

L'ÉDITO

« La page blanche sur Internet n'existe pas » !

De l'intérêt pour les Chefs d'Entreprises d'intégrer une démarche proactive d'influence digitale



Patrick ROURE

Patrick Roure a dirigé depuis près de 20 ans plusieurs entreprises (industrie, marques et retail) dans des contextes variés (filiale de grand groupe, LBO, société cotée) et des situations de retournement stratégique et économique. Il a, à ce titre, fréquemment été confronté à des situations sensibles. Depuis une dizaine d'années, il conseille des dirigeants dans ces domaines. Il enseigne à l'École Centrale de Paris. Il a également enseigné ou donné des conférences dans de nombreuses autres institutions comme HEC, IESE et ESADE. Patrick Roure est ingénieur diplômé de Centrale Paris. Il a par ailleurs été élu Président de l'Association des Diplômés de cette même école. Patrick Roure est Partner au sein du cabinet Stratinfo qui est spécialisé dans l'accompagnement des directions générales dans la gestion des affaires stratégiques et sensibles en déployant des solutions concrètes et sur-mesure en matière d'influence.

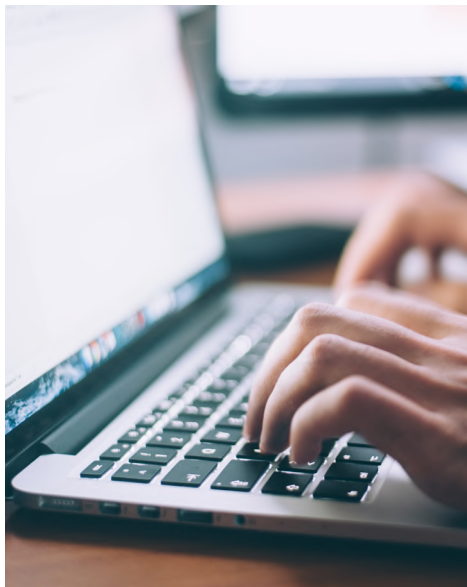
Le dirigeant d'une entreprise, quelle que soit sa taille, a pour activité principale de convaincre et encore convaincre, tous les jours, les différentes parties prenantes de sa société pour les faire adhérer à sa stratégie. Clients, actionnaires, collaborateurs, autorités administratives, banquiers, partenaires sociaux, journalistes, associations, la liste des interlocuteurs est longue mais malheureusement pas optionnelle pour le chef d'entreprise...

Pour parvenir à cette fin, son principal actif a toujours été la réputation de son entreprise, alliée à la sienne propre; actif immatériel qu'Henry Ford jugeait déjà fondamental en son temps, quand bien même absent du bilan de son entreprise (au même titre que le capital humain, mais c'est un autre sujet).

Il y a encore quelques années, en rencontrant l'interlocuteur qu'il souhaitait convaincre, ce patron avait toute latitude, avec son charisme et sa force de conviction, pour atteindre cet objectif. Si une crise survenait dans l'entreprise, à un

titre ou un autre, la trace laissée dans les médias de l'époque s'atténuait rapidement et le dirigeant pouvait récupérer l'intégralité de sa capacité de convaincre ses parties prenantes.

Avec Internet, celles-ci se feront désormais une opinion en allant rechercher sur Google les informations qu'elles souhaitent obtenir avant même la rencontre, et la capacité de conviction de notre CEO s'en trouvera ainsi notablement réduite, voire annihilée par les scories d'une vieille crise toujours visible. Chaque individu peut effectivement accéder aujourd'hui en quelques clics à l'information compilée, classée et archivée par Google, sans que nous puissions (presque) y trouver à redire. «La page blanche sur Internet n'existe pas» !



Bien sûr, une entreprise moderne a pris soin de réaliser et mettre en ligne un beau site internet dynamique montrant toutes les qualités de l'entreprise sur les différents aspects

de son action et de sa gouvernance. Elle est aussi présente sur LinkedIn, de même que son équipe dirigeante, voire même sur Twitter. Tout cela est très bien, représente un vrai budget pour l'entreprise, et crée un sentiment de devoir accompli au sein de l'équipe Communication.

Mais est-ce suffisant? Dans une époque où l'opinion publique a déjà du mal à croire les médias, croyez-vous que, dans un élan de confiance et de bons sentiments, vos interlocuteurs vont s'arrêter à ce que prétend votre communication corporate? «Doux, comme un agneau; bon, comme le bon pain; éloquent, comme Démosthène; clair, comme l'eau de roche» ?

