computing/

<https://www.microsoft.com/france/hub-presse/communiqués-de-presse/fiche-communique.aspx?id=6123a831-fb28-42cf-a621-fba76239ffc5>