



## *Rapport de mission de la Public Factory*

# Wargaming et Influence

## Centre interarmées de concepts, de doctrines et d'expérimentations



**Groupe PF n° 11** : Camille Bellencontre, Chouchane Chekherdemian, Lisa Danneker, Jeanne Gausset, Théo Labes, Marin Lambert, Cléa Lapersonne, Angie Leung Ho Yin, Alice Nicastro, Amaury Thomas

**Année 2024/ 2025**

## *Remerciements*

Au terme de cette année de projet riche en apprentissages, en rencontres et en réflexions, nous, les dix élèves de Sciences Po Lyon engagés dans ce partenariat, souhaitons exprimer notre sincère gratitude à l'ensemble des personnes et institutions qui ont contribué à la réussite de ce travail.

Nos remerciements vont tout particulièrement à M. Patrick Ruestchmann et Mme Chloé Debiève, ainsi qu'à l'ensemble de l'équipe du CICDE, pour la confiance qu'ils nous ont accordée, leur écoute attentive et leur engagement constant. Nous remercions également les trois contrats Armée-Jeunesse, Lili, Bleuenn, et Gustave pour leur participation constructive.

Nous adressons nos remerciements les plus chaleureux à M. David Vallat, notre enseignant-encadrant, pour sa disponibilité, ses conseils avisés et son accompagnement sans faille tout au long de cette année. Ses conseils précieux ont permis le bon déroulement de ce projet de groupe et nous ont permis de développer une méthodologie scientifique rigoureuse au service de notre mission.

Nous remercions également l'équipe de la Public Factory pour nous avoir offert ce partenariat des plus enrichissants, ainsi que ce cadre de travail stimulant, collaboratif et bienveillant.

Nous tenons également à remercier M. Thibault Fouillet, pour son intervention impactante et ses conseils ainsi que les élèves de la classe de CS "Modéliser pour décider dans l'incertitude" de M. Vallat, pour leurs échanges enrichissants et leur regard critique sur nos travaux.

Un grand merci aux personnes qui nous ont accordé de leur temps lors des entretiens, et à toutes celles et ceux qui nous ont aidés, directement ou indirectement, dans la conduite de ce projet.

Enfin, nous gardons un souvenir fort de notre présence au Paris Defence and Strategy Forum ainsi que de la présentation finale à l'École militaire, moments marquants qui ont permis de restituer le fruit de notre travail dans un cadre prestigieux et porteur de sens.

À toutes et à tous, merci pour cette collaboration exigeante, stimulante et profondément formatrice.

# Sommaire

Remerciements .....	2
<b>Liste des sigles utilisés .....</b>	<b>6</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>7</b>
<b>PREMIERE PARTIE – Etat de l’art : approche scientifique de l’influence, de la lutte informationnelle et de leur « gamification » .....</b>	<b>11</b>
Chapitre 1 – Revue de la littérature scientifique sur l’influence et la lutte informationnelle .....	11
I. Définitions.....	11
II. L’application de l’influence .....	15
Chapitre 2 – La modélisation de l’influence : objectifs académiques et posture de recherche .....	23
I. Les ambitions scientifiques et opérationnelles de la modélisation par le wargaming .....	23
II. Des fonctions de recherche multiples et complémentaires .....	23
III. Un modèle analytique du conflit avec rigueur méthodologique et stratégique.....	24
IV. Le wargame comme design critique.....	25
V. Une posture réflexive critique face à la modélisation .....	25
<b>DEUXIEME PARTIE – La modélisation des enjeux d’influence et de lutte informationnelle par le wargame.....</b>	<b>29</b>
Chapitre 1 – Méthode de game design : un processus collectif de réflexion.....	29
Chapitre 2 – Les enjeux développés dans chaque jeu .....	32
I. Premier jeu : Cyberguerre Pacifique.....	32
II. Deuxième jeu : Empire Agro-influence.....	36
III. Troisième jeu : INFOWAR .....	45
IV. Quatrième jeu : Mana Rua.....	50
V. Cinquième jeu : Le 6 <sup>ème</sup> anneau.....	54
<b>TROISIEME PARTIE – Cinq modèles pour comprendre les dynamiques d’influence .....</b>	<b>57</b>

Chapitre unique – Modélisation, mécanismes de jeu et RETEX.....	57
I. Premier jeu : Cyberguerre Pacifique.....	57
II. Deuxième jeu : Empire Agro-Influence .....	60
III. Troisième jeu : INFOWAR .....	64
IV. Quatrième jeu : Mana Rua.....	69
V. Cinquième jeu : Le 6 <sup>ème</sup> anneau.....	71
<b>Conclusion</b> .....	<b>74</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>75</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>87</b>
<b>Annexes INFOWAR</b> .....	<b>87</b>
Version n°1 du jeu .....	88
Version n°2 du jeu .....	89
Version n°3 du jeu .....	90
Version n°4 du jeu .....	91
<b>Annexes Cyberguerre Pacifique</b> .....	<b>92</b>
Version n°1 du jeu .....	93
Version n°2 du jeu .....	93
<b>Annexes Empire Agro-Influence</b> .....	<b>94</b>
Version n°1 du jeu : .....	95
Version finale du jeu : .....	95
Règles du jeu : .....	99
<b>Annexes Mana Rua</b> .....	<b>106</b>
Tableau de correspondance des PI .....	108
Tableau de réaction de résultat.....	109
<b>Annexes Le 6<sup>ème</sup> anneau</b> .....	<b>110</b>
Tableau croisé attaques / défenses.....	111
Plateau de jeu et échelle graduée .....	112

Conditions de victoires individuelles.....	113
Frise chronologique.....	114
Exemples de cartes de jeu .....	115
Fiches de rôle .....	116
Tableau à triple entrées des conditions de victoire .....	117
<b>Résumé et mots-clés.....</b>	<b>122</b>

## Liste des sigles utilisés

ANSSI	Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information
CARVER	Criticality - Accessibility - Recoverability - Vulnerability - Effect - Recognizability
CICDE	Centre Interarmées de Concepts, de doctrines et d'expérimentation
DDoS	Distributed denial of service (déni de service distribué)
DGSE	Direction Générale de la Sécurité Extérieure
DIJOP	Délégation interministérielle aux Jeux Olympiques et Paralympiques
DISARM	Disinformation Analysis & Risk Management framework
DRSD	Direction du renseignement et de la sécurité de la défense
IESD	Institut d'Etudes de Stratégie et de Défense, rattaché à l'université Lyon III
ILI	Influence et Lutte Informationnelle
IRSEM	Institut de Recherche Stratégique de l'Ecole Militaire
JO	Jeux Olympiques
MEAE	Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères
MIOM	Ministère de l'Intérieur et des Outre-Mer
OTAN	Organisation du Traité Atlantique Nord
PDSF	Paris Defence and Strategy Forum
RI	Relations Internationales
RNS	Revue Nationale Stratégique
SMART	Spécifique - Mesurable - Atteignable - Réaliste - Temporellement défini
SWOT	Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
TPE	Très petites entreprises
PME	Petites et moyennes entreprises

# Introduction

Dans *Guerres d'influence. Les États à la conquête des esprits* (2022)<sup>1</sup>, Frédéric Charillon, spécialiste des relations internationales, examine la montée en puissance du concept d'influence à travers l'évolution géopolitique vers l'Indopacifique. Il y démontre comment les États, loin de se limiter à des stratégies de pouvoir direct, recourent désormais à des formes indirectes d'influence, articulées autour de la séduction, de l'attraction et surtout de la rémunération des cibles.

Le Centre Interarmées de Concepts, de Doctrines et d'Expérimentations (CICDE), situé sur le site de l'École militaire à Paris, est directement rattaché à l'état-major des armées. Ce centre de réflexion militaire a pour mission principale d'écrire et promouvoir la pensée stratégique militaire française. Dans cette perspective, le CICDE joue un rôle clé dans l'anticipation et la préparation des forces armées françaises face à l'évolution des conflits et des technologies, mais aussi dans la diffusion de la pensée militaire au sein des différentes branches de l'armée française et à travers le monde. Le CICDE est donc un véritable lieu d'innovation en matière de stratégie militaire qui cherche à s'adapter aux menaces nouvelles, dans un souci de coopération internationale, afin d'harmoniser les pratiques militaires et favoriser l'interopérabilité des forces armées dans les contextes multinationaux. Il est d'ailleurs pilote de la fonction wargaming interarmées et est ainsi chargé de promouvoir ce dernier et d'animer une communauté dédiée. Dans le cadre de ses missions, le CICDE dirige notamment le travail doctrinal interarmées dans le domaine ILI (Influence et lutte informationnelle). Il travaille également à sa modélisation à travers des wargames, à des fins de rayonnement et de sensibilisation.

