

Web 2.0 et travail collaboratif : un fossé entre marketing et réalité du terrain

Qu'obtient-on de 30 collaborateurs interrogés au téléphone, dans des directions «métiers» et des services informatiques, sur «l'entreprise 2.0» et sur les **nouveaux modes de travail** avec des «*outils modernes de productivité, collaboration, communication et communauté*»? Des réponses évasives ? Ou plutôt l'expression d'une satisfaction à utiliser les bons vieux outils actuels...

IBM France a commandité une étude au cabinet JEMM Research sur le sujet, auprès d'une trentaine de collaborateurs, répartis de manière égale entre directions métiers et direction informatique. Ces derniers ont été interrogés en octobre et novembre 2009 dans des entreprises françaises (grands groupes et PME).

Mauvaise nouvelle pour les... vendeurs: ces collaborateurs se disent satisfaits de leur environnement actuel de travail. *«Malgré l'engorgement des messageries, la prolifération des sources de documents, la multiplication des modes de communications, la mauvaise réutilisation des gabarits et l'incompatibilité entre les formats, les personnes interrogées ne sont pas en recherche d'outils alternatifs plus efficaces».* Il est vrai que chacun sait que *«le choix des outils dans la sphère professionnelle reste du ressort de la direction informatique».*

Les enseignements à tirer:

– ces collaborateurs se fient aux outils traditionnels : téléphone, courriel et suite bureautique. *«La boîte à outils de base de collaboration comprend un téléphone, une adresse de courrier électronique et une suite bureautique.»*

Du côté des pratiques de travail, l'activité quotidienne semble rythmée par l'utilisation de ces outils traditionnels, qui sont, tout au plus, complétés par de nouvelles fonctionnalités. Cependant, la **téléconférence**, le **réseaux social professionnel** (souvent public) et la **messagerie instantanée** arrivent en tête des solutions installées progressivement dans les entreprises.

Le choix des outils dans la sphère professionnelle reste du ressort de la direction informatique, estiment les personnes interrogées. Plus de 75% des non-informaticiens et 30% des informaticiens du panel ne se disent **pas concernés** par les choix de l'entreprise.

Quels fournisseurs citent-ils?

Les grands acteurs du domaine: Google, Yahoo et, dans le monde professionnel, Microsoft et IBM (cf [entretien avec Bob Picciano](#)); ou encore Orange dans les télécommunications. Par contre, les acteurs spécifiques (comme BlueKiwi, JiveSBS ou Keyro) ne sont connus que des spécialistes.

Enfin, à la question « Qu'est-ce qu'une Entreprise Intelligente ? », la réponse est *«une entreprise qui s'occupe de productivité, de collaboration et de communication, s'adresse aux utilisateurs, et met en place des outils faciles et pratiques...».*

Conclusion et commentaire

Il n'a jamais été facile, ni souhaitable, de déployer des «nouveau-tés» tant que les utilisateurs ne sont pas prêts à se les approprier (formation, pédagogie du changement, *etc.*) . Il y a et il aura toujours un fossé entre la projection que se font, sur de nouveaux outils «magiques», les inventeurs relayés par le marketing et l'utilisation réelle qu'en fait le plus grand nombre. La meilleure approche, la plus réaliste, consisterait donc à ajouter de nouvelles fonctionnalités, de façon progressive et optionnelle, jusqu'à une très bonne maîtrise, au sein des groupes de travail, bien ciblés.