

Les ingénieurs de l'adhésion

Plateformes, agences
de com et normalisa-
tion des discours
de l'extrême droite

Le 15 juin 2024, L'Écho mettait en évidence le rôle d'une agence de marketing digital. Le MR y avait fait appel pour renforcer sa campagne électorale en région liégeoise. On aurait tort de se focaliser sur le seul recours à des moyens numériques et au déplacement des moyens de financer une campagne électorale. Si l'on veut creuser davantage, il faudra mettre en avant, par exemple, les microciblages que cela permet d'élaborer, ainsi que la manière dont sont construits les messages destinés à chacune des micro-cibles identifiées.

On verra ici comment les professionnel·les du marketing ont pu prendre appui sur les recherches de ces dernières années, en statistiques, en psychologie, en neurosciences et en approches cognitives du langage, pour construire des moyens efficaces en matière de communication persuasive. Destinés à un usage commercial, ces moyens sont aujourd'hui développés à des fins de communication politique, à une large échelle.

L'article exposera quelques repères en ce sens, insistant en conclusion sur les interrogations que ces pratiques adressent aux démocraties, qui doivent reposer sur des citoyen·nes éclairé·es.

01 • Gendergap

Dans les premiers commentaires qui ont suivi les élections fédérales belges de juin 2024, on a souligné la répartition de genre entre jeunes votants sur l'axe gauche-droite. Une note d'analyse du Cevipol¹ précise ainsi que chez les primo-votants, le constat est assez massif. Pour la tranche d'âge 18-23 ans, 38,24 % des hommes ont voté MR, contre 23,95 % des femmes. Une conclusion s'impose : les messages conçus par le service communication du MR, à destination de la « cible » 18-23 ans, parlaient manifestement davantage au segment masculin. Ce constat, fait ici en Bel-

gique francophone, est loin d'être une exception. En janvier 2024, un journaliste du Financial Time, John Burn-Murdoch, titrait son article : « À l'échelle mondiale, un nouveau fossé entre les sexes se dessine »². Il y fait état d'études longitudinales menées aux États-Unis, en Corée du Sud, en Allemagne et au Royaume-Uni. Le même phénomène s'observe en Chine ou en Tunisie. Les jeunes femmes sont de plus en plus nombreuses à se positionner comme progressistes (solidarité, égalité, qualité de vie, respect, aspiration à une vie libre et épanouissante...).

¹ Caroline Close et al., *Les dynamiques du vote en Wallonie le 9 juin 2024 : Premiers éléments*, (Bruxelles), 21 juin 2024, <https://cevipol.phisoc.ulb.be/fr/l-actu/les-dynamiques-du-vote-en-wallonie-le-9-juin-2024-premiers-elements>.

² John Burn-Murdoch, « A new global gender divide is emerging », *Financial Times*, 26 janvier 2024, <https://www.ft.com/content>.

Les jeunes hommes, quant à eux, votent à droite et à l'extrême droite. Ils se reconnaissent dans des valeurs virilistes³ et se montrent favorables aux solutions autoritaires. Si le journaliste l'explique, pour les filles, par l'effet du mouvement #Metoo, on est fondé à y voir, dans le cas des garçons, les effets d'un ciblage et d'un usage habile des algorithmes qui régissent les réseaux sociaux^{4,5}.

Illustrons. Aux lendemains des scrutins de juin 2024, L'Écho⁶ note que le MR a eu recours aux services d'une agence spécialisée, pour revoir sa présence sur les réseaux sociaux. L'article expose notamment l'identification de 150 micro-cibles

et les moyens de les déterminer. On notera qu'il s'agit d'indicateurs tout autre que ceux qui sont classiquement utilisés en sciences sociales, tels l'âge, le niveau d'étude, la profession ou les revenus. Critères privilégiés ? Attitudes, centres d'intérêt, ce qui attendrit ou indigné... Temps passé sur une publication, clics sur l'icône d'un pouce ou d'une colère, ou encore un « repost » ou un commentaire, sont autant de traces qui en disent beaucoup sur le profil des personnes. Un même « produit » peut alors être décliné en différents messages, sur la base de ce que l'on a préalablement identifié comme « déclencheur » pour chaque profil.

