

**Zeitschrift:** Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales

**Herausgeber:** Société d'Etudes Economiques et Sociales

**Band:** 61 (2003)

**Heft:** 2: Le coaching : une démarche ou cœur du changement ; Enseignement et recherche en gestion : le défi de la pertinence

**Artikel:** Réseauter à la québécoise

**Autor:** Cardinal, Lise

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-141347>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# RÉSEAUTER À LA QUÉBÉCOISE

*Lise CARDINAL*

*[lise@lisecardinal.com](mailto:lise@lisecardinal.com)*

*[www.lisecardinal.com](http://www.lisecardinal.com)*

## 1- Réseautage?

Réseautage? C'est la traduction proposée par l'Office québécois de la langue française pour remplacer le terme américain *networking*. Au Québec – et de plus en plus en Europe francophone – on « réseaute » à qui mieux mieux. Les réseauteurs sont de plus en plus nombreux. Le mot nouveau est aujourd'hui devenu une discipline, un sport... de contacts.

Qu'importe la multiplication des petites annonces dans les quotidiens, la popularité des pages jaunes de nos bottins téléphoniques et l'apparition de nouvelles sources d'information sur la Toile; les renseignements échangés avec des personnes que nous connaissons constituent toujours la meilleure source de nos décisions.

J'ai vécu une partie de ma vie en solitaire; alors comment puis-je parler de réseaux? Qui me prêtera de l'argent le jour où j'aurai oublié mon portefeuille chez moi? À qui confierai-je mon désir de changer d'emploi? Avec qui passerai-je les prochaines vacances? Posez-vous ces questions toutes simples. Elles vous permettront de classifier les personnes avec lesquels vous avez tissé des liens solides et celles avec qui vous entretenez un lien plus faible.

Curieusement, les liens les plus solides ne s'avéreront pas forcément les plus efficaces. Lorsqu'on entretient un lien privilégié avec quelqu'un, on finit par posséder le même type d'information sur un peu tout ce qui tourne autour de nous. Au contraire, une relation plus éloignée fréquente d'autres cercles et détient des renseignements qu'il nous serait autrement impossible d'obtenir.

\* Conférencière et formatrice Auteure de « Comment bâtir un réseau de contacts solide » Et co-auteure, avec Johanne Tremblay, de « Réseautage d'affaires : Mode d'emploi » Éditions Transcontinental et Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship

## **2- La nature d'un réseau**

Les amis sont des éléments précieux d'un réseau, mais ils ne composent pas à eux seuls un réseau équilibré. Il est impérieux de multiplier les relations pour enrichir son réseau : se mêler à des gens qu'on ne connaît pas vraiment, intégrer de nouveaux cercles, créer des liens avec des gens de tout âge, issus de diverses communautés culturelles et oeuvrant dans une variété de secteurs d'activité.

On n'intègre pas un réseau pour la vie. Un réseau sain grandit ou rétrécit, change et s'adapte au fil des ans. C'est d'ailleurs pour cette raison que nous faisons partie de nombreux réseaux : nous avons tous un réseau familial; la majorité d'entre nous entretiennent des relations sociales au sein de leur quartier ou de l'immeuble où ils vivent. Par ailleurs, nous faisons tous partie de regroupements divers, qu'il s'agisse d'une association sportive, culturelle ou professionnelle.

Il est tentant de limiter son réseau aux relations professionnelles utiles au quotidien. Il est vrai que le cercle relationnel issu du milieu de travail (l'entreprise, les fournisseurs, les clients, les concurrents) est souvent tellement tissé serré que beaucoup croient vivre en réseau, simplement parce qu'ils entretiennent de nombreuses relations, rencontrent beaucoup de gens, participent à quantité de rencontres. Mais en matière de réseau, la diversité est primordiale. Si vos seuls amis et relations sont vos collègues de travail, vous vous retrouverez bien seul le jour où vous devrez quitter l'entreprise qui vous embauche.

## **3- Un moyen de communication rapide**

Il se trouve rarement plus de quatre ou cinq contacts entre vous et la personne que vous recherchez. Essayez pour voir.

Par combien d'intermédiaires devriez-vous passer pour déposer un dossier sur le bureau du maire de votre localité?

Combien d'intermédiaires vous seraient nécessaires pour retrouver l'adresse d'un compagnon de lycée parti travailler dans un autre pays, et dont vous avez perdu la trace?

Combien d'intermédiaires vous permettraient de repérer une conférencière entendue lors d'un colloque l'an dernier, afin de l'inviter à prendre la parole à l'événement que vous organisez?

Des expériences ont démontré que la distance moyenne entre deux personnes vivant dans le même pays est de cinq intermédiaires. À l'échelle planétaire, 10 à 12 degrés vous séparent de n'importe quel étranger.

On estime que dans une entreprise, quelle qu'en soit la taille, n'importe quel salarié doit pouvoir être contacté avec moins de deux intermédiaires. S'il vous en faut trois, quatre ou cinq, revoyez

la solidité de votre réseau de relations. Plus la chaîne est courte, meilleurs sont les résultats de vos démarches. Les risques d'échec s'accroissent en fonction du nombre d'intermédiaires.

#### **4- L'information est la monnaie d'échange du réseauteur**

L'avantage va toujours à celui qui sait et qui partage son savoir.

Tout le monde fait appel à ses relations pour trouver du travail; c'est un réflexe naturel. Bon nombre de candidats sont recrutés grâce au bouche à oreille. Certaines entreprises versent même une prime aux employés qui leur présentent le bon candidat à l'embauche.

