

Éditorial de début d'année

Par **Alexandre MEDVEDOWSKY**



Alexandre Medvedowsky est un ancien élève de l'École Nationale d'Administration (promotion Denis Diderot, 1984-1986). Magistrat au Conseil d'État à partir de 1986, il siège au cabinet de Laurent Fabius alors président de l'Assemblée Nationale de 1990 à 1992. De 1998 à 2001, il est professeur associé à l'Université d'Aix-Marseille III et enseigne à l'IEP de Paris jusqu'en 2006. Il a été conseiller des Bouches-du-Rhône de 1998 à mars 2015. Nommé conseiller d'État en juillet 2001, il rejoint ESL & Network Holding la même année et intègre le Directoire d'ESL & Network Holding, dont il est nommé président le 1er janvier 2013. Il a été élu président du SYNFIGE, le syndicat français de l'intelligence économique en mai 2014.

Chers amis,

Ce premier numéro de 2022 de notre newsletter ESL/Antidox consacrée à l'intelligence stratégique, la diplomatie et la communication digitale est l'occasion pour moi de vous souhaiter à tous, au nom de toutes nos équipes, une très belle et très heureuse année.

Nous approchons tout doucement de notre deuxième anniversaire et si nous poursuivons cette quête d'analyse, de regards d'experts, de coups d'œil lucides sur le monde qui nous entoure, c'est d'abord et avant tout pour vous qui nous suivez fidèlement. Plus de 10 000 lecteurs par numéro. On se pince parfois pour y croire... et je remercie tous ceux qui prennent un peu de temps pour nous envoyer des messages d'encouragements ou mieux encore pour nous proposer des contributions qui enrichissent notre lettre.

Je suis très attaché à notre partenariat avec Antidox. Les équipes de Xavier Desmaison ont les yeux rivés sur le monde et les débats digitaux qui sont devenus à ce point importants aujourd'hui qu'ils peuvent influencer sur les campagnes politiques dans les grandes démocraties, sur la conquête de marchés pour les entreprises, qu'ils peuvent permettre de bâtir des success stories ou détruire en

quelques minutes des images ou des réputations bâties lentement et patiemment.

Pour notre part le groupe ESL s'est intégré depuis juillet 2020 dans le groupe Adit, un des leaders européens de l'intelligence économique et stratégique, des métiers de la compliance, des due diligences, de l'éthique dans les affaires, de l'influence et de la diplomatie d'affaires et de la sécurité. Nous y occupons toute notre place avec l'ambition partagée d'offrir à nos clients français ou internationaux tous les outils leur permettant de se mouvoir dans un monde complexe, incertain, dangereux où à la fin de la journée, il faut décider pour gagner. Notre ambition est d'être une plateforme de soft power au service des intérêts de notre pays et de ses acteurs économiques au sein d'une Europe offensive, fière de son histoire et de ses valeurs.

La grille d'analyse de nos consultants, de nos experts et de nos partenaires a pour vocation de vous, et de nous, permettre de décrypter les faits,

de bousculer les idées reçues, de refuser les erreurs d'analyses, les raccourcis et les suppositions pour repartir de l'objectivité des situations et des faits.

2022 sera une année complexe. La gestion de la crise sanitaire mondiale dont tout le monde espère la fin sans trop y croire, les échéances électorales importantes pour notre pays, les conséquences économiques et financières de politiques publiques massives de soutien à l'activité, les postures agressives et sans concession de grandes puissances créant tensions et incertitudes dans beaucoup de régions du monde, des peuples divisés, déchirés, inquiets, désabusés où le « Wokisme » tend à l'emporter sur les forces de cohésion et de rassemblement sont autant de sujets où l'anticipation vaut mieux que la soumission. C'est notre devoir et notre travail que de contribuer à vous y préparer.