Sur le plan institutionnel, le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) est chef de file en matière de stratégie d'influence, avec l'appui du ministère des Armées et du ministère de l'Intérieur. Cette coordination interministérielle s'inscrit dans une dynamique de structuration accrue de l'action publique dans ce domaine. La création de VIGINUM en 2021 témoigne de cette volonté de mieux comprendre et contrer les manipulations de l'information<sup>2</sup>. Côté militaire, la Revue Nationale Stratégique (RNS) de 2022 consacre l'influence comme la septième fonction stratégique des armées, aux côtés des fonctions traditionnelles comme la dissuasion ou la protection<sup>3</sup>. Enfin, la doctrine L2I (Lutte Informatique d'Influence) vient formaliser les outils et méthodes permettant aux forces armées de se positionner activement dans les espaces informationnels numériques<sup>4</sup>.

L'influence consiste, pour un acteur A à faire faire par un acteur B ce qu'il n'aurait pas fait autrement, et ce, sans recourir à la contrainte<sup>5</sup>. Ce terme est à distinguer de celui d'ingérence, qui est défini par la Direction du renseignement et de la sécurité de la défense (DRSD) comme un acte hostile visant à porter atteinte, autrement que par la confrontation militaire, aux intérêts fondamentaux de la Nation ainsi qu'à la défense nationale et aux secrets de la défense. L'Académie française, quant à elle, définit l'ingérence étrangère comme une intervention d'un État dans les affaires qui relèvent de la souveraineté d'un autre État. Pour Bernard Emié, ancien directeur de la Direction Générale de la

---

<sup>1</sup> Charillon, F. (2022). *Guerres d'influence. Les états à la conquête des esprits*. Odile Jacob. <https://shs.cairn.info/guerres-d-influence--9782738155108>

<sup>2</sup> Voir par exemple à ce sujet : MEAE, *Feuille de route de l'influence*, 2021 ; et Commission d'enquête du Sénat, *rapport sur les luttes contre les influences malveillantes*, 2024.

<sup>3</sup> Secrétariat Général de la défense et de la sécurité nationale (SDGDSN), *Revue Nationale Stratégique*, 2022.

<sup>4</sup> Ministère des Armées, *Éléments publics de doctrine militaire de lutte informatique d'influence*, 2021.

<sup>5</sup> Charillon, F. (2022). *Guerres d'influence. Les états à la conquête des esprits*. Odile Jacob. <https://shs.cairn.info/guerres-d-influence--9782738155108>

Sécurité Extérieure (DGSE): « Les ingérences sont des activités hostiles, volontairement tenues secrètes, malveillantes et trompeuses, entreprises par une puissance étrangère<sup>6</sup> ».

Dans cette perspective, le wargame relatif à l'influence et la lutte informationnelle apparaît comme un outil pertinent pour modéliser ces formes d'influence, permettant de simuler et de comprendre les enjeux stratégiques contemporains de manière interactive et dynamique. Aussi appelé jeu de guerre, celui-ci est défini par le Centre interarmées de concepts, de doctrines, et d'expérimentations (CICDE) dans son *Manuel du Jeu de guerre*<sup>7</sup> (Août 2023) comme des « représentations de situations de compétition, contestation et/ou affrontement dans un environnement dans lequel les participants prennent des décisions et réagissent aux conséquences de ces décisions » ; il est à différencier du “serious game” qui, lui, ne crée pas de “dialectique des volontés” entre les joueurs<sup>8</sup>, où chacun essaierait de s'imposer à l'autre.

L'histoire du wargame remonte au XIXe siècle en Prusse, avec le “Kriegsspiel” qui simulait les mouvements des troupes sur un champ de bataille à l'aide de cartes et de règles strictes. La technique s'est ensuite développée au cours du XXe siècle et des deux Guerres mondiales au Royaume-Uni et aux États-Unis pour simuler les batailles marines. Durant la guerre froide, les superpuissances ont adopté les wargames pour explorer les scénarios de guerre nucléaire et les stratégies de dissuasion. Toutefois, la France est restée longtemps réticente au wargaming, qu'elle considérait comme un simple jeu et non comme un véritable outil de formation stratégique. Le wargaming est aujourd'hui un outil essentiel pour la préparation militaire, permettant de simuler des scénarios complexes à moindre coût et dans un environnement contrôlé pour anticiper au mieux les situations de crise et pour former les militaires, notamment les officiers. Ces derniers ne sont cependant pas le seul public cible du wargaming. L'objectif de la nouvelle “Communauté Wargaming Influence”, pilotée par le CICDE, est de développer cette fonction. C'est dans ce processus que s'inscrit notre projet au sein de la Public Factory.

Le CICDE a alors sollicité la Public Factory de Sciences Po Lyon pour produire des modèles de wargames permettant la représentation de l'influence et de la lutte informationnelle à des fins de sensibilisation. Dans un premier temps, nous avons reçu un cahier des charges en juillet 2024 expliquant notre mission. Un groupe de dix étudiants a alors été sélectionné pour réaliser ce projet. Curieux et motivés, nous partageons un intérêt pour le wargaming, que nous découvrons progressivement à travers cette mission. Le cahier des charges est divisé en plusieurs parties concernant le porteur du projet (le CICDE), la motivation d'accompagnement, le résumé du projet, nos objectifs, la méthodologie, le calendrier ainsi que les données opérationnelles. D'abord, le CICDE a expliqué sa motivation d'accompagnement. La Public Factory est sollicitée pour participer au laboratoire Wargaming & Influence dont l'objet est *in fine* de produire des modèles de représentation de l'influence pour le wargaming. La recherche de modèles d'influence hors domaine militaire est d'ailleurs encouragée et plus particulièrement en matière d'ingénierie sociale, de campagne d'élection ou de marketing. La mission comporte deux phases : la première comprend la rédaction d'une revue de littérature et d'une ludographie qui doit pointer et hiérarchiser les enjeux de notre sujet, en particulier concernant la modélisation de l'influence et la lutte informationnelle dans le wargame. Grâce à l'identification de ces enjeux, nous pourrions ensuite les matérialiser sous forme de jeux. La revue de littérature comporte une synthèse du sujet, un état de l'art, et une délimitation du sujet. La seconde phase, plus opérationnelle, avait pour objectif la production d'au moins trois modèles de représentation de l'influence pour le wargaming, destinés à sensibiliser et à faciliter la compréhension des aspects de la doctrine ILI. Cependant, nous n'avons pas accès à la doctrine ILI car c'est une

---

<sup>6</sup> *Compte rendu de réunion n° 12—Commission d'enquête relative aux ingérences politiques, économiques et financières de puissances étrangères – États, organisations, entreprises, groupes d'intérêts, personnes privées – visant à influencer ou corrompre des relais d'opinion, des dirigeants ou des partis politiques français.* (s. d.). [https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/comptes-rendus/ceingeren/116ceingeren2223012\\_compte-rendu](https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/comptes-rendus/ceingeren/116ceingeren2223012_compte-rendu)

<sup>7</sup> CICDE. (2023). *Manuel du jeu de guerre* (1re éd.). CICDE.

<sup>8</sup> *Ibid.*

doctrine militaire au standard OTAN, partagée par tous les alliés de l'OTAN. Ces jeux doivent être au format "post card game"<sup>9</sup> avec une page de règle, un support de jeu manuel, un jeu de plateau ou une application numérique simple d'accès. Ces jeux seront testés préalablement et feront l'objet d'une fiche de conception qui pourrait être nécessaire à l'animation et à l'analyse post-jeu. Enfin, la méthodologie et le calendrier sont explicités. Quatre jalons ont été envisagés au début du projet, dont deux au minimum en présentiel à Lyon :

- **Septembre 2024** : un jalon rencontre en début de projet avec présentations du wargaming et de l'influence par les équipes du CICDE, présentation générale des attendus et du calendrier lié,
- **Novembre 2024** : un jalon de rendu des recherches et synthèses réalisées qui permet d'entamer le travail de réalisation,
- **Décembre 2024 et janvier 2025** : deux jalons d'étape sur les modèles en cours de production,
- **Février 2025** : deux jalons de démonstrations et de test des jeux produits,
- **Mars 2025** : un jalon de fin de projet/rendus des livrables dans leur forme définitive.

Enfin, il est précisé que le CICDE se déplacera à Lyon pour aller à la rencontre de notre groupe et qu'à l'occasion de la fin du projet, nous serons invités à l'Ecole Militaire pour présenter nos travaux, dans un format qui restait à définir.

