



Proposition de participation à un projet d'édition papier et en ligne

100 notions : management et numérique

Le projet « 100 notions »

Le projet « 100 notions » est porté par la Chaire UNESCO Innovation, Transmission et Edition Numériques, dirigée par Prof. Ghislaine Azémard, initiatrice et organisatrice du projet et coordinatrice du premier ouvrage de la série *100 notions* (« 100 notions pour le crossmédia »). Ce programme de recherche est spécialisé dans les nouveaux usages du numérique et la recherche en e-médiation (culturelle, scientifique, pédagogique et territoriale).

Le projet « 100 notions » est édité par le Centre Mobius International avec « Les Éditions de l'Immateriel ». Le Centre Mobius International édite la plate-forme collaborative de la collection pour l'ensemble des langues disponibles (cf. <http://www.100notions.com/>). Il est prévu une édition en français, en anglais et en chinois de la collection, en partenariat avec la People's Education Press, rattachée au ministère de l'Enseignement chinois. La diffusion de l'édition papier est assurée en France par le Comptoir des Presses d'universités (<http://www.lcdpu.fr/>).

Deux volumes ont déjà été publiés :

100 notions pour le crossmédia et le transmédia et *100 notions pour l'art numérique*

<http://www.100notions.com/index.php?langue=fr>

<http://www.lcdpu.fr/recherche/index.cfm?fa=recherche&searchtext=100+notions&x=8&y=4>

L'objectif de chaque ouvrage et de ses compléments numériques coordonnés est de proposer un outil cohérent scientifiquement présentant une cartographie notionnelle du champ théorique de l'ouvrage.

Il est destiné à un public académique, professionnel, dimensionné internationalement.

Chaque volume se compose de 100 textes, de 3 à 5 000 caractères (hors espaces), expliquant une « notion » comme base de connaissance permettant les réflexions et commentaires des lecteurs/usagers de la plateforme et des livres.

Les notions sont définies par un mot clé, une expression, un néologisme ou une construction originale.

Il convient de donner la priorité aux éléments de compréhension par différentes cultures. Bien sûr, la composition de chaque livre tient compte des notions déjà traitées dans les ouvrages précédents pour « augmenter » spécifiquement les notions traitées dans les autres ouvrages, l'objectif étant de créer à terme des jonctions entre les notions des différents ouvrages (avec le système de requête sur l'ensemble de la collection sur la plateforme).



100 notions : management et numérique

Le numérique participe à la transformation des pratiques, dans le management comme dans tous les autres domaines de la vie quotidienne et/ou professionnelle, publique, privée, voire intime. Le contenu et l'expression des métiers se transforme, certaines compétences sont devenues cruciales, la plupart des processus intègrent une dimension de gestion électronique, les pratiques d'e-learning, de visioconférence, d'utilisation des réseaux sociaux se généralisent.

Le numérique, la « culture numérique » pour de nombreux auteurs, impacte toutes les dimensions du management. Un exemple parmi bien d'autres, de la crise de la presse écrite à l'évolution des pratiques commerciales : le conflit qui oppose les taxis et les chauffeurs d'uberepop dans les villes de France, au-delà des considérations fiscales et réglementaires, illustre bien à la fois les opportunités induites par les usages des technologies d'information et de communication, leur appropriation, pas toujours vraiment prévues, par les clients/consommateurs/usagers/citoyens, et la nécessité d'une évolution, voire d'une remise en cause, de certains modèles d'affaires. Cette évolution est d'ailleurs en cours, *de facto*, dans le contexte d'un changement de paradigme sociétal : transformation du capitalisme, du travail, des relations sociales, dans une post ou une hyper-modernité d'écrans, de connexions, de flux, d'attitudes, de postures, de gestes (digital relevant justement du doigt !).