Merci encore de votre confiance ●



REGARD D'EXPERT

Parodies, farce et transgression : la généralisation du détournement pour « faire le buzz »

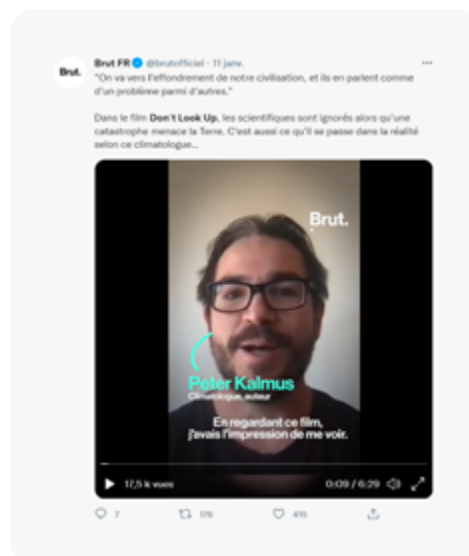
Par **Xavier DESMAISON**



Xavier Desmaison est président du groupe Antidox, qui accompagne une centaine de dirigeants d'entreprises et grandes organisations dans leurs stratégies de communication et d'opinion, avec une forte dominante digitale. Il préside par ailleurs l'association Civic Fab, dédiée à la lutte contre les « fake news » et la haine en ligne. Enseignant à Sciences Po, il a publié récemment « Dans la tête des gilets jaunes » (VA Éditions, janvier 2019), « Le Bûcher des Vérités » (Hermann, novembre 2019) et « Junk Tech » (Hermann, décembre 2020).

Beaucoup a été dit sur les « fake news », mais la catégorie intermédiaire de la farce et de la parodie est beaucoup plus passionnante. Depuis quelques années maintenant, nous sommes de plain-pied dans une ère de l'autodérision, du détournement des codes et des formats, dans une société où domine la bouffonnerie féroce ou potache, qui remplace une réalité jugée terne et peu attractive. Comment en effet émerger du bruit ambiant sans transgression ? Le président de la République nous en a donné un exemple il y a quelques jours, et chaque candidat mesure en ce moment le risque qu'il souhaite prendre pour gagner en visibilité. Est-il possible de « percer » sans « casser les codes » ? Si la stratégie de la disruption a été théorisée longuement par les gourous de la publicité, c'est en ce moment l'utilisation de la parodie et de la farce qui fait recette. Avec un jeu entre réel et virtuel qui accentue nos égarements entre réalités parallèles. La brillante bouffonnerie de Netflix « Don't look up », qui présente les réactions absurdes de nos sociétés face à l'annonce du risque de destruction

de la terre par une comète, a récemment pointé certains de nos travers : plaisanteries au journal télévisé devant l'explication maladroite du scientifique, manipulation politique de l'information par les différents gouvernants, intervention intempestive du capitalisme technologique... La farce et la caricature s'amuse avec les biais de nos sociétés, c'est leur rôle. Sur les réseaux sociaux, les militants et porteurs d'alertes climatiques sont allés plus loin en utilisant « Don't look up » comme un support dans leur stratégie de communication, en assimilant comète et réchauffement climatique. Rien de tel pour faire passer une idée que du faux qui induit du vrai (et vice et versa)...



Parodier pour capter l'attention

Cette intrusion massive du détournement, du mélange des genres se manifeste constamment sur nos réseaux sociaux préférés comme sur les plateaux de télévision les plus conventionnels. Reconnaissions qu'elle peut être drôle, bien vue, ou au contraire agaçante et mauvaise à force d'être systématisée. Les traditions républicaines, avec leurs codes parfois rigides fournissent un terrain de jeu privilégié à la parodie. Qu'il semble loin le temps où la Marseillaise chantée sur un air de reggae par Gainsbourg faisait scandale ! Aujourd'hui le recyclage des symboles et moments républicains va beaucoup plus loin sans provoquer la moindre polémique. Et permettent d'envisager des stratégies commerciales amusantes, comme les récents vœux de Xavier Niel, le patron de Free, qui miment ceux du président de la République.

Il s'agit ici de détourner une tradition bien établie pour gagner en attention et décliner les offres de l'opérateur téléphonique, conformément au positionnement de Free, trublion du secteur. C'est aussi l'occasion de moquer le politique dont les engagements n'auraient pas la force de ceux d'une entreprise comme Free, pour terminer par des propos « familiers » qui peuvent en rappeler d'autres.



Les réseaux sociaux précipitent au brouillage des programmes fédérateurs

Plus étonnant au premier abord est l'usage du journal télévisé de 20 heures à des fins directement commerciales, comme ceci a été fait sur TF1 lors du passage remarqué de Stromae pour promouvoir la sortie de son nouvel album. Le chanteur, à l'occasion de la sortie attendue de son album par ses fans, répond à une question en chantant en avant-première un nouveau morceau. Un épisode que l'on peut juger sympathique, drôle et intéressant, mais aussi outrageusement promotionnel et préparé, suivant l'humeur du moment.