Mais encore faut-il savoir quels postes l'entreprise cherche à combler. Les employés qui entretiennent leur réseau interne sont mieux outillés pour saisir les occasions qui passent. C'est aussi par le réseau qu'ils apprennent qu'une collègue est sur le point de prendre sa retraite ou qu'un autre a été pressenti pour un poste dans une entreprise concurrente. Il est rare que ce type d'information soit publiée ou affichée.

Faire partie d'un réseau, c'est être en contact avec des gens qui nous font confiance et en qui nous avons confiance. Pour ce faire, il faut bien sûr jouer franc jeu et prendre le risque de laisser poindre sa vulnérabilité. Ce n'est qu'à ce prix que nous pouvons exprimer adéquatement nos besoins. Au fond, accepter d'être vulnérable est également une forme d'intégrité. Il ne s'agit pas d'une marque de faiblesse, mais d'humanité.

Le but premier du réseau est d'obtenir de l'information. Utiliser son réseau pour faire annuler ses contraventions, pour obtenir des billets de spectacles gratuits ou tout autre avantage direct, c'est utiliser inutilement ses relations. Travailler en réseau consiste avant tout à fournir et à recevoir de l'information. La relation est bidirectionnelle : vous avez besoin d'information, mais vous désirez aussi faire circuler l'information vous concernant, qu'il s'agisse de votre nouvelle disponibilité ou d'une innovation que vous venez de mettre au point.

La dimension « piston » que beaucoup associent au réseautage peut même vous nuire. Demander à une relation d'intercéder en votre faveur – lors d'une séance de recrutement par exemple – c'est lui faire prendre un risque envers vous ou envers l'entreprise sollicitée. Par contre, vous ne vous aliénerez jamais une connaissance si vous la sollicitez pour obtenir des renseignements concernant un poste vacant, un contact intéressant ou le contenu d'un travail.

#### **5- Le réseautage, un muscle qui se développe**

Il faut que cette compétence relationnelle devienne un mode de fonctionnement naturel. Un mode de vie plutôt que de survie. Connaitre la personne qui détient l'information dont vous avez

besoin pour régler un problème, connaître l'origine de telle ou telle décision, intégrer une compétence particulière dans votre processus d'action, c'est s'outiller pour affronter les difficultés, pour accroître notre capacité à prendre les bonnes décisions ou à éviter les erreurs.

Vous êtes-vous déjà demandé pourquoi il revient toujours à ce collègue d'être invité à prendre la parole dans les activités de réseautage? Pourquoi il assiste – et pas vous – aux réunions importantes? Pourquoi on lui confie les tâches délicates? Comment obtient-il les nouvelles avant tout le monde? Pourtant, ce collègue n'est pas plus instruit, ni plus beau, ni forcément plus intelligent que vous. Parions qu'il dispose tout simplement de plus de ressources que vous.

Il ne fut pas confondre les ressources et les membres de son réseau. Les ressources sont la somme des connaissances dont nous pouvons faire bénéficier notre réseau. Le réseau est plutôt la somme des relations que nous avons créées de façon durable. Les membres de votre réseau sont des gens que vous connaissez pour ce qu'ils font, ce qu'ils ont fait et, surtout, pour ce qu'ils valent. Si vous devez un jour les recommander à d'autre, vous serez plus à l'aise de fournir la « caution morale ».

## **6- Quantité par opposition à qualité**

À combien de nouvelles connaissances avez-vous dit : « On s'appelle! » sans jamais y donner suite? Combien de cartes de visite avez-vous sollicitées en vain? Peut-être avez-vous créé des attentes chez ces personnes et, au lieu d'enrichir votre réseau, vous avez peut-être suscité de l'antipathie.

En apprenant à gérer notre emploi du temps, nous apprenons à viser la qualité plutôt que la quantité. C'est d'ailleurs pourquoi les événements comme les First Tuesdays sont si importants. Un réseau qui n'est pas jugé utile est une pure perte de temps.

L'attention, l'écoute et l'échange d'information sont des principes fondamentaux du réseautage. C'est pourquoi je me plais à dire qu'il doit devenir un mode de vie, presque un état d'esprit. Au sein même d'un réseau, le succès tient plus à l'engagement des individus envers les membres et aux ressources qu'ils y apportent qu'au rang que ces personnes occupent dans la société. Même le cadre supérieur d'une grande société sera perçu comme marginal s'il n'apporte pas de ressources aux autres membres du réseau.

## **7- La visibilité**

Le mot « visibilité » désigne ici la notoriété d'une personne, mise au service de son « image », un capital immatériel. Faute d'être cultivé, ce capital se déprécie. Entretenu, il confère de la crédibilité. Pour faire savoir qui l'on est et ce que l'on fait, il faut être connu et reconnu. Pour gagner l'estime de ses pairs, il est indispensable de faire preuve de compétence, et il est nécessaire d'être visible. Il ne

s'agit pas d'être une star, mais pour exister aux yeux des autres, vous devez être visible. On peut sans doute vivre heureux loin des projecteurs, mais pour vivre tout court, c'est-à-dire pour gagner sa vie, vendre un produit ou se vendre soi-même, on n'a pas vraiment le choix, il faut se montrer.

Autrefois, une personne devait son importance dans la société à ce qu'elle connaissait. Par la suite, les personnes-clés sont devenues celles qui connaissaient des gens influents. Aujourd'hui, les personnes-clés sont celles qui sont connues d'un grand nombre de gens. Ces personnes sont connues parce qu'on les a vues ou qu'on a entendu parler d'elles. En un mot, elles se sont rendu visibles, en sortant de leur tanière et en prenant soin de leur réseau.

Bon réseautage!