Dans le cahier des charges initial, la forme et le contenu des jeux restaient assez vagues. La venue à Lyon, le 2 octobre 2024, de nos deux interlocuteurs principaux au sein du CICDE, Patrick Ruestchmann, sous-directeur Wargaming au Centre interarmées de concepts, doctrines et expérimentations, et Chloé Debiève, chargée du domaine Influence et Lutte Informationnelle au CICDE, a permis de préciser les attendus concernant le format et l'esprit des jeux à produire. Nos jeux doivent être courts, avec un temps de jeu de moins d'une heure (hors retour d'expérience), et une explication des règles ne devant pas excéder quinze minutes. Un pitch rapide était également demandé. Le format devait permettre à 2 à 4 joueurs de participer. Enfin, le sujet traité ne devait pas être militaire : il devait valoriser des thématiques originales, en s'écartant du champ habituel des travaux du CICDE, notamment en ce qui concerne la doctrine ILI. Chacun des modèles doit présenter un mécanisme de jeu, un niveau de difficulté et un type d'enjeu différent. Nous excluons donc les mécanismes d'influence liés aux forces militaires françaises et à l'espionnage sur le territoire national, qui ne correspondent pas aux objectifs du CICDE. Conformément à leur demande, nous nous sommes concentrés sur des sujets plus originaux et habituellement non traités par le wargame, tels que l'influence lors d'une épidémie ou la désinformation liée aux catastrophes climatiques.

À ce stade du projet, la question centrale qui se posait était de savoir comment modéliser l'influence et la lutte informationnelle (ILI). L'ILI représente des enjeux stratégiques majeurs dans les conflits modernes. Ces dynamiques ne se limitent pas à des actions militaires mais incluent des aspects politiques, économiques et sociaux. Modéliser l'ILI permet de comprendre ces mécanismes et d'envisager des stratégies pour les influencer ou les contrer. Le wargame, en tant qu'outil de simulation et de réflexion stratégique, apparaît comme un moyen pertinent de rendre ces enjeux tangibles et interactifs. De plus, le wargame permet de recréer des situations complexes en intégrant les facteurs humains, l'incertitude et les interactions sociales. Il offre une plateforme pour tester des stratégies d'influence et observer leurs impacts dans un cadre sécurisé et contrôlé. La modélisation à travers le wargame est d'autant plus cruciale pour comprendre l'influence dans des contextes non militaires, tels que la gestion de crises sanitaires ou la désinformation autour de catastrophes

---

<sup>9</sup> CICDE. (2024, juillet). *Cahier des charges rédigé par le CICDE*. CICDE.

climatiques. Cette approche interactive permet une meilleure appropriation des enjeux et aide à former des acteurs capables de naviguer dans l'environnement complexe de l'ILI.

Dans ce rapport de mission, nous analyserons notre démarche de modélisation de l'influence et de la lutte informationnelle (ILI) à travers la conception de wargames. Dans un premier temps, nous reviendrons sur les fondements théoriques et méthodologiques qui ont guidé notre approche, en présentant une revue de la littérature sur l'influence et le wargaming, ainsi que notre posture de recherche critique (I). Ensuite, nous poursuivrons par une revue de littérature visant à éclairer nos recherches menées pour chacun de nos jeux (II). Enfin, nous présenterons les jeux développés, en détaillant leurs mécanismes, leur évolution au cours de la conception, puis en proposant un retour d'expérience (RETEX) sur leur mise en œuvre, tout en identifiant les principales limites et difficultés rencontrées (III).

# **PREMIERE PARTIE – Etat de l’art : approche scientifique de l’influence, de la lutte informationnelle et de leur « gamification ».**

## ***Chapitre 1 – Revue de la littérature scientifique sur l’influence et la lutte informationnelle***

Avant d’engager notre propre réflexion et de travailler concrètement sur le projet, il était nécessaire de réaliser un état de l’art, sous la forme d’une revue de littérature scientifique. Cette étape préliminaire avait pour objectif d’identifier les travaux et contributions académiques déjà existantes sur notre sujet, afin de cerner au mieux les enjeux, les approches méthodologiques existantes, ainsi que les lacunes potentielles dans la recherche actuelle. Cela nous a également permis de nous approprier le sujet et de mettre en lumière les potentielles divergences entre l’approche de notre partenaire et l’approche académique sur notre sujet, notamment concernant les définitions

### **I. Définitions**

Dans les sciences politiques, l’étude du pouvoir et de l’influence a longtemps croisé les approches de la sociologie et des Relations Internationales (RI), les théoriciens classiques (Weber, Aron) ont ainsi souligné le caractère relationnel du pouvoir. Max Weber définissait le pouvoir (« Macht ») comme la probabilité qu’un acteur puisse imposer sa volonté malgré la résistance des autres. De même, Raymond Aron insistait sur le fait que la puissance politique n’est pas un absolu mais une relation humaine<sup>10</sup>. Autrement dit, le pouvoir est fondamentalement une relation entre acteurs, où l’un peut amener l’autre à agir à son avantage. Cette perspective relationnelle a été aujourd’hui renforcée par les courants constructivistes en RI qui insistent sur la dimension sociale et symbolique du pouvoir, plutôt que sur sa seule base matérielle. Le très fort succès du constructivisme en théorie des RI en a fait aujourd’hui le paradigme dominant, mobilisé par les diverses écoles de pensée pourtant parfois en concurrence entre elles sur d’autres sujets<sup>11</sup>.

Si une Puissance, au sens commun tel que parfois évoquée dans les médias, est « un État qui dans le monde se distingue non seulement par son poids territorial, démographique et économique mais aussi

---

<sup>10</sup> Voir à ce sujet : Battistella, D. (2019) *Théorie des relations internationales*. 3e éd. Paris : Presses de Sciences Po, p. 314-341.

<sup>11</sup> *Ibid.*

par les moyens dont il dispose pour s'assurer d'une influence » comme le défend Gérard Dorel<sup>12</sup>, alors l'influence devient une composante de la puissance, et se caractérise donc également, comme la puissance, par sa dimension relationnelle entre les acteurs.

Le politologue américain Robert Dahl a longtemps considéré que la puissance et l'influence étaient synonymes, témoignant de la proximité entre les deux notions. Tenant de l'approche relationnelle du pouvoir, il finit par distinguer ces deux concepts, en définissant l'influence comme « une relation entre des acteurs humains où la volonté, les désirs, les préférences ou les intentions d'un ou plusieurs acteurs affectent les actions ou les prédispositions à agir d'un ou plusieurs acteurs, conformément – et non contrairement – à la volonté, aux préférences, ou aux intentions des influenceurs »<sup>13</sup>. Par la suite, le politologue canadien Vincent Lemieux ajouta à cette définition une dimension communicationnelle, puisque selon lui « il y a influence de A sur B quand, à la suite de l'information transmise de A à B, un résultat est atteint, conforme aux préférences de A »<sup>14</sup>. Dans sa théorie, l'influence est un des moyens d'expression du pouvoir, plus large, mais pas le seul, et présente la spécificité de ne pas passer par la coercition, entendue comme usage de la force. La politologue Johanna Siméant adopte le même point de vue lorsqu'elle définit l'influence comme « certains processus de fabrication de l'obéissance et du consentement qui ne reposent pas, en dernière instance, sur la coercition »<sup>15</sup>.

Cette spécificité de l'influence par rapport aux autres modes d'action du pouvoir recoupe une distinction clef dans la littérature classique : celle entre « soft power » et « hard power », telle que théorisée par Joseph Nye<sup>16</sup>. Il définit ainsi le soft power comme une « capacité à obtenir ce que l'on veut par l'attraction plutôt que par la contrainte et la rétribution », au contraire du « hard power ». Plus récemment, Walker et Ludwig ont introduit la notion de « **sharp power** » pour qualifier les opérations d'influence autoritaires qui ne relèvent ni du simple soft power ni du hard power conventionnel<sup>17</sup>. Ces auteurs décrivent le sharp power comme des tactiques de subversion et de manipulation de l'information qui visent à pénétrer, perforer, les environnements politiques et médiatiques des sociétés cibles. Ce concept, décrivant en première ligne les modes d'action d'États autoritaires tels que la Chine et la Russie, reste toutefois débattu : certains, comme Joseph Nye lui-même, y voient tout simplement une forme de hard power politique déguisée, tandis que d'autres jugent utile de distinguer la dimension clandestine et asymétrique de ces manœuvres<sup>18</sup>. Néanmoins, ce concept souligne la spécificité des enjeux liés à la production, diffusion et réception d'informations, qui constituent une sous-thématique de l'influence au sens large.

Dans ce domaine spécifique, une distinction communément acceptée par les spécialistes, et portée par l'UNESCO<sup>19</sup>, doit être ici présentée. La désinformation se définit en effet comme une information fautive et délibérément créée pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays, tandis qu'une mésinformation est une information fautive mais non créée dans l'intention de

---

<sup>12</sup> Dorel, G. (1998) La puissance des États, *La Documentation française*, n°8006.

<sup>13</sup> Lukes, S. (2015) Robert Dahl on power, *Journal of Political Power*, n°2.

<sup>14</sup> Lemieux, V. (1979) *Les cheminements de l'influence*. Paris : Presses universitaires de France.

<sup>15</sup> Charillon, F. (2022) *Guerre d'influence : les États à la conquête des esprits*. Paris : Odile Jacob, p.23-24.

<sup>16</sup> Nye, J. (2011) *The Future of Power*. 1ère édition. New York : PublicAffairs.. Voir également son ouvrage référence : Nye, J. S. (2004) *Soft power : the means to success in world politics*. New York : PublicAffairs.

<sup>17</sup> Walker, P., Ludwig, J. (2017) *The meaning of sharp power*, *Foreign Affairs*, [en ligne] 1(1), <https://www.foreignaffairs.com/articles/>

<sup>18</sup> Charon, P., Jeangène-Vilmer, J.-B. (2021) *Les opérations d'influence chinoises*. Paris : Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM), p. 20-21.

<sup>19</sup> UNESCO (2019) *Journalisme, fake news et désinformation : manuel pour l'enseignement et la formation en matière de journalisme*. Paris : UNESCO.

nuire. La malinformation, quant à elle, est une information basée sur la réalité, utilisée pour infliger un préjudice à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays. L'intention dans la production de fausses informations renvoie alors à une vision du monde où l'information est une arme ; émerge ainsi des concepts tels que la « lutte informationnelle » ou « guerre informationnelle » (« information warfare »), que Martin Libicki définit en 1995 comme « un conflit qui inclut la protection, la manipulation, la dégradation et la rétention de l'information »<sup>20</sup>.

Si les pratiques en matière d'influence et d'utilisation de l'information face à ses adversaires sont anciennes, la nouveauté réside particulièrement dans leur massification contemporaine, rendue possible par le développement exponentiel des technologies de l'information et de la communication<sup>21</sup>. L'explosion des réseaux sociaux a profondément transformé les espaces publics mondiaux. La délibération collective y est désormais façonnée par de nouveaux acteurs, de nouvelles dynamiques, et caractérisée par une instantanéité de communication inédite. Cette accélération des échanges d'informations renforce la vulnérabilité des sociétés aux actions d'influence, en rendant la circulation des discours plus rapide et moins contrôlée par les médiations traditionnelles, qui doivent à la fois s'adapter aux nouveaux modes de communication et à la saturation des discours que ces derniers engendrent<sup>22</sup>. La montée en puissance des cyberattaques joue également un rôle important pour porter et relayer des « opérations d'actions informationnelles »<sup>23</sup>.

C'est pourquoi, aujourd'hui, les stratégies d'influence et de lutte informationnelle ciblent prioritairement les opinions publiques, considérées comme des leviers majeurs de transformation sociale et politique<sup>24</sup>. Il s'agit non seulement d'orienter les décisions à l'échelle des États et des institutions politiques, mais également de façonner les imaginaires, les valeurs, les représentations et normes collectives à l'échelle de sociétés entières, dans une vision véritablement systémique. Cette orientation ne signifie pas pour autant que les individus spécifiques – décideurs politiques, chefs d'entreprise, leaders d'opinion – soient ignorés : leur ciblage reste stratégique, notamment lorsqu'ils disposent de ressources critiques ou d'un pouvoir d'agir sur les dynamiques globales. Il est alors crucial de comprendre que l'influence, telle qu'elle a été définie ici, s'inscrit dans une temporalité très longue, de plusieurs décennies voire de plusieurs générations. Il ne s'agit pas simplement de gagner des batailles médiatiques ponctuelles, mais bien de façonner sur un temps très long les fameux *narratifs*, représentations, les croyances, les comportements, pour toucher *in fine* en profondeur la société cible dans son ensemble. L'objectif ultime est d'influencer durablement les structures profondes de perception et d'action collective, de manière souvent imperceptible dans l'immédiat, mais très importante à l'échelle historique. C'est là toute la complexité et, simultanément, toute la puissance des opérations d'influence contemporaines : elles engagent des dynamiques invisibles, diffuses, mais aux effets cumulatifs redoutablement efficaces<sup>25</sup>.

---

<sup>20</sup> Libicki, M. (1995) *What is information warfare?* Washington D.C. : National Defense University Press. Cité par (2024) *Un média d'influence d'État : enquête sur la chaîne russe RT*. Paris : INA éditions.

<sup>21</sup> Debiève, C. (2025) Compte-rendu de la première session des visioconférences «Influence et guerre de l'information». In : C. Debiève, *Cycle de visioconférences sur l'influence et la guerre de l'information*. En ligne, 2025, p.1.

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> Pappalardo, D. (2021) *La guerre cognitive : agir sur le cerveau de l'adversaire* [en ligne]. Disponible sur : <https://lerubicon.org/la-guerre-cognitive/> [consulté le 7 avril 2025].

<sup>24</sup> Audinet, M. *op. cit.*

<sup>25</sup> M. Libicki, *op. cit.*

Toutefois, le concept même d'« opinion publique » mérite d'être interrogé. Pierre Bourdieu, dès 1973, dans son célèbre article « L'opinion publique n'existe pas »<sup>26</sup>, critiquait l'illusion d'une agrégation homogène et rationnelle des opinions individuelles, soulignant que ce que l'on désigne comme « opinion publique » est souvent le produit d'opérations de construction, de sélection et de mise en forme, largement dépendantes des questions posées, des modes de diffusion de l'information et des intérêts de l'observateur qui cherche à étudier cette opinion. Cela se retrouve particulièrement dans notre sujet, puisque l'une des limites majeures dans l'étude de l'influence réside dans l'impossibilité de mesurer directement et avec certitude son efficacité sur les influencés<sup>27</sup>. Le lien de causalité entre un acte d'influence et un changement d'attitude ou de comportement reste fondamentalement opaque. Sur les réseaux sociaux, par exemple, s'il est possible de comptabiliser les *likes*, les partages ou les commentaires suscités par une publication, ces indicateurs ne garantissent en rien que l'opinion de ceux qui interagissent a effectivement été transformée en profondeur. Tout au plus est-il possible d'identifier des faisceaux d'indices, des corrélations suggestives, mais jamais établir une preuve certaine d'un effet direct. Cette incertitude méthodologique impose une prudence d'interprétation et appelle au développement de modèles d'analyse plus complets, intégrant par exemple, dans une véritable logique interdisciplinaire, les dimensions cognitives et émotionnelles de la réception de l'information<sup>28</sup>. Dans le prolongement de cette réflexion, d'autres notions sont alors forgées ou rapprochées, notamment celle de « guerre cognitive » : avec ce concept, l'objectif n'est dès lors plus seulement de mobiliser des informations vraies ou fausses, mais de transformer directement les processus de prise de décision de la cible<sup>29</sup>. Cela peut passer par l'exploitation de biais cognitifs, la saturation d'informations, etc.

Pour finir, se pose la question de différencier l'influence de l'ingérence, non plus avec les définitions du ministère des Armées comme cela a été fait en introduction, mais par une approche scientifique. Avec le rapport de l'Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM) de 2021 sur *Les opérations d'influence chinoises*<sup>30</sup>, la frontière théorique entre les deux notions semble devenir assez claire : l'influence est, aux yeux de celui qui la reçoit, une activité considérée comme légitime, tandis que l'ingérence ne l'est pas. Plus encore, dans ses analyses des relations internationales, le docteur Paul Charon propose de différencier les deux selon un *critère de réciprocité*. Ainsi, un État A admet une action de l'État B dont il serait la cible comme de l'influence, tant que B admet en retour que A mène cette même action sur son propre territoire ; sinon, elle relèverait de l'ingérence<sup>31</sup>. En pratique cependant, le couple influence-ingérence relève plutôt d'un continuum flou, de l'acceptable à l'inacceptable<sup>32</sup>. De même, le *critère de réciprocité* de Paul Charon présente une certaine limite pour analyser l'ingérence dans les situations d'asymétrie de régime politique : une démocratie libérale ne peut, par définition, se comporter de la même manière qu'un régime autoritaire : elle assume une pluralité d'opinions et de débats, y compris venant de l'étranger, ce qui n'est pas le cas dans un régime autoritaire<sup>33</sup>. Des actions identiques peuvent être ainsi qualifiées ou non d'ingérence différemment

---

<sup>26</sup>Bourdieu, P. (1973) L'opinion publique n'existe pas, *Les Temps modernes*, n°318, 1973.

<sup>27</sup> Voir par exemple à ce sujet : Centre d'études européennes et de politique comparée – Centre d'études des relations internationales (CEE-CERI) (2014) Mesurer l'influence, un casse-tête pour le chercheur. In : CEE-CERI, *Les sciences sociales en question : grandes controverses épistémologiques et méthodologiques*. Paris, 2014.

<sup>28</sup> Pappalardo, D. *op.cité*.

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> Charon. P. et Jeangène-Vilmer. J-B. *op. cit.*

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> *Ibid.*

selon le pays, et selon le contexte propre à chaque pays. Dès lors, il revient à chaque État de qualifier, sur un mode *légal-rationnel*<sup>34</sup>, les actions qu'il n'accepte pas en les qualifiant d'ingérence<sup>35</sup>

## II. L'application de l'influence

Maintenant que nous avons étudié ce que l'on définit par le concept d'influence, nous allons voir comment s'applique concrètement ce concept.

### A. Généralités

L'influence, en relations internationales, n'est pas un bloc homogène. En effet, il est important de noter qu'elle est de nature multidimensionnelle, agissant sur plusieurs plans : politique, économique, culturel, social, technologique, juridique, religieux et militaire<sup>36</sup>. Toutefois, chaque plan obéit à ses propres règles, présente des faiblesses spécifiques et mobilise des acteurs particuliers. Pour l'étudier correctement, il faut donc adopter une perspective systémique capable de montrer comment ces domaines se croisent. Les théoriciens parlent souvent d'un « spectre » pour illustrer cette idée. En effet, comme des ondes électromagnétiques qui changent de comportement selon leur fréquence, une stratégie d'influence se transforme selon le contexte national ou sectoriel dans lequel elle est employée<sup>37</sup>. Dans la pratique, les décideurs combinent diplomatie, échanges culturels, pressions économiques et interventions d'acteurs non étatiques pour façonner les perceptions, contrôler les récits et atteindre leurs objectifs sans utiliser la force armée. De ce fait, l'efficacité de cette démarche repose sur une adaptation constante aux réalités propres à chaque « fréquence » d'influence<sup>38</sup>.

Ensuite, le choix des instruments pour mettre en œuvre cette influence, répond à un calcul géopolitique précis. Gérard Chaliand rappelle qu'une stratégie ne réussit que si les moyens servent clairement les objectifs fixés, dans une logique d'adaptation et de plasticité stratégique<sup>39</sup>. David A. Baldwin parle de « rationalité instrumentale »<sup>40</sup> : chaque levier est mesuré à l'aune de son coût et de son bénéfice. Dans un monde d'interdépendance complexe, Robert Keohane montre que les gains

---

<sup>34</sup> Weber, M. (1919) *Le savant et le politique*.

<sup>35</sup> Charon, P., Jeangène-Vilmer, J-B. *op. cit.*

<sup>36</sup> Shehu, D. M. (2024, September 30). *The multi-dimensional nature of international relations*. *International Journal of Innovation Research and Advanced Studies*. <https://harvardpublications.com/hijiras/article/view/158>

<sup>37</sup> Marks, M. P. (2011). *Metaphors in international relations theory*. [https://www.academia.edu/9690951/Metaphors\\_in\\_International\\_Relations\\_Theory](https://www.academia.edu/9690951/Metaphors_in_International_Relations_Theory)

<sup>38</sup> GREGG, H. S. (2016). *THE HUMAN DOMAIN AND INFLUENCE OPERATIONS IN THE 21ST CENTURY*. CALHOUN INSTITUTIONAL ARCHIVE OF THE NAVAL POSTGRADUATE SCHOOL. [HTTPS://CALHOUN.NPS.EDU/SERVER/API/CORE/BITSTREAMS/988B487E-1C26-4789-BA69-322D8A4D5008/CONTENT](https://calhoun.nps.edu/server/api/core/bitstreams/988b487e-1c26-4789-ba69-322d8a4d5008/content)

<sup>39</sup> Stratégie d'influence. Réflexions fondatrices de G. Chaliand. (n.d.). *Diploweb*. <https://www.diploweb.com/Strategie-d-influence.html>

<sup>40</sup> Blanchard, J.-M. F., & Ripsman, N. M. (2008). A political theory of economic statecraft. *Foreign Policy Analysis*, 4(4), 371–398. Oxford University Press. <https://www.jstor.org/stable/24909862>

relèvent aussi de la vulnérabilité de l'autre, tandis que Joseph S. Nye insiste sur la capacité du soft power à façonner des préférences par l'attraction plus que par la contrainte<sup>41</sup>.

Plusieurs grandes écoles de pensée éclairent ces arbitrages. D'abord, le réalisme structurel, hérité de Kenneth Waltz (1979), voit dans l'influence un moyen d'accroître la puissance relative et d'assurer la sécurité de l'acteur<sup>42</sup>. Puis, le libéralisme institutionnel, développé par Keohane et Nye (1977), met en avant l'usage des organisations internationales et des flux économiques pour influencer sans coercition directe<sup>43</sup>. Pour finir, le constructivisme, tel que défendu par Alexander Wendt (1992), rappelle que les normes et les idées forment les identités des acteurs faisant de la diffusion de certaines valeurs une arme d'influence à part entière<sup>44</sup>.

Si l'on veut transformer cette analyse académique de l'influence en action concrète, la première étape consiste à détecter les points faibles de l'adversaire. Par exemple, le schéma militaire CARVER<sup>45</sup> aide à cette tâche, car il impose six questions précises. D'abord, la « criticité » questionne sur l'essentialité de la cible dans le fonctionnement global de l'adversaire. Puis, l'« accessibilité » détermine jusqu'où il est possible d'atteindre cette cible sans obstacles majeurs. Ensuite, la « récupérabilité » estime la vitesse à laquelle l'adversaire pourra remplacer ce qu'il a perdu. La « vulnérabilité », quant à elle, mesure la facilité technique avec laquelle on peut infliger un dommage. Aussi, l'« effet attendu » calcule l'impact politique, économique ou psychologique de l'action. Enfin, la « reconnaissance » oblige à confirmer que l'on possède assez d'information fiable pour réduire les risques.

Lorsque l'on applique cette méthode, on voit apparaître naturellement trois grandes familles de faiblesses. La première est évidemment politique, elle surgit lorsque les institutions d'un État sont caractérisées instables ou quand le pouvoir perd sa légitimité aux yeux de la population (légitimité interne) et auprès des autres États (légitimité externe). Comme exemple historique, la désintégration rapide de l'Union soviétique dans les années 90, déclenchée par la perte de confiance interne et par la pression extérieure, montre bien la gravité de ce type de faille. Ensuite, la deuxième famille est économique : elle apparaît quand un pays dépend trop d'une ressource, d'un marché ou d'une technologie particulière. Le choc pétrolier de 1973 a illustré à quel point la limitation soudaine d'une seule ressource peut désorganiser l'appareil productif le plus avancé, provoquant une crise à l'échelle mondiale. Enfin, la troisième famille est cognitive : elle touche aux façons dont une société perçoit, filtre et diffuse l'information. Les campagnes de désinformation menées autour du référendum sur le Brexit démontrent qu'il suffit d'alimenter les biais d'une opinion publique pour influencer un choix collectif décisif qui peut, par la suite, être regretté.

Après avoir identifié ces failles, une stratégie d'influence solide repose sur trois exigences complémentaires. D'abord, il faut réaliser une cartographie des failles repérées en identifiant la totalité des domaines concernés : politique, économie, culture, technologie et communication, car un levier mal compris peut créer des effets contraires. Pour cela, des outils d'analyse stratégique sont disponibles, comme la matrice SWOT qui permet d'évaluer : forces, faiblesses internes, opportunités

---

<sup>41</sup> Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2012). *Power and interdependence* (Longman Classics in Political Science). Pearson.

<sup>42</sup> Battistella, D. (2009). Chapitre 1. Théorie et relations internationales. In *Théories des relations internationales* (Vol. 3, pp. 11–45). Presses de Sciences Po. <https://shs.cairn.info/theories-des-relations-internationales--9782724611243-page-11>

<sup>43</sup> Telò, M. (n.d.). Un novateur “institutionnaliste” dans l'étude des relations internationales. *Université libre de Bruxelles*.

<sup>44</sup> Alexander Wendt – Une théorie sociale de la politique internationale. (n.d.). *Techno-Science.net*. <https://www.techno-science.net/glossaire-definition/Alexander-Wendt-page-2.html>

<sup>45</sup> Practices, P. A. F. to D. B., Resources, R. F. S. R. Scenarios, & Training, T. N. with O. E. S. Professionals. (n.d.). *What is CARVER and when should you use it?* Circadian Risk. <https://www.circadianrisk.com/resources/blog/what-is-carver-and-when-should-you-use-it>

et menaces externes<sup>46</sup>. Ensuite, il est indispensable de faire correspondre les moyens et les objectifs, une opération coûteuse ou voyante qui n'avance pas est un gaspillage stratégique<sup>47</sup>. Ici encore, des modèles tels que le SMART<sup>48</sup>, permet de transformer des intentions générales en plans d'action concrets et évaluables, les objectifs se devant d'être : spécifiques – mesurables – atteignables – réalistes – et temporellement définis. Enfin, les faiblesses découvertes doivent être exploitées de manière méthodique : on commence par celles qui sont les plus critiques selon CARVER, on coordonne les outils diplomatiques, financiers ou médiatiques, et l'on ajuste sans cesse l'angle d'attaque à partir des résultats observés. Cette implémentation doit être différenciée et contextualisée, prenant en compte les spécificités culturelles, sociales et psychologiques de l'environnement ciblé, les travaux de Geert Hofstede (1980) sur les dimensions culturelles offrant des cadres pour appréhender ces variations<sup>49</sup>.

On remarque que cette démarche analytique et systémique est aujourd'hui centrale dans plusieurs domaines, notamment celui des menaces hybrides qui combinent divers modes d'actions hostiles et qui font l'objet de travaux importants au sein d'organisations internationales comme l'OTAN. Elle est également au cœur des cadres conceptuels dédiés aux opérations informationnelles visant à influencer les perceptions et les comportements, des modèles comme DISARM<sup>50</sup>, visant à lutter contre les tactiques de désinformation, s'inscrivent directement dans cette logique d'analyse structurée des vulnérabilités et des moyens d'action<sup>51</sup>.

Une telle approche donne à l'influence un caractère souple et gradué. Elle permet de modifier l'intensité d'une opération ou d'en changer le canal dès que le contexte évolue. Ainsi, il est possible d'avoir un véritable impact sur les relations internationales tout en réservant l'usage direct de la force militaire à la seule situation où aucun autre levier ne produit l'effet recherché.

Nous allons développer maintenant ces manifestations selon les domaines que nous avons traités dans nos wargames qui sont l'influence dans le domaine politique et diplomatique, le domaine économique et financier, culturel et identitaire, et enfin informationnel. Certaines formes d'influence vont donc être mises de côtés, comme celle religieuse, non employée dans nos modèles, mais aussi militaire, notre domaine de recherche se limitant selon notre cahier des charges, à la sphère civile.

## B. Domaine politique et diplomatique

Dans le jeu politique et diplomatique, les puissances cherchent souvent à saper les fondements du pouvoir d'un État rival et à limiter son influence internationale. De cet objectif, deux cibles se détachent : la légitimité et la cohésion. La légitimité se menace sur deux niveaux : celui intérieur, caractérisé par la confiance des citoyens dans leur Etat et celui extérieur qui dépend de la

---

<sup>46</sup> Matrice SWOT (s.d.) – Définition, mode d'emploi et applications. *Appvizer*. <https://www.appvizer.fr/magazine/relation-client/customer-relationship-management-crm/matrice-swot-glossaire>

<sup>47</sup> Delcorde, R. (2019). La diplomatie d'influence. *Revue Défense Nationale*, 823(8), 57–63. Comité d'études de Défense Nationale. <https://shs.cairn.info/revue-defense-nationale-2019-8-page-57>

<sup>48</sup> Asana. (n.d.). *Set—and achieve—SMART-er goals*. <https://asana.com/fr/resources/smart-goals>

<sup>49</sup> REVEL, C. (2015). *INTELLIGENCE ECONOMIQUE*.

<sup>50</sup> Breuer, P. (2023). *Introduction to the DISARM frameworks*. DISARM Foundation.

<sup>51</sup> Jeandrat, A. (2022, juin 14). *La diplomatie économique, entre outil d'influence et arme de guerre*.

reconnaissance des autres Etats. Quant à la cohésion, elle agit sur la solidité des alliances, la discipline des forces politiques internes et, surtout, sur l'intégrité du territoire national<sup>52</sup>.

L'objectif de l'influence politique s'atteint au long terme. En effet, pour impacter la sphère politique d'un Etat, on cherche à éroder la confiance du public dans ses institutions, à discréditer ses dirigeants, à fragiliser ses partenariats diplomatiques et à raviver des divisions déjà latentes<sup>53</sup>. Dans cette logique de rivalité, le recul de l'un profite toujours, même indirectement, à l'autre.

Plusieurs leviers sont mobilisés pour atteindre cet objectif. Les campagnes de désinformation propagent des récits partiels ou trompeurs afin de miner le soutien populaire dont dépendent gouvernements et organisations internationales. Le soutien, officiel ou occulte, à des mouvements séparatistes ou irrédentistes fournit quant à lui financements, appuis politiques ou relais médiatiques pour fissurer l'unité territoriale et le consensus interne. Vient ensuite la « guerre par le droit » : on instrumentalise les tribunaux internationaux ou on pousse à une interprétation unilatérale des normes juridiques pour bloquer un projet stratégique ou ternir l'image d'un concurrent. Enfin, l'ingérence électorale complète l'arsenal : financement de candidats, micro-ciblage de fausses informations ou utilisation de relais locaux, ces « proxys »<sup>54</sup>, dans le but d'installer un gouvernement plus favorable ou, au minimum, de semer la méfiance au sein du corps politique.

Toutes ces manœuvres ont deux points communs. Elles se déroulent le plus souvent dans l'ombre, l'attaquant maintenant un déni plausible pour éviter les représailles. Elles sont surtout indirectes : plutôt que de recourir à la force armée, elles usent lentement la légitimité et la cohésion de l'adversaire. C'est ce qui fait de l'influence politique et diplomatique l'un des leviers essentiels de la rivalité géopolitique contemporaine : désormais, l'enjeu ne se limite plus à conquérir un territoire, mais à façonner sur la durée les équilibres de pouvoir.

### C. Domaine économique et financier

L'économie est aujourd'hui un outil central de la politique de puissance. Les chercheurs parlent d'*economic statecraft*<sup>55</sup> : un État ou une puissance économique, poursuit ses buts géopolitiques en mettant sa force économique, qu'elle soit attractive ou coercitive, au service d'une stratégie. L'idée est simple : quand deux pays/groupes deviennent interdépendants, celui qui contrôle les points clés de la relation gagne un moyen de pression.

Pour cela, une première méthode consiste à créer une dépendance économique et une vulnérabilité financière, puis à s'en servir. Les grandes chaînes d'approvisionnement, l'accès aux technologies sensibles, les ressources naturelles rares ou la dette extérieure sont autant de points d'appui possibles pour exploiter ou créer des situations de dépendance. La *Belt and Road Initiative* lancée par la Chine illustre ce principe<sup>56</sup>. En effet, en finançant des ports, des voies ferrées ou des centrales, Pékin fournit des infrastructures vitales. Toutefois, ces projets s'accompagnent inévitablement de prêts importants.

---

<sup>52</sup> NATO. (2024). *Hybrid threats and hybrid warfare reference curriculum*

<sup>53</sup> Lyubareva, I., Nocetti, J. (2024, September 30). La diplomatie numérique: Évolution des stratégies diplomatiques et d'influence à l'ère du numérique. *Réseaux*, 245(3), 11–35. La Découverte. <https://shs.cairn.info/revue-reseaux-2024-3-page-11>

<sup>54</sup> C'est quoi un proxy ? (2024, April 17). *Le Journal du Dimanche*. <https://www.lejdd.fr/international/quest-ce-quun-proxy-144207>

<sup>55</sup> Blanchard, J.-M. F., & Ripsman, N. M. (2008). A political theory of economic statecraft. *Foreign Policy Analysis*, 4(4), 371–398. Oxford University Press. <https://www.jstor.org/stable/24909862>

<sup>56</sup> Ministère de l'Économie et des Finances. (2018). *Les nouvelles routes de la soie*.

Si le pays hôte ne peut pas rembourser, il doit négocier et souvent céder des avantages stratégiques. On comprend avec ce projet, comment une dépendance financière devient aisément un levier politique pour l'Etat prêteur qui possède les ressources critiques ou les segments technologiques essentiels.

Une deuxième voie relève du pouvoir normatif. En effet, en influençant les standards techniques mondiaux, un État ou une firme protège ses industries et crée chez les autres une dépendance durable. C'est l'exemple du débat sur les normes 5G. La Chine pousse, dans les organismes de normalisation, des spécifications adaptées à ses brevets<sup>57</sup>. Même si ces solutions ne sont pas toujours les plus avancées, leur adoption oblige les opérateurs étrangers à acheter des équipements chinois et à dépendre de mises à jour fournies depuis l'extérieur. Le standard devient ainsi un instrument d'influence.

Enfin, la troisième voie passe par la finance. Un pays qui contrôle une monnaie de réserve, un grand fonds souverain ou une place financière majeure peut orienter les capitaux. Cet État peut également imposer des sanctions<sup>58</sup> : exclure une banque du réseau SWIFT<sup>59</sup>, geler des avoirs, ou fixer des droits de douane punitifs. Après 2018, les sanctions américaines sur l'Iran ont réduit ses revenus pétroliers, affaibli sa monnaie et accru la pression intérieure. Le levier financier crée donc un coût économique qui pousse parfois la cible à modifier sa politique.

Dans tous ces cas, la logique est la même : transformer une vulnérabilité économique en influence politique. Les moyens peuvent être attractifs, quand ils promettent un marché ou un financement, ou coercitifs, quand ils introduisent une pénurie ou un surcoût. En combinant ces deux registres, un État peut orienter les choix d'un partenaire sans recourir à la force militaire.

Ainsi, la mondialisation ne réduit pas la compétition entre puissances. Elle lui donne de nouvelles formes. Comprendre l'*economic statecraft* devient essentiel pour analyser les rapports de force contemporains.