02 • Guerre culturelle : ingénieurs et logisticiens

Dans le fond, tout cela n'est-il pas de bonne guerre ? Chercher à rejoindre les publics que l'on veut toucher, prendre la bonne mesure de la donne changée par l'émergence des réseaux sociaux et leurs usages... tout cela est très compréhensible. Plus en profondeur, toutefois, il importe d'identifier l'histoire de ces outils, les acteurs qui les élaborent et les stratégies que cela permet de servir.

D'abord concept sociologique, avant d'être aujourd'hui une stratégie politique revendiquée en tant que telle, la notion de guerre culturelle demande un examen approfondi^{7,8}. Toutefois, une guerre ne peut se passer de théories scientifiques et de leurs déclinaisons technologiques. Elle ne peut non plus se passer de logistique et de planifi-

³ Lire Roxane Lejeune, « L'extrême droite sur YouTube : vers une propagation sans modération ? », *Citoyenneté & Participation*, Analyse #516, 2026.

⁴ Alice Evans, « How Courtship Transformed Masculinity », 27 janvier 2024, <https://www.ggd.world/p/how-courtship-transformed-masculinity>.

⁵ Pour aller plus loin : <https://youtu.be/VrOk1-jChdA>.

⁶ « Comment une agence de marketing digital a été cruciale dans le succès du MR à Liège », *L'Echo+*, 9 décembre 2024, <https://www.lecho.behttps://www.lecho.be/dossiers/elections-en-belgique/comment-une-agence-de-marketing-digital-a-ete-cruciale-dans-le-succes-du-mr-a-liege>.

⁷ Lire Boris Fronteddu, « La guerre culturelle : le grand détournement », *Citoyenneté & Participation*, analyse #509, 2026.

⁸ Baptiste Erkes et Gérard Pirotton, dir., *Faire Front - Contrer La Trumpisation Des Esprits*, Circuits Courts (Editions ETOPIA & ALTURA, 2025), 20-30, <https://etopia.be/books/faire-front>.

cation stratégique. Pour explorer ces dimensions, tournons-nous vers l'incontournable livre de Giuliano da Empoli, « Les ingénieurs du chaos »⁹.

L'auteur s'intéresse notamment à Steve Bannon. Si le personnage public, soutien tumultueux de Donald Trump, a l'art de s'attirer les médias, on connaît moins en revanche son histoire personnelle et professionnelle. Pour lui, la politique découle de la culture. C'est donc par la culture (dans le sens anglo-saxon du terme de vision du monde) qu'il entend peser sur la politique, en ayant notamment pour cible les élites, qu'il qualifie de bien-pensantes et traîtres au peuple. Bannon se réclame d'un « gramscisme d'extrême droite ». Il compte au nombre des fondateurs d'une société de « Big Data », appliquée à la politique, Cambridge Analytica, qui défraya la chronique. Il sera ensuite stratège officiel de la campagne du premier Trump. Cependant, au-delà des États-Unis, Bannon a un projet plus ambitieux : créer une internationale nationaliste et autoritaire. Il rencontre Marine Le Pen et Viktor Orbán, par exemple.

