

L'entreprise numérique est-elle de plus en plus sociale

L'entreprise numérique deviendrait-elle de plus en plus sociale ? Si oui, quels sont les liens avec la *valeur* :

1. *d'usage*, qui concerne les procédés,
2. *d'utilité*, qui concerne l'utilisation réelle d'un outil,
3. *d'échange*, qui concerne la circulation de l'information,
4. *de suivi*, qui concerne les « followers », nouvelle force de pression,
5. *de pertinence*, qui concerne la consistance d'un contenu.

Commençons par les quatre premiers. Selon IFOP cité dans www.blogdumoderateur.com, signale que pour les réseaux sociaux en France « 86% des internautes français sont membres d'au moins un réseau social » mais la crainte d'exposition des données personnelles augmente. La maîtrise des risques devient une priorité à l'ère des cybermenaces et de la complexité croissante des systèmes et des échanges. En matière de *valeur d'usage* « 63% des internautes français sont inscrits sur Facebook » mais la *valeur d'utilité* en prend un coup car il semblerait que les gens passent moins de temps qu'en 2012 sur ces réseaux.

Pourtant, à en croire encore une fois les chiffres publiés, Facebook a dépassé le cap du milliard d'internautes. Mais en France, il n'y aurait que « 26 millions de membres actifs ». Soit un potentiel de l'ordre de 1 à 46 lorsqu'on envoie un message sur le web, sans compter les « ricochets numériques » qui le suivront qui se comptent en millions ou milliards (effet « pollinisant » d'une information).

Ce changement d'échelle est d'autant plus important à signaler que l'accès à ces réseaux sociaux s'effectue deux fois sur trois via les outils mobiles à notre portée. L'« Un » accède à la « Multitude », pour reprendre le terme de Colin et Verdier, et si Facebook tient la tête d'affiche, les autres réseaux sociaux ne sont pas en manque, qu'il s'agisse de LinkedIn, Instagram ou Viadéo qui voient leur audience grimper.

La TV est boudée au profit de ces réseaux sociaux pour près de la moitié des usages de Facebook sans oublier que plusieurs milliards de messages sont échangés chaque jour, ce qui fait de la *valeur d'échange* une variable à prendre en compte dans l'appréciation d'un espace numérique. Le premier geste de la moitié des internautes, en particulier ceux de moins de 30 ans, consisterait tout d'abord à consulter leurs messages et les informations via ces réseaux dès leur réveil le matin.

Il faut également reconnaître que Twitter n'est pas en manque car il est même devenu le canal qui met à l'épreuve par exemple la réactivité opérationnelle, l'agilité stratégique et commerciale des autres opérateurs de télécoms dès que l'un d'entre eux annonce par un simple message numérique qu'il fournira la clé 4G gratuitement. Grand chambardement dans la cour des grands !

Quant à la *valeur de suivi*, certains internautes ont déjà dépassé le seuil des 100.000 suiveurs. Les indicateurs des tableaux de bord de la DSI n'en sont pas encore à comptabiliser ce type d'informations puisque leur souci essentiel porte sur les fondations du S.I. Cependant, il nous a paru important de mettre en relief ces éléments.

La valeur de pertinence et de consistance est encore plus difficile à mesurer car elle dépend du jugement de chacun. Prenons juste l'exemple de You Tube. A en croire les chiffres rendues publiques, il y aurait non seulement plus d'un milliard d'utilisateurs actifs et une part croissante de ces vues passerait dorénavant par le canal des mobiles sans oublier que plusieurs dizaines d'heures de vidéo sont mises en ligne chaque ... minute. Comment faire le tri entre le superflu pour ne pas dire superficiel et le pertinent ?

La faculté de juger de chaque acteur ne se décrète pas par les modèles, règles et processus de gouvernance des systèmes d'information. Kant avait publié un magnifique ouvrage sur ce sujet : « *Critique de la faculté de juger* ». Je ne saurais trop le recommander à l'heure où la pertinence n'entre plus dans la typologie de la création de valeur.

Gérard Balantzian
Paris, le 28 XII 2013

- <http://www.blogdumoderateur.com/les-50-chiffres-des-medias-sociaux-en-2013/>
- *L'Expansion Management Business Review*, N° 151
- *Aux actes citoyens*, Hervé Sérieyx et André-Yves Portnoff, Maxima Laurent du Mesnil Editeur
- *L'âge de la multitude*, Nicolas Colin et Henri Verdier, Armand Colin
- Autres articles de Gérard Balantzian (<http://www.cio-online.com/>) :
 - (16/09/2013) *Eclairer la stratégie numérique, "chemin faisant"*
 - (14/11/2013) *Piloter à moyen terme la transformation numérique des entreprises*
 - (16/12/2013) *TransformationS de la DSI*
 - (13/01/2014) *La DSI au service de l'expérience client*