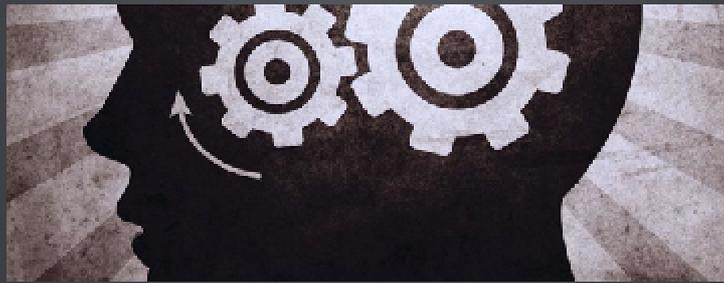
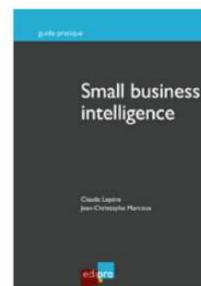


# OPEN SOURCE & SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE



@LepercC | BISG 06/12/2013 | i-Cube

## PROFIL

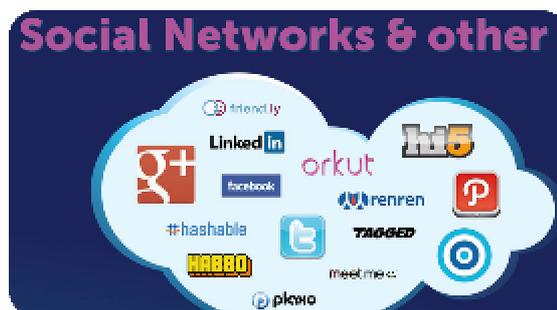


*Information, levier de compétitivité*

# Auteur



# Animateur de communauté



# Attaché de presse



*« We use Facebook to organize the protest  
We use Twitter to get the people out  
We use Youtube to record the results »*



# Elections Iran 2009







## Guerre de l'information

- 1. ANALYSE de la SITUATION**
  1. La chronologie des faits
  2. Les acteurs et le rapport de force
- 2. STRATEGIE de CONTRE-OFFENSIVE**
  1. Un axe principal, deux axes secondaires
  2. Détail de l'axe principal