Da Empoli raconte aussi une histoire étonnante¹⁰. Des gamers se sont montrés capables de faire plier la stratégie de l'entreprise propriétaire de leur jeu favori. Ces « guerriers numériques » ne supportaient pas que leur mérite et leur honneur chèrement gagnés soit disqualifiés par la possibilité qui était offerte, à des joueurs en dilettante, d'acheter des trophées virtuels. Bannon découvre alors l'existence de millions de jeunes (hommes) et la force insoupçonnée qu'ils peuvent représen-

ter. L'énergie contestataire de la jeunesse est toujours là, se dit-il. Simplement, il faut savoir la saisir et la canaliser. Il s'intéresse donc à ces communautés digitales qui, sous les radars, n'hésitent pas, pour attirer l'attention, à mobiliser des arguments outranciers et destinés à choquer, avec des propos misogynes ou racistes par exemple. Pour Bannon, ces communautés représentent des forces considérables et bien utiles à qui saura les activer.

Selon lui, l'establishment bien-pensant contrôle les médias traditionnels et l'industrie culturelle. En revanche, internet est encore un terrain largement inexploité où s'exprime la frustration de millions d'individus, pleins d'une colère qui n'attend que de trouver sa cible. Bannon la leur propose : l'hégémonie progressiste et l'establishment bien-pensant. Et Bannon de leur dire : ils veulent s'en prendre à votre liberté d'expression et à votre anonymat, à l'essence même de votre cyberculture. Défendez vos droits et vos libertés, unissez-vous à Trump contre l'establishment.

On peut aussi évoquer Arthur Finkelstein, proche de Richard Nixon et de Ronald Reagan, connu pour sa méthode de Microtargeting, mais surtout pour ses « negative campaigns », dénigrant l'adversaire. Il a notamment aidé Viktor Orbán à construire son positionnement contre l'establishment et les technocrates de Bruxelles.

Autre acteur de cette incroyable galerie : Dominic Cummings, directeur de la campagne en faveur du Brexit. Comme y insiste da Empoli, il embauche

⁹ Giuliano Da Empoli, *Les ingénieurs du chaos* (JC Lattès, 2019).

¹⁰ *Ibid.*, 106-108.

dans son équipe des scientifiques. Pourquoi donc ? Parce que désormais, nos habitudes, nos préférences, nos opinions, voire nos émotions sont identifiables et traçables, ce qui représente des quantités astronomiques de données. Qui dispose des outils théoriques et mathématiques pour gérer et exploiter une telle surabondance de données ? Les physicien·nes, précisément. Da Empoli rencontre Antonio Ereditato, un chercheur en physique des particules. Ce dernier explique :

« Si tu analyses un gaz (...) tu as un nombre de capteurs beaucoup plus bas que le nombre de molécules. Si tu analyses Facebook aujourd'hui, tu as presque autant de capteurs que de molécules, c'est-à-dire d'utilisateurs. Le problème devient alors l'interprétation des données et là intervient l'avantage compétitif du physicien qui, contrairement au politique, est habitué à travailler avec une quantité infinie de données. »¹¹

C'est ce travail des physicien·nes qui permet d'adresser à chaque électeur·ice un message personnalisé, sans risquer de heurter ou de perdre la sympathie de celles et ceux qui sont sensibles à d'autres dimensions. Il permet la coexistence de messages, pourtant incohérents entre eux. Cette incohérence n'est perceptible par personne, puisque chacun·e ne reçoit que les messages qui correspondent à son propre profil, monitoré en continu.

Ce que les utilisateur·ices des plateformes déposent ainsi de leurs intimités peut être scruté, valorisé et vendu, à qui est capable de l'acheter et de s'en servir. C'est ce que semblent manifester bien faire les organisations et les partis d'extrême droite, en diffusant des messages valorisant la force, l'effort et le mérite, stigmatisant la paresse et la faiblesse et promouvant des solutions qui privilégient la préférence nationale et le recours expéditif à l'autorité.

03 • Que faire ?

Ce tableau peut sembler bien sombre et désespérant. Pourtant, il n'en est rien, si l'on se convainc d'une chose : si ce façonnage des esprits est le résultat d'une stratégie, ce qui a été fait peut donc être défait. Concentrons-nous alors sur ce qui découle des considérations avancées jusqu'ici.