## D. Domaine social, sociétal et religieux

Dans l'espace social et sociétal, l'influence vise la cohésion même d'une population. Elle n'est plus le seul domaine des États. Des partis, des entreprises, des diasporas, des ONG ou de simples collectifs en ligne disposent aujourd'hui d'outils puissants pour agir sur la population. Leur logique reste la même : chaque société possède déjà des lignes de fracture, qu'elles soient sociales, ethniques, religieuses, générationnelles ou idéologiques. L'influence consiste à élargir ces fissures pour affaiblir la confiance dans les institutions et réduire la marge de manœuvre du pouvoir central plutôt que de persuader ou d'attirer. Ces opérations s'apparentent souvent à une forme d'ingérence étrangère cherchant activement la disruption sociétale.

---

<sup>57</sup> Seaman, J. (2020, janvier). *La Chine et les normes techniques : enjeux géopolitiques*. Notes de l'Ifri. Institut français des relations internationales (Ifri). <https://www.ifri.org/fr/notes/la-chine-et-les-normes-techniques-enjeux-geopolitiques>

<sup>58</sup> Landau, J.-P. (2012, avril). *Quelle politique pour la dette souveraine ?* *Revue de la stabilité financière*, (16), 213–224. Banque de France. [https://sif.wp.imtbs-tsp.eu/files/2017/06/BdF\\_Revue-Stabilite\\_2012\\_Politique-pour-la-dette-souveraine.pdf](https://sif.wp.imtbs-tsp.eu/files/2017/06/BdF_Revue-Stabilite_2012_Politique-pour-la-dette-souveraine.pdf)

<sup>59</sup> Droit, L. M. D. (2024, October 10). L'arme invisible : Le rôle central des sanctions financières et le pouvoir de SWIFT dans la diplomatie internationale. *Le Monde du Droit – Le magazine des professionnels du droit*. <https://www.lemondedudroit.fr/decryptages/95026-arme-invisible-role-central-sanctions-financieres-pouvoir-swift-diplomatie-internationale.html>

Les méthodes sont nombreuses mais reposent sur un principe commun : polariser. Comme le démontre D. Chavalarias<sup>60</sup>, les tactiques employées sont diverses et souvent insidieuses. L'astroturfing en offre un exemple classique<sup>61</sup>. Des acteurs extérieurs créent de faux mouvements citoyens qui semblent spontanés, des « grassroots ». Ces groupes organisent des manifestations, lancent des pétitions et occupent l'espace médiatique, donnant l'impression d'un soutien populaire massif. Puis, la diffusion ciblée de désinformation prolonge cette stratégie. En effet, des récits partiels ou inventés sont diffusés à des audiences choisies pour leur sensibilité à certains thèmes afin qu'ils résonnent avec une force singulière dans le but d'instaurer la méfiance. Les théories du complot exploitent ainsi des peurs latentes et brisent la crédibilité des autorités<sup>62</sup>. Enfin, l'instrumentalisation de phénomènes comme la « cancel culture » peut, elle aussi, être détournée pour servir des objectifs d'influence. En effet, des campagnes coordonnées de dénigrement public cherchent moins à défendre des normes sociales qu'à faire taire des voix critiques envers les intérêts de l'acteur et à semer l'autocensure<sup>63</sup>.

Aussi, la dimension religieuse ajoute une couche d'influence particulièrement sensible. Les croyances, les institutions confessionnelles et les réseaux de foi peuvent masquer des intentions géopolitiques. Un État peut financer des mosquées, des écoles ou des prédicateurs à l'étranger afin de diffuser une interprétation de la religion qui soutient son agenda. L'Arabie saoudite a investi plusieurs milliards de dollars pour propager le wahhabisme et des établissements comme le collège LIPIA de Jakarta ont formé des générations de leaders religieux alignés sur cette vision<sup>64</sup>. D'autres acteurs invoquent la protection de coreligionnaires pour justifier une ingérence directe. Moscou affirme protéger les populations russophones et orthodoxes pour intervenir dans son voisinage et se présenter, plus largement, comme gardien des « valeurs traditionnelles ». Les réseaux religieux transnationaux deviennent alors des canaux efficaces pour mobiliser des soutiens, lever des fonds et diffuser un discours politique au-delà des frontières<sup>65</sup>.

Trois constantes se dégagent. Premièrement, l'influence exploite toujours des failles préexistantes, elle ne les crée pas de toutes pièces. Deuxièmement, elle diffuse un message clivant qui renforce ces failles. Troisièmement, elle amplifie ce message grâce aux technologies numériques et aux organisations de la société civile. Ces opérations sont rapides, peu coûteuses et difficiles à attribuer avec certitude. Pour s'en prémunir, les États et les sociétés doivent construire une résilience informationnelle : développer l'éducation aux médias, renforcer la transparence des plateformes et soutenir un débat public capable d'absorber la critique sans basculer dans la fracture.

---

<sup>60</sup> Chavalarias, D. (2024, 30 juin). *Minuit moins dix à l'horloge de Poutine*. CNRS – Institut des Systèmes Complexes de Paris Île-de-France. <https://hal.science/hal-04629585v4/document>

<sup>61</sup> Allard, F., Lehmann, V., Libaert, T., & Motulsky, B. (2021). *Astroturfing, de l'usurpation à la manipulation du débat public*. Université de Lorraine. <https://crem.univ-lorraine.fr/recherche/appels-a-contributions/seminaire-accs-astroturfing-de-lusurpation-la-manipulation-du>

<sup>62</sup> Nourry, C. (n.d.). Théories du complot : Comment les réseaux sociaux les propagent et permettent une escalade vers la violence. *The Conversation*. <https://theconversation.com/theories-du-complot-comment-les-reseaux-sociaux-les-propagent-et-permettent-une-escalade-vers-la-violence-210838>

<sup>63</sup> Peltier, M. (n.d.). Les théories du complot : Quels enjeux de société et que peut l'éducation permanente ? *Lire et Écrire – Communauté française*. <https://journaldealpha.be/les-theories-du-complot/>

<sup>64</sup> Suryana, A. (2025, January 16). *The impact and complexity of Saudi funding on the dissemination of Wahhabism and Salafism in Indonesia*. *FULCRUM: Analysis on Southeast Asia*. <https://fulcrum.sg/the-impact-and-complexity-of-saudi-funding-on-the-dissemination-of-wahhabism-and-salafism-in-indonesia/>

<sup>65</sup> Datta, N. (2021). *La partie émergée de l'iceberg : Des financements issus de l'extrémisme religieux visent à faire reculer les droits humains en matière de santé sexuelle et reproductive en Europe*. European Parliamentary Forum. [https://www.epfweb.org/sites/default/files/2022-03/EPF\\_EN\\_TOTI\\_9SEP%20DEF%20-%20FR.pdf](https://www.epfweb.org/sites/default/files/2022-03/EPF_EN_TOTI_9SEP%20DEF%20-%20FR.pdf)

## E. Domaine informationnel

Le domaine informationnel est aujourd'hui au centre des stratégies d'influence. Le problème ne concerne plus seulement le contenu des messages. Il dépend surtout du contrôle des espaces où ces messages circulent. En 1971, l'économiste Herbert A. Simon a nommé cette idée « économie de l'attention »<sup>66</sup>. Dans un monde saturé d'informations, expliquait-il, la ressource rare n'est plus l'information elle-même, mais l'attention du public. Le sociologue Gabriel Tarde avait déjà observé, dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, que la surproduction industrielle crée un excès de signes et fait de l'attention une nouvelle monnaie, phénomène qu'il a intitulé "psychologie économique"<sup>67</sup>. Le chercheur Yves Citton reprend ces analyses : pour lui, capter et diriger l'attention est désormais un atout stratégique majeur<sup>68</sup>.

Partant de ce constat, tout acteur d'influence poursuit deux buts. Il cherche d'abord à maîtriser les infrastructures qui diffusent les contenus : plateformes numériques, réseaux sociaux, moteurs de recherche et, surtout, algorithmes de recommandation. Il agit ensuite sur la confiance accordée aux sources. Discréditer un média reconnu ou, au contraire, légitimer une source marginale déplace les repères cognitifs du public. Quand ces deux leviers sont contrôlés, l'acteur peut déclencher une opération politique, déstabiliser un marché ou amplifier des tensions sociales, car toutes les autres formes d'influence passent par l'information.

La recherche a conçu des outils pour décrire ces mécanismes. Le modèle DISARM, inspiré de MITRE ATT&CK, recense de façon détaillée les tactiques, techniques et procédures des campagnes informationnelles. Il aide à repérer les menaces et à préparer des réponses adaptées<sup>69</sup>.

