

**FABRIQUE TON PROJET #2**  
**JEUDI 3 MAI 2018**  
**« Les clefs de la communication pour mon projet écologique et  
solidaire »**

**ATELIER 2 : Miser sur le relationnel et le réseau pour porter son  
projet**

*Enregistrement AUDIO*

Vous n'avez pas à créer votre réseau parce qu'il existe déjà. Nous avons tous un réseau. Sauf que souvent on ne l'intègre pas, notamment pour des raisons culturelles qui font que comme le lobbying, le réseau est associé aux réseaux mafieux, aux réseaux de drogue, aux réseaux occultes. Le terme réseau, comme le terme lobbying est connoté hyper négativement. Entre autres, parce qu'on a l'idée qu'il nuirait à l'égalité des chances. Quand on parle de réseauter dans le cadre d'une recherche d'emploi, on sait, les statistiques le montrent, il faudrait vérifier les chiffres, mais on dit, de mémoire, qu'à peu près 70% des emplois sont trouvés par réseau et non pas par annonce, par Pôle Emploi. Bien sûr, cela dépend des catégories, cela dépend des métiers, mais c'est une réalité. Sauf que, en tout cas en France, réseauter pour trouver un emploi est souvent perçu comme du piston. C'est une réalité aussi que nous ne sommes pas tous égaux vis-à-vis des réseaux.

Le fait que la [Maison des Acteurs du Paris Durable](https://www.facebook.com/events/293516147853913/) ait nommé un de ses événements « Réseautage et papotage » (<https://www.facebook.com/events/293516147853913/>) est vraiment bon signe, c'est une façon de se réapproprier ce mot dans son sens positif : tout le monde rêve de rencontrer, de communiquer, d'échanger... Réseauter c'est très bien, assumons !

Personnellement j'adore mettre les gens en lien. Et on se rend compte en sociologie des réseaux que c'est parce que vous mettez les gens en lien que les gens reviennent vers vous. Donc première chose, vous avez tous un réseau : amical, professionnel, familial etc. Et la première étape est de le cartographier. On dit qu'en moyenne, chaque personne a un réseau de 200 personnes. Donc, en théorie, si les 200 personnes de votre réseau ont chacune un réseau de 200 personnes, vous pouvez toucher 40 000 personnes. C'est le principe d'un réseau comme LinkedIn (réseau social professionnel). C'est l'idée du psychologue social américain Stanley Milgram que chaque personne est à 5 degrés d'une autre personne. C'est-à-dire que, par exemple, vous êtes à 5 personnes pour pouvoir parler à Emmanuel Macron. Cela s'applique plutôt au niveau de la population d'un pays. Au niveau mondial, je pense que 5, c'est un peu juste. Le principe de LinkedIn fonctionne sur cette idée.

Initialement, d'un point de vue étymologique, un réseau, c'est un **petit filet** pour prendre du gibier. En anglais on dit d'ailleurs « network », « net » signifiant également filet.

Au 19<sup>ème</sup> siècle, la signification a évolué et implique déjà le fait d'être en connexion avec d'autres personnes.

Au 20<sup>ème</sup> siècle, on parle beaucoup de réseaux ferroviaires, de réseaux autoroutiers, de réseaux

de communication, et bien sûr du réseau des réseaux qui est le « world wide web » c'est-à-dire le web (signification des trois w des adresses internet). Il y a toujours cette idée de maillage, de connexion.

La définition que je pourrais proposer de réseautage est de créer, d'entretenir des relations avec un certain nombre d'acteurs en vue d'un objectif pré-défini.

C'est l'idée de mettre des personnes en lien en vue de créer un réseau.

Pour moi, le réseau est une logique, c'est un processus, ce n'est pas un objet. Et surtout, ce n'est pas une fin, c'est juste un moyen. Réseauter comme finalité, pour moi, c'est aberrant.

Pourquoi réseauter ?

>> faciliter nos démarches auprès de financeurs

>> rencontrer des nouveaux partenaires

>> aller chercher de nouveaux bénévoles, nouveaux donateurs

On a un objectif, on ne réseaute pas juste pour réseauter.

Le problème est souvent que le réseautage est fait sans stratégie. On va un peu à la pêche.

Or réseauter, si on veut atteindre les objectifs que l'on s'est donnés, il faut vraiment établir une stratégie et un plan d'action.

Le réseautage, c'est comme le lobbying, c'est très facile quand tout va bien, c'est beaucoup plus compliqué quand tout va moins bien. C'est très important de construire le réseau en amont, et de ne pas se réveiller un beau jour avec « tiens au fait, là j'ai besoin d'un nouveau partenaire » et aucun réseau dans lequel diffuser ce besoin. Là, c'est trop tard !

