

Avons-nous besoin des pirates ?

Publié par Mehdi Ramdani – le mardi 9 janvier 2013

Point commun entre les pirates maritimes du xvii^e siècle, les radios pirates du xxe siècle, les cyberhackers d’aujourd’hui et les conquérants de l’espace de demain ? Ils sont des acteurs fondamentaux d’un capitalisme qu’ils questionnent et contribuent à faire évoluer. Regard sur ce qui se passe aux frontières du business.

Bien qu’elles se perçoivent comme des acteurs contestataires du capitalisme, les organisations pirates sont en réalité les moteurs de son évolution et donc de sa pérennité.

L’histoire du capitalisme est jalonnée d’exemples où, dès que de nouveaux territoires économiques sont conquis, les États créent des monopoles pour imposer leurs normes... et des actes de piraterie viennent remettre en cause ces tentatives de régulation. Les organisations pirates seraient-elles une dynamique clé du capitalisme ?

1. Piraterie et capitalisme : entre attraction et répulsion

Le capitalisme, qui répond à une logique de conquête de nouveaux territoires économiques, change sans cesse de forme sous la pression de forces qui le contraignent à s’adapter. Ainsi, en remettant en cause la manière dont les États cherchent à s’approprier des monopoles, l’organisation pirate pousse le capitalisme à explorer de nouvelles directions.

2. Les grands domaines de la piraterie moderne

La piraterie se développe là où les nouvelles contrées du capitalisme n’ont pas encore de propriétaire clairement défini.

- Internet : depuis la naissance du Web, des organisations pirates contestent certaines tentatives de régulation du réseau à l’échelle nationale (perçues comme de la censure).
- Les biotechnologies : des organisations biopirates comme le Craig Venter Institute annoncent qu’elles sont en mesure de créer de nouvelles espèces synthétiques et de les breveter, faisant fi des normes internationales.
- L’espace : si aucun gouvernement ne cherche aujourd’hui à accaparer les espaces extraterrestres, le lancement en 2010 du premier module spatial par l’entreprise privée Space X pose des questions quant aux futures frontières du territoire spatial.

3. Pourquoi les décideurs doivent-ils s’intéresser aux organisations pirates ?

Les organisations pirates bousculent les règles du droit de propriété qui ont contribué à l’essor du capitalisme. Par exemple, les hackers du Web incitent les entreprises à innover et contribuent à limiter les effets de rente dans la nouvelle économie. Puisque les pirates évoluent dans des espaces situés à l’avant-garde du capitalisme, mieux les observer permettrait aux dirigeants d’anticiper certaines grandes ruptures de demain.

1 commentaire

1. [15 janvier 2013 à 18:59](#)



mhebert dit:

Les pirates sont des guérilleros

Fait incontestable :

L'imprévisible a fait naître la guérilla, des attaques soudaines, brutales, insidieuses, auxquelles on ne s'attendait pas

Le monde des affaires du XXI^{ème} siècle, ne consiste donc plus à gagner une guerre, mais à gagner des guérillas.

La guerre était « logique » et simple : Coca cola, contre Pepsi. Les adversaires se voyaient sur la champ de bataille.

La guérilla nous fait entrer dans la réactivité immédiate, dans la mobilité, car les adversaires sont nombreux, invisibles et imprévisibles. Coca cola n'a plus un concurrent, mais aujourd'hui des milliers de concurrents, toutes les boissons qui rafraichissent, sans pouvoir toutes les identifier.

Telle est la guérilla. La guerre marketing obéissait à des règles, la guérilla dédaignent les règles et inventent les siennes. Il faut faire avec !!!!!

Commentaires

Exemple de Guérilla à l'échelon mondial :

La musique :

« Mettez-vous à la place d'une industrie qui se retrouve avec un produit toujours aussi cher à fabriquer, mais que plus personne n'achète parce qu'il est devenu potentiellement gratuit. En fait, Internet est devenu un support de piraterie individuel et collectif dramatique ».

Dominique Leguern (Midem)

La photographie :

« Il nous faut assurer un succès de l'entreprise pour le plus longtemps possible, dans un contexte de plus en plus concurrentiel qui change tout le temps, où il faut se battre contre des PME n'ayant aucun complexe, prêtes à tout pour survivre et peuplées de virtuoses qui n'ont pas trente ans ». Dan Karp, (Kodak).

Commentaires de Tom Peters : Survivre

« La plupart des attaques originales sur les marchés sont le fait de marques qui n'ont pas beaucoup de moyens et qui, de fait, sont condamnées à l'originalité et à l'inventivité, une forme de lutte pour « survivre ».

Hypothèses et inspirations :

Ne devons-nous pas changer notre conception de la compétition ? On ne lutte plus contre des forts, mais contre des fous, audacieux et copieurs. La nature et le mental de la concurrence a changé. Les forts et les fous, la guérilla, les pirates agissent par surprise de façon... imprévisible.

Nous avons appris à gérer des batailles de forts contre forts, ou de forts contre faibles. Bloc contre bloc, notre vision était symétrique.

Aujourd'hui il faut combattre les fous, ceux qui n'ont rien à perdre, comme les pirates ou les guérilleros, et qui jouent chaque jour leur survie et sont donc prêts à tout. Nous devons nous adapter à ce nouveau type de bataille non conventionnelle, dont les règles ne sont enseignées nulle part.

Charles Branson est un « fou » sympathique, mais qui a défié les principaux leaders de plusieurs marchés avec des approches singulières inattendues.

Xavier Niel fondateur de Free est également un « fou » génial qui n'hésite pas à défier les règles des marchés, « ça passe ou ça casse ».

Zara, H&M sont-ils des fous audacieux ?

Le monde du textile est statique avec ses trois collections par an. Il n'a pas bougé. Il est bien évident que les Zara ou H&M y ont trouvé un terrain favorable pour leur business.

Et en plus, ils copient habilement les modèles concurrents.

Ils ont bâti des empires sur la copie ! Le fondateur de Zara est aujourd'hui l'homme le plus riche d'Espagne et fait travailler 300.000 personnes. Mais, même si le terme « copier » est jugé négativement force est de reconnaître que la copie est parfois, en plus, plus intéressante que l'original.

Ryanair : quand le copieur dépasse le maître

Le patron emblématique de Ryanair, Michael O'Leary dit bien qu'il est le seul à avoir réussi à copier le business model de Southwest Airlines, première compagnie à avoir inventé le voyage low-cost, mais aussi à l'avoir dépassé et avoir fait mieux que l'original. Ryanair est ainsi devenu le référent du métier. Tout ce qu'il fait payer, c'est pour avoir la possibilité de donner aux citoyens le droit de voyager moins cher. Ensuite, au citoyen de décider s'il veut réserver sa place, prendre une valise en cabine...

C'est ainsi la vie d'aujourd'hui, « vous faites quelque chose et un fou vous imite et fait mieux que vous ». On se fait pirater nos propres idées et elles apparaissent en mieux ailleurs

Le web est un monde qui favorise la guérilla.

Les entreprises du web vivent une guérilla permanente où la mobilité est puissance 1000. Tout surgit de façon imprévue. Les entrepreneurs du web ont fait naître leurs entreprises dans un contexte de concurrence mondiale dès le premier jour.

A méditer ;

Robert Reich, secrétaire d'État au Travail dans l'administration Clinton, affirmait à propos de la guerre économique que « de rivales stables et confortables, les entreprises américaines avaient été transformées en gladiateurs sanguinaires, en guérilleros, en pirates ». « Le monde est devenu sauvage » Benoit Mandelbrot.

Michel Hebert président de NO LOGIC Consulting.