



HAL
open science

De la bête politique à la bestia numérique

Julien Giudicelli

► **To cite this version:**

Julien Giudicelli. De la bête politique à la bestia numérique: L'utilisation des réseaux sociaux par Matteo Salvini. État, droit et mutation numérique. Regards croisés sur la dématérialisation, Presses Universitaires d'Aix-Marseille - P.U.A.M; Librairie générale de droit et de jurisprudence, 2023, 9782731412666. hal-04049169v2

HAL Id: hal-04049169

<https://hal.science/hal-04049169v2>

Submitted on 18 Apr 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License

De la bête politique à la *Bestia* numérique. L'utilisation des réseaux sociaux par Matteo Salvini

Julien GIUDICELLI

Maître de conférences HDR en droit public
à l'Université de Bordeaux,
Membre de l'Institut de recherche Montesquieu,
Université de Bordeaux (EA 7434),
Membre associé du CDPC Jean-Claude Escarras (UMR-CNRS 7318 DICE)

Nous connaissons tous les paroles prophétiques de Gramsci : « Un monde se meurt, un autre voudrait voir le jour mais dans l'entre-deux naissent des monstres. ».

La citation de Bertolt Brecht n'est pas moins célèbre : « Le ventre est encore fécond d'où a surgi la bête immonde. »

Un animal, une bête politique s'est invitée dans le débat politique en Italie : Matteo Salvini.

Il prend la figure de l'éléphant, au sens de George Lakoff, universitaire américain sociolinguiste, enseignant à l'université de Berkeley¹. Ce dernier a utilisé cette métaphore pachydermique, en référence à l'emblème du Parti républicain états-unien, développant ainsi son concept de *framing* (cadrage narratif), et devenant, en partie à son insu, le maître à penser des communicants politiques depuis les années 2000.

Ce concept apparaît proche de celui, rebattu, de « l'hégémonie culturelle » développé par Antonio Gramsci, toujours, dans ses *Cahiers de prison*, mais il est plus précis car en phase avec l'époque non seulement des *mass media* mais aussi, voire surtout, de la révolution numérique.

Ainsi, le concept de *framing* correspond au cadrage narratif à l'intérieur duquel on peut décliner des arguments proprement politiques, ce qu'il est dorénavant coutume d'appeler le *storytelling*, adapté au numérique.

¹ G. LAKOFF, *The All New Don't Think of an Elephant! Know your Values and Frame the Debate*, Chelsea Green Publishing, 2014.

Utilisés quatre ans durant, outre-Atlantique, par un personnage pour le moins truculent, utilisateur compulsif de Tweeter (avant que le réseau ne supprime son compte), Donald Trump, ces outils conceptuels peuvent se plaquer sur d'autres figures politiques.

Chez nous, ce fut à l'évidence le cas du ministre-candidat devenu président de la République, Nicolas Sarkozy, puis, en 2017, celui d'Emmanuel Macron, qui réussit la gageure d'écrire un livre intitulé *Révolution* malgré son positionnement libéral.

En Italie, ce fut le cas tant de Silvio Berlusconi que de Matteo Renzi, deux présidents du conseil pourtant politiquement opposés, quoiqu'affichant une proximité déroutante.

Pour autant, ces derniers utilisaient encore des moyens de communication traditionnels, radio et télévision.

Revenons à Salvini. Il a très vite compris que, pour influencer les votes, il devait d'abord piloter le débat culturel et imposer son registre de langage, de façon à imposer ce faisant son lexique politique qui, par la magie du numérique, par la capillarité et la contagion des réseaux sociaux, explique en partie l'incroyable essor de son mouvement politique, la *Lega*.

De sorte que la bête politique a mué, dans un mouvement de compénétration, en *Bestia* numérique, ainsi que l'on surnomme le logiciel de système de gestion des contenus de la Ligue.

Faisons un bref détour, avant de se pencher sur l'utilisation du numérique par Salvini, par sa biographie et son ascension politique fulgurante.

Salvini, né en 1973, ne brille pas par sa formation universitaire. Il suit des études en sciences politiques, en lettres puis en histoire mais, peu assidu, il n'obtient aucun autre diplôme que son baccalauréat. En 1997, il se révéla pourtant très vite fin tacticien politique en devenant, à seulement 24 ans, conseiller municipal de Milan, capitale économique de la péninsule. Grâce à son siège, il put alors donner un large écho à ses diatribes, notamment autour des « Roms musulmans », et à la sempiternelle litanie des problèmes sécuritaires. La même année, lors des élections internes de la Ligue du Nord (élections dites padaniennes), il prit la tête de la tendance, pour le moins sémantiquement étonnante, des « communistes padaniens ».

L'histrion n'était pas à une contradiction près...

Anecdotique certes mais signifiant : il soutint ainsi un père de famille qui tira sur un cambrioleur, ou proposa la mise en place d'une ligne téléphonique gratuite pour signaler les actes de délinquance commis par des immigrés, n'hésitant pas ainsi à pousser à la délation.

Sans le savoir, Salvini empruntait déjà au concept phare de Carl Schmitt, celui de la dichotomie « ami/ennemi ».

Sa gouaille indéniable lui permit par ailleurs de devenir rapidement un invité régulier, un « bon client » selon l'abominable expression consacrée, des chaînes de télévisions locales.

Il se montra aussi très actif dans les médias chapeautés par la Ligue, écrivant notamment pour le journal *La Padania* avant de devenir le directeur de *Radio Padania Libera*.

Moyens, encore relativement classiques, de communication politique...

Il devint secrétaire général de la Ligue lombarde en 2012, à seulement 39 ans. Il s'imposa en effet comme le candidat logique à la succession de Roberto Maroni à la direction de la Ligue du Nord, ledit Maroni, provocateur outrancier ayant largement amorcé la dérive anti-immigré, définitivement condamné au pénal en 2018.

Ce détour par la généalogie « spirituelle » du *Capitano*, ainsi que Salvini aime à se faire appeler par ses partisans, n'est pas anecdotique. D'un mouvement tout d'abord sécessionniste, créé par Umberto Bossi, puis fédéraliste, Salvini a opéré un virage net vers l'extrême droite. Il s'installe dorénavant comme le porte-voix italien de ce courant, occupant la place laissée vacante par l'*Alleanza nazionale* de Gianfranco Fini qui avait réussi son *aggiornamento* postfasciste et, ainsi, paradoxalement libéré la voie de la nostalgie fasciste, tant il avait définitivement rompu avec l'héritage mussolinien.

Salvini met actuellement en scène, sans vergogne aucune, nombre d'éléments de sa vie privée, ne la distinguant pas, de la sphère publique, ainsi que le fit autrefois Berlusconi qui envoya à tous les électeurs italiens, lors de l'une de ses innombrables campagnes, une brochure polychromée mettant en scène entre autres son ex-épouse, la *mamma*, ses enfants, mêlés aux « grands de ce monde », confondant à dessein vies publique et privée.

La mise en scène salvinienne lui permet d'entrer dans l'imaginaire de l'Italien moyen qui peut être pris au piège d'une identification presque charnelle, de par la démagogie employée par *Il Capitano*. Tweets, selfies avec ses partisans lors de ses manifestations politiques, photographies complaisamment prises sur les plages durant la trêve estivale, utilisation de Facebook où des dizaines de publications sont postées quotidiennement : la panoplie est large. Recettes culinaires, campagnes successives, ostentation de la croix de la Vierge pendant l'un de ses meetings, entraînant l'ire de l'Église de Rome, tout y passe. Sa bonhomie apparente, sa logorrhée, son culte du moi, assurément non haïssable contrairement aux enseignements de Montaigne, ne sont cependant pas sans rappeler un certain *Duce*, vis-à-vis duquel il emploie une attitude plus qu'équivoque. Il n'a par exemple pas hésité, lors de la fête de la Libération à renvoyer dos à dos les résistants communistes de la Seconde Guerre aux fascistes, pas plus qu'il ne tergiversa,

en août 2019, pour exiger de façon véhémement des élections anticipées en plein été, chose qui ne s'était plus vue depuis les années 1920...

Ministre de l'Intérieur et vice-président du gouvernement Conte jusqu'à fin août 2019, Salvini augmenta deux fois son score aux élections européennes de mai de cette même année, en regard des dernières élections législatives et sénatoriales de mars 2018, quand son improbable allié, le Mouvement cinq étoiles dirigé par Luigi Di Maio le divisa par deux. Soit plus de 30 points pour La Ligue, moins de 20 % pour le Mouvement cinq étoiles.

Sa manœuvre fut cependant déjouée ; à l'improbable alliance *Lega, Movimento cinque stelle* succéda en 2019 un gouvernement, toujours dirigé par Giuseppe Conte, formé du parti fondé par Beppe Grillo et des démocrates de centre-gauche, très lointains héritiers du PCI. Le retour aujourd'hui de la Lega aux affaires n'est dû qu'à un compromis en forme d'appel à l'union nationale, l'actuel président du Conseil, Mario Draghi (ancien directeur de la Banque centrale européenne), réussissant la prouesse d'agrèger autour de lui techniciens aguerris et politiques de tous bords, à quelques exceptions notables².

Comment fonctionne concrètement l'utilisation du numérique par Salvini ? Comment un homme politique entré si précocement en politique a pu porter son parti de 3 à 34 % ?

Ce n'est pas seulement son indéniable art oratoire. Gouaille, vulgarité contenue, slogans réducteurs, aisance et maîtrise réelles devant les caméras, impression donnée de proximité ont un effet indéniable sur l'électeur enclin à s'identifier à l'Italien moyen que Salvini s'efforce d'incarner, et de ce fait peu attentif à l'idéologie sous-tendant un tel discours, d'autant que Salvini s'adresse, sciemment, non à la rationalité du spectateur électeur, mais à son émotivité.

Certes, Salvini incarne parfaitement la fonction tribunicienne décrite par Georges Lavau³. Il emploie à l'envi phrases chocs, invectives, outrances et provocations.

Mais l'usage des algorithmes et du Web 2.0 participe aussi du phénomène.

Son conseiller, Luca Morisi, est un informaticien hors pair et, par ailleurs redoutable (quoique très discret) communiquant politique. Il est

² Notamment *Fratelli d'Italia*, dirigé par Giorgia Meloni. Mouvement ouvertement post-fasciste, le logo de son parti reprend celui de l'ancien *Movimento sociale italiano*, la flamme tricolore verte blanc rouge (au passage reprise par le Front National, le bleu se substituant évidemment au vert), dirigé par Giorgio Almirante éphémère chef de cabinet du ministre de la Culture populaire de Mussolini durant la république fantoche de Salò (1943-1945).

³ G. LAVAU, *À quoi sert le Parti communiste français ?*, Fayard, Paris, 1981.

le pendant de Gian Roberto Casaleggio, âme damnée de Beppe Grillo et véritable idéologue du Mouvement cinq étoiles, disparu en 2016. On relèvera, et je ne crois pas que cela soit anecdotique, qu'après ses études d'informatique il s'est penché très sérieusement sur la philosophie. De sorte qu'on puisse dire qu'il est devenu le doctrinaire de la *Legg*.

Quelques mots sur cet homme assez peu connu.

Beaucoup en Italie ignorent jusqu'à son patronyme. Alors même que Luca Morisi est sans conteste l'un des hommes les plus influents de la dernière décennie en Italie. Il est l'artisan et premier responsable de l'ascension de la Ligue sur les réseaux sociaux. C'est Luca Morisi qui a créé la *Bestia*, cette incroyable machine de propagande en ligne de la Ligue et a fait passer les réseaux sociaux de Salvini de quelques dizaines de milliers à plusieurs millions.

Auteur remarqué d'une thèse de *Laurea*⁴ en philosophie intitulée *L'évolution numérique du symbolique. De l'alphabet au réseau*, il exerça la profession d'enseignant contractuel de 2004 à 2015 à l'université de Vérone, où il l'avait soutenue.

Après des expériences en tant que collaborateur de journaux et de magazines, entre les années 90 et les années 2000, Morisi collectionne également quelques expériences politiques, d'abord en tant que conseiller provincial de Mantoue puis conseiller municipal du district du centre historique de Mantoue.

« Entrepreneur, universitaire contractuel, il s'occupe de technologie depuis son plus jeune âge. Expert en conception de bases de données, application web et Intranet/Extranet, il a créé des systèmes d'information utilisés chaque jour par des milliers d'utilisateurs, notamment dans le secteur de la santé » : c'est ainsi que Morisi se décrit dans son curriculum présent en ligne dans les archives du ministère de l'Intérieur, le *Viminale*, quand il y suivit Salvini.

En 2012 s'opère, de ses propres dires, un tournant qui l'amènera à collaborer avec le nouveau chef de la Ligue. « Je l'ai vu à *Porta a Porta* [émission politique de la RAI, très suivie en Italie], alors qu'il faisait une émission en direct avec un iPad en train de parler avec les auditeurs » déclara Morisi au *Corriere della Sera*. « Cette capacité à hybrider les deux médias, la télévision et les réseaux sociaux, m'a fasciné, j'ai alors cherché et une relation professionnelle est née. » [...] « J'ai eu une sorte d'amour [sic] pour lui en raison de ma prise de conscience de son énorme capacité

⁴ Diplôme spécifiquement italien, propédeutique à un éventuel doctorat de recherche, l'équivalent d'un gros mémoire de troisième cycle en France, qui donne néanmoins le titre de docteur. Le travail final de ce diplôme correspondrait peu ou prou à l'ancienne thèse de troisième cycle, aujourd'hui disparue.

à gérer le talk-show », expliqua-t-il dans l'essai *Anatomie d'un populiste* de Matteo Pucciarelli.

Le partenariat avec *Il Capitano* débute en octobre 2013. Morisi se définit comme « responsable de la communication et stratège des médias sociaux de Matteo Salvini et des canaux de communication associés liés à son rôle de leader de la Ligue ». Sur Twitter il va jusqu'à s'affirmer « social-mégaphone, je m'occupe presque 24h/24 et 7j/7 de la communication pour le Capitaine ».

Morisi s'est entouré de 35 experts des réseaux sociaux. Cette équipe a mis au point la machine de marketing viral la plus puissante de la politique italienne, la *Bestia*, un logiciel qui analyse les données, les *big data* et les flux d'informations des réseaux sociaux.

Avec ses 3,6 millions de fans sur Facebook, 1,4 million sur Instagram et 1,1 million sur Twitter, Salvini oriente quotidiennement le débat des médias.

Si aujourd'hui Salvini parvient à atteindre plus de six millions de « followers », soit environ un dixième de la population italienne, c'est indubitablement grâce à la machine de guerre numérique qu'ont élaborée Morisi et son équipe.

On assiste pourtant au crépuscule du « *spin doctor* » de Salvini. En effet, il s'est déchargé depuis le 23 septembre 2021 de ses responsabilités, officiellement pour « raisons familiales », en réalité à cause d'une enquête pour transfert de drogue.

Et c'est justement sur les réseaux sociaux qu'après la nouvelle de l'enquête contre Morisi, Salvini a exprimé sa solidarité avec son désormais ancien gourou du web : « Quand un ami fait une erreur et commet un faux pas inattendu, et que Luca se fait plus mal que d'autres, d'abord tu te mets en colère contre lui. Mais ensuite tu tends la main pour l'aider à se relever. L'amitié et la loyauté sont la vie pour moi », écrivit alors le dirigeant du *Carroccio*⁵ dans un tweet où il joignit une photographie prise quelques années auparavant. La perte de cet adjoint précieux, le ralliement de Matteo Salvini au gouvernement Draghi auront, à n'en pas douter, des répercussions significatives. D'autant que le leader extrémiste risque d'être débordé par Giorgia Meloni de *Fratelli d'Italia* qui, elle, refusa, d'intégrer cet exécutif inédit d'union nationale. D'autant encore que les intentions de vote à l'heure de la rédaction de cet article (mars 2022) sont en train de se croiser : 17,5 % pour la *Lega*, 20 pour le parti néo-fasciste.

⁵ Le *carroccio* est un chariot aux couleurs citadines autour duquel combattaient durant la période médiévale les milices des communes de la plaine du Pô. Il n'est donc pas étonnant que la Ligue, d'abord sécessionniste, en fit l'un de ses emblèmes.

Pour autant l'arme numérique mise en place par Morisi demeure redoutablement efficace, l'équipe qu'il a formée durant des années restant en place. Sans vouloir accabler le lecteur de chiffres, qu'il soit permis d'en citer quelques-uns pour montrer l'ampleur du phénomène. Durant les cinq mois qui préludèrent aux élections européennes de mai 2019 la *Bestia* généra 17 publications Facebook par jour, engendrant 40 millions de *like* et plus de cinq millions d'heures cumulées de visionnage des vidéos mises en ligne sur les réseaux sociaux...

Par ailleurs, le système de gestion des contenus permet de cibler le discours politique : la *Bestia* a pu s'assurer que 71 % des électeurs de la ligne ne craignent pas, ou peu, les néo-nazis. De sorte que Salvini peut s'aventurer sans grand problème dans les eaux boueuses du fascisme.

Pour autant, il ne faut pas s'y tromper, les tweets ou les publications Facebook de Salvini ont une fonction première évidente : celle d'être repris par les médias traditionnels, au premier rang desquels la télévision est reine. Berlusconi usa et abusa de ce médium d'autant que, lorsqu'il était président du conseil, il avait à sa disposition six canaux télévisés nationaux : trois de son groupe privé *Mediaset* plus les trois chaînes publiques de la *RAI* qu'en tant que chef de gouvernement il pouvait contrôler à son aise. C'est ainsi qu'il put, en quelques semaines, utiliser alors son empire médiatique pour opérer sa *discesa in campo* en 1994 et remporter, contre toute attente les élections, quand la victoire était promise au nouveau parti social-démocrate (PDS), « héritier » du Parti communiste italien, dissous peu après la *svolta della Bolognina*⁶.

⁶ C'est principalement Occhetto, dernier secrétaire du Parti communiste italien, qui fut à l'origine de la mutation interne du PCI. À l'occasion d'un discours prononcé le 12 novembre 1989 à Bologne devant d'anciens résistants, ce dernier affirma qu'« il est nécessaire d'éviter de continuer à emprunter d'anciennes routes, pour en inventer d'autres afin d'unifier les forces progressistes ». À une question relative à un éventuel changement de nom du parti, Occhetto répondit, laconique que « cela laisse tout présager ». Cet événement, connu en Italie sous le nom de *svolta della Bolognina*, amènera le 3 février 1991 à la dissolution du PCI. La question du changement de nom, c'est-à-dire de l'abandon de l'épithète communiste, n'est bien évidemment pas neutre. Elle fit par ailleurs l'objet de multiples débats depuis le début des années 1980.

Derrière ce changement de vocable, c'est une mutation politique profonde qui s'annonçait, tant sur la question programmatique que sur celle des alliances politiques à venir. Il ne dissimulait que peu celui du changement de références théoriques et idéologiques. Berlinguer, dans un discours de clôture prononcé à la fête de *l'Unità*, à Gênes, le 3 juin 1979, avait répondu, comme par anticipation, à son successeur : « Nos adversaires prétendent que nous devrions jeter aux orties non seulement les riches leçons de Marx et de Lénine, mais aussi les innovations intellectuelles et politiques d'Antonio Gramsci et Palmiro Togliatti. Puis, peu à peu, nous devrions proclamer que toute notre histoire, qui a aussi ses parts d'ombre, a été une succession d'erreurs ». Berlinguer, dirigeant charismatique du PCI, disparu en 1984, s'était toujours refusé, au contraire du SPD allemand en 1959, à faire son *Bad Godesberg*, soit à se détacher des références idéologiques qui marquait sa spécificité à gauche, c'est-à-

Ainsi, numérique et *mass media* « classiques » se complètent dans un mouvement circulaire d'auto-alimentation réciproque, dans une compénétration incestueuse qu'on peut considérer préoccupante pour la démocratie. Numérique ? Je n'y crois pas : la guerre politique par d'autres moyens !

Si la *Bestia* rencontre tant de succès, c'est qu'elle est le réceptacle du mal-être du pays, qu'elle ne fait qu'attiser, diffusant fausses nouvelles ou les amplifiant, les travestissant à l'envi.

L'Italie fut dans un premier temps, on le sait, un pays d'émigration massive⁷, de la fin du XIX^e siècle à la mi-temps du XX^e, émigration tant économique dans un premier temps, que politique, après la marche sur Rome (1922). Elle alimenta la main d'œuvre des pays industriels en Europe⁸, mais aussi aux États-Unis et en Amérique latine. Ce mouvement s'inversa dans les années 1960, l'Italie devenant tout au contraire un pays d'immigration. Selon le rapport de l'ISTAT⁹ de 2018, l'Italie compte 5,6 millions d'étrangers, soit 8,4 % de la population (60,5 millions)¹⁰.

dire à renoncer, aussi et surtout, à son programme de transformation politique et sociale, à son refus du capitalisme, en tant que mode de production intrinsèquement générateur d'inégalités aux yeux des communistes. La *svolta della Bolognina* est le déclenchement d'un processus irréversible, mené au pas de charge, quoique les militants furent loin d'être enthousiastes, à l'exception de l'aile droite du parti qui se prononça clairement en faveur d'Occhetto et du rattachement du parti à l'internationale socialiste. Le dernier congrès du PCI, qui se tint du 31 janvier au 3 février 1991 à Rimini, ne modifia pas fondamentalement les rapports de force. La motion *Per il Partito democratico della Sinistra* déposée par Occhetto avalisa son dessein en obtenant 67,46 % des suffrages exprimés.

Le 3 février 1991, le PCI acta sa propre dissolution, et porta sur les fronts baptismaux, en même temps que son acte de décès, le Parti démocratique de la gauche (PDS). *Ite missa est...*

⁷ Cette émigration suscita une xénophobie parfois sanglante. Que l'on songe notamment, en France, aux sinistres « vèpres marseillaises » (17-20 juin 1881) où une véritable chasse à l'homme provoqua trois morts et vingt-et-un blessés. À Aigues-Mortes, douze ans plus tard (16 août 1893), le bilan fut plus lourd encore, la ratonnade se soldant par huit morts et plus de cinquante blessés. En 1881 Marseille comptait 57 900 Italiens pour 360 000 habitants, soit 16 % de la population de la cité phocéenne.

⁸ Selon une estimation du Centre interdisciplinaire de recherche sur la culture des échanges (CIRCE) Sorbonne Nouvelles – Paris 3, quatre millions de Français auraient des origines italiennes, soit 7 % de la population.

⁹ Institut national de statistique, équivalent de l'INSEE français.

¹⁰ Chiffre à mettre en regard de la population étrangère résidant en France : en 2020, l'Hexagone comptait 6,8 millions d'immigrés, soit 10,2 % de la population. Si les statistiques sont légèrement supérieures, on doit comprendre pour autant qu'alors que la France est un pays traditionnel d'immigration, l'arrivée significative de population étrangère dans la péninsule, en seulement une soixantaine d'années, a provoqué un sentiment de dépossession d'identité nationale qui suscita une forte xénophobie, jusqu'alors inconnue, sur laquelle prospéra la Ligue, surtout après le départ d'Umberto Bossi. D'autant que ce rejet de l'Autre, dans un premier temps circonscrit au territoire de la péninsule puisque c'était les Italiens du *Mezzogiorno* qui étaient attaqués, se déplaça, la stigmatisation visant

Phénomène hélas par trop courant, cette nouvelle donne suscita, après la crise économique des années 1970 et le chômage massif qui en résulta, des relents de xénophobie qui ne firent que s'amplifier lors de la dernière décennie, le racisme devenant chose courante, y compris dans les stades de football, enceinte presque sacrée en Italie¹¹, où cris de singe, jets de bananes et insultes vis-à-vis des joueurs noirs¹² ne sont que trop fréquents.

En se positionnant sur ce terrain ainsi que celui de la sécurité (identifiants classiques, intemporels et universels de l'extrême droite), Salvini poursuit qu'un unique projet : être sans cesse au centre du discours, impulser par sa démagogie tout positionnement politique et idéologique, en être protagoniste et précurseur. On en a vu les effets en France lors de la percée, lors des élections européennes de 1984 du Front national, et de son chef charismatique, maniant le verbe avec aisance, le distillant d'outrances et de soi-disant dérapages, en fait parfaitement contrôlés, maîtrisés et réitérés. Risquer une condamnation pénale pour incitation à la haine raciale ? Les dirigeants d'extrême droite n'en ont cure, pourvu que l'on parle d'eux¹³. Après la désignation de Salvini comme ministre de l'Intérieur en 2018, le racisme en Italie, les statistiques sont cruelles, n'a cessé de croître, la parole légitimée au sommet ne cessant de l'attiser.

Il est bien sûr évident que les innombrables tweets, publications Facebook ou Instagram, quoiqu'écrits à la première personne, ne sont pas

désormais les étrangers, ce qui permit d'ailleurs une percée électorale significative de la *Lega* dans l'Italie méridionale.

¹¹ Voir par exemple https://www.lemonde.fr/sport/article/2019/11/19/racisme-dans-le-football-la-federation-italienne-impuissante-face-a-la-multiplication-des-incidents_6019706_3242.html.

Pour une approche universitaire voir L. DEMATTEO, « Le stade, terrain de jeu de l'extrême droite italienne : soupape de sécurité ou fabrique du consensus », in *L'homme et la société*, 2015/1-2, n° 195-196, p. 147-174.

¹² L'immigration maghrébine est résiduelle en Italie. Ce sont le plus souvent des Africains francophones qui, parce que l'entrée en France est au fil des ans devenue toujours plus difficile, émigrent dans la péninsule.

¹³ Il faut toutefois noter que la justice italienne est nettement plus indulgente à l'égard de Salvini que son homologue française quant à Jean-Marie Le Pen. Si le leader politique italien fut condamné en 2020 pour racisme, il ne s'agissait pas alors d'immigrés. Mais de racisme envers... les Napolitains. Les faits remontent à 2009. Une chorale fut entamée dans le cadre du festival de la *Lega Nord*, encouragée par Salvini, alors seulement chef de la Ligue à Milan, qui entama le premier le refrain d'un chant discriminatoire, repris par ses partisans : « Sentez combien ça pue, même les chiens s'enfuient : les Napolitains sont arrivés. Jamais ne se sont-ils lavés. »

Une plainte a néanmoins été déposée en 2018 contre le leader du *Carroccio*, alors ministre de l'Intérieur, pour incitation à la haine raciale. Il avait alors déclaré : « Pour les clandestins l'aubaine est terminée, préparez-vous à faire vos valises. »

l'œuvre de Salvini mais de l'équipe de Morisi, qu'il reprendra néanmoins lors de ses interventions dans les *mass media*, en forme certes édulcorée.

La force de Salvini repose sur une idée simple : le chef de la *Lega* représente (du moins le fait-il accroire) l'Italien moyen, de bon sens, vis-à-vis duquel tous peuvent s'identifier. Le *Capitano* reprend en réalité une vieille tradition politique italienne, celle du *Qualunquismo*¹⁴.

Le *Qualunquismo*, né à la fin de la Seconde Guerre mondiale, est associé au mouvement politique *Fronte dell'Uomo Qualunque* né avec la revue homonyme publiée à partir du 27 décembre 1944 par Guglielmo Giannini. Ce mouvement s'est alors caractérisé par une forte défiance vis-à-vis des institutions, des partis politiques, du personnel politique en général. Il est même devenu un éphémère parti après-guerre obtenant 5,3 % des suffrages aux élections à l'Assemblée constituante de 1946 ce qui lui permit d'obtenir trente sièges. L'aventure fit long feu puisque le parti fut dissous en juin 1948. Son programme était pour le moins sommaire ; pour son leader, qui ne concevait l'État qu'en tant que simple structure administrative, « il suffit d'un bon comptable qui prenne ses fonctions le 1^{er} janvier et s'en aille le 31 décembre et qu'il ne soit rééligible d'aucune façon ». Il s'agissait, contre la centralisation décisionnelle de l'État, de donner la parole à l'*Uomo qualunque*, c'est-à-dire à l'homme quelconque, dont l'on rend mieux l'idée en le traduisant par homme de la rue, homme ordinaire ou Italien moyen.

Il n'est dès lors pas étonnant que la *Bestia* utilise à l'envi, et de façon orientée, les faits divers, qui peuvent immédiatement frapper les esprits, de façon instinctive et, partant, irrationnelle.

Salvini se présente sur les réseaux sociaux comme *l'uno di noi*, l'un de nous, se représentant sur les innombrables photographies dont il nourrit ses publications avec ses enfants, ses compagnes successives, à table, à la plage, entre amis, au travail. L'un de nous... Toujours souriant l'homme apparaît affable, voire sympathique. Mais à côté de ces images apparemment anodines, la *Bestia* inonde les réseaux de publications ayant trait à la drogue, la mafia, les immigrés, les ONG soi-disant criminelles ayant essayé de les sauver lorsqu'ils empruntaient des embarcations de fortune pour traverser la Méditerranée depuis les côtes libyennes. Elles ne brillent pas par leur subtilité. C'est d'ailleurs tout le contraire qui est recherché. Le manichéisme est la règle, la règle consciente que se donne depuis sa création la *Bestia*. Les ennemis sont clairement identifiés, les amis, érigés en héros, également. Carabiniers, policiers, militants, mais aussi...

¹⁴ Quoique la comparaison puisse apparaître réductrice pour certains auteurs. Voir Ch. RAIMO, « Jeunes, Italiens, fascistes et branchés. Le renouveau d'une idéologie haineuse », *Revue du Crieur*, La Découverte, 2018/2 n° 10, p. 116 à 131. Sur populisme et *qualunquismo*, voir M. TARCHI, *L'Italia populista Dal qualunquismo ai girotondi*, coll. « Contemporanea », Il Mulino, Bologne, 2003.

animaux de compagnie, la *Legu* se positionnant comme amie de la condition animale (curieuse manie de l'extrême droite). Ce n'est évidemment pas un hasard si les intentions de vote des membres des forces de l'ordre sont au plus haut. En outre, dès lors qu'un opposant, évidemment de gauche, est identifié dans l'une des publications de la *Bestia*, la vindicte « populaire », du moins celles des *tifosi* (traduire en novlangue 2.0 *followers*) se déchaîne. Ainsi d'une ancienne présidente de la Chambre des députés (de 2013 à 2018, sous l'avant-dernière mandature), Laura Boldrini, par ailleurs, circonstance aggravante..., ancienne porte-parole du Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés. Elle fut tout bonnement qualifiée de *bambola gonfiabile* (poupée gonflable), sobriquet sexiste permettant aux partisans léguistes d'attiser leur haine, au mieux en utilisant le *hashtag* *#sgonfiaboladrini* (dégonfle la Boldrini), voire en allant jusqu'à proposer benoîtement son éviscération... Ce déchaînement de haine, facilité par l'anonymat que procure hélas les commentaires sur la toile, n'avait qu'une cause : femme politique située plus à gauche que Matteo Renzi, alors président du Conseil, elle avait osé à maintes reprises prendre la défense des immigrés. Stratégie simpliste : désigner une cible et laisser la meute se déchaîner.

Autre technique par deux fois éprouvée, en 2018 et 2019 : le concours *Vinci Salvini* qui fait intervenir les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) et permet de gagner un coup de fil ou un rendez-vous en personne avec le *Capitano*. La dernière édition (Salvini était alors ministre de l'Intérieur) s'est avérée payante, les partisans léguistes appréciant grandement l'initiative. Ce « concours » s'est révélé être une redoutable stratégie de communication, confirmant l'attention de Salvini à l'égard des réseaux sociaux.

Vinci Salvini se présente comme une course basée sur l'accumulation de points pouvant être obtenus sur les réseaux sociaux du leader de la Ligue, via ses pages dédiées. Il existe plusieurs manières de cumuler des points : *liker* les publications de la page Facebook et les contenus publiés sur Instagram et sur Twitter, *retweeter*, etc. Le but est évident : donner par cet expédient un écho exponentiel à la visibilité de Salvini sur la toile.

Le phénomène *Vinci Salvini* ne serait pas compréhensible hors contexte. Le populiste italien d'extrême droite est actuellement le politicien le plus médiatique et le plus actif sur la toile et les réseaux sociaux. Salvini, comme il a été dit, utilise le jargon de l'homme moyen, *l'uomo qualunque*. Le chef du *Carroccio* et son équipe s'avèrent effectivement des communicants très habiles, dotés du mérite indubitable de comprendre les attentes de l'électorat, qu'ils analysent au travers de leurs instruments numériques, et de le valoriser, faisant accroire que ses attentes sont entendues et relayées. Cette communication de masse, résumée en quelques sujets cruciaux et

condensés en slogans percutants facilement mémorisables car simplistes, en réalité inspirés du marketing publicitaire, montre sa redoutable efficacité.

Mais *Vinci Salvini* apporte une nouveauté indéniable. Le jeu marque la pleine maturation de l'intuition originelle de Morisi. L'ancien ministre de l'Intérieur se montre, au contraire des politiciens « ordinaires », physiquement accessible, à portée de main de ses partisans, faisant littéralement corps avec eux, de sorte qu'il fasse croire qu'il n'en est que le reflet, un homme du peuple, relayant les aspirations du peuple, ou supposées telles, ce peuple imaginaire prétendument ignoré par la classe politique traditionnelle.

Cependant, entre la première et la seconde édition de cette stupéfiante initiative promotionnelle, le règlement général sur la protection des données (RGPD) est entré en vigueur en Europe ; or, il oblige depuis les responsables de traitement de données à rendre compte de manière beaucoup plus précise de la manière dont les informations collectées seront utilisées. Lors de la première édition du concours, un collectif de hackers s'était introduit dans les serveurs de la Ligue et avait dérobé 23 giga-octets de mails, où l'on retrouve également les mails de centaines d'utilisateurs ayant rejoint la première édition de *#VinciSalvini*, dont les noms, prénoms et adresses e-mail sont toujours disponibles.