Beaucoup se sont offusqués de cet infotainment promotionnel, perçu comme une transgression des codes du journal d'information télévisée, encore regardé par des millions de Français. C'est aussi qu'originellement véhicule privilégié d'une information austère se voulant vérifiée et équilibrée, le journal télévisé, en perdant des téléspecta-

teurs au profit des autres chaînes mais surtout d'Internet, cherche aujourd'hui autant à divertir qu'à informer. Dans la concurrence des médias et des réseaux sociaux pour l'information, le JT s'adapte.



Les documenteurs, quand le militantisme avance masqué

Mais si le divertissement est coloré d'information (« don't look up »), si l'information se fait divertissement (Stromae sur TF1), que dire des parodies d'information, dont l'objectif est de peser dans le débat public en singeant les codes de l'information pour acquérir une crédibilité suffisante et diffuser des contenus faux ou militants? Il s'agit ici, dans le contexte d'une véritable guerre « informationnelle » de participer à la construction d'un récit au service d'une cause, qu'elle soit politique, économique ou culturelle. Un procédé qualifié de « documenteur » et bien couvert par Frédéric Thomas, Thomas Durand, Faustine Boulay et Thibault Renard dans leur récent article, *Les documenteurs, nouvelle arme dans la guerre de l'information*, publié dans la *Revue Internationale d'Intelligence Economique*. Ainsi du documentaire « Hold-up » qui, sous les apparences d'un travail journalistique, prétendait en 2020 dévoiler la réalité de l'épidémie et défendre le professeur Didier Raoult et l'hydroxychloroquine. Sur d'autres sujets, les documentaires « Loose Change », ou encore « La Révélation des Pyramides », ont participé du même procédé. Se mettent ainsi en place pour les internautes adeptes de ces théories des réalités parallèles qui prennent appui sur la distorsion de faits souvent réels et participent à des croyances qui forgent des communautés étanches à la contradiction.

A l'ère des algorithmes triomphants, faut-il casser les codes pour réussir?

La stratégie du jeu avec les codes, si elle n'est pas nouvelle, est passée à l'échelle, au croisement de plusieurs tendances. Nous sommes dans l'ère du cool, de l'« homo festivus » de Philippe Muray, de la dérision, mais aussi de l'esprit critique et de la raison cynique d'un Peter Sloterdijk. Nous sommes aussi dans l'ère de la différenciation à tout va : plutôt qu'affronter ses compétiteurs sur leur terrain, il s'agit de créer une nouvelle demande dans un espace stratégique vierge. W. Chan Kim et Renée Mauborgne proposent dès 2005 aux entrepreneurs, dans leur ouvrage *Stratégie Océan Bleu : Comment créer de nouveaux espaces stratégiques*¹, de former grâce à l'innovation utile des océans bleus, à savoir des marchés qui n'existent pas encore et dont ils fixeront les règles. Et puis dans un moment où le mythe de l'entrepreneur, ce héros en lutte contre la normalité et qui finit par surmonter l'incrédulité, est largement repris dans les success-stories de start-up ou de manager. Le monde tel qu'il existe, avec ses règles et sa pesanteur, ne constitue plus un socle qui permet de se projeter dans l'avenir mais un poids dont il faut s'affranchir. Avec ce dictionnaire longtemps très prisé de la Silicon Valley, « fake it until you can make it », qui a conduit à certaines catastrophes entrepreneuriales, comme celle de Theranos, dont la présidente a été reconnue coupable le 3 janvier 2022 de fraude et d'escroquerie envers ses investisseurs.