Évidemment non, ceux-ci vont multiplier les combinaisons de mots-clés afin de trouver des informations non issues de l'entreprise sur les sujets qui les intéressent. Car Internet permet également à tout individu d'intervenir en positif et négatif sur un sujet quelconque (en ne représentant que sa propre personne le cas échéant!) et Google fera son travail de classement sans pour autant vérifier l'exactitude de ce qui aura été écrit.

La mission de l'Influence Digitale, complémentaire d'une bonne communication corporate, est de générer un contenu rédactionnel de grande qualité, contrôlé à la virgule près par le dirigeant. Il sera publié, grâce à des relations presse 2.0, sur des sites pertinents reconnus par Google; de sorte que les premières pages de recherche sur les combinaisons de mots-clés jugées stratégiques véhiculent une image vraie, positive et «unique» du Dirigeant et de son Groupe. Cette «Image Mentale» doit correspondre à l'objectif qui aura été fixé en début de collaboration avec le prestataire extérieur sélectionné et géré directement par le Dirigeant ou un collaborateur très proche (Secrétaire Général, Directeur de Cabinet), capable d'appréhender sur 360° à la fois la stratégie de l'entreprise, ses zones de risque réputationnel et les angles où elle peut et souhaite «pousser» son avantage.

Cet édifice rédactionnel au service de l'objet social de l'entreprise, élaboré patiemment article après article, renforcera sa réputation de manière pérenne, appuiera la capacité de son dirigeant d'influencer ses différentes parties prenantes dans le sens souhaité (le cas échéant de manière «chirurgicale» pour prédisposer l'attitude d'un décideur identifié), mais aussi servira de «pare-feu» en cas d'incident ou de manœuvre hostile en évitant l'embrassement immédiat à partir d'Internet ●

REGARD D'EXPERT

Breve d'Haïti



Didier LE BRET

associé senior ESL Network, est diplomate de carrière. Il est notamment nommé ambassadeur de France en Haïti en septembre 2009, fonction qu'il exerce jusqu'en décembre 2012. Durant sa mission, il aura eu à gérer et à coordonner la réponse française au séisme du 12 janvier 2010. Il dirige le Centre de crise du Quai d'Orsay de 2012 à 2015 avant d'être nommé Coordonnateur national du renseignement, auprès du Président de la République, fonction qu'il exerce de mai 2015 à septembre 2016.

Dans une tribune publiée par le Monde le 10 juillet dernier au lendemain de l'assassinat du Président Jovenel Moïse, j'avais appelé le gouvernement français à se réengager afin d'aider Haïti à sortir de «la marmite du diable» (l'expression est de Régis Debray). Je pensais à tort que les Haïtiens venaient de toucher le fond. Depuis lors, l'ancienne perle des Antilles françaises s'est rapprochée plus près encore du gouffre: après un séisme au mois d'août qui a dévasté le Sud et le Grand Ouest, immédiatement suivi d'une tempête tropicale, les habitants de la capitale assistent impuissants, et à un rythme désormais quotidien, à des enlèvements de masse et à la prolifération de gangs surarmés!

Les pays dits «amis» semblent tout aussi désemparés: à la frontière mexicano-américaine, des Haïtiens sont refoulés sans ménagement par des policiers américains à cheval, contraignant Joe Biden à faire acte de repentance et son émissaire en Haïti Daniel Foote à démissionner de son poste après avoir claqué la porte. Aux Nations Unies, la situation n'est guère meilleure: le mandat du Bureau juridique, qui n'a eu de cesse de légitimer la dérive autocratique du Président défunt, a été péniblement renouvelé d'un an. La France, qui a eu pour la Présidence du Conseil de sécurité en juillet dernier, n'a pas même essayé de réengager l'ONU au niveau qui devrait être le sien pour reprendre pied dans le pays: une force d'intervention robuste susceptible de soutenir la police nationale, qui seule n'y arrivera pas.

Dans ce contexte, Ariel Henry, médecin de formation et premier ministre sans légitimité, s'efforce d'avancer malgré tout. Il vient de remercier la commission électorale: c'était un préalable indispensable, de nouveaux membres devront être proposés. Cette étape sera cruciale pour la suite: la tenue d'élections, un Président et un gouvernement légitimes, mais aussi le retour progressif d'institutions qui n'existent plus que sur le papier (l'Assemblée nationale, le Sénat, la Cour constitutionnelle...).

