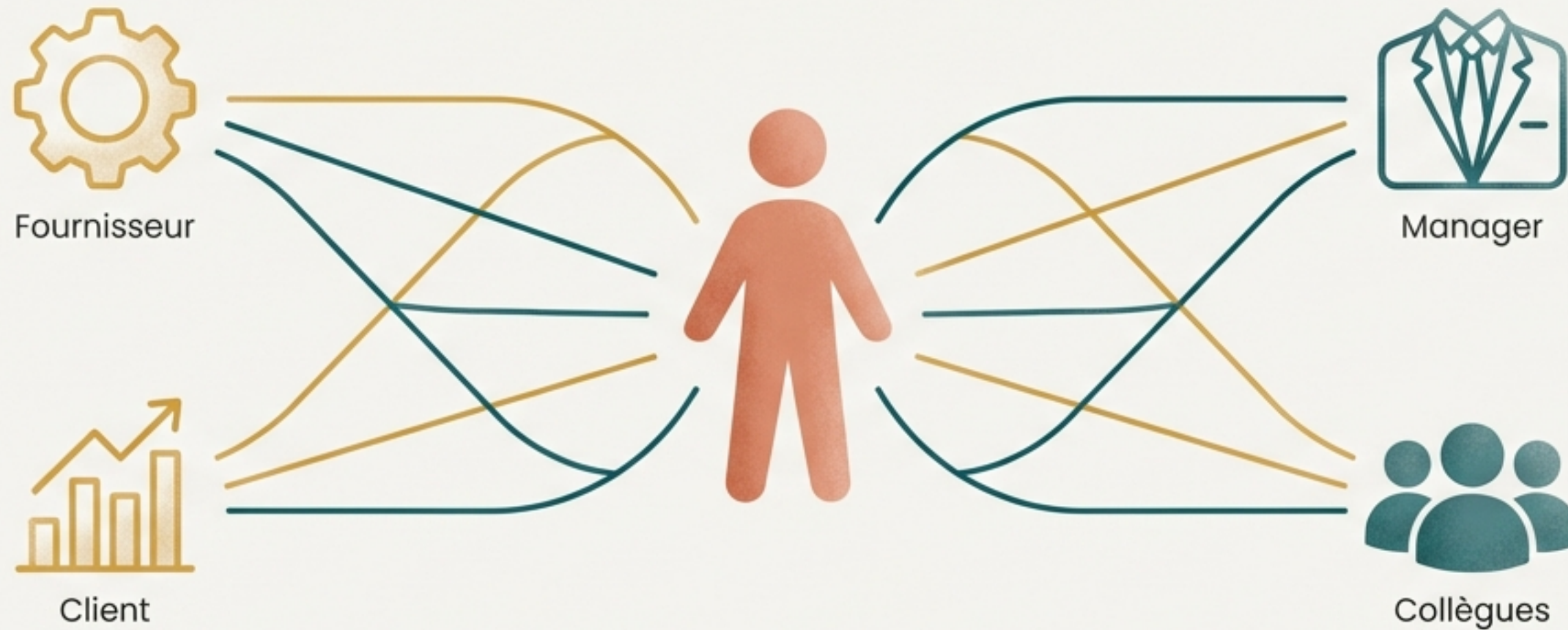


Un projet, c'est avant tout une aventure humaine.



Que vous lanciez un produit, organisiez un événement ou meniez un projet en entreprise, vous n'êtes jamais seul. Vous devez convaincre, rassurer, collaborer... avec des dizaines de personnes : votre manager, vos clients, vos collègues, des fournisseurs, et bien d'autres.

La question n'est pas *si* vous devez leur parler, mais *comment* parler à chacun sans vous épuiser ?

La clé ? Vous la connaissez déjà sans le savoir.



Gérer toutes ces personnes peut sembler intimidant. On a l'impression de devoir donner la même énergie à tout le monde, et c'est impossible. Le secret des meilleurs professionnels, ce n'est pas de travailler plus, mais de travailler plus intelligemment. Ils utilisent une logique que vous appliquez naturellement dans votre vie de tous les jours.