Au niveau politique, on peut souligner la nécessité d'un contrôle public du contenu des publications sur les réseaux sociaux, à l'instar de ce qui

existe dans le cas des médias « traditionnels ». La démocratie prend normalement appui sur des citoyen·nes éclairé·es. Le fait qu'ils et elles soient manipulés par des techniques de marketing est donc très interpellant. Cela pose la question du contrôle démocratique sur les moyens de communication, y compris numériques. En Fédération Wallonie-Bruxelles, c'est le CSA¹² qui a en charge la régulation du secteur des médias audiovisuels (contrôle et sanction). Au niveau européen, depuis

¹¹ Da Empoli, *op. cit.*, 163-164.

¹² CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (<https://www.csa.be>).

2024, c'est au Digital Services Act (DSA) de s'en occuper. On se heurte ici à un obstacle d'ordre juridique. Les réseaux sociaux du groupe « Meta » ont été conçus dans un cadre législatif américain, qui absolutise la liberté d'expression, dans une conception libertarienne¹³. Les tentatives de régulation européennes ne peuvent interve-

nir qu'à la marge. En conséquence, la construction autonome européenne de plateformes répondant à des besoins sociaux analogues mais qui seraient construites, dès leur conception, sur la responsabilité des plateformes à l'égard des contenus qu'elles diffusent, peut représenter un objectif politique déterminant.

04 • Onze choses à faire

Dans son best-seller, « The All New Don't Think of an Elephant »¹⁴, George Lakoff identifie onze choses que les démocrates peuvent faire pour rééquilibrer le débat public, dans le contexte polarisé qui caractérise les États-Unis aujourd'hui. Retenons ici la 9e : s'unir et coopérer. Par-delà leurs silos respectifs, les acteurs collectifs, petits ou grands, qui portent des enjeux sociétaux, se doivent de reconnaître que la détérioration des débats publics ne concerne pas uniquement leur thème de préoccupation spécifique,

mais implique plus globalement celles et ceux qui souhaitent une société inclusive, protectrice, émancipatrice, et qui permettent une bonne vie, sur une terre habitable et respirable. Lakoff y insiste : comprenez l'efficacité de la communication des partisans des solutions autoritaires. Formez-vous, organisez-vous et tenez, dans la durée, une stratégie concertée qui vise à rééquilibrer les termes du débat public. Cet appel n'a jamais été aussi pertinent.

05 • Fenêtre d'Overton et frontières poreuses

On en conviendra : les thèmes et le vocabulaire d'extrême droite ont peu à peu intégré les discours ambiants. Une récente interview du Premier ministre, le N-VA Bart de Wever, formule cela assez ex-

plicitement, à propos de la migration : « À l'époque, on m'a accusé d'être d'extrême droite, mais je suis en train de gagner la bataille culturelle »¹⁵. Déplacement, donc, de la fenêtre d'Overton.

¹³ Gérard Pirotton, « Reclaim freedom. La liberté comme projet : une émancipation solidaire », Non Classé, *La Revue Nouvelle*, Février, no 2 (2026) : 11-15, <https://revuenouvelle.be/reclaim-freedomla-liberte-comme-projet-une-eman-cipation-solidaire>.

¹⁴ George Lakoff, *The All New Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate* (Chelsea Green Publishing, 2014).

¹⁵ « Après les nombreuses réactions, De Wever clarifie ses propos sur la Russie », *La Libre.be*, 27 mai 2026, <https://www.lalibre.be/belgique/politique-belge/2026/03/16/apres-les-nombreuses-reactions-de-wever-clarifie-ses-propos-sur-la-russie>.

Le politologue François Debras¹⁶ identifie trois traits majeurs permettant de diagnostiquer un discours d'extrême droite et ses différentes déclinaisons.

