

Demain, tous en réseau pour être plus efficace ?

#HubBusiness Nice-Matin plonge demain dans le concret et l'actualité, avec un webinaire sur la place des réseaux dans le monde de l'entreprise



La crise sanitaire s'atténue peu à peu mais impose toujours des règles strictes pour limiter les risques de reprise de l'épidémie. Comme la fois précédente, le rendez-vous mensuel du Hub Business Nice-Matin aura lieu en visio-conférence sous forme de webinaire. Efficacité, réactivité, agilité : le Hub Business Nice-Matin propose ainsi demain des tables rondes sur la thématique du travail en réseau, un mode de fonctionnement largement expérimenté depuis mars, par tous les professionnels dans tous les secteurs d'activité. Qu'il soit virtuel ou physique, le réseau favorise l'intelligence collective par un engagement individuel au service d'une promesse : être ensemble autour de projets communs, tout en gardant chacun son



autonomie. Demain, les membres du réseau Hub Business et leurs invités auront tous beaucoup à dire sur cette façon de travailler qui a pris depuis trois mois une dimension inattendue. Le réseau, ce n'est pas seulement l'utilisation de nouvelles technologies qui permet d'être productif à distance. C'est aussi cette notion de rassemblement autour d'activités communes, de destins croisés, de savoir-faire et d'expertises mises en partage à travers de vrais réseaux professionnels, comme celui du Hub Business. Le bouleversement apparu aujourd'hui interpelle : les tables rondes de demain permettront de répondre aux interrogations et feront émerger des solutions concrètes.

Contact : hubbusiness@nicematin.fr

« Le travail à distance a ses limites »

Armand Pinarbasi est directeur régional associé de Grant Thornton France

Les réseaux vous étaient-ils déjà familiers dans votre activité ? Oui, on était naturellement sur les réseaux professionnels et on s'est adapté aux réunions en réseau virtuelles. On est tous devenu des spécialistes des visioconférences.



Quels sont les bons et mauvais côtés ? Le travail à distance a ses limites. Avec, parfois, trop d'infos qui circulent, trop de gens qui communiquent sur un peu tout et n'importe quoi, il peut vite s'éloigner des objectifs et de la rigueur professionnels.

De toute façon, si on veut faire du vrai business, on s'appelle en direct. Le bon côté, c'est que les codes ont évolué, notamment quand on travaille de chez soi, c'est moins strict et quand on est sûr de ne pas voir des clients, on peut rester en tenue

décontractée et pas rasé.

L'efficacité est au rendez-vous ?

On a répondu à un besoin du moment dû à la crise sanitaire. Il y avait besoin de communiquer, on a su travailler en télétravail avec 2 000 personnes, ça a bien fonctionné. Au final, le travail en réseau virtuel n'est pas plus efficace. C'est utile sur la communication à distance, avec des outils qu'on maîtrise mieux. On ne va pas lâcher les autres modes de rapport humains qui restent des modes de communication toujours importants.

« Le contact humain reste essentiel »

Laurent Zagaroli est cofounder et head of events de NetMedia Group

Le travail en réseau virtuel a-t-il été une découverte ou une continuité ? On n'était pas forcément adapté face à l'ampleur que le télétravail a pris. On s'est mis à utiliser ces techniques et nous avons dû basculer des projets de réunions avec des partenaires sur des réunions virtuelles. Je n'étais au départ pas très favorable au télétravail mais il faut le reconnaître, cela fonctionne et il y a des gens qui arrivent à mieux travailler chez eux. C'est l'enseignement que je peux tirer de cette

période de confinement. Si les collaborateurs sont plus épanouis, c'est tout bénéfice pour l'entreprise.

C'est un fonctionnement à faire perdurer ? Oui mais pas à 100 % en télétravail. Il faut garder cette présence physique, ce contact humain, c'est indispensable.

Quid des réseaux professionnels ? Ils sont essentiels. Pour moi le meilleur réseau reste LinkedIn. C'est mon outil quotidien qui me permet de rentrer en

contact avec des gens que je ne pourrais jamais approcher en réalité, ou dans mon environnement. Et c'est toujours pertinent et efficace pour renforcer son réseau professionnel et élargir sa clientèle.



« Les réseaux gagneraient aussi à travailler en réseau ! »

Valérie Higuero est dirigeante fondatrice de MBD Open Marketing à Villeneuve-Loubet



Les réseaux en virtuel ont fonctionné dans votre secteur d'activité ?

Chez nous, la digitalisation fonctionnait déjà en virtuel. On a des clients sur toute la France. En interne, elle permet de garder le contact et de gagner du temps.

Votre concept d'économie responsable est un atout ?

Nous faisons du marketing et du commerce responsables ; ça se traduit avec des services marketing externalisés. Le digital est efficace pour limiter l'impact environnemental. La crise sanitaire a généré comme un éveil de la part des sociétés avec lesquelles on travaille. Elles sont en demande de réussir à promouvoir cette notion d'impact positif.

Les réseaux professionnels sont importants ?

Ils sont incontournables. On encourage nos équipes à faire partie de réseaux pour aller se nourrir de nouvelles idées, échanger. Ce qui est dommage, c'est qu'il y a encore assez peu d'interactions entre eux. Les réseaux gagneraient aussi à travailler en réseau !

« Etre proche d'autres partenaires »

Laurent Falaize est chef d'entreprise dans le Var et président du Pôle Grande Plaisance Riviera Yachting Network (RYN)



Comment un réseau tel que Riviera Yachting Network a vécu la crise sanitaire ?

La structuration de notre réseau nous a permis de nous en sortir, déjà au travers des visio hebdomadaires. La priorité a été le redémarrage de nos entreprises, avec la sécurisation des personnels permanents ou sous-traitants. Surtout, l'organisation de RYN a permis de fournir rapidement 30 000 masques au sein du réseau sans

structure est légère, réactive, avec des gens passionnés, pas conformistes et qui se remettent en question. On a aujourd'hui un réseau régional qui fonctionne très bien. On est fréquemment sollicité par d'autres réseaux.

passer par d'autres circuits.

Est-il efficace ?

Oui, avec des gens engagés, sérieux et crédibles. On ne peut pas fédérer pendant vingt ans des acteurs majeurs avec des taux de cotisation élevés sans que le réseau ne soit solide. La

Que pensez-vous de vous ouvrir à d'autres réseaux ? Pour s'en sortir, vu le contexte économique hostile, il est fondamental de s'appuyer sur d'autres, comme avec les structures touristiques portées par la Région. On est obligé dans un réseau d'être proche d'autres partenaires pour construire des opérations public-privé, faire du lobbying et être concret.