La démarche réseau est une démarche tout au long de la vie, c'est une philosophie de vie.

Même en ayant un objectif au départ, cela se fait dans le temps sans calcul. Juste pour le plaisir de rencontrer des gens et de les mettre en lien.

C'est ce qui permet de construire un réseau qu'il sera possible d'activer à tout moment.

Je n'ai pas réellement quantifier le temps que je passe à réseauter, mais je l'estime à environ 20% de mon temps. A rencontrer des gens, à mettre des gens en lien, à donner des informations à des gens dont je sais qu'elles vont leur être utiles...

C'est aussi une question de tempérament et d'appétence !

Réseauter quand on n'en a pas besoin.

C'est comme d'avoir une base données à disposition de tous. L'idée est de ne surtout pas capitaliser, mais d'ouvrir son carnet d'adresses aux autres.

C'est une dynamique de bienveillance : je vois que ça rend les gens heureux quand je les mets en lien, et ça me rend heureux !

Ce n'est pas une vision utilitariste. Donner sans attendre de retour.

Mais alors, du coup, quid de la stratégie et du plan d'action ? C'est ce qu'il faut clarifier et bien penser avant d'activer le réseau ou une partie du réseau.

On peut réseauter avec déjà un objectif précis : par exemple, rechercher de nouveaux membres du CA de notre association, développer ses relations avec les collectivités locales, augmenter le nombre de nos entreprises sponsor, créer des partenariats entre associations... On est plus fort ensemble et je plaide pour que les associations se parlent entre elles, dans un même secteur ou entre secteurs, puisqu'il y a des liens entre les différents secteurs.

Les associations ont tendance à penser que leur projet est indispensable et ne prennent pas forcément le temps d'aller voir ce que font les autres. C'est très important de prendre le temps

d'aller voir ce qui se fait autour, soit sur la même thématique, soit sur le même territoire. S'ouvrir aux autres, s'intéresser aux autres, ça peut apporter beaucoup et c'est déjà la première démarche.

Une fois qu'on s'est dit que le réseau c'est important, et qu'on est convaincu qu'on va y aller, il va falloir cartographier votre réseau. Et ensuite construire votre stratégie et votre plan d'action, qui vont bien entendu varier d'une structure à l'autre, et même d'un projet à l'autre.

Les étapes :

1/ définir le budget : temps, ressources humaines, adhésion à des réseaux

2/ définir les personnes qui vont être en charge de ce réseautage (rien de pire que se dire qu'on va tous aller réseauter)

3/ définir à quel rythme se fait le feedback sur les avancées du réseautage

4/ définir la temporalité : si c'est trois mois ou deux ans, ce n'est pas le même plan d'action

Pour cartographier le réseau de votre structure, il va aussi falloir cartographier les réseaux des parties prenantes. Les réseaux de vos administrateurs, de vos salariés, de vos partenaires, de vos financeurs, de vos adhérents, de vos bénévoles... selon le cas. On ne connaît pas la vie de toutes ces personnes, qui peuvent avoir des ressources précieuses. Il est essentiel de s'intéresser aux personnes et pas seulement aux titres ou aux fonctions.

Donc pour cartographier votre réseau, il va falloir élargir aux réseaux des autres personnes concernées, pas rester uniquement sur son propre réseau.

En fonction de l'objectif que vous aurez déterminé ensemble dans la structure concernée, cibler le type d'acteurs qu'il faut aller voir et regarder de quel réseau on a besoin.

J'aime bien utiliser le mind mapping ou carte mentale : vous mettez au centre l'enjeu et ensuite vous faites des branches et faites des associations d'idées, parce que le cerveau fonctionne comme ça. Ça permet de réfléchir autrement que de façon linéaire. On réfléchit de façon graphique.

Comment garder en mémoire les informations sur les personnes que nous rencontrons et que nous souhaitons intégrer à notre réseau ?

Outils informatiques indispensables au-delà de 1000 contacts.

Personnellement, ça vaut ce que ça vaut, je gère mon réseau avec Outlook. Il existe des solutions équivalentes en outils libres (*voir note 1 à la fin du doc*).

J'ai mis des années à le construire. Outre nom, prénom, profession, coordonnées tel/mail/postale, j'ai rentré des critères : degré de proximité avec la personne, date et lieu de la première rencontre, sujets d'intervention... J'ai 90 catégories que je connais quasiment par cœur.

Cela suppose du temps investi non seulement dans l'animation du réseau, mais aussi dans l'actualisation des données.