Dans notre société du code, dans laquelle les algorithmes semblent vouloir prendre le contrôle de nombre de nos comportements, la société du spectacle permanente chère à Guy Debord met en exergue le « cassage de code », alternativement au service du spectacle ou pour vendre mieux, mais aussi pour favoriser l'esprit critique ou a contrario pour mieux manipuler ●

¹ Edition Pearson, 2015

REGARD D'EXPERT

« Avec l'irruption de Wagner au Mali, nous assistons à l'apparition d'une espèce de Far West des relations internationales »

Parution dans Le Monde le 4 janvier 2022

Par Didier CASTRES



Le général d'armée (2S) Didier Castres est un ancien élève de l'École Spéciale Militaire de Saint-Cyr (promotion Montcalm 1980 – 1982). Après un début de carrière classique pendant lequel

il alterne affectations en France, à l'Étranger et en opérations extérieures, il rejoint l'Élysée en 2005. Dès lors et pendant plus d'une dizaine d'années, il est impliqué dans la gestion des crises internationales dans leur dimension militaire : à l'Élysée avec les présidents Chirac et Sarkozy puis comme chef du centre de planification et de commandement des opérations (CPCO) à l'état-major des armées et enfin comme sous-chef d'état-major chargé des opérations au ministère de la défense. Après avoir quitté l'institution militaire, il crée en 2020 un cabinet de conseil (DC TARHA CONSEIL) dans le domaine de la défense et de sécurité nationale dont les services sont essentiellement destinés aux États africains. En 2020, il rejoint le cabinet ESL & Network en tant qu'associé senior.

Alors que les Etats se comportent comme des bandes et les bandes comme des Etats, il faut croire que Bamako a perdu de son jugement pour penser que 1 000 mercenaires pourront rétablir la sécurité, là où 30 000 soldats piétinent, estime, dans une tribune au « Monde », le général Didier Castres.

L'irruption de la société militaire privée russe Wagner dans des pays en crise, comme au Mali, n'est qu'un des avatars d'un mouvement plus général. En réalité, nous assistons à l'apparition d'une espèce de Far West des relations internationales sous l'effet conjugué de deux facteurs. Le premier est l'affaiblissement du droit,

sa contestation, ou l'incapacité des Etats qui sont chargés de sa mise en œuvre à le faire respecter. Le second est l'émergence de nouveaux espaces de conflictualité: aux dimensions classiques du champ de bataille « Terre-Air-Mer » viennent s'ajouter l'espace, le cyberspace et, bien sûr, le champ informationnel.

La conjonction de ces deux tendances crée une nouvelle « aire de jeu » stratégique: des zones grises dans lesquelles certains de nos compétiteurs mettent en œuvre une nouvelle grammaire de l'hégémonie à travers des stratégies hybrides. Ces stratégies sont fondées sur quelques principes simples et désormais observés: l'irrevocabilité (« plausible deniability », « déni plausible ») ou le fait de nier la responsabilité d'une action, la réversibilité des actions, la désinhibition dans l'emploi de la force, la mise en œuvre de stratégies qui combinent tous les leviers de la puissance et un engagement qui reste sous le seuil estimé de réaction des concurrents potentiels. En fait, dans ce nouveau Far West, nous observons des Etats qui se comportent comme des bandes en faisant agir pour leur compte des intermédiaires, et des bandes qui se comportent comme des Etats; le cas de Daech est bien sûr le plus significatif.

Dans ces zones grises et pour ce qui concerne les pays occidentaux, l'action affichée et revendiquée des Etats est parfois disproportionnée en matière de coûts, de réputation, d'impacts diplomatique et financier, tandis que les stratégies dites « indirectes » sont insuffisamment significatives. Du coup, ne disposant pas des capacités « intermédiaires » pour investir ces zones, nous sommes souvent dans une logique binaire du « tout ou rien », et, souvent, c'est le rien qui l'emporte et laisse le champ libre à nos compétiteurs. Il nous faut surmonter le paradoxe entre la performance sans éthique reprochée à Wagner et l'éthique sans performance dans laquelle nous nous drapons.

Crimes de guerre

C'est dans ce contexte qu'il faut évoquer la question de Wagner. En fait, Wagner ressemble à s'y méprendre aux Grandes Compagnies de la fin du Moyen Age: des mercenaires aux ordres du plus offrant – là, visiblement, il s'agit de Moscou – et vivant par le pillage des populations ou des pays traversés. D'ailleurs, sans que l'on puisse en imputer la responsabilité formelle à Wagner, les horreurs et les exactions que l'on découvre dans le sillage de cette bande en Centrafrique n'ont rien à envier à celles pratiquées par les Ecorcheurs du temps passé: 20

civils assassinés dans l'enceinte de la mosquée de Bambari en février 2021, un corps démembré et brûlé à Kaga-Bandoro en mai et l'arrestation de 9 civils torturés et tués à coups de baïonnette en septembre. J'arrête là cette macabre litanie, mais ce ne sont pas moins de 200 exactions qui ont été recensées depuis décembre 2020. D'ailleurs les Nations unies ont manifesté leur inquiétude concernant les agissements de Wagner, tandis que l'ONG The Sentry l'a accusée de crimes de guerre.