- + L'inégalitarisme, c'est-à-dire une conception essentiellement inégalitaire des rapports sociaux. Si l'expression publique d'opinions racistes est devenue un délit, les formes de contournement de cette contrainte ne manquent pas, à commencer par le terrain des différences culturelles et l'essentialisation des individus.
- + Le nationalisme, lorsqu'il est associé à l'homogénéité, la pureté et la souveraineté. La préférence nationale, chère au RN, en est une des manifestations. Un « nous » menacé, perçu comme attaqué, justifie la nécessité de se défendre, ce qui devient un devoir, une impérieuse loyauté.
- + Le thème de l'insécurité. Cela découle assez logiquement du point précédent : si chez nous, tout est pur et parfait, les problèmes ne peuvent donc surgir que des autres.

C'est la superposition de ces trois traits qui fournit un instrument d'identification du positionnement à l'extrême droite d'un discours déterminé.

Cette systématisation présente notamment l'avantage de pointer la cohérence et les capacités d'adaptation des organisations et partis d'extrême droite. Elle permet aussi de distinguer d'une part ces productions construites, assumées et d'autre part des éléments de discours d'extrême droite qui peuvent être relayés dans différentes sphères, même si elles ne se réclament apparemment pas de cette idéologie¹⁷. Lorsqu'un journaliste commente les frappes américaines et israéliennes et sur l'Iran et Le Liban, début mars 2026, soulignant le risque d'un nouvel « afflux » de réfugiés en Europe, il utilise une métaphore aquatique, initialement utilisée par Jean-Marie Le Pen, contribuant ainsi à sa normalisation, qui peut être déclinée en flux, vague, quand ce n'est pas tsunami¹⁸. Autre exemple : on se souviendra de la sortie du ministre fédéral de l'emploi, le MR David Clarinval, justifiant les exclusions du chômage par le fait qu'elles toucheront des chômeurs et chômeuses d'origine étrangère.

Des éléments de discours d'extrême droite s'imposent peu à peu, participant ainsi à la porosité des frontières entre ce qui coche toutes les cases identifiant l'extrême droite et ce qui est une reprise complaisante et normalisante, distraite ou délibérée, d'éléments de ses discours.

¹⁶ François Debras, *Discours contre-discours et discours alternatifs* (Altura Éditions, 2026).

¹⁷ Les vidéos de coaching en musculation, par exemple...

¹⁸ Gérard Pirotton, « Les enjeux migratoires au cœur de la bataille culturelle », *En question mars*, n° 156 (2026) : 36-39, <https://centreaavec.be/publication/les-enjeux-migratoires-au-coeur-de-la-bataille-culturelle>.

06 • Résister ? Oui, mais, comment ?

Résister. Le livre de Salomé Saqué¹⁹ et le succès qu'on lui connaît peut aussi faire écho à cet autre succès de librairie qu'avait été « Indignez-vous », de Stéphane Hessel²⁰.

Un autre point de vue est toutefois possible, si l'on s'appuie cette fois sur cet autre best-seller, déjà cité plus haut : « Don't Think of an Elephant ». « Essayez donc, demande George Lakoff, de ne pas penser à un éléphant ! » C'est tout simplement impossible. Ce titre provocateur entend manifester cette découverte : nos cerveaux ne procèdent pas selon les règles de la logique formelle. Formulons-le de manière volontairement abrupte : nos cerveaux ne captent pas la négation²¹. La consigne « Ne pensez pas à un éléphant » équivaut à la consigne « Pensez à un éléphant ». C'est assez déroutant, convenons-en et cela interpelle nos manières habituelles de nous exprimer. Lorsque nous affirmons, par exemple, « Manifester n'est pas un crime », les mots « m-

anifester » et « crime » s'activent simultanément dans nos cerveaux : la présence d'une négation n'y change rien.

Les implications stratégiques de ce constat sont déterminantes. Nous pourrions les résumer comme ceci : si nous voulons résister, cessons de nous opposer et de nous indigner car, ce faisant, nous contribuons à faire exister dans les débats publics ce à quoi précisément nous entendons nous opposer. Si l'indignation est un de nos moteurs légitimes, il est toutefois contre-productif d'en faire le cœur de nos messages.

