



« Déployer un réseau social d'entreprise », par Gilles Balmisse et Denis Meingan, Dunod, 2015. Enjeux et clés

« Déployer un réseau social d'entreprise »

Mettre en place et faire vivre un RSE

Cet ouvrage est particulièrement bienvenu. Au moment où la déferlante des réseaux sociaux pénètre massivement les grands groupes (mais aussi les entreprises de taille plus réduites), Gilles Balmisse et Denis Meingan, associés de KnowledgeConsult, nous proposent un ouvrage très opérationnel, fouillé et illustré, qui embrasse les enjeux et les clés liées aux problématiques concrètes de la mise en place et de la pérennisation, nécessairement évolutive, d'un réseau social d'entreprise.

Jean-Pierre Bouchez, Président de Planet Savoir, Chercheur associé à l'université de Versailles Saint Quentin (laboratoire Larequoi).

Les auteurs abordent ainsi de manière étayée les deux versants combinés liés à ce déploiement : celui de la conduite du changement ou de la transformation, ainsi que celui, particulièrement détaillé et argumenté, lié aux dispositifs et supports numériques. Ils procèdent, ce qui est original et bienvenu, à une évaluation également étayée, d'un certain nombre d'offres du marché (éditeurs et consultants).

L'ouvrage propose ainsi quatre parties, formulées en verbes d'action, qui s'enchaînent logiquement. La première, Convaincre, aborde les aspects liés à l'opportunité d'un tel déploiement, les changements à prévoir et le type de plateforme à implanter. La seconde, intitulée Préparer, nous fait pénétrer plus directement dans la définition du projet. Mettre en œuvre le projet de réseau social et déployer les commu-

nautés de pratique, nous conduit au cœur du dispositif et notamment de son animation par les différents acteurs concernés. Enfin, naturellement, à travers la quatrième partie, il importe de Pérenniser l'ensemble du projet pour assurer son fonctionnement durable, à travers le basculement vers un mode « normal », intégrant notamment la culture et les pratiques du travail autrement.

On regrettera seulement, outre l'absence d'un glossaire (l'ouvrage étant riche en contenus), que parmi les publics visés (quatrième de couverture), n'ont pas été cités les professionnels des ressources humaines, nécessairement parties prenantes de ce nouvel univers collaboratif. C'est donc, à présent, chose faite ! La lecture de ce livre ne pourra, en tout état de cause, que leur être profitable. ■