



## Les pratiques

### INTERNET

# Clubs de DRH : le virtuel ne suffit pas

Si les discussions orientées sur les ressources humaines semblent aller bon train sur les sites de réseaux sociaux spécialisés – souvent à l’initiative des fournisseurs –, les professionnels de la fonction RH ressentent plus que jamais le besoin d’échanger en direct.

**E**voluant au confluent de plusieurs disciplines, dans un environnement juridique instable, souvent soumis à des injonctions contradictoires, les professionnels des RH ont besoin de s’informer et d’échanger. D’où le succès des clubs et des conférences, séminaires et autres ateliers régulièrement organisés sur des sujets d’actualité.

Ces échanges physiques ont-ils une déclinaison virtuelle sur les plates-formes communautaires ? « Nous recensons actuellement 540 hubs sur la thématique RH », répond Olivier Fécherolle, directeur général France du réseau social professionnel

Viadeo ([www.viadeo.com](http://www.viadeo.com)). Ces forums de discussion organisés par centre d’intérêt sont à l’initiative de représentants de la fonction RH, des juristes, des consultants, des éditeurs ou des prestataires de services RH. Si certains n’affichent que quelques membres, le plus important, le Club des RH (qui s’intéresse au management, au recrutement et à l’accompagnement dans l’entreprise) en compte 4 000.

Le hub Actualité droit du travail a dépassé les 3 000 inscrits. D’autres, tels que le Café RH de Lille, RH publiques, DESS RH ou encore SIRH, ont été rejoints par quelques centaines d’internautes.

« Nous avons, sur Viadeo, une surreprésentation de la fonction RH, qui a d’abord vu dans les réseaux sociaux un nouvel Eldorado pour le recrutement », explique Olivier Fécherolle. Avec une formule d’abonnement classique, tout utilisateur de la plate-forme peut créer un hub privé ou public. Une tribune de choix pour les passionnés de l’information RH qui ont envie de partager leurs connaissances. Mais aussi et surtout pour tous ceux qui ont quelque chose à vendre.

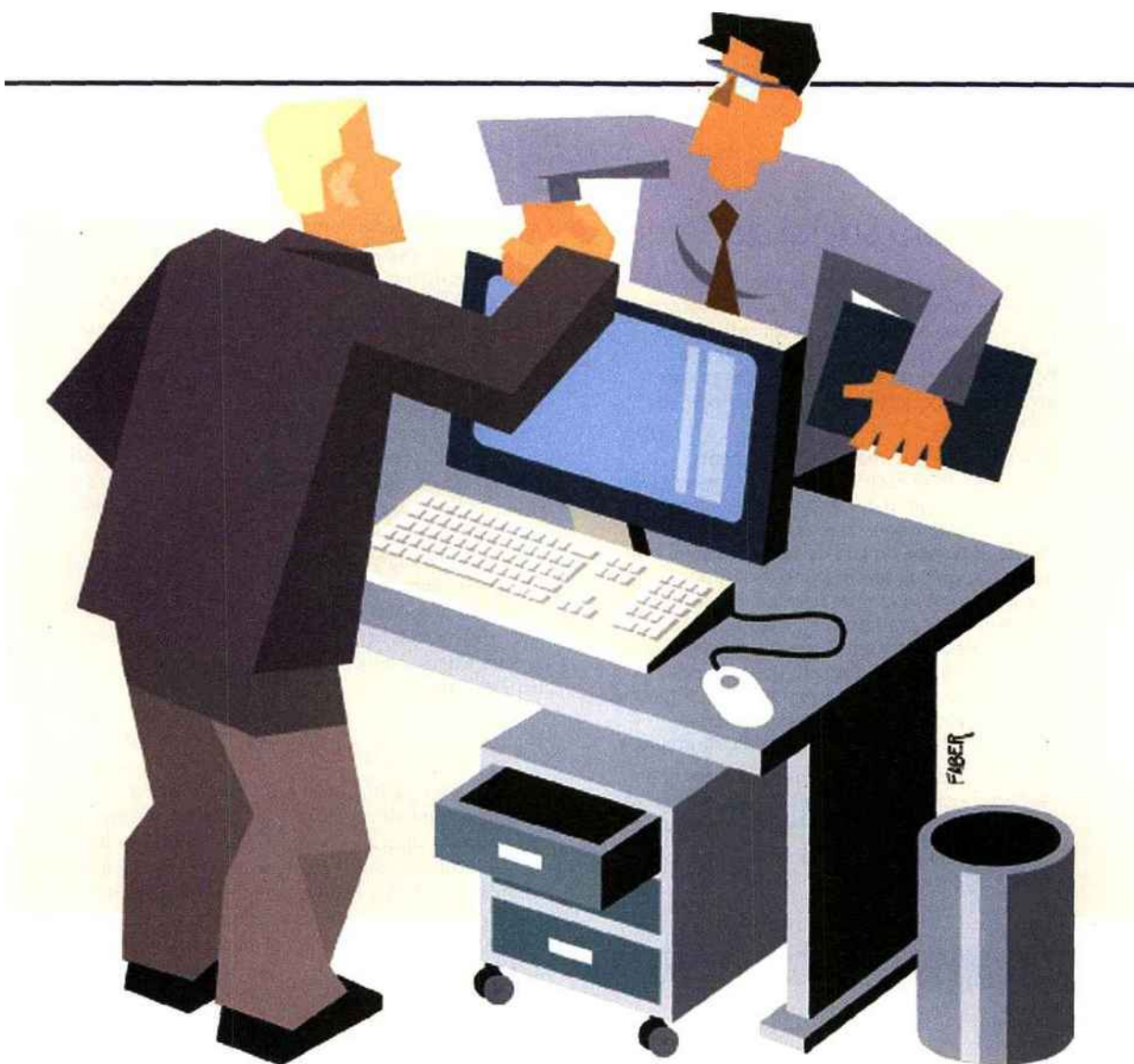
### Phénomène de “viralité”

« Ce qui est nouveau par rapport aux forums de discussion des années 2000, c’est la viralité, soutient Olivier Fécherolle. Lorsque quelqu’un rejoint un hub, cela s’affiche sur le tableau de bord de ses contacts qui peuvent, du coup, être tentés de faire de même. » Mais cette capacité d’attraction dépend beaucoup des thèmes abordés et de la qualité des contributions des uns et des autres. De fait, certains hubs ne présentent aucun intérêt, confirment plusieurs utilisateurs de Viadeo. « On peut perdre du

**1** Les différentes problématiques RH sont largement débattues sur les réseaux sociaux en ligne, tant par des fonctionnels que par des fournisseurs.

**2** Prestataires, cabinets de conseil et éditeurs stimulent ce réseautage social entre professionnels RH. De quoi fédérer une communauté de clients actuels et à venir.

**3** Difficile cependant, pour des DRH friands de retours d’expérience, de se satisfaire d’échanges qui sont uniquement dématérialisés.



temps, reconnaît le DG France. Mais lorsqu'on doit, par exemple, mener à bien un nouveau projet, on peut aussi en gagner beaucoup en trouvant, sur le réseau, la personne qui aura déjà piloté un projet similaire. »

Quoi qu'il en soit, les fournisseurs encouragent vivement ce réseautage social entre professionnels. Le groupe RH 2.0, fondé en mars 2009 sur le réseau professionnel LinkedIn par Talentys (société de conseil spécialisée dans la gestion des talents et l'assistance à maîtrise d'ouvrage SIRH), compte, selon son directeur associé David Guillocheau, quelque 120 membres. « Il s'agit d'un groupe privé qui ne rassemble que des responsables RH dont nous validons l'inscription. » Le moyen, pour Talentys, de partager sa veille sur les ressources humaines à l'ère du web 2.0 en stimulant les échanges entre membres du groupe.

Et d'alerter les intéressés sur les séminaires qu'elle organise.

Le spécialiste des formations managériales à distance Crossknowledge a, lui, créé sa propre plate-forme communautaire en no-

**540 hubs  
sur la thématique RH  
sont par exemple  
recensés sur Viadeo.**

vembre dernier (1). Accessible gratuitement à toute personne issue de la fonction RH, HRNetwork regrouperait aujourd'hui près de 400 participants français et européens. Chacun peut y déposer son profil, accéder à des ressources de l'entreprise, poster des

contributions, noter celles de ses pairs. « Le site n'héberge pas de groupe privé, détaille Steve Fiehl, directeur associé. Les thèmes abordés sont proposés par Crossknowledge ou par nos membres et sont très liés à l'actualité sociale en France, comme les risques psychosociaux ou les seniors. »

« L'intérêt, poursuit-il, est de pouvoir commenter toutes ces ressources informelles. Cela fait émerger les préoccupations RH du moment et les contributions les plus utiles à la communauté. » La démarche n'est pas totalement désintéressée. Tout comme Talentys, Crossknowledge suit de près les nouvelles formes d'apprentissage et de partage du savoir que permettent les outils collaboratifs du web 2.0. « Nous voulons aider les fonctionnels RH à s'acculturer à ces technologies afin qu'ils les mettent en œuvre dans leur entreprise », confie Steve Fiehl.

## Le réseau social de Taleo

➤ Ouvert en octobre 2009, le site destiné aux 4 500 clients de Taleo\* dans le monde regroupe près de 3 000 adeptes, certaines entreprises comptant plusieurs inscrits. Le moyen, pour l'éditeur de solutions de gestion des talents en mode SaaS, d'aller au bout de sa logique commerciale.

