

L'ART DE LA GUERRE DIGITALE

SURVIVRE
ET DOMINER À L'ÈRE
DU NUMÉRIQUE

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

CAROLINE FAILLET

L'ART DE LA GUERRE DIGITALE

SURVIVRE
ET DOMINER À L'ÈRE
DU NUMÉRIQUE

PRÉFACE DE JOËL DE ROSNAY

DUNOD

Ressources infographiques

Retrouvez les ressources infographiques
de ce livre sur www.carolinefaillet.com

Vous pourrez y partager vos commentaires.

Graphisme de couverture : Hokus Pokus

Illustration de couverture : © Julien de Bats

Conception et mise en page : Nord Compo

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2016

5 rue Laromiguière, 75005 Paris

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-074828-0

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Préface

La cyber-économie, une guerre mondiale invisible



La société numérique (ou digitale) représente un défi pour l'avenir, un véritable changement de monde : nous entrons dans l'ère de la cyber-économie, objet d'une guerre mondiale invisible, mais quotidienne entre les nations, les entreprises, les consommateurs.

Comment s'adapter à un tel bouleversement pour des entreprises et des États habitués à fonctionner dans le cadre de structures verticales, pyramidales et centralisées alors que les nouveaux défis économiques et culturels viennent de plateformes collaboratives décentralisées qui font appel à une forme de pouvoir transversal, à des modes de partage et de co-régulation ? Au-delà d'un changement de méthodes ou d'outils, il s'agit d'un changement de culture radical. En effet, les outils et les acteurs sont présents autour de nous *dans l'écosystème numérique*, et non « *sur* » Internet comme ont l'habitude de le dire les politiques ou les industriels, qui se réfèrent aux vingt dernières années de la révolution digitale.

Les impacts de la révolution numérique sur les résultats de ces entreprises, sur leur croissance ou sur le marché de l'emploi sont trop souvent traités superficiellement dans les nombreux ouvrages des théoriciens de l'ère digitale. Pourtant, les aspects concurrentiels et managériaux auxquels le monde de l'entreprise est régulièrement confronté sont fondamentaux.

Dans son livre, Caroline Faillet se fonde sur son expérience des pratiques et de la culture des grands groupes français pour livrer sa vision d'experte de la guerre digitale. Elle n'hésite pas à dévoiler sa méthode, commenter des cas concrets, apporter des recommandations pratiques essentielles pour la prise de décisions stratégiques.

Elle lève aussi le voile sur les erreurs nées d'une mauvaise compréhension de l'usage étendu du digital conduisant au *bad-buzz* (image et réputation ternie sur les réseaux sociaux) et à une mauvaise utilisation du *big data*, ce véritable gisement de connaissances qui doit être exploité avec profit par les entreprises.

Une approche très concrète, des conseils pratiques, pour changer et s'adapter. Un ouvrage passionnant et un précieux manuel de survie à l'ère digitale, voilà ce qui manquait dans l'abondante littérature sur la société collaborative et l'impact du digital sur les structures traditionnelles.

La référence à la guerre n'est pas déplacée dans ce livre. Mais à la place d'armée de soldats, d'armes tactiques, de conquête et de domination territoriale, de percées et d'encerclements, Caroline Faillet privilégie les armées de pronétaires (ceux qui sont *pour* et *sur* le Net), les armes de dissuasion massive utilisant les réseaux sociaux, les cyber-attaques ciblées, le rôle et la prééminence du « chef de guerre » dans l'entreprise.

Cette cyber-guerre invisible est pourtant bien réelle à l'échelle mondiale. Elle n'est pas la *cyberwar* contre laquelle les États cherchent à se protéger, grâce notamment au *hard power* et au renseignement. Plus « *soft* », elle fait appel, comme le décrit l'auteur, à des nouveaux francs-tireurs, des lanceurs d'alerte, des hackers reconvertis, une

nouvelle forme de « résistants » capables de mettre en œuvre une cyber-guérilla susceptible de déstabiliser des grandes entreprises, voire des États.

Mais, insiste-t-elle, il ne pourra y avoir de véritable transformation digitale de l'entreprise sans les « consommateurs augmentés », clients du cyber-espace aux super pouvoirs. Décrits comme les nouveaux *prosumers*, à la fois producteurs et consommateurs, ils contribuent par l'intelligence collective à la création de valeur ajoutée au sein des plates-formes collaboratives. C'est le modèle mis en œuvre par GAFÀ (Google, Apple, Facebook, Amazon) et par NATU (Netflix, Airbnb, Tesla, Uber), d'où la nécessité pour les entreprises de se recentrer sur les utilisateurs.

Une approche innovante qui crée la disruption, parfaitement analysée dans ce livre intelligent, qui démontre aussi l'émergence des « nouveaux barbares » avec lesquels il va désormais falloir compter. Des « ennemis » contre lesquels les chefs de guerre des grands groupes vont devoir apprendre à lutter, par la ruse plutôt que par la violence juridique, politique ou médiatique, s'ils ne veulent pas appartenir au passé...

Les nouvelles armes de ces chefs de guerre sont le *soft power*, la cybversion, le détournement, la mise en œuvre d'une stratégie digitale globale, et surtout d'une tactique de terrain sans laquelle les entreprises ne pourraient croître et se développer.

Mais il y a plus que la cyber-guérilla pour gagner la guerre économique dans l'écosystème numérique. Il y a aussi – et surtout – les valeurs et l'éthique sur lesquelles peut se fonder une corégulation citoyenne participative.

Cette réponse semble la seule efficace, dans le contexte d'États-nations dépassés, pour contrer les monopoles grandissants de GAFÀ ou de NATU et les menaces qu'ils font peser sur l'industrie bancaire, automobile, immobilière, touristique, pharmaceutique, agroalimentaire ou du divertissement. Des monopoles qui considèrent leurs clients comme des *bits* ou des *pixels* dans un océan de *big data*.

S'il est important de saisir des informations pertinentes grâce à la veille digitale, notamment pour prédire les tendances et les disruptions, il est essentiel également de retrouver des valeurs.

Plutôt que de favoriser seulement des algorithmes prédictifs et proactifs, encourageons ce nécessaire retour à la relation humaine, comme nous y invite Caroline Faillet à travers le message global de ce livre positif et pragmatique.

Joël de Rosnay,
docteur ès sciences, écrivain, prospectiviste,
conseiller du Président d'Universcience
(Cité des Sciences et de l'Industrie et Palais de la Découverte),
Président exécutif de Biotics International