

2012

Vient de paraître: Knowledge Management 2.0, Organizational Models and Enterprises Strategies (Boughzala & Dudezert, 2012)

Saïd Assart

Institut Mines-Télécom Ecole de Management, said.assart@telecom-em.eu

Follow this and additional works at: <http://aisel.aisnet.org/sim>

Recommended Citation

Assart, Saïd (2012) "Vient de paraître: Knowledge Management 2.0, Organizational Models and Enterprises Strategies (Boughzala & Dudezert, 2012)," *Systèmes d'Information et Management*: Vol. 17 : Iss. 1 , Article 6.

Available at: <http://aisel.aisnet.org/sim/vol17/iss1/6>

This material is brought to you by the Journals at AIS Electronic Library (AISeL). It has been accepted for inclusion in Systèmes d'Information et Management by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISeL). For more information, please contact elibrary@aisnet.org.

VIENT DE PARAÎTRE

I. BOUGHZALA, A. DUDEZERT : “Knowledge Management 2.0, Organizational Models and Enterprises Strategies”. IGI Global, 2012, 265 pages, ISBN 978-1-61350-195-5, 135 €

Alors que l’objectif primaire de la gestion de l’information est de permettre à une organisation de fonctionner, la gestion de la connaissance (plus connue sous son sigle anglo-saxon “KM”) se fixe comme objectif général de capitaliser sous une forme réutilisable et partageable le savoir et le savoir-faire de celle-ci. Cette connaissance concerne en priorité les activités, le fonctionnement et les processus métiers d’une organisation. Elle est en partie explicite sous forme de documents, de cartographies et de manuels divers, mais elle est surtout implicite et intrinsèquement détenues par les acteurs de l’organisation. De ce fait, les développements récents des technologies collaboratives du web 2.0 ouvrent de nouvelles perspectives pour le KM. En effet, ces technologies sont faciles à utiliser et à s’approprier, et mettent l’utilisateur au centre de nouveaux processus massifs d’échange d’information et de connaissances. Depuis peu, les entreprises regardent avec beaucoup d’intérêts les usages possibles de ces technologies et les meilleures pratiques pour en tirer des bénéfices et des avantages compétitifs.

L’objectif de cet ouvrage est d’explorer les nouvelles perspectives qu’offrent les technologies du web 2.0 pour le KM, d’étudier leur impact sur l’organisation, et de définir ainsi le KM 2.0. Il est composé d’une préface et de 11 chapitres répartis en deux parties. La première partie comporte six chapitres, elle est centrée sur les usages des technologies du web 2.0 pour le KM. La seconde partie comporte cinq chapitres, elle est cen-

trée sur l’impact du KM 2.0 sur l’organisation et sur les activités de celle-ci. Plusieurs chapitres sont des études de cas en milieu professionnel avec une discussion et une mise en perspective des résultats et des retombées autant pratiques que théoriques. Chaque chapitre se termine par un petit glossaire où sont brièvement définis les termes nouveaux et/ou spécifiques utilisés dans le chapitre. C’est un ouvrage d’envergure internationale, avec néanmoins cinq chapitres écrits ou coécrits par des chercheurs issus de laboratoires en France.

Le premier chapitre est introductif, il définit la terminologie associée avec le phénomène 2.0 (tel que entreprise 2.0, collaboration 2.0, ou le KM 2.0) et présente plusieurs axes d’analyse pour comprendre et intégrer l’impact technologique, sociétal, économique et managérial du web 2.0. Il discute aussi des différentes questions et problématiques de recherche qui en découlent. Le second chapitre est basé sur deux études de cas en Allemagne, il introduit un modèle général de l’impact du KM 2.0 en termes d’efficacité des processus, de qualité des résultats et de l’implication des acteurs. Le chapitre 3 s’intéresse aux outils de type wiki, il décrit deux projets au sein d’une filiale de l’agence spatiale américaine (NASA). Ces deux études de cas se basent sur le constat que l’usage en entreprise des outils de types wiki est fondamentalement différent des usages à titre personnel. Le résultat théorique est un ensemble de motifs (“patterns”) générique et de bonnes pratiques concernant l’usage en milieu industriel de ces

technologies. Les chapitres 4 et 5 discutent d'une manière générale les usages actuels et potentiels des réseaux sociaux d'échange d'information, avec notamment un focus sur les usages et les apports dans les librairies digitales. Le chapitre 6 est le dernier de la première partie, il concerne aussi les réseaux sociaux, il traite de la problématique de recherche de candidats ayant des compétences et des profils métier spécifiques. Une nouvelle approche est proposée, elle intègre les données disponibles sur les réseaux sociaux (tel que LinkedIn) et exploite la construction dynamique de taxonomies des termes relatifs aux compétences recherchées.

Le chapitre 7 est le premier de la seconde partie. Il présente une analyse du partage des connaissances à l'ère KM 2.0 selon la perspective théorique du capital social. Cette analyse est illustrée avec des données réelles issues de deux projets de mise en place de systèmes pour la capitalisation et le partage des connaissances dans une entreprise industrielle d'envergure internationale. Le chapitre 8 se penche sur une fonction spécifique de l'entreprise, celle de la gestion de la chaîne logistique. L'étude concerne une entreprise italienne sous-traitante de l'industrie automobile, les auteurs analysent selon une démarche de type recherche-action la mise en place d'un système de gestion des connaissances et présentent les leçons apprises. Le chapitre 9 se penche sur la

gestion de projet et les impacts potentiels du KM 2.0. A travers trois études de cas de projets de mise en place de systèmes d'information au Brésil, les auteurs analysent les pratiques et constatent l'importance de la culture organisationnelle pour l'adoption du web 2.0 par les acteurs des projets. Le chapitre 10 se situe dans un contexte particulièrement propice au KM et à l'usage du web 2.0, il s'agit de l'alliance Renault-Nissan et toutes les problématiques de communication et de partage d'information et de connaissances que cela doit poser. L'auteur effectue une analyse poussée de l'historique de Nissan, de son évolution organisationnelle suite à l'alliance avec Renault, et de comment les initiatives de partage de connaissance se sont imposées comme un outil managérial indispensable pour faire réussir le partenariat. Enfin, le chapitre 11 qui est le dernier de cet ouvrage, s'intéresse au comportement des individus et à l'influence d'un outil de gestion des connaissances. Il s'agit en l'occurrence d'un outil pour le suivi et l'analyse de la consommation électrique des ménages aux Etats-Unis. L'auteur analyse les échanges d'information sur les réseaux sociaux autour de cet outil et de son usage, et constate ainsi l'influence de ces réseaux non seulement sur l'appropriation de l'outil par les utilisateurs, mais aussi sur la consommation électrique des ménages et l'apparition de communautés virtuelles de pratiques.

Par Saïd ASSAR
Télécom Ecole de Management

Reproduced with permission of the copyright owner. Further reproduction prohibited without permission.