Laissez-nous vous montrer avec un exemple que vous connaissez très bien...

Imaginez : vous organisez LA fête de l'année.



Pour que tout soit parfait, vous devez gérer vos invités. Mais allez-vous accorder la même attention à tout le monde ? Bien sûr que non !



Votre meilleur ami : Il vous aide à tout organiser, choisit la musique avec vous. Son avis est crucial.



Des invités importants : Ils viennent de loin, leur présence valide votre soirée. Vous voulez absolument qu'ils soient satisfaits.



Votre voisin éloigné : Vous l'invitez par politesse, pour maintenir de bonnes relations. L'essentiel est qu'il ne se plaigne pas.

Votre plan de fête est déjà une stratégie.

Pour chaque groupe, votre communication et vos actions sont différentes :



Satisfaire

- **Les invités importants** : Vous cherchez à les satisfaire. Leur confort est une priorité.



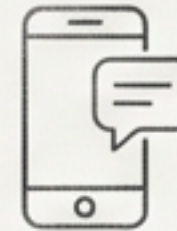
Gérer de très près

- **Votre meilleur ami** : Vous le gérez de très près. Vous travaillez main dans la main.



Surveiller

- **Votre voisin** : Vous le surveillez du coin de l'œil. Vous vous assurez qu'il a reçu l'invitation et que tout va bien.



Inform

- **Les amis qui attendent le programme** : Vous les tenez informés. Un simple message groupé suffit.

Eh bien, cette carte mentale que vous venez de créer...
c'est l'un des outils les plus puissants en gestion de projet.

De l'organisateur de fête au chef de projet stratégique

En entreprise, c'est exactement la même logique. Vos "invités" sont appelés les **parties prenantes** (stakeholders en anglais) : toute personne ou groupe qui peut affecter ou être affecté par votre projet.



Traiter toutes les parties prenantes de la même façon est l'erreur la plus fréquente. Votre intuition de la fête vous dit déjà qu'il faut différencier les approches.

