

CHRISTOPHE ASSENS

«Un réseau peut être générateur d'une forme d'anti-démocratie»

Pour devenir une véritable sphère d'influence, les réseaux doivent surmonter une certaine réserve culturelle, estime le directeur adjoint du Larequoi, le laboratoire de recherche en management de l'université de Versailles - Saint-Quentin-en-Yvelines.

Associatifs, syndicaux, sociaux... Les nombreux réseaux au sein de la FPT lui donnent-ils plus de poids ?

Tout réseau a pour premier objet de cultiver l'entre-soi afin de défendre un bien commun ou de développer un « bien de club ». La multiplication des réseaux au service d'un secteur devrait donc être à son entier bénéfice. Mais en réalité, la fragmentation nuit d'autant plus à la visibilité que les réseaux classiques de la FPT ne savent pas encore utiliser ou utilisent mal les plateformes des réseaux sociaux comme caisses de résonance.

Qu'est-ce qui rend l'exercice si complexe dans la FPT ?

D'abord, une pudeur culturelle qui a longtemps retenu les territoriaux dans l'ombre des élus. Peu identifiés par l'opinion, ils peinent, par ricochet, à se faire entendre des pouvoirs publics. La multiplicité des catégories, filières et métiers complique aussi la tâche avec des revendications cloisonnées, voire rivales. Enfin, en tant qu'institut de formation, l'Inet, n'a pas voulu ou su jouer le rôle de l'ENA en ce domaine tandis que l'association qui porte le réseau d'anciens - l'ADT-Inet - se refuse à toute approche corporatiste. Or il est bien difficile d'être distingué sans consentir au culte d'une certaine « logique de corps » ! Résultat : alors que les dirigeants territoriaux occupent des postes souvent bien plus décisionnels que nombre d'énarques, ils se retrouvent plusieurs coudées derrière en matière d'influence...

Certaines associations de territoriaux pèchent aussi par leurs effectifs. Cela réduit-il leur influence ?

Dans le contexte actuel, il devrait y avoir, pour les territoriaux, comme un devoir moral à adhérer. Toutefois, ce n'est pas que le nombre



« Cultiver l'entre-soi quand on travaille à l'intérêt général peut sembler paradoxal, une difficulté de plus pour les territoriaux. »

qui fait force; compte aussi la puissance des liens tissés entre membres, d'où l'importance de nourrir régulièrement la vision partagée. Un réseau qui réussit est donc celui qui remplira cet office tout en jouant sur les enjeux de carrière individuels, devenus particulièrement sensibles.

Mais un réseau qui réussit ainsi ne porte-t-il pas, en germe, un certain népotisme ?

Parce que, par essence, son intérêt surpasse celui d'un ensemble ou d'une société, un réseau peut en effet être générateur d'une forme d'anti-démocratie. C'est pourquoi son fonctionnement doit demeurer totalement transparent et que, par ses contributions collectives au débat public, il reste un complément des institutions sans jamais s'y substituer. Néanmoins, cultiver l'entre-soi quand on travaille à l'intérêt général peut sembler paradoxal, d'où une énième difficulté pour nombre de territoriaux ! ●

À LIRE

Regards croisés d'experts



« Les Réseaux de service public : menace ou opportunité pour l'action publique ? » Si, à partir de nombreux exemples puisés dans les trois fonctions publiques, cet ouvrage

offre surtout des pistes pour structurer et animer un réseau au service du public, il débute par un chapitre intitulé « Réseau et enjeu corporatiste dans la fonction publique - le cas de l'ADT-Inet » auquel ont contribué Boris Petroff, Bruno Paulmier, Claude Soret-Violle et Laurence Malherbe.

Coordonné par Christophe Assens, Presses de l'EHESP, collection Profession cadre service public, 2015.

Approche sociologique

Tout sur la « Sociologie des réseaux sociaux » grâce à cet ouvrage signé Pierre Mercklé dont la troisième édition propose un chapitre inédit intitulé « Les réseaux sociaux en ligne : une révolution ? »

La Découverte, collection Repères, 2011.

À SUIVRE

Formations spécialisées

Gérer sa réputation et son image sur les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo...) à titre individuel ou collectif, maîtriser les multiples facettes du web marketing... Des formations sont proposées par des organismes spécialisés comme Ideose, développeur des scénarios de mobilisation en ligne, ou l'agence d'influence Jin.

www.ideose.com
www.jin.fr

la Gazette.fr

Pour aller plus loin

Lobbying des acteurs locaux : des résultats inégaux
www.lagazette.fr/219897

« Il faut définir clairement les responsabilités des DG », Stéphane Pintre, président du SNDGCT
www.lagazette.fr/398984