Ensuite j'importe ma base Outlook dans Excel. Et j'ai créé une base de données qui me permet de faire des requêtes multiples, pour par exemple pouvoir sortir tous mes amis qui habitent dans le 20<sup>ème</sup> et s'intéressent à la permaculture.

Pour démarrer, Excel me paraît tout à fait bien.

Ça permet aussi de faire des liens et de se rendre compte que par exemple telle personne est connue aussi bien de ton ami untel, que de ton collègue et de la bénévole qui s'occupe des NPAI (non ça c'est moi qui brode ;-), ce qui est un indicateur en soi.

Une fois que vous aurez fini de cartographier et qualifier votre réseau actuel, vous pourrez aller chercher de nouveaux contacts.

Bien regarder à ce stade-là quel niveau d'influence ont les structures (ou personnes) que vous allez contacter, quelles sont leurs thématiques, quelle est sa notoriété, son niveau de réactivité, le type de circuit de décision. Pour ne pas perdre de temps et identifier les structures que l'on veut aller chercher. Il faut ensuite analyser chaque structure (ou personne) que l'on a identifiée : historique, type d'organisation, combien de membres, si c'est une personne, son degré de décision. Si au final vous obtenez un rendez-vous il est indispensable de savoir qui vous avez en face de vous.

Donc encore une fois, cela nécessite d'y consacrer du temps.

Réfléchir ensuite à la manière de rentrer en contact : est-ce vous-même qui prenez contact, est-ce un de vos salariés, de vos partenaires... ? Est-ce que c'est via un réseau social, par téléphone, par mail... ? Est-ce que c'est lors d'un colloque, lors d'un événement de la structure ? Toutes les situations sont possibles, il n'y a aucune règle. C'est en fonction de vos capacités et aussi des valeurs et des façons de faire de la structure ou de la personne que vous voulez rencontrer. Par exemple, une personne dont vous auriez eu le numéro de téléphone par votre réseau, mais dont vous savez qu'elle n'aime pas être appelée, mieux vaut choisir le mail par exemple. Il y a une stratégie globale et après il y a des modes opératoires qui nécessitent aussi du temps. On parlait, dans la plénière d'introduction, du renseignement, c'est un peu ça, mais encore une fois ce n'est pas répréhensible car l'intention est pacifique. On a un objectif, on ne rencontre pas cette personne ou cette structure par hasard.

Aller à la rencontre des autres, découvrir leurs richesses, faire preuve de curiosité, parce que, peut-être, la bénévole qui vient faire la mise sous pli connaît justement, dans son activité professionnelle ou autre, la personne que l'on a besoin de rencontrer.

En **conclusion**, quand vous voulez rentrer en contact avec une personne, idéalement, il faut :

- >> être recommandé par une connaissance commune
- >> garder des plages horaires dédiées au réseautage
- >> aller à des colloques, tables rondes, séminaires, événements
- >> oser poser des questions lors de ces événements, en vous présentant pour être identifié
- >> écouter l'autre, ne jamais monopoliser la parole lorsque vous êtes en entretien
- >> s'intéresser sincèrement à l'autre et le mettre, tout aussi sincèrement, en valeur
- >> avoir toujours vos cartes de visite sur vous
- >> privilégier les courriers et les mails individualisés et personnalisés (pas anonymes)
- >> remercier +++
- >> tenir informé des suites du rendez-vous et du projet (selon le cas, par mail, téléphone ou en présence via apéro/dîner...)
- >> et bien sûr, s'inscrire sur LinkedIn (plutôt professionnel), Tweeter (plutôt décideurs), Facebook (plutôt grand public), Instagram (plutôt images) et créer/participer à des groupes de discussion, y inviter des gens, pour partager du contenu et des informations sur la thématique

Pistes : <http://www.resonanceshumanitaires.org/> pour les personnes qui reviennent d'une expatriation de plusieurs années

Outils :

- >> [LinkedIn](#) : réseau professionnel qui fonctionne sur un système de recommandation – son modèle économique est orienté « chasseurs de tête », il ne permet pas de monter une base de données – parfait pour agrandir le réseau à mémoriser sur un autre outil (Excel par exemple)
- >> pour faire une carte mentale : mindmeister, mindmapping, freemind

**Note 1** : Parmi les logiciels de messagerie libres, **le plus connu est sans doute Thunderbird**. Il est développé par Mozilla, comme le [navigateur libre Firefox](#). Bien qu'il soit performant, sachez qu'**il existe d'autres alternatives libres et open source** aux clients de messagerie de Microsoft et d'Apple. On peut notamment citer Claws Mail, Kmail, Evolution, Geary, Columba, Sylpheed, nPOPQ ou encore RoundAbout.