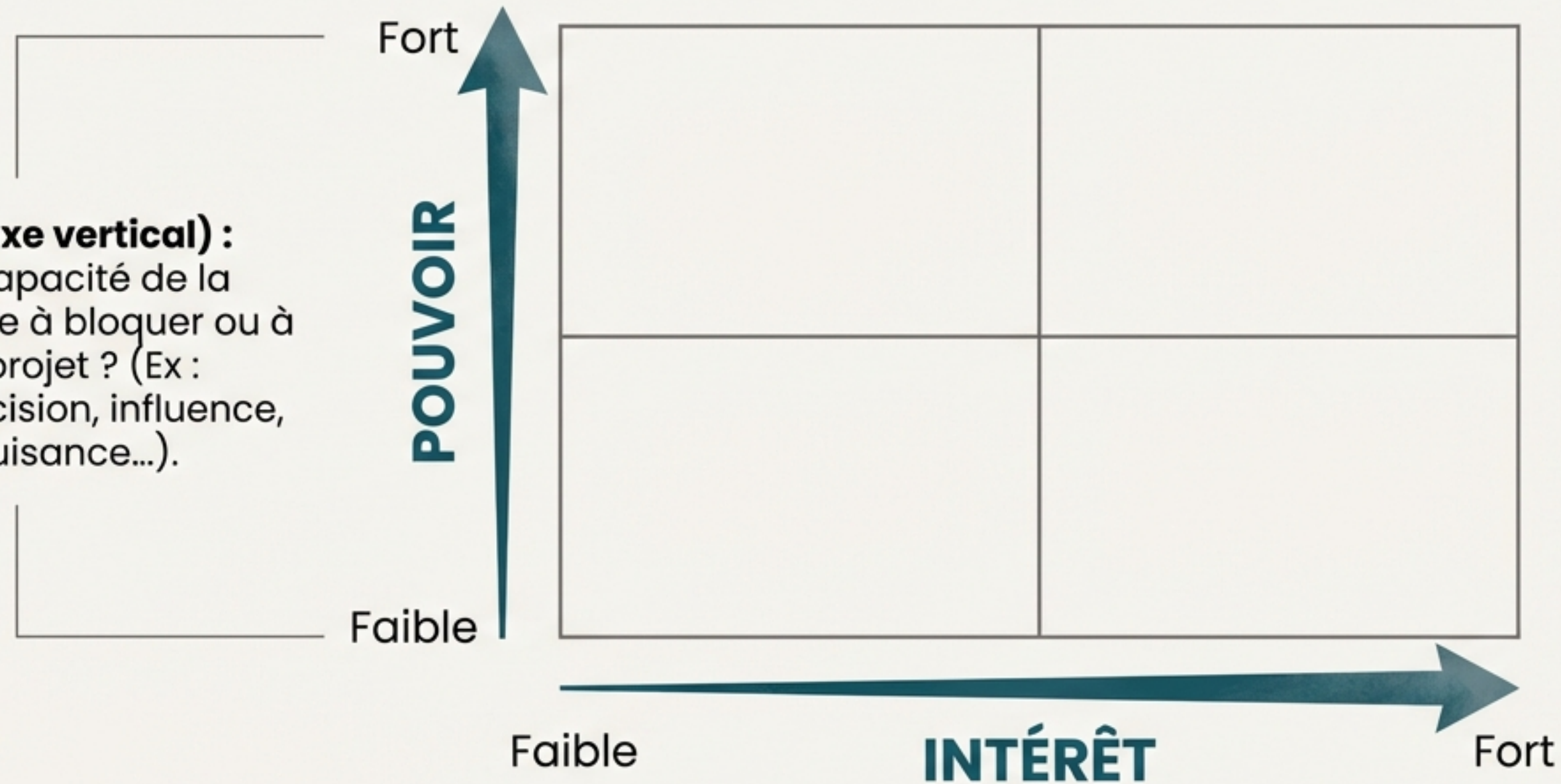
Vous voyez, ce n'est pas si compliqué.
Donnons simplement un cadre professionnel à votre intuition.

L'outil professionnel : La Matrice Pouvoir × Intérêt.

Pour classer vos parties prenantes de manière rigoureuse, on utilise deux axes très simples. C'est ce qu'on appelle la matrice de Mendeow.