Un nouvel ambassadeur de France vient également de prendre ses fonctions, il n'a pas de lettres de créances, puisqu'il n'y a plus personne à qui les remettre! Fabrice Mauries connaît bien la région, il a pratiqué les arcanes onusiennes, ce qui lui sera utile. Dans son premier mes-

sage à nos compatriotes, il rappelle à juste titre tout ce qui nous unit de longue date à cet îlot de la francophonie des Caraïbes. Il compte s'appuyer sur notre réseau culturel, nos écoles, sur une coopération vivante, qui connaît bien la réalité d'Haïti, ses faiblesses, mais aussi ses atouts, notamment son capital humain.

Et dans le chaos de 2021, les Lettres haïtiennes brillent malgré tout, comme un pied de nez au destin: avec *Milwaukee blues*, Louis-Philippe Dalember figure dans la sélection du prix Goncourt; Jean d'Amérique, déjà remarqué pour son premier roman «Soleil à coudre», a été lauréat du prix RFI Théâtre 2021 pour «Opéra poussière»; Frankétienne et Emmelie Prophète ont été distingués par l'Académie française ●



REGARD D'EXPERTE

Le "Metaverse", phénomène virtuel ou réalité tangible ?



Pauline CABANAS

Diplômée du Master Management de la communication du CELSA et d'un master en droit public communautaire et européen, Pauline Cabanas s'est spécialisée dans la communication corporate dans un cabinet de conseil expert en reporting intégré et RSE. Passionnée par les problématiques d'influence, les relations publiques et les raisonnements bien ficelés, Pauline rejoint Antidox en 2021 en tant que Consultante.

Le Metavers, c'est maintenant ! Le 18 octobre 2021, Facebook vient d'annoncer l'embauche de 10 000 personnes dans les prochaines années dans l'Union européenne pour le bâtir. Mais qu'est-ce donc ? C'est cet univers parallèle futuriste nommé ainsi pour la première fois en 1992 par Neal Stephenson dans son roman *Snow Crash* (1992), mais qui marque l'imaginaire de la science fiction, depuis le *Neuromancien* de William Gibson (1982) jusqu'au récent film de Steven Spielberg *Ready Player One* : un monde virtuel et numérique total, dans lequel chacun peut vivre une vie parallèle avec un avatar dont il a choisi les caractéristiques. Le terme fait le buzz depuis quelques mois et pour cause, les principaux acteurs du numérique occupent les espaces de communication pour se positionner sur le sujet et exploiter son potentiel. Comment se construit-il et comment devrait-il être bâti ?

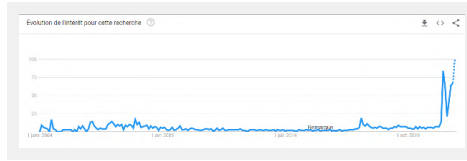
Quelle existence pour le Metaverse aujourd'hui ?

Le Metaverse c'est un terme relié à un imaginaire qui existe parce qu'il est pensé et recherché sur internet. L'évolution de la recherche du mot sur Google Trends tous pays confondus est intéressante. Le pic de recherche le plus élevé et jamais enregistré depuis 2004, se trouve entre le 18 et le 24 avril 2020. Il correspond à n'en pas douter à la performance¹ du rappeur Travis Scott en live sur *Fortnite*² le 23 avril 2020 qui a obtenu 27,7 millions de vues.

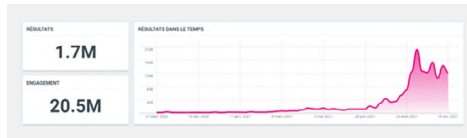
Le deuxième pic le plus important est observé entre le 17 et le 31 juillet 2021 et correspond à l'interview de Mark Zuckerberg publiée par *The Verge* le 22 juillet 2021³. Le CEO de Facebook y explique sa vision pour faire du réseau social une «entreprise Metaverse». Le dernier pic le plus récent date de quelques jours à peine, le 18 octobre, lorsque Facebook a annoncé la création de 10 000 emplois en Europe pour créer le Metaverse. En parallèle, on note un pic du nombre de réactions suscitées par l'occurrence «Metaverse». Depuis le début de l'été

on en comptabilise 20,5 millions dans l'espace digital global, tous canaux confondus démontrant l'ampleur du phénomène.