Les organisations, entreprises, administrations, associations, etc., qu'elles soient marchandes ou non marchandes, peuvent parfois donner l'impression d'un « retard » sur le plan des innovations : les acteurs seraient ainsi plus connectés, plus usagers des technologies actuelles en dehors qu'en dedans. Ce décalage souvent décrit est peut-être suggéré par des perspectives différentes, car le salarié comme l'actionnaire, le décideur comme l'exécutant, sont tous acteurs de ces changements. Les organisations sont en même temps institutions et systèmes, lieux de confrontation et de vie, animés par des réseaux et des hiérarchies.

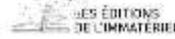
Le projet de cet ouvrage est de proposer une approche multi-entrée, par mots clés ou expressions significatives et un usage personnel et évolutif, avec 100 « notions », autant d'éléments cohérents de connaissance, d'analyse et de réflexion qui pourraient s'empiler, se compléter, se contredire, au gré de la lecture sur le site ou sur papier.

La déclinaison de la thématique est multiple : numérique et gestion des ressources humaines, numérique et organisation, numérique et marketing, numérique et finance, numérique et contrôle de gestion, numérique et indicateurs. Le numérique, globalement, peut faciliter les décisions (études, gestion des données) mais peut aussi fragiliser l'organisation (numérique et sécurité), poser des problèmes ou améliorer la communication, faire évoluer la gouvernance, interroger l'éthique de l'entreprise et de ses relations partenariales, modifier les systèmes de formation et les compétences. De nouvelles questions, de nouveaux enjeux apparaissent, souvent à un niveau stratégique, comme le contrôle des bases de données et leur mode d'élaboration (big data) ou la prise en compte (et l'anticipation) des risques systèmes.

Ces évolutions constituent-elles des transformations profondes qui remettent en cause les fondements mêmes des logiques professionnelles de management des organisations ? Usages et pratiques s'inscrivent dans des logiques comportementales de mobilité, de dialogue, de collaboration qui remettent en cause la verticalité organisationnelle. Les managers recomposent ou reconstruisent leurs rôles, statuts et fonctions dans une horizontalité relative, dans une organisation qui pourrait devenir « latérale ». Le fondement de la valeur change et une économie de services intègre rapidement une économie de l'information. Le numérique pourrait aboutir à la mise en place de ce que certains auteurs appellent un « management augmenté ».

Quelques références

- Alemanno, S., 2014, *Communication organisationnelle, management et numérique*, Paris, L'Harmattan.
Corniou, J.-P., 2008, *La société numérique : regards et réflexions*, Coll. Management et informatique, Paris, Hermès Science Publication.
Reyre, I. & Lippa, M., 2015, *e-Management : comment la révolution numérique transforme le management*, Paris, Dunod.
Salgues, B. & Bister, L., 2014, *Les marketing des objets technologiques et des services numériques*, Paris, ISTE.
Turq, D., 2013, *Le Management augmenté*, Paris, Boostzone Institute.



Structure de chaque notion

1. Notion + nom du contributeur
2. Définition simple, non équivoque, rigoureuse, présentant les traits principaux de la notion: entre 2 et 4 lignes (3 phrases maximum)
3. Développements à caractère explicatif et illustratif de la définition à l'aide d'exemples complets et contemporains : entre 8 et 12 lignes
4. Examiner l'évolution de la notion, proposer une analyse critique de la notion, signaler les formes actuelles d'un point de vue scientifique : entre 8 et 12 lignes
5. « Champs disciplinaires » : (ex. technologique, juridique, économique, sociologique, scénaristique, graphique, théorie de la communication, publicité, marketing, artistique, etc.)
6. « Voir aussi » (lier la notion avec d'autres notions du livre/ ex : pour la notion de viralité: voir aussi buzz), cette partie est complétée lors de la composition du livre.

