



## **Tribune Wiztopic**

Par Raphaël Labbé

### **Le cas VINCI : ou pourquoi la communication doit être à haute fréquence !**

Mardi 22 novembre, VINCI a été victime d'une usurpation d'identité. Un faux communiqué annonçait une révision à la baisse des résultats du groupe et le licenciement de son Directeur Financier, conduisant à un flash crash avec une baisse du titre VINCI à la bourse de plus de 18%. Un faux démenti a ensuite été envoyé pour faire remonter ce même cours avant que le groupe n'envoie son (vrai) démenti.

Mercredi 23, le sujet a fait la une de la presse économique avec de grande imprécision technique sur les termes, en effet les titres parlaient d'attaque et de piratage mais comme le précise bien VINCI dans son communiqué publié le 23 à 18H45 (horodatage de l'url faisant foi) : « le Groupe n'a subi aucune intrusion dans ses systèmes informatiques. L'ensemble des procédures d'information à l'AMF, aux marchés financiers, et à la presse a été respecté par les équipes de VINCI. VINCI n'a donc pas été victime d'un piratage informatique, mais d'usurpation d'identité ».

Cette usurpation d'identité élaborée avait pour but de tromper les journalistes et notamment les agences de presse dont Bloomberg dans le but d'ébranler la confiance dans VINCI. Mission accomplie car comme le précise VINCI l'information a été « relayée trop rapidement par plusieurs agences de presse »

#### **Quels éléments auraient dû alerter les récepteurs qu'il s'agissait de faux documents de presse ?**

Trois éléments techniques auraient pu éveiller la suspicion chez les journalistes visés. Le premier, le domaine utilisé pour envoyer le message VINCI.group qui n'est pas le même que VINCI.com (et qui d'ailleurs deviendra VINCI-group.com dans le faux démenti). Le second, l'absence de certification de l'email émetteur ou l'absence de ligne fixe pour joindre le faux contact média. Le troisième, le fait que cette information soit isolée et non présente sur l'ensemble des canaux de communication de la marque.

Pour la partie technique et certification, je vous jette en pâture les acronymes barbares qui décrivent ces protocoles techniques, libre aux curieux de lire les pages Wikipedia en lien : [DKIM \(DomainKeys Identified Mail\)](#) & [Sender Policy Framework \(SPF\)](#) et bien sur le [protocole SSL](#).

Pour la partie synchronicité sur l'ensemble des canaux de communication de la marque il s'agit d'une protection évidente car il est très complexe voire impossible d'usurper une identité tout en piratant plusieurs comptes de diffusions en même temps. Ainsi une marque doit aussi gérer des comptes sociaux « presse ou actionnaires » ou elle se doit d'engager les parties prenantes essentielles pour elle. Il est évident qu'avec un compte Twitter presse et un lien direct avec les équipes média du groupe, les journalistes auraient eu la possibilité de vérifier l'information par deux canaux distincts.

Cette synchronicité passe aussi par la réglementation et Bloomberg aurait dû vérifier qu'une information aussi importante soit déposée sur le site du gouvernement prévu à cet effet. (cf capture image). Les plus précis d'entre vous, noterons cependant que l'horodatage du site et ce dépôt officiel ont 7 minutes d'écart, soit largement de quoi réaliser un Flash crash.

> [Accueil](#) > Résultats de recherche

## Résultats de recherche

**Nombre de résultats :** 1074

Votre requête retourne 1074 résultats. Cependant, seuls les 1 000 premiers vous sont proposés. Utilisez les critères d'affinage pour restreindre le nombre de résultats.

**Critères :**

Société du CAC 40 : VINCI

Page : [1](#) [2](#) [3](#) / 100 [▶](#) [▶▶](#)

### Date d'émission et description

23/11/2016 19:18

► Société : **VINCI**

ISIN : FR0000125486

Titre du document : [PDF](#)

Langue : FR

Type d'information : [Déclaration d'intention en cas de rumeurs / Déclaration d'intention en cas de rumeurs](#)

23/11/2016 18:38

► Société : **VINCI**

ISIN : FR0000125486

Titre du document : [Version PDF](#)

Langue : FR

Type d'information : [Déclaration d'intention en cas de rumeurs / Déclaration d'intention en cas de rumeurs](#)

22/11/2016 17:02

### Comment les entreprises peuvent-elles se prémunir de ce problème ?

Tout simplement en utilisant des solutions technologiques qui permettent de répondre aux exigences du monde numérique dans lesquels elles évoluent à savoir la haute fréquence. La société que je dirige a été créée pour offrir à ses clients des moyens techniques adaptés à cet environnement informationnel à haute fréquence. Nos entreprises ne peuvent pas se contenter de suivre avec retard les changements liés au digital.

Cette fameuse transformation numérique dont on parle beaucoup n'est pas juste un mot à la mode mais une réelle nécessité. La valeur d'une société tient à sa réputation et à la véracité des informations qui la concernent, les débats sur Facebook et l'élection de Donald Trump sont à ce sujet très révélateur.

### À propos de Wiztopic

Wiztopic est la nouvelle plateforme logicielle des directions communication.

En deux ans, elle est devenue un standard dans le secteur financier, pour les entreprises cotées (Schneider Electric, Capgemini, Nexity) et le secteur de la banque et de l'assurance (BPCE, Crédit Agricole, Saxo bank, AG2R LA MONDIALE, Allianz, Covéa, Generali, Humanis).

Elle leur permet d'optimiser le management, la distribution et l'analyse de la performance de leurs contenus, très simplement et depuis leur smartphone.

Wiztopic a réinventé les fonctionnalités utiles aux communicants : asset management, CMS/publication web et sociale, SEO, géolocalisation, distribution multi-canal, CRM de publics complexes, analytics et reporting. La plateforme se connecte aux outils de ses clients (veille, fichiers, médiathèques, sites corporate, intranets, logiciels de création et de partage de contenus) et les aide ainsi à réaliser en douceur leur transformation digitale.

En savoir plus :

[www.wiztopic.com](http://www.wiztopic.com)

<https://fr.wiztopic.com/wiztopic/>