

### **Publication de l'étude « Les annuaires internes deviennent intelligents »**

*Une recherche de l'Institut Boostzone sur les annuaires internes, colonne vertébrale des réseaux sociaux d'entreprise, dans un monde 2.0*

Paris, le 13 janvier 2011, l'Institut Boostzone (Institut de prospective sur le management)\* vient de publier les résultats d'une recherche sur les annuaires internes « intelligents » réalisée auprès de grandes sociétés françaises et étrangères sous forme d'entretiens et d'enquête en ligne. En effet, « connais-toi toi même » est le premier conseil en stratégie de Sun Tzu ou de Socrate, rappelle Dominique Turcq, Président de l'Institut Boostzone or la plupart des entreprises n'ont pas un annuaire interne qui permette vraiment de connaître les personnes qui y travaillent.

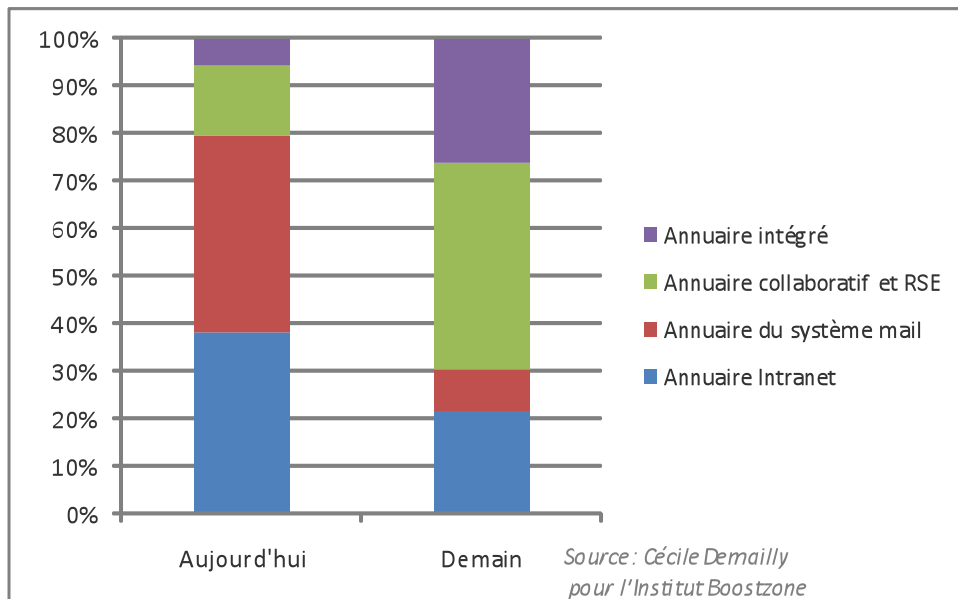
Si seul un nombre réduit des grandes entreprises françaises a aujourd'hui un annuaire interne intelligent, l'étude montre une tendance claire à l'augmentation de ce type d'outils. Selon Tarik Lebtahi, Manager des Communautés & des Projets d'environnement social de Dassault Systèmes (société pionnière qui a déployé un annuaire intelligent d'entreprise auprès de ses 10 000 collaborateurs) « c'est devenu une obligation pour être leader ».

En effet, un annuaire interne intelligent est plus qu'un annuaire d'entreprise. C'est même « un grand chantier ignoré voire insoupçonné de la plupart des entreprises, qu'il faut lancer sans attendre sous peine de ne pouvoir s'adapter face aux changements de plus en plus rapides et importants », selon Cécile Demailly qui a dirigé et rédigé l'étude. Cela devient la colonne vertébrale du système collaboratif de l'entreprise. C'est une ressource, un « référentiel dynamique d'entreprise » servant à identifier des expertises, des potentiels, des partenaires internes (voire externes) et à mieux appréhender la structure de l'organisation. « Pour Dassault Systèmes, il permet de faire bénéficier l'entreprise de la force et de la valeur des individus démultipliées par l'appartenance aux communautés » nous dit encore Tarik Lebtahi.

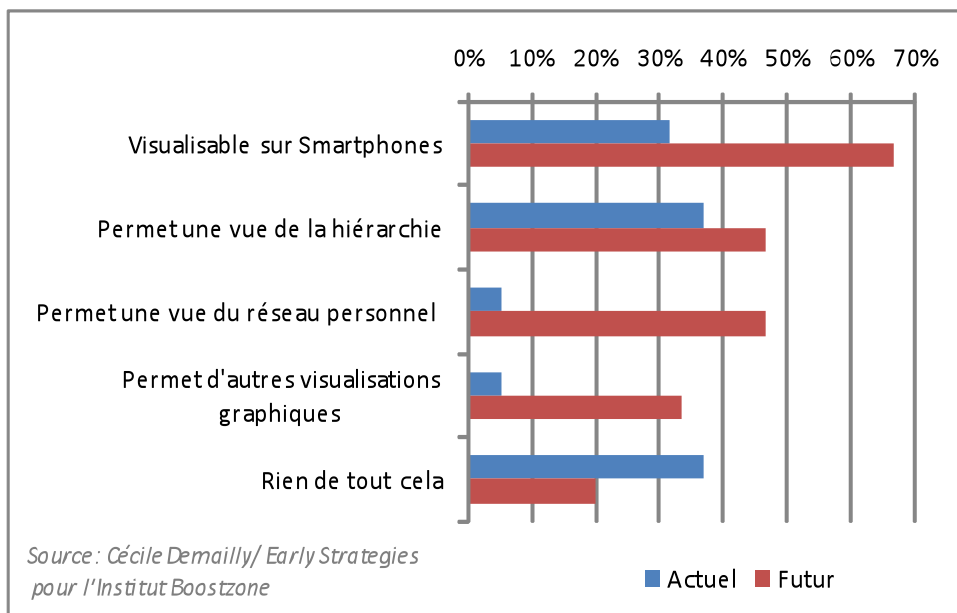
Pour autant, il n'y a pas de solution unique ou universelle d'annuaire interne intelligent, son origine et sa mise en place varient selon les entreprises. Même si l'annuaire est rarement l'objet d'un projet spécifique d'entreprise, mais plus souvent intégré dans des projets de refonte d'intranet ou de déploiement d'environnement collaboratif, il faut noter que ces projets sont plus complexes qu'il n'y paraît au prime abord. Ils nécessitent la collaboration de différentes fonctions : ressources humaines, communication, informatique, juridique ainsi que la communication avec des organismes extérieurs tels que la CNIL (Commission Nationale Informatique et Liberté).