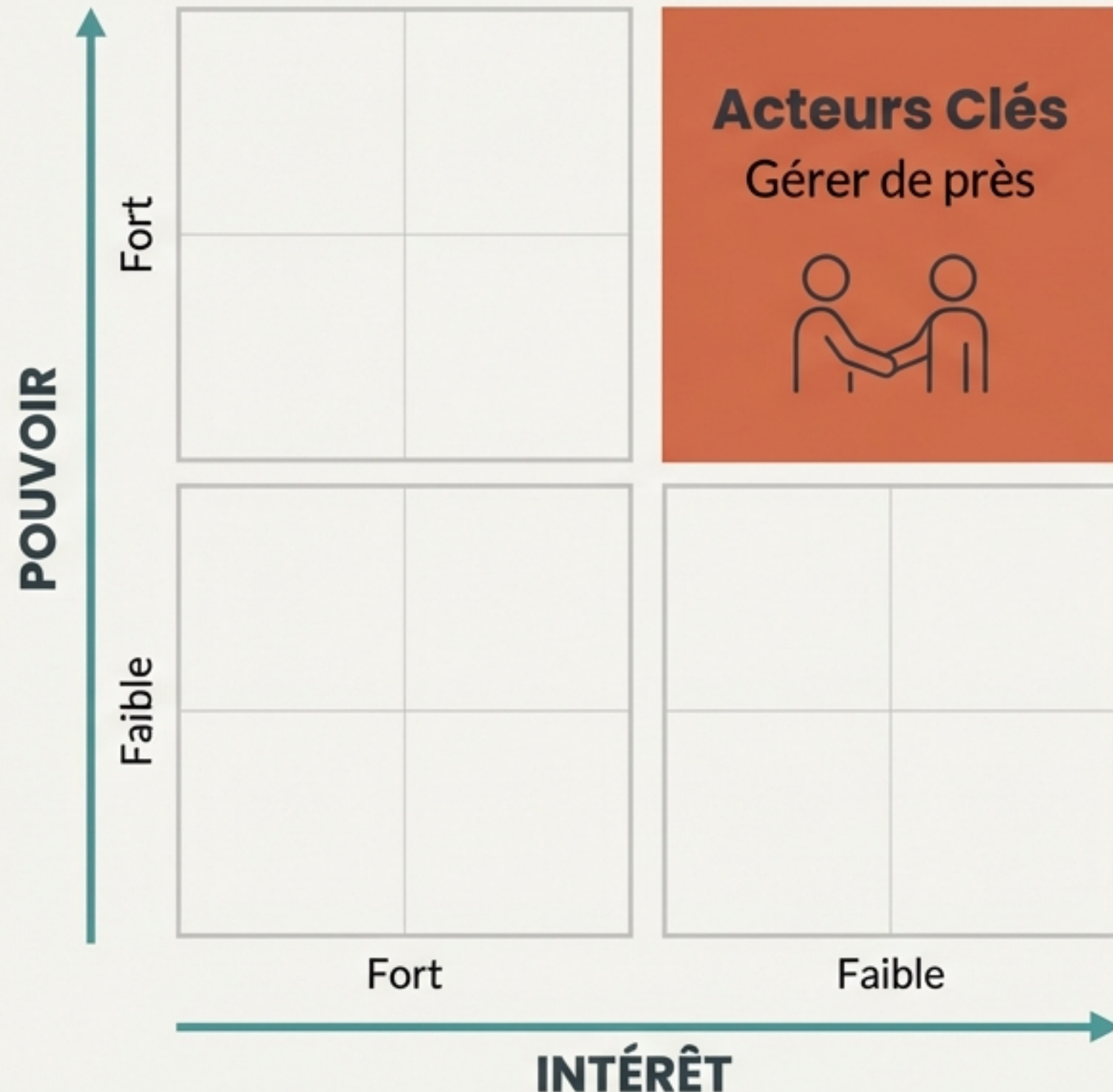
Le **POUVOIR** (axe vertical) :

Quelle est la capacité de la partie prenante à bloquer ou à faciliter votre projet ? (Ex : pouvoir de décision, influence, capacité de nuisance...).



L'INTÉRÊT (axe horizontal) : À quel point la partie prenante est-elle concernée ou impactée par les résultats de votre projet ?

Quadrant 1 : Les Acteurs Clés (À gérer de près)



Position dans la matrice

Pouvoir Fort / Intérêt Fort.

Qui sont-ils ?

Ce sont les personnes dont vous avez absolument besoin. Elles peuvent faire réussir ou échouer votre projet. Pensez à votre direction, un client majeur, ou les représentants du personnel lors de négociations.



