

ÉDITO

2024 – A Wakeup Call for the Sahel

Par le Général Didier Castres



Ancien élève de l'école spéciale militaire de Saint Cyr (1980-1982), le général d'armée (2S) Didier Castres a été adjoint au chef d'état-major particulier du Président de la République de 2005 à 2009, puis a commandé le Centre de Planification et de Conduite des Opérations de l'état-major des armées et a été sous-chef d'état-major Opérations. Dans ces différentes fonctions, il a participé à la planification et la conduite de l'ensemble des opérations conduites par la France entre 2009 et 2016. Le 1er septembre 2020, il rejoint le cabinet d'affaires ESL & Network. En 2023, tout en restant senior adviser chez ESL, il prend la présidence de GEOS groupe ADIT.

Le général (2S) Didier CASTRES, président de GEOS (Groupe Adit), a été invité à participer à une conférence sur les enjeux liés au Sahel. Baptisée « 2024 : A Wakeup Call for the Sahel », cette séance s'est tenue au Capitole à Washington à l'initiative du sénateur Christopher Coons. A ses côtés intervenaient la présidente du Foreign Policy Research Institute, le vice-président du Transatlantic Leadership Network et la fondatrice de PAX HUMANA.

Sans paranoïa excessive, nous assistons à un bouleversement majeur en zone sahélienne, qu'il soit politique (8 coups d'État en 3 ans), diplomatique (expulsion de diplomates, inversions d'alliance, rappels d'ambassadeur, cessation des relations avec la CEDEAO, rupture avec les organisations internationales), démographique (avec 84 millions d'habitants aujourd'hui et de l'ordre de 196 millions en 2050), sécuritaire (avec non seulement le terrorisme mais aussi l'affrontement entre populations du Nord et du Sud du Sahel qui se profile) ou encore climatique (en un siècle, la superficie du Sahara a crû d'une fois et demie celle de la France et le phénomène s'accroît et s'accélère), le tout sur fond de pauvreté endémique. Tous ces phénomènes interagissent les uns sur les autres, en accentuant les tendances.

En l'absence d'une action énergique et coordonnée et face au constat de l'impuissance des États sahéliens, il est probable que le scénario suivant se concrétise : une zone grise de 3 millions de km², soit la superficie de la Turquie, abandonnée à un chaos violent « institutionnalisé », dans laquelle des warlords, les groupes armés, les États, les djihadistes et les trafiquants en tous genres (drogue, migrants, or, etc.), se partageront ou se disputeront les espaces, les ressources et les routes dans un affrontement de basse intensité.

D'un point de vue militaire et d'un point de vue français, nous aurions 4 bonnes raisons de ne pas laisser la situation empirer et de nous atteler sans tarder à trouver une solution :

- veiller à ce qu'un nouveau califat en zone sahélienne – qui n'en porterait pas le nom – ne bénéficie pas de la même liberté d'action que Daech à Raqqa pour planifier des attentats contre l'occident – dont nous serions inexorablement une cible prioritaire ;
- conserver une capacité de compréhension, de renseignement et d'anticipation sur les flux migratoires et les trafics en tout genre qui vont s'accroître dans l'espace sahélien en raison de la faiblesse des États riverains et de l'irruption de puissances étrangères prédatrices ;
- ne pas accepter de laisser la porte grande ouverte à nos principaux compétiteurs stratégiques ; ce dont ils profiteront comme c'est le cas des Russes en RCA, en Libye, au Soudan, au Mali et bientôt au Niger et au Burkina ;
- mais en réalité et d'un point de vue général, l'enjeu dépasse de loin les questions de sécurité, économiques, de développement ou encore de flux migratoires. Le risque le plus important, c'est la possibilité que l'Afrique et ses 55 États (sur 193) soit le levier utilisé par les régimes autoritaires pour imposer leur modèle de société au détriment du modèle occidental. Or, on assiste bien à un nouveau « scramble for Africa » entre puissances autocrates.