L'attitude la plus compatible avec cette conception consiste, non à énoncer ce que nous contestons puis exposer en quoi nous ne sommes pas d'accord, mais à faire positivement exister dans le débat public, d'autres conceptions et visions, qui privilégient le vivre ensemble, le respect sous toutes ses formes ainsi que la grandeur qu'il y a à prendre soin les un·es des autres, comme ce qui définit notre humanité même.

¹⁹ Lire Louise Vanhèse, « Résister aujourd'hui », *Citoyenneté & Participation*, analyse #517, 2026.

²⁰ Stéphane Hessel, *Indignez-vous !, Ceux qui marchent contre le vent* (Indigene Eds, 2011).

²¹ Lakoff fait ici une allusion à l'expérience princes de Daniel Wegner. En 1987, le psychologue expérimentait les effets paradoxaux d'une tentative de contrôle de nos pensées, avec cette consigne : « Pendant 5 min, ne pensez pas à un ours blanc ». Conclusion : tenter volontairement d'éviter une pensée déterminée est inopérant et suscite même cette pensée plus fréquemment et plus intensément. Des observations comparables ont été réalisées dans des contextes divers et trouvent des applications variées, éducatives et thérapeutiques par exemple, mais également communicationnelles.

La négation est pourtant un opérateur logique capital, ce que permet précisément le langage humain. Reconnaître que nos cerveaux n'y sont massivement pas réceptifs peut sembler un renoncement inconcevable. À ce titre, la négation a été étudiée, dans différentes démarches expérimentales et dans disciplines différentes, variant les protocoles, les stimuli et les contextes. Pour un point sur cette question et en ayant conscience des différences entre les approches épistémologiques mobilisées, on peut consulter ce récent article de synthèse (en anglais) : « The Processing of Negation and Polarity: An Overview », <https://link.springer.com/article/10.1007/s10936-021-09817-9>.

L'espace manque ici pour aller plus avant dans la proposition d'autres pistes, ayant de plus à distinguer les niveaux d'intelligibilité²² autant que d'action auxquels chacune se réfère. Ainsi, au niveau individuel, on pourrait exhorter chacun·e à la vigilance aux mots que nous utilisons.

Quant au niveau de la stratégie globale des partis démocratiques, on ne soulignera jamais assez l'erreur qu'il y a à tenter de récupérer des électeur·ices, en incorporant des mesures programmatiques et des éléments de langage visant à les rejoindre là où ils et elles ont été mené·es²³. Ce faisant, le risque est grand d'accentuer encore ce glissement, plus à droite en l'occurrence, quand il s'agirait au contraire de les reconquérir,

en réaffirmant les fondamentaux du projet initial.

Terminons par ce point central : la qualité de l'information. On a montré les capacités de diffusion des idées d'extrême droite, ainsi que leur habileté à séduire, sous les radars, des segments de plus en plus nombreux des opinions publiques. Hannah Arendt y insiste, en démocratie, la construction d'une opinion publique éclairée nécessite, comme condition essentielle, l'existence d'une information vérifiée. Corollaire : des professionnel·les fiables, pour documenter ces faits et les mettre à disposition du plus grand nombre. Les réseaux sociaux et leurs usages ne peuvent échapper à cette vigilance démocratique.

²² Gérard Pirotton, « Comprendre des réalités sociales : question de niveau », consulté le 27 mai 2026, <https://gerardpirotton.be/organisations-theories/niveaux-d-ardoino>.

²³ Gérard Pirotton, « “Une balle dans le pied gauche... ou le droit” : Face au désarroi démocratique, à gauche comme à droite, l'urgence d'une réflexion concertée. | Etopia », 2024, <https://etopia.be/blog/2024/01/24/une-balle-dans-le-pied-gauche-ou-le-droit>.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

citoyennete-participation.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles