

Singer, le mercenaire de la manipulation de masse, au service de Macron ? Nous pisserons à côté de l'urinoir...

écrit par Raoul Girodet | 28 février 2021



Le magazine *Society* nous informe de l'arrivée d'une nouvelle technique de manipulation dans la caisse à outil de Macron : le « nudge ».

Éric Singer, le patron de la BVA Nudge Unit est devenu un mercenaire au service de la Macronie.

D'abord, qu'est-ce que le « nudge » ?

En anglais, un « nudge », c'est un « coup de pouce ». Sous ce vocable se cache une technique visant à inciter les gens à avoir un certain comportement à leur insu. Bref, de la manip pure telle que l'enseignent les sciences comportementales. Il a été conceptualisé par deux universitaires américains Thaler et Sunstein.

Le meilleur exemple pour décrire ce phénomène est celui de la mouche factice sur l'email de l'urinoir. Wikipédia nous

apprend que :

« À l'aéroport d'Amsterdam, des fausses mouches ont été apposées au fond des urinoirs afin d'inciter leurs utilisateurs à bien viser, ce qui aurait permis une réduction de 80 % des dépenses de nettoyage des toilettes ».



C'est effectivement absolument redoutable. Je dois avouer que le jour où j'ai vu une fausse mouche dans un urinoir, je me suis concentré pour la compisser soigneusement jusqu'à la dernière goutte !

Certes, ce ne sont pas 80% d'économie sur le nettoyage des toilettes comme annoncé, mais 80% d'éclaboussures en moins, ce qui n'est déjà pas si mal.

Cette technique de manipulation a été utilisée avec succès par Barak Obama dès 2008. Thaler a conseillé le président et Sunstein a pris la tête de l' Office of Information and Regulatory Affairs (bureau d'Information et de Régulation de la Maison Blanche).

Puis David Cameron a créé la Behavioral Insight Team, une "nudge unit".

Macron ne pouvait pas passer à côté d'une telle aubaine et Society nous apprend encore qu'« en automne 2017 , une cellule de chercheurs a été mise en place à la Direction Interministérielle de la Transformation Publique. Aujourd'hui, ces derniers conseillent les ministères et la

SIG (Service d'Information du Gouvernement) »

Éric Singer en mars dernier a mis ses talents au service de Macron dans le cadre de la crise sanitaire. Le premier défi a été de faire gober la pilule de « *Comment encourager la population à adopter deux comportements qui peuvent paraître contradictoires : rester à la maison pour certains, et aller travailler pour d'autres* ». Singer a proposé la solution des trois lignes de front (ceux qui soignent, ceux qui travaillent et ceux qui résistent chez eux).

Depuis, toutes les actions du gouvernement pour faire évoluer la position des Français (les vaccins, le passeport vaccinal) sont passées à la moulinette des sciences comportementales.

Bref, nous sommes manipulés en permanence.

Je ne blâme pas le principe. Gouverner, c'est aussi manipuler et si j'étais aux manettes j'en ferais probablement autant. C'est quand même mieux de peindre une mouche sur une pissotière que de verbaliser ceux qui éclaboussent.

Mais il faut être prudent et ne pas abuser des procédés foireux qui permettent à une petite élite de tirer les ficelles pour manigancer en douce des actions qui n'ont jamais fait l'objet d'un débat démocratique.

Le danger est d'aboutir à une situation où le peuple va se rendre compte qu'il se fait manipuler à son insu, qu'on le prend pour un con.

Confusément, la prise de conscience se fait. Si le peuple ne dispose pas de connaissances de troisième cycle en sciences du comportement, il a pour lui le bon sens. Ce bon sens lui hurle de plus en plus fort qu'il se fait baiser.

On comprend mieux pourquoi on arrive inéluctablement au divorce consommé entre le peuple et les élites.

L'épilogue de cette rupture peut avoir des conséquences funestes. Les sciences comportementales sont certes fascinantes, mais ce ne sont pas des sciences exactes. Nul ne peut prévoir sous quelle forme le peuple signifiera aux élites la colère qui monte en lui.

Pour ma part, quand j'ai appris pourquoi une mouche était apparue sur l'émail des urinoirs, de rage, je me suis mis à pisser à côté...

C'est l'une des armes utilisées par Emmanuel Macron dans sa "guerre" contre le Covid-19: le *nudge*, un concept qui vient des sciences comportementales américaines. Des sortes d'incitations douces, qui amènent les citoyens à adopter les comportements souhaités par les autorités sans qu'ils ne s'en rendent compte. La politique de demain? Ou de la manipulation?