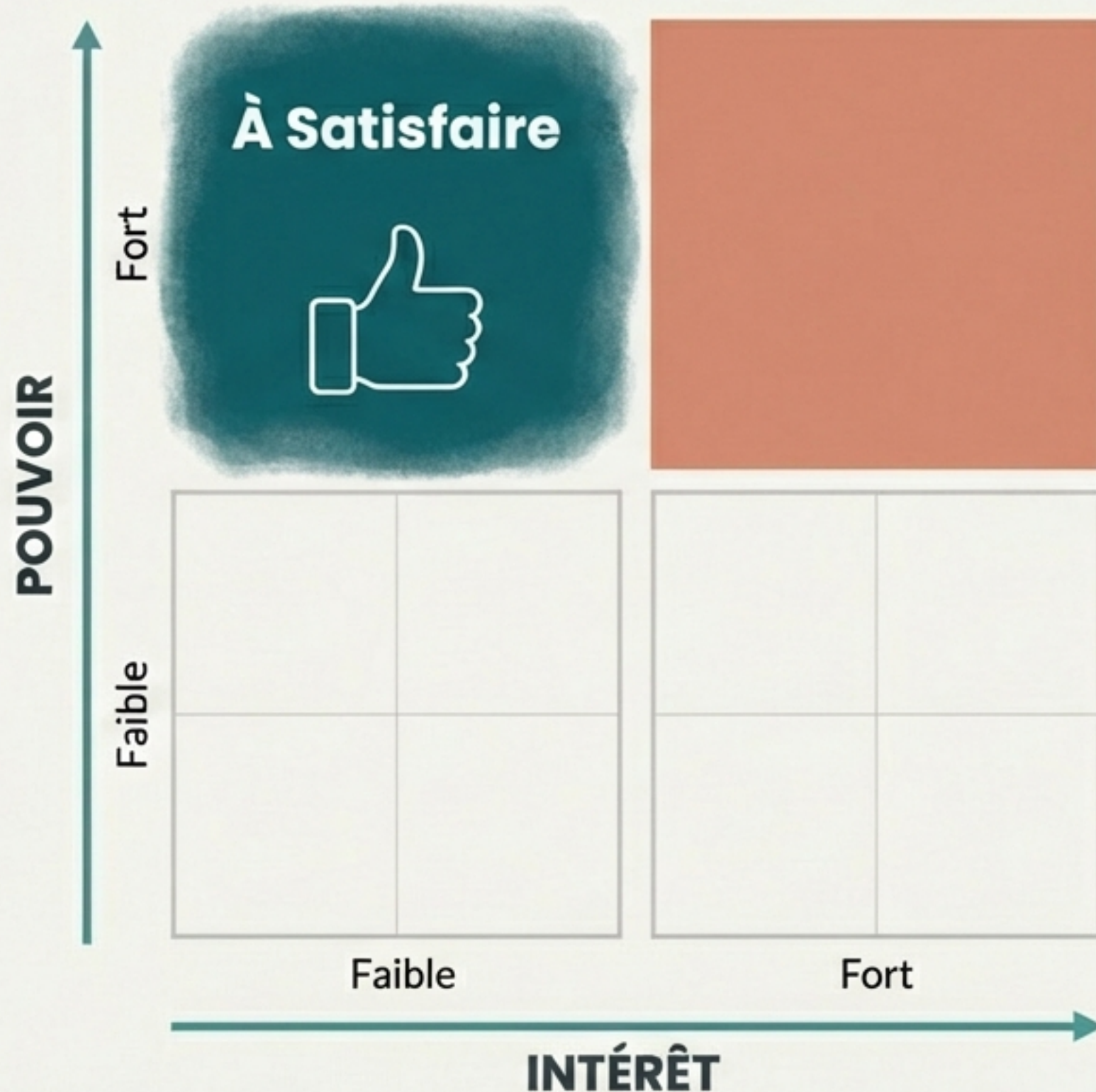
Rappel de l'analogie

C'est votre meilleur ami qui vous aide à organiser la fête !

Stratégie

Implication maximale. Travaillez en étroite collaboration avec eux, communiquez constamment. Ce sont vos partenaires.

Quadrant 2 : Ceux qu'il faut Satisfaire.



Position dans la matrice

Pouvoir Fort / Intérêt Faible.

Qui sont-ils ?

Ces personnes ne sont pas impliquées au quotidien, mais leur pouvoir est immense. Si elles sont mécontentes, elles peuvent créer de gros problèmes. Pensez à un banquier pour un prêt, ou aux autorités locales qui délivrent un permis de construire.



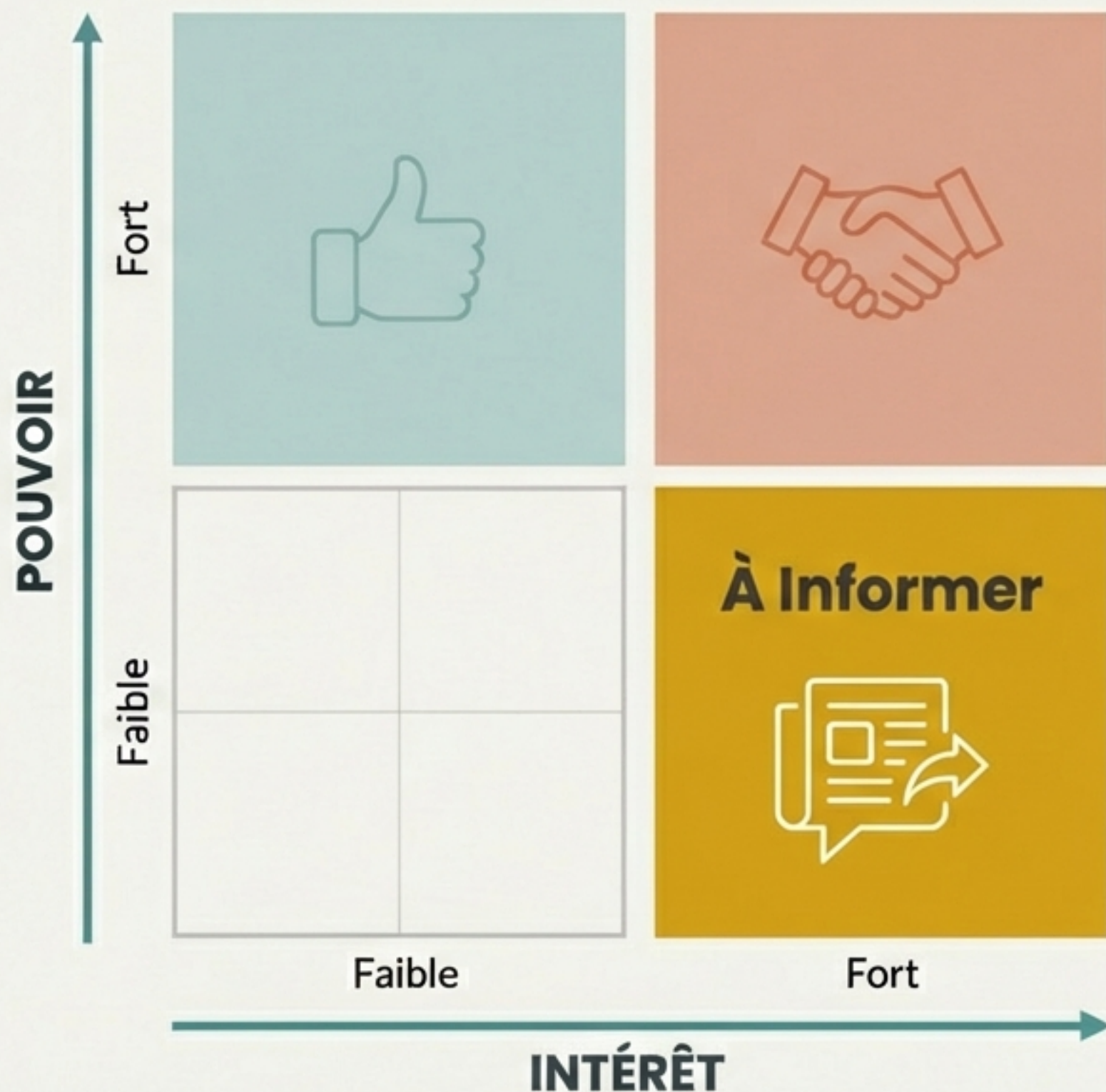
Rappel de l'analogie

Ce sont vos invités importants qui viennent de loin. Vous voulez qu'ils passent une bonne soirée, même s'ils ne participent pas à l'organisation.