Selon Pascale Leclercq, Directrice de la Planification Stratégique de MMA et Présidente de MM@cadémie, les trois lettres « C.C.C » résument le succès de la démarche de la mutuelle: « Connaissance, de par la volonté de transmission du savoir entre les générations de collaborateurs ; Confiance, sur laquelle reposent les échanges entre les collaborateurs et au sein des communautés du groupe ainsi que celle témoignée par la Direction Générale et enfin Compétitivité car cette mutation collective est devenue un enjeu majeur pour MMA. »

La plupart des professionnels interrogés anticipent une forte augmentation dans les cinq prochaines années des annuaires intelligents, qu'ils soient à vocation collaborative (voir graphe ci après) ou sous forme d'annuaire intégré. Aujourd'hui ils « pèsent » 20%, demain ils prendront le leadership devant les annuaires traditionnels et représenteront 70%.



Cette croissance se fera même si tous les risques et bonnes pratiques ne sont pas identifiés exhaustivement (l'étude en détaille bon nombre), et évoluent aussi rapidement que les pratiques, la technologie et l'environnement économique. Selon Bruno Lamouroux (Responsable en maîtrise d'ouvrage chez BNP Paribas d'un projet qui touche 200 000 collaborateurs) l'une des bonnes pratiques parmi les plus importantes est le centrage du système autour de l'utilisateur pour en faciliter l'appropriation et l'usage. L'étude de Boostzone illustre ce besoin en montrant, par exemple, les attentes majeures que sont la possibilité d'accès via un smartphone et la vue de la hiérarchie et du réseau personnel.



En résumé l'annuaire interne intelligent est pour l'entreprise une condition nécessaire à la dynamisation de l'intranet et de la communication en interne, au développement des communautés et au renforcement d'un management moderne de la connaissance. C'est aussi la première marche vers de vraies politiques de mobilité interne, de formalisation de plans de succession et de construction d'équipes de projets ad hoc, et c'est surtout l'outil de base pour développer l'intelligence collective.

#### Contenu de l'étude :

- 68 pages, 13 graphiques ; description de l'étude et achat en ligne:  
[www.Boostzone.fr/publications\\_new](http://www.Boostzone.fr/publications_new)
- Version individuelle 300€TTC, version intranet (pdf) 900€TTC
- Français ou Anglais (à compter du 31 Janvier)

#### Sommaire:

- Préambule : Hypothèses prospectives sur les annuaires intelligents, Dominique Turcq, Président de l'Institut Boostzone – pages 7 à 18
- Corps de l'étude : LES ANNUAIRES INTERNES DEVIENNENT INTELLIGENTS, Cécile Demailly, Fellow de l'Institut Boostzone
- Introduction, méthodologie, équipe de recherche, l'Institut Boostzone – pages 19 à 21
- Partie 1 - Les bonnes pratiques, les bonnes questions – pages 22 à 47  
Annuaire intelligent d'entreprise, B.A.BA., pourquoi un annuaire intelligent, ce qui le rend intelligent, déclenchement du projet, conception, contenu, problématiques rencontrées, risques et limitations, aspects juridiques, bonnes pratiques de projet, choix de la solution technique et implémentation
- Partie 2 - Concepts & idées sur le futur - pages 48 à 55  
Annuaire et culture d'entreprise, un nouveau souffle pour le Knowledge Management, les deux approches humaniste ou structuraliste, idées d'avenir pour gérer l'augmentation exponentielle de l'information, transformer Intranet
- Partie 3 – Résultats de l'enquête en ligne – pages 56 à 68  
Quels sont les annuaires utilisés, utilité, données pivot et autres, langues, utilisation avancées, enrichissement graphique, connexion avec réseaux sociaux professionnels externes, moteur de recherche, charte, frontières, critères de succès, implication RH et management, défis

## **A propos des auteurs**

L'étude a été dirigée et rédigée par Cécile Demailly sous la supervision scientifique de Dominique Turcq et avec la collaboration de Bruno Favaletto.

## **\*A propos de L'Institut Boostzone**

L'Institut Boostzone, créé en 2004, est un centre de recherche, de formation et de conseil. Il se consacre à la compréhension de l'impact des enjeux économiques, technologiques et sociaux sur le monde du travail et la stratégie des entreprises. L'Institut comporte un site public [www.boostzone.fr](http://www.boostzone.fr)

et un site privé, Le Cercle, réservé à ses membres. Il publie des recherches, des ouvrages, propose des formations et des conférences et anime des séminaires de travail.

Contact Presse : [maryline.gerlach@boostzone.fr](mailto:maryline.gerlach@boostzone.fr) - Tél 06 77 11 34 48