Présentation des auteurs de notions :

- Une version courte d'une ligne (titre/institution d'appartenance/spécialité)
- Une version longue de 5 lignes
- Une photographie (de type photo d'identité)

Exemple de notion

1. Nom : Les plateformes de transformation

Nom du contributeur : Édouard TESSIER

2. Définition

Les plateformes de transformation désignent le regroupement d'acteurs d'une même collectivité (entreprise, association...) désireux de se forger une vision collective des évolutions de leur contexte, en vue de piloter la transformation de leur entité.

3. Illustration de la notion

À mi-chemin entre les réseaux sociaux d'entreprise et les communautés de pratiques, les plateformes de transformation poursuivent différentes finalités :

- Inspiration : chacun est stimulé par un flux d'informations en provenance d'experts et d'influenceurs susceptibles de dessiner l'avenir d'un secteur et/ou d'un métier (via twitter, blogs, etc.)
- Socialisation : chacun est invité à commenter ces contributions externes, et en particulier à imaginer leur traduction possible au niveau de l'entreprise. (quel impact pour notre entreprise ou notre métier en termes d'offre, de mode de fonctionnement ?)
- Co-conception : chacun peut, in fine, tester des idées ou des concepts auprès des membres de la plateforme, et ainsi transformer progressivement une idée individuelle en projet collectif

En fonction de leur maturité, les plateformes de transformation peuvent poursuivre une ou plusieurs fonctionnalités : inspiration et/ou socialisation et/ou co-conception. La dimension transformationnelle des plateformes est liée à leur capacité à combiner ces trois fonctionnalités en même temps.

À titre d'illustration, citons l'exemple d'une entreprise de médias européenne qui a décidé récemment de créer une plateforme réunissant les 200 top managers. Dans un contexte des médias en pleine transformation, cette plateforme donne une ouverture collective à ses membres sur l'évolution du contexte à travers différentes fonctionnalités : fil d'actualité, fil twitter des membres du groupe, connexion à des experts de l'évolution des médias... Elle leur permet aussi d'échanger entre eux de manière souple et horizontale sur des projets d'intérêt commun.

4. Analyse critique de la notion

L'émergence de plateformes de transformation s'inscrit en rupture par rapport à l'approche classique de la « conduite du changement »

- La conduite du changement s'inscrit dans une dimension verticale (top-down et/ou bottom-up) là où les plateformes de transformation sont horizontales dans leur constitution : elles n'existent que par la force des liens latéraux entre leurs membres
- La conduite du changement se pense au regard d'un projet fini, alors que les plateformes de transformation ont vocation à penser l'adaptation continue de l'entreprise au regard d'un contexte qui change en permanence
- La conduite du changement repose sur l'impulsion et l'implication du dirigeant, là où les plateformes de transformation reposent sur la « sagesse des foules ».

L'émergence de ces plateformes s'inscrit en cohérence avec l'approche psychosociologique de Karl Weick, pour qui l'organisation est le produit des interactions des membres qui la composent. Influencé par l'interactionnisme symbolique, Weick décrit le sens commun comme le produit d'une activité continue de



communication interpersonnelle. Les plateformes de transformation produisent du sens en continu, par l'interaction.

Autre éclairage intéressant sur la pertinence des plateformes de transformation : l'éclairage de François Jullien, philosophe et sinologue français, qui décrit la continuité des « transformations silencieuses » des hommes et des organisations, par-delà les événements qui nous font prendre conscience des changements opérés. Les plateformes de transformation sont un outil pour penser le changement permanent, par la qualité des capteurs qu'elles installent dans le contexte.

5. Champs disciplinaires

Économie, Sociologie, Communication

6. Voir aussi

Jean-Pierre Bouchez, *Vers l'émergence progressive d'un nouveau cycle managérial hybride ? Le cas des communautés de pratique « pilotées »*, Gérer & Comprendre (septembre 2015).

François Jullien, *Les transformations silencieuses*, Editions Grasset, 2010

Karl Weick, *Sensemaking in Organizations*, Sage Publications, California