# Siemens **Crise** Informationnelle

DEUX POINTS DE FRAGILITE



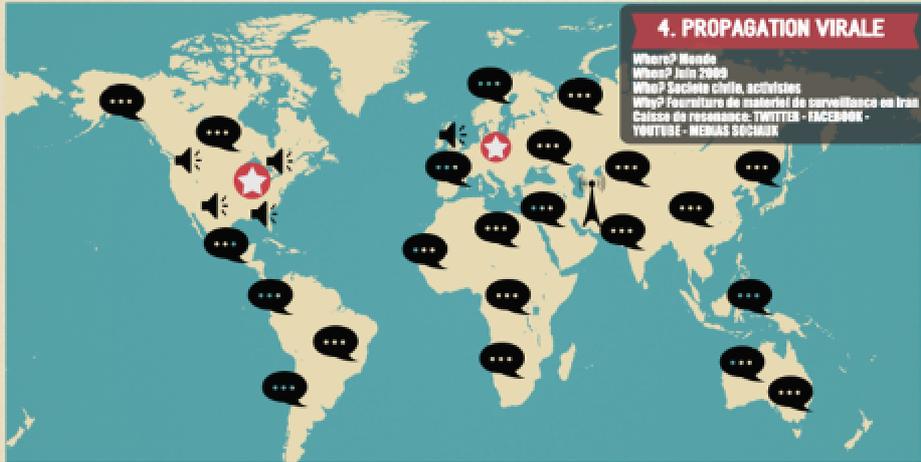
# Siemens **Crise** Informationnelle

Echo mediatique



# Siemens Crise Informationnelle

IMPLICATION DES COMMUNAUTES

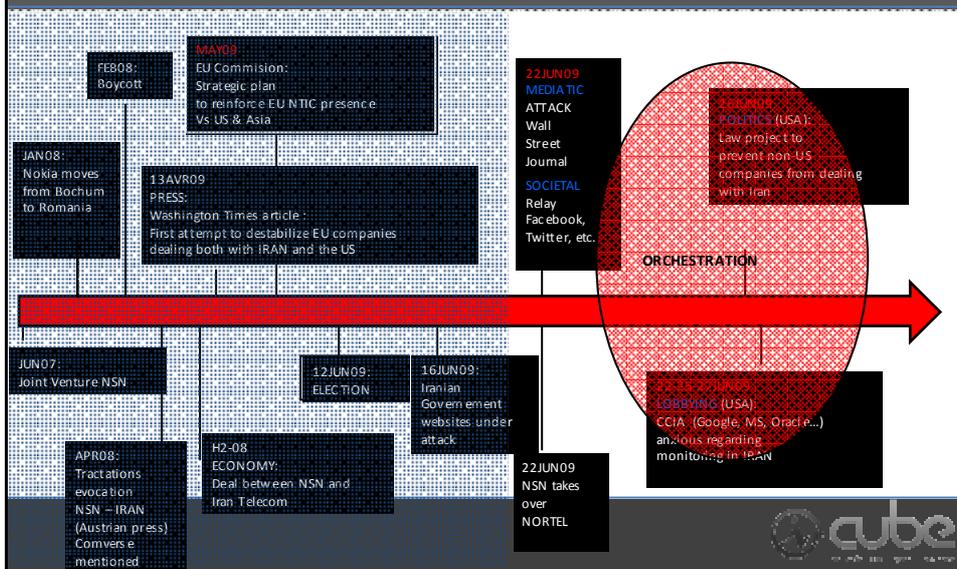


## 4. PROPAGATION VIRALE

Where? Monde  
 When? Juin 2009  
 Why? Société civile, activistes  
 Why? Fourniture de matériel de surveillance en Iran  
 Cause de résonance: TWITTER - FACEBOOK -  
 YOUTUBE - MEMES SOCIAUX

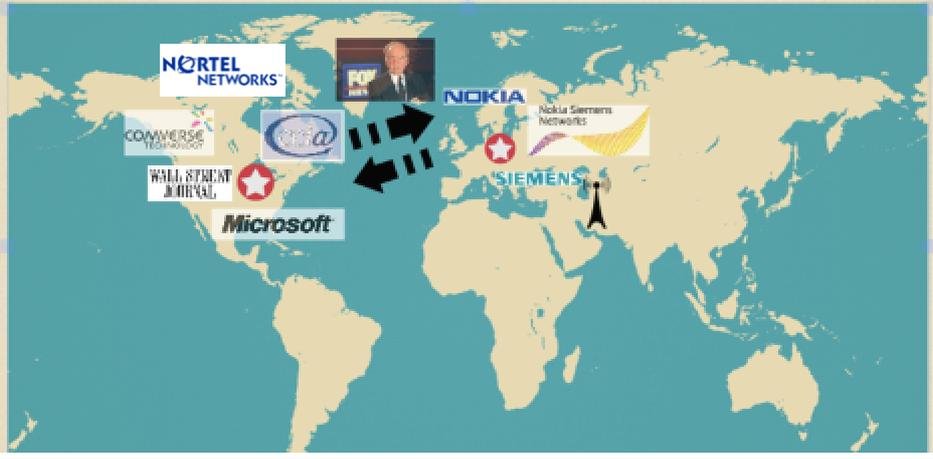


# CHRONOLOGIE des FAITS



## Siemens Crise Informationnelle

RAPPORT DE FORCE 



The map displays Siemens' global presence with a red star over Europe. Competitors and related entities are marked with logos: NOKIA, Nokia Siemens Networks, Microsoft, WALL STREET JOURNAL, COMVERSE TECHNOLOGIES, and NORTEL NETWORKS. A central image shows a man in a suit, likely a Siemens executive, with arrows pointing towards the map.

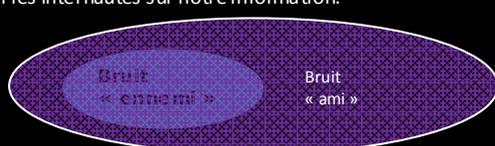


## STRATEGIE de CONTRE-OFFENSIVE

### UN AXE PRINCIPAL, DEUX AXES SECONDAIRES

CIBLE	Intérêts Américains, via C.C.I.A.	Groupe MURDOCH	Opinion publique mondiale
PRINCIPE	Jouer sur les contradictions de l'adversaire...	Contester la légitimité de l'adversaire...	Globaliser le problème en diffusant de la l'info
Exploitation des FAILLES	Principe de « bruit médiatique ». Contre-attaque sur base du champs lexical utilisé par les attaquants, pour amener les internautes sur notre information.		exité du choix que doivent entreprises NTIC
VECTEURS			émissions type « SI garanties le non
E.F.R Effet Final Recherché	entreprises américaines	Montrer que ces attaques ne restent pas sans réaction.	ématique débat plus complexe, impliquant d'autres pays, d'autres acteurs TIC mondiaux
Avantages	CCIA acteur incontournable, crédible, légitime et représentatif des intérêts USA dans les TIC (Google, Microsoft, 30 ans...)	Alimenter un contre-pouvoir à une certaine mainmise sur les médias	Approche utile sur le long terme pour les autres marchés politiquement sensibles, image positive pour Siemens

Aspects pratiques de la contre-offensive via les médias 2.0:



# STRATEGIE de CONTRE-OFFENSIVE de l'AXE PRINCIPAL

ETAPE 1: Infoguerre

ETAPE 2: Lobbying

ARTICLES sur partialité de la CCI



G.O.F.A  
Global Online Freedom Act

2. Dispositif de presse sécuritaire  
des journalistes professionnels et d'une rédaction traditionnelle



Alliance  
70'000  
emplois

**Microsoft**

**SIEMENS**

2. PRESSE TRADITIONNELLE



## Statistiques Réputation



# News



[www.i-cube.com](http://www.i-cube.com)