Résultats pour la recherche du mot Metaverse, Google Trends de 2004 à aujourd'hui



Résultats pour l'occurrence Metaverse sur Talkwalker du 21 septembre à aujourd'hui



Ces événements ont boosté la notoriété de cet univers déjà existant et en cours de construction dans le monde entier. En effet, si sa définition n'est pas parfaitement claire plusieurs éléments convergents permettent d'affirmer que ses contours se dessinent progressivement. Le support technologique existe aujourd'hui, le taux d'accès aux équipements informatiques et à l'internet haut débit est élevé et les casques de réalité virtuelle permettant une immersion importante se démocratisent. Il doit avoir sa propre monnaie, ce qui est envisageable actuellement grâce au développement massif des cryptomonnaies. Un autre facteur serait son acceptation et son utilisation par le grand public, ce que la pandémie a accéléré avec la généralisation des relations sociales à distance et que le gaming popularise depuis de nombreuses années avec *Fortnite*, *Second Life*, *Roblox*...

Le Metaverse est-il l'internet du futur ?

La course à l'investissement des grandes plateformes est lancée depuis quelques années. Comme l'explique l'américain Matthew Ball, auteur du blog *The Metaverse Primer*⁴, dans un article⁵, d'autres comme Microsoft, Apple et surtout Epic Game⁶ ont fait des avancées importantes. Tim Sweeney, son CEO, a une vision claire⁸, il faut remplacer internet, établir un espace ouvert et d'expérimentation.

Selon lui, il ne doit pas être possédé par les grandes plateformes qui auront pour ambition de collecter les données de ses utilisateurs et d'en faire un espace commercial virtuel d'ampleur. Matthew Ball précise par ailleurs que le processus de construction du Metaverse sera lent, nécessitera l'agrégation de nombreuses technologies et l'action d'acteurs divers, et qu'il n'y aura pas d'avant et d'après Metaverse.

Il n'est plus question de savoir si un ou plusieurs metaverses existent, mais de réfléchir à ce qu'ils doivent être et ce qu'il sera possible d'y faire, de questionner son design et les ambitions de ses créateurs et ce faisant, d'y participer autant que possible. Est-ce les technologies actuelles permettront de créer ce «meta-univers» et d'aboutir à une innovation de rupture qui bouleversera nos économies, nos modes de vies et nos sociétés ?¹⁰ Nous pouvons également nous interroger sur le succès d'un tel univers parallèle auprès du grand public, surtout dans un monde non confiné : Dans les années 2000, *Second Life* a finalement fait un flop après avoir traversé un effet de mode de quelques années. Aujourd'hui le jeu *Fortnite* est probablement l'une des formes les plus proches de ce que pourrait être le metavers, mais les récentes régulations chinoises relatives à la consommation de jeu vidéo (trois heures de jeu maximum par semaine pour les mineurs, interdiction de "streamer" les parties avant l'âge 16 ans) peuvent nous alerter sur la durabilité de tels modèles. Enfin, Matthew Ball, émet un avertissement quant à l'objet «Metaverse» lorsqu'il met en balance sa création avec celle du World Wide Web : «Imaginez qu'au lieu d'être conçu par des organisations à but non lucratif et des informaticiens cherchant à partager des fichiers de recherche et des messages, il ait été conçu pour vendre des publicités ou collecter des données sur les utilisateurs dans un but lucratif» ●

1. Le show *Astronomical* est une expérimentation du Metaverse par *Fortnite* : un événement virtuel durant lequel un avatar du rappeur interprète ses tubes les plus connus.
2. «Travis Scott sur «Fortnite», Alonzo sur «GTA»... Les concerts jouent le jeu du virtuel», *Le Monde*, Pascaline Potdevin, 22 juin 2020.
3. «MARK IN THE METAVERSE», *The Verge*, Casey Newton, 22 juillet 2021.
4. «Le «metaverse» est-il le nouvel Eldorado comme le prétend Facebook ?», *La Tribune*, Stéphane Bouliatoux-Lajoie, 19 octobre 2021.
5. <https://www.matthewball.vc/all/category/The+Metaverse+Primer>
6. «The Metaverse: What It Is, Where to Find it, Who Will Build it, and Fortnite», *The Metaverse Primer*, Matthew Ball, 13 janvier 2020
7. Par le biais de *Fortnite*, Epic Game a déjà créé un proto-metaverse qui fonctionne.
8. «Epic Games believes the Internet is broken. This is their blueprint to fix it.», *The Washington Post*, Gene Park, 18 septembre 2021
9. «Mark Zuckerberg's Metaverse already sucks», *Wired*, 2 août 2021
10. «5G, 8K, musique Hi-Res... Ces technologies de nouvelle génération ont-elles encore un intérêt ?», *Le Monde*, Nicolas Six, 16 octobre 2021.