➤ « C'était une demande de nos clients qui achètent un outil, mais aussi notre expertise sur le déploiement de processus RH, expose Christophe Bergeon, directeur commercial France et Europe du Sud de Taleo. Nous mettons à leur disposition toute la documentation sur Taleo ainsi que notre base de données des meilleures pratiques, et la plate-forme leur permet d'échanger entre eux et avec des experts de l'entreprise en temps réel. Des groupes se sont déjà créés par thématique RH. L'intérêt est de ne pas rester seul face à un outil, mais d'appartenir à une communauté d'utilisateurs. »

➤ Solution de partage de connaissances et de retours d'expérience pour les clients, c'est aussi, pour l'éditeur, un nouvel argument de vente.

\* <[www.taleo.com/fr/solutions/talent-grid-knowledge-exchange](http://www.taleo.com/fr/solutions/talent-grid-knowledge-exchange)>

➤ Certains sites indépendants combinent une approche journalistique et des fonctionnalités de réseau social. C'est le modèle adopté par Intelligence RH (2), axé sur l'information juridique et sociale. Créé en janvier dernier, le site développe sa notoriété par le biais de Viadeo, Twitter, Facebook et Dailymotion, et aurait déjà séduit quelque 1 000 internautes. Gratuite, l'inscription donne accès à un espace personnel et à divers outils de communication. Elle permet aussi de créer et de diffuser du contenu, les intéressés étant tenus de respecter la charte éditoriale.

### Les limites de la dématérialisation

« Nous voulons, à terme, amener de plus en plus de membres à alimenter eux-mêmes le site », indique Stéphane Bonnégent, cofondateur et rédacteur en chef. Un concept d'ores et déjà exploité depuis fin 2007 par le site Miroir Social (3) qui regroupe, à ce jour, 6 000 acteurs du dialogue social.

Ces échanges complètement dématérialisés ont cependant leurs limites : « Les membres ne se connaissent pas entre eux ou à peine, admet Steve Fiehl. Même sur le web, les gens ont besoin de se sentir au chaud en petits groupes et je ne pense pas que l'on puisse créer durablement des communautés uniquement virtuelles. » Un avis partagé par Olivier Vendel, directeur des ressources humaines de Rivasi BTP (bâtiment et travaux publics) et membre de plusieurs hubs : « Au départ, on y cherche des informations, des idées, et on a la possibilité d'entrer facilement en contact les uns avec les autres. Mais le besoin d'échanges en direct se fait rapidement sentir », confirme cet ancien coresponsable du hub Café RH de

Grenoble. Désormais appelé Les Rendez-vous RH Grenoble, ce réseau créé sur Viadeo a, de fait, fini par organiser des soirées thématiques entre membres. « Les professionnels de la fonction RH ont besoin de retours d'expérience et sont demandeurs de rencontres physiques », renchérit Stéphane Bonnégent, qui projette, lui aussi, d'organiser des petits déjeuners RH mensuels.

### Effet de masse

Selon Olivier Fécherolle, les réseaux sociaux ne constituent pas un monde "parallèle". « Ils viennent en appui des pratiques professionnelles habituelles, avec l'avantage d'être accessibles au plus grand nombre. » Mais c'est justement cet effet de masse qui gêne certains DRH. Lesquels voient plutôt dans les réseaux sociaux un vecteur d'informations générales qu'un véritable moyen d'échange.

Difficile, en outre, d'échapper sur le web à l'immixtion des fournisseurs. Du coup, les clubs classiques restent indispensables. « Je n'ai aucune envie de partager mes bonnes pratiques avec des gens que je ne connais pas », déclare Alain Mauriès, DRH du groupe Pochet (flaconnage pour la parfumerie et la cosmétique) et vice-président de l'Agora des DRH. Dans ce cercle bien réel, qui organise 8 réunions par an, les membres, DRH ou responsables d'une activité connexe au sein de moyennes et grandes entreprises, sont dûment cooptés par le comité de pilotage. De quoi « échanger entre pairs sur des problématiques communes en toute confiance et en toute confidentialité ». ■

HÉLÈNE TRUFFAUT

(1) <[www.crossknowledge.net/fr/m8/hr-network](http://www.crossknowledge.net/fr/m8/hr-network)>

(2) <[www.intelligence-rh.com](http://www.intelligence-rh.com)>

(3) <[www.miroirsocial.com](http://www.miroirsocial.com)>

Savez vous comment trouver votre futur collaborateur RH ?

Walters Kluwer France

A partir de 1 600 €

Passez votre offre d'emploi dans *Entreprise & Carrières*, *Liaisons Sociales Magazine* et *Liaisons Sociales Quotidien* + 3 semaines sur [www.wk-rh.fr](http://www.wk-rh.fr)

annonces@wk-rh.fr  
Tél. : 01 76 73 35 13 / 38 44  
Fax : 01 76 73 48 62