Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: - (2001)
Heft: 543: La Suisse dans l'espace : décollage immédiat

Artikel: De l'importance des réseaux d'influence : vive le networking
Autor: Chipman, Harold H.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-886164

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: 10.12.2025

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

De l'importance des réseaux d'influence

Vive le Networking

Le succès dépend aujourd'hui non seulement des qualités inhérentes à une entreprise et à son personnel mais aussi – surtout ? – du réseau de contacts et de savoir à disposition.

Ce qui compte, c'est autant qui l'on « est » que qui l'on « connaît ». En soi, cette constatation ne reflète de loin pas une nouveauté. De tout temps, les grandes institutions et entreprises, les hautes écoles, les corps de métier, les associations ont eu pour but, du moins en partie, de tisser un réseau de relations destiné à soutenir leurs objectifs politiques, économiques ou autres – et débouchant souvent sur un groupe de lobbying. Les conditions d'appartenance à ces réseaux étaient codifiées par leurs initiateurs et les objectifs précisément délimités. Des exemples modernes de ce genre de réseau sont les associations d'anciens élèves de grandes écoles (comme en France : Insead, ENA ; aux Etats-Unis : Harvard, MIT, Princeton) ou les groupes de soutien économiques et caritatifs tels les Rotary et Lions Clubs.

Les réseaux qui ont été mis sur pied au cours des dix dernières années grâce à une activité généralisée de « networking » – mot anglais dérivé de « network » ou réseau – diffèrent des associations/groupements précédents de manière fondamentale. En effet, les développements économiques, technologiques et informatiques fulgurants des dernières décennies du vingtième siècle, l'effondrement des barrières politiques entre anciens « blocs ennemis » et le progrès du capitalisme ont mené à la notion sinon à la création d'un marché économique global. Les entreprises à succès, les grands projets de recherche et développement ainsi que ce marché se reconnaissent à leurs composantes internationales. La recherche de partenaires au-delà des frontières traditionnelles s'est imposée pour assurer le succès et la diffusion d'idées ou de produits. Ceci dit, cette tâche n'est pas facile. L'Internet offre des masses d'informations mais peu de moyens d'en évaluer le degré d'importance ou de pertinence. Le contact humain reste un moyen privilégié de contact et d'échange mais est quasi impossible à établir et à maintenir à l'échelle planétaire. C'est précisément là qu'interviennent les réseaux ouverts de connaissances et de contacts ou networks contemporains.

Leurs buts principaux sont :

- La mise en relation facilitée de personnes et d'entreprises de « mondes » qui n'ont que peu de contact ou de connaissances communes, par exemple, du monde de la finance et des donneurs d'argent avec celui de la recherche et celui du marché demandeur approprié et des services. De cette jonction peuvent résulter des projets à grande réussite internationale.

Le networking : kesako ?

L'importance du networking se résume ainsi : il constitue un pilier essentiel à la réussite des affaires dans le marché global. Il apporte des éléments fondamentaux à la mise sur pied et la réalisation optimale de projets innovateurs et lucratifs. Il décuple de manière efficiente et facile le niveau de connaissances importantes, voire même critiques dans le développement de plans stratégiques. Finalement, en réunissant les participants de différents mondes, il contribue à une globalisation intelligente, efficace et personnalisée des grands marchés mondiaux d'aujourd'hui.

- La circulation d'informations pertinentes de manière concise et efficiente.
- Le gain de temps dans les mises en contact – essentiel dans un monde d'affaires fonctionnant à haut régime.
- La recherche ciblée et efficiente de partenaires pour des projets spécifiques.
- L'accès à des connaissances et des contacts nouveaux au-delà du réseau lui-même via ses membres qui peuvent agir en multiplicateurs d'informations et générateurs de contacts nouveaux.

Ces réseaux peuvent être « physiques » comme les réunions mensuelles de First Tuesday, spécialisé dans le nouveau marché et présent dans cent villes du monde entier. Mais ils peuvent également être « virtuels » en existant principalement sur Internet au moyen d'un site web, l'avantage ici étant que la participation aux activités du réseau ne dépend pas d'un déplacement physique à un lieu géographiquement proche.