PAR ANTOINE MESTRES

C'est ce que l'on appelle une belle montée en pression. Le vendredi 13 mars 2020, Éric Singler, le patron de la *nudge* unit de l'institut d'études en sciences comportementales BVA, est devant sa télé, et il est furieux. Face à lui, sur l'écran, défilent des images de Parisiens en train de profiter du soleil précoce sur les quais, dans les parcs, sur les marchés. La veille, pourtant, le président de la République, Emmanuel Macron, avait invité les Français à "limiter leurs déplacements au strict nécessaire" en raison de l'explosion de l'épidémie du Covid-19 dans le pays. Alors? Alors Eric Singler le sait mieux que personne, au fond: les êtres humains sont des êtres parfaitement irrationnels, qui adoptent parfois des comportements allant à l'encontre d'eux-mêmes, même quand leur santé est en jeu. Il décide de comptabiliser les biais cognitifs qui poussent les Français à sortir quand leur gouvernement leur a demandé l'inverse. Il y a ce qu'il appelle "le biais de surconfiance", à savoir: "Je ne serai pas touché(e) par l'épidémie"; celui du temps présent: "La journée ensoleillée l'emporte sur tout le reste"; les normes sociales: "Si tout le monde sort, pourquoi pas moi?" Quelques jours plus tard, le 18, lendemain du début du confinement, il prend son ordinateur et écrit un post sur LinkedIn: "Le gouvernement semble découvrir avec stupeur que les humains ne sont pas rationnels. (...) C'est pourquoi j'appelle solennellement (et humblement) les autorités à la constitution d'une task force d'experts en sciences comportementales pour travailler à côté des autorités de santé afin de concevoir des actions qui vont significativement renforcer l'adoption des gestes barrières. Les expertises sont présentes: il suffit de les mobiliser pour plus d'efficacité au profit de chacun."

Dans la foulée, il reçoit un coup de téléphone d'Ismaël Emelien, l'ancien conseiller spécial d'Emmanuel Macron. Les deux hommes se connaissent depuis 2014, du temps où ils étaient à Bercy. Ils avaient ensuite œuvré ensemble sur la campagne du candidat en 2017. En ce printemps 2020, même s'il ne travaille plus pour le président, Emelien dit à Singler: "J'ai relayé ton message, tu as rendez-vous demain avec une conseillère d'Olivier Véran et de Michaël Nathan, directeur du Service d'information du gouvernement." Un contrat est vite signé. Tous les deux ou trois jours, la BVA *Nudge* Unit recevra un sujet et devra formuler en retour des "recos" pour aider le gouvernement dans sa gestion de crise. "C'est comme ça qu'on fonctionne depuis un an",

décrit Singler aujourd'hui. Premier cas pratique: comment encourager la population à adopter deux comportements qui peuvent paraître contradictoires: rester à la maison pour certains, et aller travailler pour d'autres. Très vite, Éric Singler trouve l'idée d'insérer le principe de "lignes de front" dans le discours du président du 13 avril, afin de le rendre plus compréhensible. En première ligne, le personnel médical sauve des vies. En deuxième ligne, ceux qui font tourner le pays ont le droit d'aller travailler. En troisième ligne, les autres catégories professionnelles télétravaillent et font tout pour aider les deux premières. Éric Singler conseille également de citer les professions pour les valoriser et éviter le risque du droit de retrait, qui planait à l'époque. "C'est du cadrage en sciences comportementales. Si vous trouvez face à vous un discours incohérent, vous avez tendance à ne pas le suivre. Là, chacun pouvait comprendre son rôle", professe-t-il. Entre deux infographies pour faire respecter les gestes barrières, la BVA *Nudge* Unit travaillera également sur l'application TousAntiCovid et le SMS envoyé à la population pour inviter à la télécharger, truffé d'incitations, comme la phrase "Plus de 10 millions l'utilisent déjà", suivie du lien du téléchargement, ou "Ministère de la Santé", pour donner de la légitimité au message, ainsi que tout un tas d'informations pour suivre l'évolution de l'épidémie et ainsi montrer qu'elle est sous contrôle. Dans la lutte contre le Covid-19, le *nudge* se cache dans de nombreux autres endroits, en réalité. Début avril, lorsqu'il a dû constituer sa cellule déconfinement à toute vitesse, Jean Castex a, par exemple, lui aussi recruté une chercheuse en sciences comportementales. Cette dernière, Coralie Chevallier, a passé beaucoup de temps à "lire des données, des enquêtes d'opinions, pour essayer de comprendre l'état d'esprit des Français" et trouver la bonne façon de s'adresser à eux. En ligne de mire notamment, les plus de 65 ans, qui ne se sentaient pas vulnérables au début de l'épidémie. Et c'est ainsi que la campagne "9 personnes sur 10 qui décèdent de la Covid-19 ont plus de 65 ans" a vu le jour.

Voilà présenté le *nudge*, que l'on peut traduire en français par "coup de pouce" ou "incitation douce", un élément que l'on glisse dans une politique publique pour la rendre plus efficace en anticipant les réactions des gens et les biais qui les poussent à agir – ou ne pas agir – dans la direction souhaitée. L'exemple le plus célèbre de *nudge* est le suivant: des fausses mouches que les autorités néerlandaises ont