Il y a aussi un autre champ dans lequel on prête beaucoup à Wagner, c'est bien sûr le champ informationnel et le développement d'un sentiment anti-français en zone sahélienne. On ne prête qu'aux riches mais ne prétons pas tout à Wagner. Il y a bien sûr d'autres acteurs qui ont intérêt à cette campagne: à commencer, peut-être et d'abord, par ceux qui cherchent des boucs émissaires pour masquer leurs propres manquements et incapacité à mettre un terme aux violences que connaissent les populations.

Ensuite, ne croyons pas que les manifestations à Bamako sont spontanées: un manifestant de moins de 15 ans s'achète 1 000 CFA, c'est-à-dire 1,50 euro, un adulte coûte de 2,50 à 3 euros. Il en coûtera 7 500 euros pour remplir le stade Modibo-Keita et 15 000 euros pour remplir la place de l'Indépendance à Bamako. A ce prix et compte tenu de la misère dans laquelle vivent les populations, les gens portent le drapeau qu'on leur tend et brûlent celui qu'on leur désigne. Et, assez bizarrement, il semblerait que les organisateurs de ces manifestations fassent souvent un aller et retour à Bangui dans les semaines précédentes.

Rumeurs invraisemblables

Enfin, il faut évidemment compter avec l'effet multiplicateur des réseaux sociaux, qui transmettent comme une traînée de poudre les rumeurs les plus invraisemblables. Par exemple, le très grave accident d'hélicoptères survenu le 25 novembre 2019, dans lequel ont péri 13 soldats français, a été décrit comme un simulacre destiné à extraire discrètement « l'or volé au Mali » dans les cercueils des « faux morts ». Une opinion vaut un fait; l'avis d'un individu vaut l'enquête d'une ONG impartiale. En fait, nous devons lutter contre le pouvoir égalisateur des réseaux sociaux.

Enfin, s'agissant de l'arrivée à Bamako de « formateurs russes » [le terme employé par le pouvoir malien pour démentir l'arrivée des mercenaires], quelle que soit la bannière sous laquelle ils s'engagent et sans présumer des conséquences écono-

miques et diplomatiques quasi immédiates qui surviendront en réaction, deux réflexions affluent. La première est qu'il faut que les autorités de transition à Bamako aient perdu beaucoup de leur jugement pour croire que, avec 1 000 hommes, Wagner résoudra la question de la sécurité au Mali, là où environ 30 000 soldats piétinent. L'exemple de la province de Cabo Delgado, au Mozambique, quittée par Wagner après quelques mésaventures, et celui de son bilan en République centrafricaine devraient être dans tous les esprits.

La seconde réflexion concerne la souveraineté du Mali, que les autorités maliennes brandissent à tour de bras et à tout bout de champ. Comment peut-on parler sérieusement de souveraineté lorsque l'on s'apprête à confier ce qu'il y a de plus souverain et régalien – sa sécurité rapprochée et celle de ses institutions – à une troupe de mercenaires étrangers...

Par la décision de ses dirigeants, le Mali vient de sauter dans l'inconnu ●



À propos de nous



Xavier DESMAISON
CEO

x.desmaison@antidox.fr

Antidox est un cabinet de conseil en stratégie de communication et d'opinion à forte dominante digitale. Antidox positionne les dirigeants au cœur des débats d'idées et connecte les organisations à leur écosystème: des décideurs aux influenceurs, des consommateurs aux collaborateurs.



Alexandre MEDVEDOWSKY
Président du Directoire

alexandrem@eslnetwork.com

Le Groupe ESL & Network s'est imposé comme l'un des leaders français et européens de l'intelligence économique, de l'accompagnement stratégique et des affaires publiques. ESL & Network conseille aujourd'hui les plus grandes entreprises françaises et les accompagne dans leurs décisions stratégiques, en France comme à l'international. Le Groupe conseille également des Etats et gouvernements.