Au-delà de ces considérations de forme, il y a l'activité même du « networking » qui constitue le moteur de tout réseau. Celle-ci regroupe principalement la présentation du réseau, le recrutement, les activités de conseil et de mise en contact des membres, la circulation d'informations et le développement permanent des activités du réseau. En effet, un réseau efficient se doit d'être une entité dynamique, ouverte à des impulsions nouvelles et à structure évolutive. La mise en relation est donc une activité sociale et innovatrice à la fois.

Un réseau a pour but d'apporter une plus-value importante et toujours actuelle à ses membres. Il ne s'agit en aucun cas pour un membre simplement de figurer sur une liste statique liée à un bulletin d'informations impersonnel. La personne engagée dans l'activité de networking se doit, au contraire, de connaître (le plus possible) les membres et leurs besoins afin d'être en mesure de stimuler les interrelations et interactions productives. C'est là qu'interviennent de manière essentielle les communications personnelles entre membres et animateurs du réseau.

Un exemple d'un important réseau international de ce genre basé en Suisse est celui de l'Association APTE (Application, Promotion, Technologie, Electronique/E-Business). Fondé il y a cinq ans par Gary Martini et Walter Hammer pour mettre en place des contacts productifs entre les mondes de la microtechnologie/nanotechnologie et du capital-risque ainsi que des marchés prometteurs, il s'est rapidement ouvert à des entreprises et des partenaires de valeur dans de multiples autres domaines. Cette ouverture a favorisé une mise en commun importante de savoir et de connaissances provenant du monde entier, d'autant plus qu'un bon nombre d'autres réseaux importants en sont également membres: First Tuesday (global), Euroscience (Europe), ICNA (Europe, le réseau PME Innonet (Suisse), MICROSWISS Network (Suisse), FSRM (Suisse), GESO (Suisse Romande), Swiss Technology Consulting Group (Suisse), SECA (Suisse), Venture 2000 (Suisse), Schweizer Automatik Pool (Suisse), Eurostrategie (Italie), Red Centre (Australie), etc.

La recherche de partenaires au-delà des frontières traditionnelles s'est imposée pour assurer le succès et la diffusion d'idées ou de produits.

L'Association APTE multiplie ainsi ses possibilités de mise en contact et de circulation d'information. Les autres membres proviennent d'une large diversité de milieux : Technologie, Finance, Marketing, Communication, Services, Recherche, Hautes Ecoles et Universités, Politique. Le réseau a pour but de promouvoir un maximum de contacts productifs au moyen de circulation d'informations, de présentation d'entreprises membres et de consultation personnelle. A but non lucratif, l'Association APTE accepte des mandats exceptionnels en dehors du cadre du réseau. Ainsi, en 2000, il a lancé le réseau des Hautes Ecoles Spécialisées de Suisse MICROSWISS Network avec l'organisation de la journée de conférences et de networking « Technology Leadership Day 2000 » qui a eu un grand retentissement et une forte participation nationale et internationale. L'Association APTE continue à soutenir ce succès avec la mise sur pied de la « Technology Leadership Day 2001 » à Fribourg.

Harold H. Chipman
CEO, Time4com/Zurich

Photo DR

Siège :
Bahnhofstrasse 73 CH-8001 Zurich Suisse
Tel. +41 1 210 36 94
Fax +41 1 210 36 95

Autres sites en Suisse :
Bundesplatz 10 - CH-6300 Zug
Les Brisecou 20 - CH-2073 Enges

L'Association APTE :

http://www.apte.net

Sites hors Suisse :
Paris (France), Singen (Allemagne), Boston (USA), Heidelberg (Australie)

Direction : Gary Martini et Walter Hammer

Membres : 350 entreprises et 3000 partenaires
Distribution des membres :
1/3 Suisse Romande,
1/3 Suisse Allemande,
1/3 International
Information membres :
http://www.apte.net/forms