La première édition du concours ayant eu lieu avant le 25 mai 2018 (le jour où le RGPD est devenu pleinement effectif), le vol d'informations a eu des conséquences limitées. À cet égard, une enquête a été ouverte par le *Garante per la privacy* (Garant de la vie privée), qui n'a pu que prendre acte de la désactivation des systèmes informatiques ciblés par les pirates.

Pour autant, la Ligue n'a jamais caché le fait que les informations fournies servaient à un profilage de l'électorat : comme il a été dit il fallait, pour marquer plus de points au concours, atteindre un haut niveau d'interactions, ce qui a incité nombre d'utilisateurs à rendre disponible à la *Bestia* les profils qu'ils détiennent sur les différentes interfaces sociales. Les données ainsi recueillies peuvent ensuite être traitées par la *Legga*, donnant au personnel du ministère de l'Intérieur un grand nombre d'informations sur les partisans du *Capitano*. Époustouflante autant qu'inquiétante confusion des genres, clairement affichée comme objectif premier. On peut en effet le lire dans la politique de confidentialité du site, qui indique que *Vinci Salvini* a pour but « l'élaboration de statistiques pour favoriser le développement et les activités du Mouvement ». Le profilage des utilisateurs, qui a fait la fortune des entreprises et des partis politiques à l'ère du *big data* n'est pas caché. Même s'il n'est pas précisé, le traitement pourrait en effet consister dans le stockage et la synchronisation des informations collectées entre les différents profils que l'utilisateur est invité à soumettre à l'attention du concours.

Or, il semble qu'en plus de ces informations fournies spontanément par les utilisateurs, le site web de la Ligue utiliserait cinq cookies superflus : l'un serait suffisant pour le fonctionnement du site, les quatre autres – dont l'identification a été révélée par *Google Analytics* – serviraient précisément à collecter des informations statistiques. Mais ce type de traceur, selon le RGPD, « doit être autorisé expressément et par un geste positif de l'utilisateur ».

Or, contrairement aux exigences du RGPD, la politique en matière de cookies du concours indiquait que les utilisateurs pouvaient refuser « l'utilisation de cookies en sélectionnant les paramètres appropriés de votre navigateur, mais cela peut vous empêcher d'utiliser toutes les fonctionnalités de ce site web. En utilisant ce site Web, vous consentez au traitement des données vous concernant par Google de la manière et aux fins décrites ci-dessus. »

Un mécanisme qui est donc automatique et pour lequel l'utilisateur n'est pas tenu d'exprimer un consentement explicite. Lors d'un test, l'agence Agi a constaté que trois cookies étaient installés en seulement quatre minutes après l'accès, sans qu'aucune autorisation ne soit demandée. Les informations qui « seront transmises et stockées sur les serveurs de Google aux États-Unis » – comme indiqué dans la notice d'information – « y compris votre adresse IP ».

Traçage en règle donc, manifestement illégal, à tout le moins à première vue à la lisière de la légalité. Jouez, concourez, gagnez un appel téléphonique avec Salvini, amplifiez la caisse de résonance de la *Bestia*, nous collecterons vos données, bons patriotes !

Le problème éthique est évident : est-il admissible de permettre à une organisation politique de collecter des informations personnelles sur des milliers d'électeurs ? On pourrait dire qu'il appartient aux citoyens individuels d'être conscients des risques de manipulation politique et de collecte de leurs données. Le fondateur de Facebook lui-même, Mark Zuckerberg, dans une lettre du 30 mars 2019 adressée aux gouvernements et publiée par le *Washington Post*, a réitéré la nécessité de règles plus strictes en matière de vie privée¹⁵. Or *Vinci Salvini* n'est pas un concours en ligne inoffensif, mais à un outil sophistiqué de propagande politique informatique. Nous devons en être conscients.

Contrairement à d'autres mouvements s'essayant à une orientation participative des citoyens par l'intercession du numérique, au premier rang desquels les différents partis pirates européens, dans une moindre mesure

¹⁵ https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html

le M5S¹⁶ en Italie ou Podemos en Espagne, l'instrumentalisation politique des réseaux sociaux et de la *Bestia* n'a pas pour vocation d'investir, d'élever démocratiquement les citoyens italiens qui seraient tentés par l'aventure de la Ligue.

Le dévoiement du numérique n'a qu'un but, propre aux mouvements d'extrême-droite : participer au culte du chef et à son ascension politique, espérons résistible, pour paraphraser le titre d'une célèbre pièce de théâtre de Bertolt Brecht, *La résistible ascension d'Arturo Ui*. Hélas, cette comédie grinçante finit en catastrophe, sous la plume du dramaturge allemand, à l'instar du drame des années 1930 !

¹⁶ Voir à ce sujet les travaux de M. BARDIN, notamment « Les partis politiques et l'outil numérique », in *Pouvoirs*, 2017/4, n° 163, p. 43-54.