Stratégie

Maintenez-les satisfaits. Impliquez-les aux moments clés, mais ne les submergez pas d'informations inutiles.

Quadrant 3 : Ceux qu'il faut Informer.



Position dans la matrice

Pouvoir Faible / Intérêt Fort.

Qui sont-ils ?

Ils sont très concernés par votre projet mais ont peu de moyens d'action directs. Ils peuvent cependant devenir des alliés ou des opposants en s'unissant. Ce sont par exemple les salariés d'une PME, les riverains d'un projet de construction ou des influenceurs sur les réseaux sociaux.



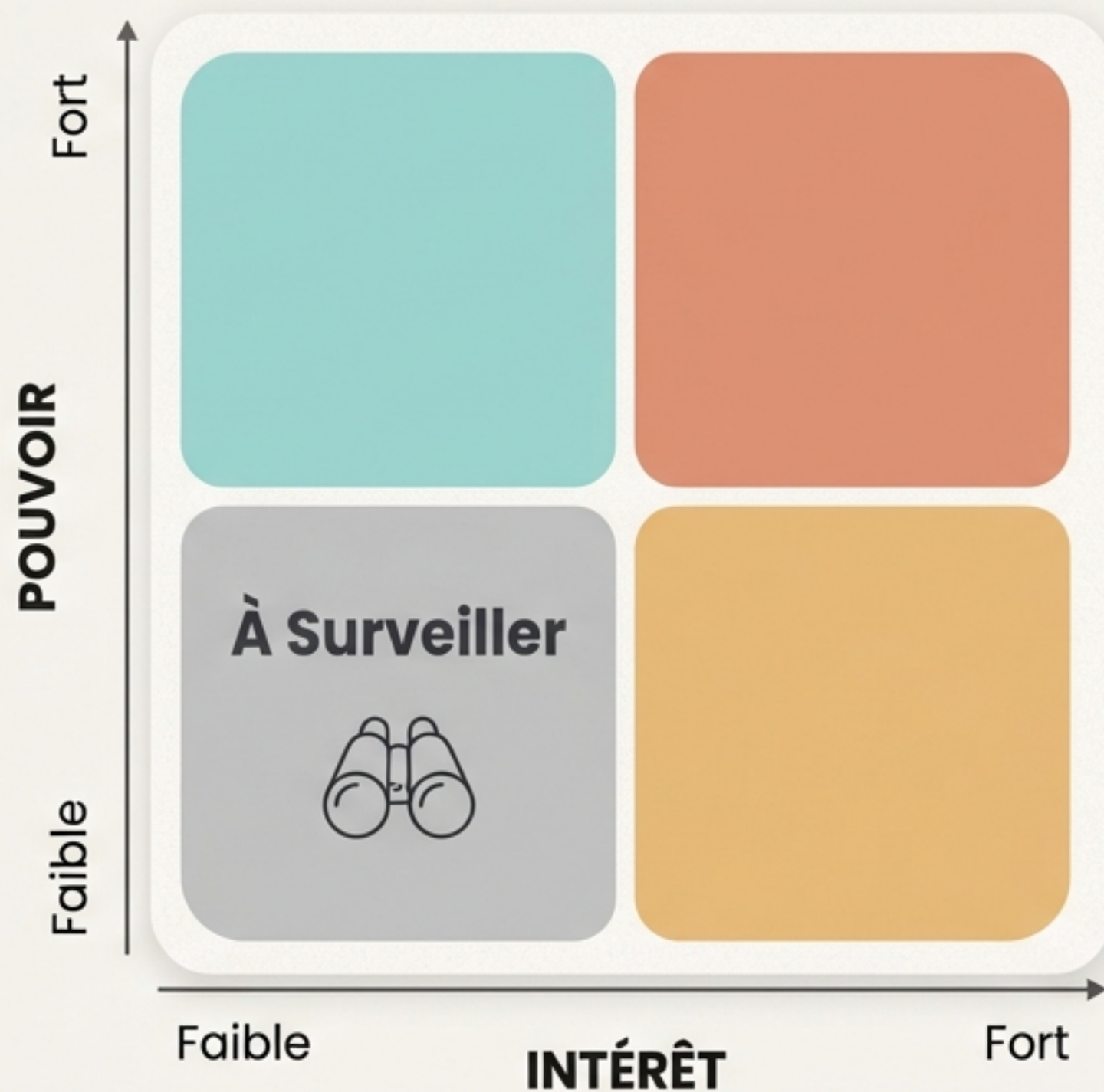
Rappel de l'analogie

Ce sont vos amis qui attendent les détails de la fête. Ils veulent savoir où et quand, mais ne choisissent pas la couleur des serviettes.

Stratégie

Communiquez régulièrement. Assurez-vous qu'ils se sentent écoutés et informés pour maintenir leur soutien.

Quadrant 4 : Ceux qu'il faut Surveiller.



Position dans la matrice

Pouvoir Faible / Intérêt Faible.

Qui sont-ils ?

Ces parties prenantes sont peu concernées et ont peu d'influence. Le risque qu'elles posent est faible.



Rappel de l'analogie

C'est votre voisin éloigné invité par politesse.

Stratégie

Effort minimal. Surveillez-les pour vous assurer qu'ils ne changent pas de quadrant, mais ne gaspillez pas votre énergie ici. Une communication générique suffit.

Votre plan d'action stratégique en un coup d'œil.

La matrice Pouvoir × Intérêt classe les parties prenantes pour adapter la stratégie de communication à chacune.



Acteurs Clés

Gérer de près

Stratégie

Répondez à leurs besoins pour éviter qu'ils ne deviennent des opposants. Assurez-vous qu'ils soient contents, mais sans les surcharger d'infos inutiles.

À Informer

Communiquez régulièrement. Assurez-vous qu'ils se sentent écoutés et informés pour maintenir leur soutien.

Stratégie

Effort minimal. Surveillez-les pour vous assurer qu'ils ne changent pas de quadrant. Une communication générique suffit.

Au début, on peut hésiter sur où placer quelqu'un. C'est normal ! L'important est de **se poser la question et d'arrêter de communiquer** de la même manière avec tout le monde. C'est ça, devenir un stratège.

Cas d'école : la gestion titanesque du tunnel sous la Manche

Années 1980-1990. Un projet monumental avec une **multitude d'acteurs**



Sans cette différenciation, le projet n'aurait jamais pu voir le jour.

L'outil s'applique partout, dans votre futur quotidien.



Lancement d'un produit Tech

Partie prenante:
Influenceurs/leaders d'opinion.

Position: Faible pouvoir formel, Fort intérêt.

Action: À Informer & impliquer activement pour en faire des alliés.



Construction d'un tramway

Partie prenante: Riverains.

Position: Pouvoir modéré (groupes de pression), Fort intérêt.

Action: À Informer et consulter pour anticiper les oppositions.



Négociations annuelles en entreprise (NAO)

Partie prenante: Syndicats / Représentants du personnel.

Position: Pouvoir significatif (grève), Très fort intérêt.

Action: Acteurs Clés à gérer de très près, partenaires de négociation.

Maîtriser cette matrice, c'est déjà penser en leader de demain.

Savoir cartographier ses parties prenantes est une étape essentielle de toute stratégie. C'est aussi au cœur de la **Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)**.

Pour aller plus loin : Une entreprise responsable doit dialoguer avec tout son écosystème (clients, fournisseurs, communautés locales...). La norme internationale **ISO 26000**, une référence en RSE, insiste sur l'importance d'identifier et d'engager ses parties prenantes.

Cet outil ne vous servira pas seulement à réussir votre examen. Il vous servira toute votre vie à construire des projets plus solides, plus éthiques et plus performants. C'est une compétence qui fera la différence dès votre premier emploi.