REGARD D'EXPERT

Où es-tu Soundjata¹, Mansa du Mandem et gloire du Mali ?



Mamadou Sinsy COULIBALY

Après des études au Mali, en France et en Union soviétique, Mamadou Sinsy COULIBALY se lance dans la création d'entreprises en France, aux États-Unis puis au Mali. Présent dans de nombreux secteurs, il devient une référence au Mali et dans la sous-région et préside depuis 2015 le conseil national du patronat malien. Apolitique, il est très investi dans les réformes qui permettraient de libérer et de développer l'économie malienne. À ce titre, il est à l'avant-garde de la lutte contre la corruption.

Notre capitale vibronne sous l'effet des rumeurs, s'agit de la sillage des coups de force judiciaires ou au contraire des coups de force contre les jugements rendus par la justice. Les invectives des uns répondent aux provocations des autres et la vérité et le discernement disparaissent progressivement sous les assauts des "fake news" véhiculées sur les réseaux sociaux.

Pendant ce temps-là, la population peine toujours à se nourrir alors que la flambée des prix et la rareté des aliments de base font apparaître le spectre d'un début de famine en fin d'année. Notre économie est entrée dans une espèce de coma terminal si nous ne réagissons pas et l'État peine à exercer son autorité et à

fournir aux Maliens les services de base qu'il leur doit au-delà du grand Bamako.

Alors, ce n'est pas la "Transition" qu'il faut sauver, c'est notre pays. Nous devons trouver, en nous-mêmes, les ressorts moraux et les ressources pour remettre le Mali dans le droit chemin ; pour revenir à notre ambition du mois d'août 2020, lorsque nous voulions construire ensemble un avenir meilleur pour le Mali et pour les générations qui nous suivront. «Un chantier colossal ! : constitutionnel, institutionnel, sécuritaire, économique, social, etc.

En lieu et place de ça, de Koulouba aux marchés de Bamako, nous ne cessons de débattre sur qui appeler à l'aide ou qui accuser de tous nos maux, comme si la réponse à l'une ou l'autre de ces questions pouvait nous exonérer de notre propre responsabilité.

Mais que sont devenues les mannes de Simbo Soundjata, le père de notre pays ? Qu'avons-nous fait de l'esprit du Mansa du Mandem, celui qui mit en déroute Soumaworo Kanté, le roi forgeron du Sosso ; celui qui a uni dans un même pays, les Malinkés, les Maures, les Peuls, les Dogons et tous les autres ? Où est son courage, sa persévérance, sa franchise, lui qui avait reproché à son peuple son yâda¹, son yéré², son mépris et sa haine de son prochain. Où est son bras armé, Fakoli Doumbia, qui pacifia le Sahel ?

Ne faisons porter sur personne d'autre que nous la responsabi-

lité de la situation actuelle. Nous sommes un peuple libre et un pays souverain. Rien ne nous contraint au-delà de ce que nous avons, en conscience, décidé et accepté. Le Mali doit respecter sa constitution, ses engagements internationaux et ses alliances.

Ce n'est que dans ces conditions que nous pourrions étendre "la peau de la royauté du Mandem" pour y accueillir le Président que nous élirons ●



1. Simbo Soundjata est un chef mandingue qui créa l'empire du Mali au 13ème siècle par l'unification de tous les peuples qui y vivaient. Il abolit l'esclavage, rétablit le commerce et fit du Mali un royaume prospère et en paix.
2. Infatuation
3. Suffisance

À propos de nous



Xavier DESMAISON
CEO

x.desmaison@antidox.fr

Antidox est un cabinet de conseil en stratégie de communication et d'opinion à forte dominante digitale. Antidox positionne les dirigeants au cœur des débats d'idées et connecte les organisations à leur écosystème : des décideurs aux influenceurs, des consommateurs aux collaborateurs.



Alexandre MEDVEDOWSKY
Président du Directoire

alexandrem@eslnetwork.com

Le Groupe ESL & Network s'est imposé comme l'un des leaders français et européens de l'intelligence économique, de l'accompagnement stratégique et des affaires publiques. ESL & Network conseille aujourd'hui les plus grandes entreprises françaises et les accompagne dans leurs décisions stratégiques, en France comme à l'international. Le Groupe conseille également des États et gouvernements.