Jusqu'à maintenant, les solutions que nous avons apportées, nous Français mais plus globalement nous tous occidentaux, ont échoué. On peut aisément imputer ces échecs à 5 causes principales.

La première, c'est le syndrome du « prêt-à-porter ». C'est de plaquer sur les crises, quelles qu'elles soient et qui qu'elles concernent, des solutions toutes faites, le plus souvent des transpositions de modèles et de raisonnements occidentaux. Or, chaque crise a un code génétique différent, chacune puise ses racines dans un biotope, une culture et dans une histoire qui lui est propre. Il faut donc bannir le prêt-à-porter et aller vers du « sur-mesure ». Ceci suppose que nous prenions le temps de comprendre la crise et de l'apprendre dans sa complexité historique, politique et sociétale.

La deuxième erreur est cette fascination militaro-sécuritaire qui conduit à n'observer une crise et à mesurer sa tendance d'évolution, que l'œil rivé sur le microscope de l'action militaire. Or, elle ne permet jamais, seule, de la résoudre. Les embrasements de violence ne sont jamais la cause des crises, mais leurs conséquences... Il faut donc s'intéresser aux causes et pas seulement aux conséquences.

La troisième est de ne pas connaître dans la grammaire des crises, une règle pourtant première : c'est la règle de l'inconcordance des temps. Il faut comprendre et intégrer que le temps de l'action militaire diffère du temps médiatique, comme il diffère du temps politique, du temps diplomatique, de celui du développement, du temps du dialogue ou celui de la reconstruction. Et à l'inverse que le temps qui passe devient à partir d'un certain moment un obstacle à la solution. Quand nous nous engageons dans la résolution d'une crise, nous devons élaborer une stratégie constante et résiliente tout en nous assurant que nous-mêmes aurons les forces morales politiques, financières et nationales pour tenir la distance.

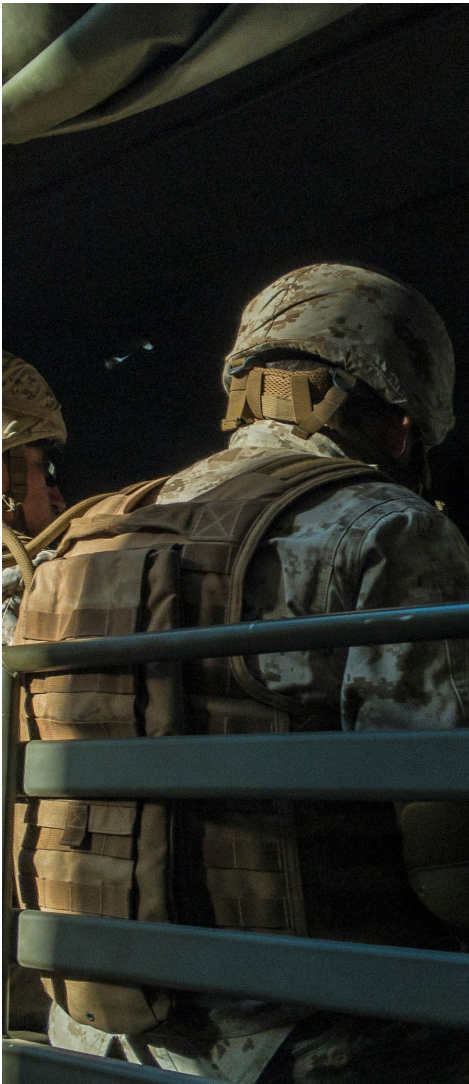
La quatrième raison est de considérer les crises que l'on voit émerger un peu partout dans le monde et singulièrement celles liées à la question sahé-

lienne comme des phénomènes cloisonnés par « nature » et cloisonnés « géographiquement » par les frontières alors que le terrorisme, les trafics en tout genre, le banditisme vivent en symbiose. Nous ne devons pas considérer ces phénomènes comme une somme de crises mais bien comme un système de crises. Et donc, il faut apporter une réponse « système », globale et englobante.

