



BRUNO VAN MARSENILLE & PIERRE MERCIER

Les hoaxes, maladie du 21^e siècle?

Les hoaxes sont des rumeurs véhiculées par l'Internet. De bonnes affaires comme "Gagnez une caisse de champagne en transférant ce mail à dix de vos connaissances" ou encore de belles promesses basées sur la stratégie de la peur comme "Si vous ne transférez pas ce mail de paix à vos amis, ne vous étonnez pas de ne plus en avoir d'ici 24h". Ils se répandent dans le monde entier en l'espace de quelques heures. Les rumeurs n'épargnent rien ni personne, Fortis et Dexia pourront en témoigner. Elles peuvent détruire en quelques instants le travail de toute une vie. Même si la rumeur est le plus vieux média du monde, l'Internet apparaît comme l'outil performant de leur propagation. Toute entreprise doit à un moment ou l'autre de son existence faire face à des rumeurs. Il existe même des logiciels destinés à lutter contre ce fléau, l'e) se doit de savoir ce que l'on dit sur elle. Cela s'appelle la MIE. (Veille) Intelligence) Economique). Elle de réagir rapidement pour tuer au plus vite la) Tous ces éléments se retrouvent aujourd'hui dans) texte stratégique que l'on nomme la communication) fluence. En France et en Angleterre, de nombreux) à leurs clients. Il fait réellement partie de la str) communication) des) entreprises) performantes.) vous) êtes) déjà) nombreux) à) faire) davantage) co) une communauté virtuelle qui traite de tel ou tel) plutôt qu'au site même du fabricant de ce prod) un peu de technique, il y a aussi moyen d'avoir a) type) de) communauté) plus) facilement) que) sur)) 'fabricant' en termes de rankings sur Google par) Un des pans de la communication d'influence es) marketing' ou marketing viral. Il consiste à faire) message, une) rumeur) pour) promouvoir) un) pr) un service. L'important étant de bien repérer le) d'opinion qui existent dans les communautés, d) en place des événements créés pour eux et de) triser les leviers sur lesquels il va falloir s'appu) être) le) plus) efficace) possible. Le) plus) vieux) m) monde a donc encore un bel avenir devant lui.)

PIERRE MERCIER, Managing director, COMPUTER PROFILE, pierre@computerprofile.com

BRUNO VAN MARSENILLE, Managing director, SIZE COMMUN bruno@sizecom.be

L'IT occidentale plus résistante face à la crise que l'IT indienne

KARSTEN LEMMENS

Avec l'avertissement de bénéfices d'Infosys, le deuxième acteur IT d'Inde, ce pays commence à sentir lui aussi la crise. "Mais vous devez bien spécifier de quelle crise il s'agit", remarque l'analyste Ovum **Samad Masood**. "Car Infosys a de nombreux clients dans le secteur financier. Et cela pèse sur les résultats." Abstraction faite des marchés financiers, les sociétés IT indiennes s'en tireraient très bien et connaîtraient encore une forte croissance, note l'analyste. Les entreprises qui dépendent moins du secteur financier devraient donc être moins touchées. "Car certains secteurs comme les pouvoirs publics et le marché des télécoms sont assez robustes," estime Masood.)

Des entreprises IT typiquement occidentales, comme IBM, sont également actives en Inde. Elles devraient être moins influencées par la crise que leurs concurrents indiens. "Les sociétés occidentales, comme IBM ou EDS (aujourd'hui HP), ont plus de relations stratégiques. Elles travaillent essentiellement sur

la base de contrats d'externalisation à long terme. Les sociétés indiennes travaillent plus sur la base de projets et une telle crise se fait

"Infosys a beaucoup de clients dans le secteur financier. Et cela pèse sur les résultats."

beaucoup plus durement sentir à ce niveau", ajoute encore Masood. Les sociétés IT occidentales sont donc plus résistantes face à la crise actuelle. "Elles ressentiront quand même la crise, mais dans une moindre mesure." ■