Enfin, le cinquième et dernier de ces « péchés capitaux » de la gestion de crise est celui d'agir le plus souvent sous le coup de l'émotion, sous la pression des médias et de l'opinion publique et dans la précipitation, dans cette forme de dérationnalisation des décisions politiques. Finalement, de préférer apporter à une crise une réponse médiatique plus qu'un effet stratégique... Comme si « dire » équivalait à faire.

Il nous faut donc impérativement changer notre logiciel de résolution des crises et trouver une nouvelle approche. Elle doit privilégier l'inclusivité de tous les acteurs concernés, s'inscrire dans une logique de réponse à une demande et non pas d'offre et enfin intégrer tous les volets à l'origine de la crise : culture, identité, emploi, environnement, etc...

La clé est bien la capacité à coordonner l'action de tous ceux qui s'attellent à la résolution de la crise ●



REGARD D'EXPERT

L'Avènement du premier magasin d'alcool à Riyad : un pas majeur vers la libéralisation sociale en Arabie saoudite

Par **Benoit Tamalet**



Benoit Tamalet a plus de 20 ans d'expérience dans la région du Moyen-Orient. Après avoir commencé sa carrière en tant qu'attaché économique à l'Ambassade de France à Riyadh en

2003, il a ensuite été chargé du suivi des transferts de technologies sensibles à l'AIEA pour la région Moyen-Orient au sein des safeguards. En 2007, il a rejoint le gouvernement saoudien, où il a géré les transferts de technologies et les investissements entre le Royaume et l'Europe au sein de l'Ambassade d'Arabie saoudite à Paris. En 2011, il a été nommé conseiller régional santé pour le Moyen-Orient à l'Ambassade de France à Riyad. En 2016, il a créé GHA International, une société de conseil en market access. Il rejoint ESL & Network en 2022, en tant que senior advisor.

des réformes orchestrées par le prince héritier Mohammed ben Salmane, visant à métamorphoser le Royaume en une destination touristique et d'affaires de renom.

Une libéralisation sociale en marche

L'inauguration de ce magasin est perçue par de nombreux observateurs comme une première étape cruciale vers une libéralisation plus étendue de la consommation d'alcool en Arabie saoudite. Dans les 12 prochains mois, il est probable que le royaume autorise l'ouverture de magasins d'alcool dédiés aux non musulmans, suivant ainsi l'exemple de ses voisins tels que le Qatar et les Émirats arabes unis. De plus, il est envisageable que la vente d'alcool soit également autorisée dans les restaurants, reproduisant ainsi le modèle graduel qui a conduit à la normalisation quasi-totale dans des métropoles comme Dubai et Doha.

Le 24 janvier 2024 marquera une date historique en Arabie saoudite avec l'annonce de l'ouverture imminente du premier magasin d'alcool depuis plus de 70 ans. Situé dans le quartier diplomatique de Riyad, cet établissement est réservé exclusivement aux diplomates non musulmans. Cette initiative audacieuse s'inscrit dans le cadre

L'excitation des établissements sans alcool et des clubs privés

L'annonce de l'ouverture du premier magasin d'alcool à Riyad a suscité un enthousiasme palpable au sein des bars sans alcool et des clubs privés du Royaume. De nombreux établissements ont d'ores et déjà obtenu les licences nécessaires et mis en place des mesures de sécurité pour prévenir tout abus. Cette anticipation laisse entrevoir une augmentation significative de la consommation d'alcool en Arabie saoudite à mesure que d'autres établissements suivront le mouvement. Pour le moment, les résidents peuvent se contenter de cocktails sans alcool, consommés dans des bars ultra luxueux identiques à ceux des grandes mégapoles voisines.

Une opportunité pour les alcools français

L'ouverture du marché de l'alcool en Arabie saoudite représente une opportunité majeure pour les producteurs français renommés. La France, historiquement reconnue pour ses alcools de qualité, notamment ses vins, est en position idéale pour satisfaire les préférences des consommateurs saoudiens. Bien que ces produits soient déjà présents en quantité sur le marché noir, il est impératif de canaliser cette demande à travers des canaux régulés.

Des défis à relever pour les entreprises françaises

Cependant, les entreprises françaises devront faire face à certains défis pour s'imposer sur ce marché émergent. En premier lieu, elles devront s'adapter rigoureusement aux exigences de la législation saoudienne, caractérisée par des réglementations strictes en matière d'alcool, notamment l'interdiction de vente aux musulmans et l'obligation d'étiquetage en arabe.

Deuxièmement, la promotion des produits en Arabie saoudite nécessitera des investissements substantiels. Les entreprises devront déployer des stratégies pour faire connaître leur marque et leurs produits auprès des consommateurs saoudiens. Une entrée rapide sur le marché s'avère cruciale pour éviter d'être submergé par la concurrence.

En conclusion, l'ouverture du premier magasin d'alcool à Riyad marque un tournant significatif dans la modernisation sociale de l'Arabie saoudite, offrant aux entreprises françaises une chance inestimable de s'implanter sur un marché en plein essor. La clé du succès réside dans la capacité à naviguer habilement à travers les défis réglementaires et à captiver l'attention des consommateurs saoudiens avides de découvrir les trésors de la production française ●

REGARD D'EXPERT

IA génératives et résilience démocratique : 2024, une année sous tensions électorales

Par Alexandre Kahn



Diplômé d'un master d'histoire politique et de l'École de guerre économique en stratégie et intelligence économique, Alexandre Kahn rejoint l'équipe de campagne d'un candidat à l'élection

présidentielle en 2017. Au sein du pôle projet, rédaction et relations socio-professionnelles, il a pu construire des compétences en analyse et communication dans un environnement compétitif. Passionné par la confrontation des idées et la communication d'influence, Alexandre intègre l'équipe d'Antidox en 2019 en tant que consultant.

de l'année, soit la plus grande concentration électorale à l'échelle mondiale depuis 24 ans. Elles incluent des élections majeures pour de nombreux pays : élections législatives indiennes en mai 2024, élections européennes en juin prochain et, bien sûr, l'élection présidentielle américaine au mois de novembre. Des élections dans des zones qui tiennent l'attention du monde depuis plusieurs mois ont eu lieu, ou vont avoir lieu, comme à Taiwan, qui a tenu son élection présidentielle en janvier dernier et, peut-être, en Ukraine, au mois de mars prochain.

Autant d'éléments couplés à la multiplication de campagnes de guerres de l'information menées par des États comme la Russie, la Chine, ou, de façon plus modeste mais bien réelle, de l'Azerbaïdjan contre la France dans le contexte de l'organisation des Jeux Olympiques de 2024 ou de la Turquie, met au défi pouvoirs publics et acteurs privés.

Réseaux sociaux et attrition de la ressource humaine

Ces dernières années auront été marquées par le rachat, en avril 2022, de Twitter, rebap-

L'année 2024 sera caractérisée par une concentration inédite d'échéances électorales à travers le monde. Une année sonnante comme autant de défis pour les pouvoirs publics et les plateformes numériques, à l'heure des guerres de l'information et des IA génératives.

L'année 2024 sera celle des défis. Selon le cabinet américain de technologie civique Anchor Change, 83 élections auront lieu dans le courant



tisé X, par Elon Musk. Il aura coïncidé avec des licenciements et des départs massifs de salariés, en particulier au sein de la branche « confiance et sécurité », chargée de la modération des contenus. Les effets de ces départs soulèvent de nombreux questionnements sur la capacité de la plateforme à garantir un environnement informationnel sain (suppression efficace des contenus violents ou appelant à la violence, détection des campagnes de guerres informationnelles par des acteurs étatiques, de diffusion de contenus frauduleux et autres deepfakes...).

X continue donc de représenter un enjeu majeur. Les offres concurrentes de micro-blogging Bluesky (créé par le fondateur et ancien CEO de Twitter, Jack Dorsey) et Threads (Meta) n'ont, pour le moment, pas atteint une masse critique d'utilisateurs comparable à celle que conserve X. Threads compte 130 millions d'utilisateurs mensuels à travers le monde, Bluesky entre 4 à près de 5 millions, quand X en comprend 556 millions.

Par ailleurs, l'attrition de ressources humaines ne frappe pas seulement X. Meta a licencié 20 000 salariés en novembre 2022, tandis que les effectifs de l'équipe « sécurité et confiance » de YouTube

auraient elles aussi été affectées, selon le New York Times*, par la suppression de 12 000 postes par la maison mère Alphabet, en janvier 2023.

Cette attrition en ressources humaines au sein des principales plateformes de l'agora numérique mondiale renforce les inquiétudes au moment de l'entrée en service des chatbots d'IA générative.

IA et désinformation : les plateformes se veulent rassurantes

La mise en service auprès du public du chatbot ChatGPT de la société OpenAI, suivie des services concurrents Copilot (Microsoft) et BARD (Google) suscite une nouvelle source de questionnements sur les risques d'exposition des opinions publiques à la diffusion de fausses informations et aux manœuvres coordonnées de manipulations. Lors des élections législatives slovaques de septembre 2023, le candidat d'opposition avait été la cible d'un deepfake audio suggérant que les élections allaient être truquées. Pour l'opération « Doppelpänger », l'entreprise américaine de cybersécurité Recorded

Future estime « probable » l'utilisation d'IA génératives pour alimenter en contenu les pages web du dispositif informationnel russe. Sur un autre registre, la diffusion massive d'un fake pornographique ciblant la chanteuse Taylor Swift sur X a démontré le potentiel de diffusion de ce type de contenu - quoique rapidement détecté.

De leur côté, les plateformes se veulent rassurantes quant à leurs capacités de détection de contenus générés par IA. Dans son rapport de transparence d'avril - juin 2023, YouTube affirme avoir été en mesure de supprimer 93 % des vidéos violant ses conditions d'utilisation. Un chiffre de 62 % est avancé par TikTok, tandis que Meta affirme être en mesure de pouvoir en détecter 90 %**.

La semaine dernière, Meta a annoncé travailler à la mise en place, dans les prochains mois, d'un module de labellisation des images et vidéos générées par IA diffusées sur Facebook, Instagram et Threads. Le même jour, OpenAI annonçait la mise en place d'un dispositif similaire pour les contenus générés par son service de génération d'images DALL-E.

Miser sur la résilience des sociétés ?

Bien sûr, les opérateurs privés ne peuvent être tenus pour seuls responsables de la garantie d'un accès équilibré à une information de qualité, de la transparence et l'équité du débat public. Garantir l'exercice de ces droits fondamentaux demeure l'apanage des pouvoirs publics ; l'entrée en vigueur du règlement européen sur les services numériques est une des pièces du dispositif.

L'efficacité relative des grandes manœuvres de désinformation a également pu montrer ses limites. Le relatif échec, dès les premières semaines de l'invasion de l'Ukraine, du dispositif de guerre informationnelle mis en place par la Russie avait été analysé dans ces mêmes colonnes dès le mois de mars 2022. L'intense campagne informationnelle menée par la Chine à Taiwan pour influencer sur les résultats de l'élection présidentielle n'a pas empêché l'élection du candidat indépendantiste Lai Ching-te.

Espérons, pour reprendre l'expression du cofondateur d'OpenAI Sam Altman, que les sociétés libres auront développé suffisamment d'« anti-corps sociétaux », pour faire face à leurs défis à venir. ●

*<https://www.nytimes.com/2024/01/09/business/media/election-disinformation-2024.html>

** Ibid

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.