Les pratiques observées depuis dix ans illustrent bien ces logiques. Un faux profil, appelé sock puppet, permet à une seule personne de simuler un débat et de créer l'illusion d'un large consensus. Les troll farms, comme l'Internet Research Agency en Russie, embauchent des salariés qui gèrent des milliers de comptes et inondent les réseaux de messages coordonnés<sup>70</sup>. Certaines opérations saturent l'espace public de rumeurs ou de données triviales ; ce « bruit » rend les faits difficiles à entendre et augmente le coût de la vérification pour les journalistes. Même les hautes institutions étatiques font usage de ces techniques comme on peut l'observer aux Etats-Unis, ajoutant au concept de « fake news », l'information dont on ne sait même plus si elle est vraie ou non, seulement qu'elle est possible. D'autres manipulateurs exploitent les algorithmes : ils font monter certains contenus et en cachent d'autres. Les opérations cyber-facilitées vont plus loin : après un piratage d'e-mails, les documents volés sont publiés, parfois modifiés, afin de nuire à une personne ou d'influencer une élection, comme aux États-Unis en 2016 ou en France en 2017<sup>71</sup>. Enfin, les médias synthétiques, notamment les

---

<sup>66</sup> Gapelle, C. (n.d.). *L'attention : Entre économie et éthique de l'information*. CANOPE. <https://www.reseau-canope.fr/agence-des-usages/lattention-entre-economie-et-ethique-de-linformation.html>

<sup>67</sup> Anon. (2024). *Economie de l'attention*. Royal Institute for Strategic Studies. <https://www.ires.ma/iip/economie-de-lattention/>

<sup>68</sup> Citton, Y. (2013). L'économie de l'attention. *Le Point Sur*. <https://www.yvescitton.net/wp-content/uploads/2013/10/Citton-EconomieAttention-RdL-11-2013.pdf>

<sup>69</sup> Simon, F. (2024). *MITRE ATT&CK, DIMA et analyse de risques EBIOS RM (ou autres méthodes d'analyse de risques)*. LinkedInEditor. <https://fr.linkedin.com/pulse/mitre-attck-dima-et-analyse-de-risques-ebios-rm-ou-autres-simon--cyhpe>

<sup>70</sup> Meunier, A. (2024). Moscou s'en mêle, décryptage des opérations informationnelles russes à travers les outils et méthodes de la CTI. *OWM*. <https://www.own.security/ressources/blog/decryptage-des-operations-informationnelles-russes-a-travers-les-outils-et-methodes-de-la-cti>

<sup>71</sup> Mottin, V. (2024). Russie : Plongée dans la stratégie du chaos de l'Internet Research Agency. *Usbek & Rica*. <https://usbeketrica.com/fr/article/l-internet-research-agency-russe-ou-la-strategie-du-chaos>

deepfakes, ouvrent un nouveau terrain : ils produisent des images et des voix très réalistes, difficiles à détecter même pour les experts<sup>72</sup>.

Toutes ces techniques partagent un même objectif : capter l'attention, la fixer sur un récit choisi, puis façonner la perception du public. Tant que les sociétés ne développent pas de défenses solides telles que la transparence des algorithmes, l'éducation aux médias, ou les procédures rapides de vérification le domaine informationnel restera la porte d'entrée la plus efficace pour influencer les sphères politique, économique et sociale.

A la suite de cette partie, nous avons défini ce qu'était théoriquement l'influence et comment ce concept à la nature multidimensionnelle pouvait être employé dans différents pans de la société, les moyens employés et les effets observés.

Nous allons maintenant montrer comment il est possible de modéliser concrètement ce concept d'influence, notamment à travers le wargame, et en quoi cela est pertinent.

---

<sup>72</sup> Schmidt, S. (2023). Deepfake. *Pesquisa FAPESP*. <https://revistapesquisa.fapesp.br/fr/deepfake/>

## ***Chapitre 2 – La modélisation de l’influence : objectifs académiques et posture de recherche***

### **I. Les ambitions scientifiques et opérationnelles de la modélisation par le wargaming**

Le wargaming, tel que conceptualisé par Thibault Fouillet, est bien plus qu’un simple outil de simulation militaire : il constitue un instrument de recherche stratégique à part entière, permettant la modélisation de comportements complexes, notamment en matière d’influence et de perception.<sup>73</sup> Ce type de simulation offre un cadre expérimental contrôlé, dans lequel les concepts d’influence peuvent être testés, ajustés et itérés. Ainsi, comme le souligne T. Fouillet, les wargames permettent quatre types d’apports académiques : la validation de concepts, l’acculturation stratégique, la formation à la prise de décision, et la mise en tension des capacités théoriques face à des scénarios réalistes. Cette approche s’inscrit donc pleinement dans les travaux d’Herbert A. Simon sur la « rationalité limitée » : les individus ne cherchent pas l’optimum absolu, mais une solution satisfaisante au regard des contraintes de temps, d’information, et de capacités cognitives.<sup>74</sup> Le wargame fournit précisément ce cadre synthétique et contrôlé dans lequel les décisions prises sous pression, les heuristiques mobilisées et les logiques d’adaptation peuvent être observées, analysées et modélisées.

À ce titre, il rejoint les principes d’un environnement quasi-expérimental, où les chercheurs peuvent créer des scénarios structurés, en moduler les paramètres, et étudier les réactions des acteurs placés en situation de choix stratégique. C’est un outil de design expérimental, qui permet de matérialiser des hypothèses théoriques et d’en évaluer les effets de manière itérative, à travers l’interaction entre joueurs humains, règles de jeu, et dynamiques simulées.

### **II. Des fonctions de recherche multiples et complémentaires**

Sur le plan académique, la modélisation par le wargaming poursuit plusieurs finalités essentielles :

- Validation de concepts théoriques : comme le souligne Thibault Fouillet, le wargaming offre un espace privilégié pour mettre à l’épreuve des notions issues de la théorie stratégique, de la psychologie ou des sciences sociales. Il permet d’incarner ces concepts dans des situations concrètes et d’observer comment ils se traduisent en pratiques décisionnelles. Au lieu de rester

---

<sup>73</sup> Fouillet, T. (2022). *Wargaming : Un outil stratégique*. Institut de Recherche Stratégique de l’École Militaire (IRSEM).

<sup>74</sup> Simon, H. A. (1997). *Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organizations* (4e éd.). The Free Press.

dans le domaine des conjectures abstraites, les hypothèses peuvent être confrontées aux comportements des joueurs, testées dans des scénarios réalistes, et ajustées en fonction des résultats obtenus.<sup>75</sup>

- Collecte de données qualitatives et quantitatives : lorsqu'il est correctement conçu, un wargame fournit une source précieuse de données empiriques, tant sur les décisions individuelles que sur les dynamiques collectives. Les travaux de Applegate, Burks et Cameron insistent d'ailleurs sur la nécessité de prévoir une méthodologie rigoureuse de collecte des données dès la phase de design. Cela inclut le suivi des décisions, les justifications données par les joueurs, les interactions organisationnelles, et les bifurcations critiques du scénario. En croisant données qualitatives (arguments, motivations, tensions) et données quantitatives (actions, résultats, temps de réaction), le wargaming contribue à une meilleure compréhension des processus d'influence dans des contextes incertains.<sup>76</sup>
- Explicitation des choix de modélisation : dans la lignée de Bruno Latour et Michel Callon, le wargame peut être vu comme un dispositif de traduction : il réduit la complexité du réel pour le rendre manipulable, mais dans cette opération, il explicite aussi les arbitrages cognitifs et théoriques opérés par les concepteurs.<sup>77</sup> Chaque élément du jeu – variables sélectionnées, règles d'interaction, pondération des effets – constitue une hypothèse sur le fonctionnement du monde. En ce sens, le wargaming est un outil réflexif, qui rend visible la structure implicite des modèles stratégiques, et pousse les chercheurs à formaliser, questionner et réviser leurs représentations du réel.

### III. Un modèle analytique du conflit avec rigueur méthodologique et stratégique

Dans *The Art of Wargaming* (2011), Peter Perla défend une thèse claire : un wargame est avant tout un modèle analytique de confrontation stratégique entre décideurs, et non un simple jeu. Son apport central réside dans la définition du wargaming comme dispositif structuré, dans lequel chaque décision produit des conséquences, et qui doit être conçue au service d'un objectif précis – qu'il soit de recherche, de formation ou de planification. Perla insiste sur la nécessité de distinguer les wargames sérieux des jeux ludiques déconnectés des réalités analytiques : pour être crédible, un wargame doit reposer sur trois fondements méthodologiques – clarté des objectifs, rigueur des règles, qualité de la conduite.<sup>78</sup>

Son apport va au-delà de la structure : il montre que la valeur du wargame réside autant dans les enseignements qualitatifs que dans les résultats chiffrés. Il met en lumière les logiques décisionnelles, les tensions organisationnelles, et les effets émergents qui ne peuvent être saisis autrement. En ce

---

<sup>75</sup> Fouillet, T. (2022). *Wargaming : Un outil stratégique*. Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM).

<sup>76</sup> Applegate, J., Burks, J. E., & Cameron, R. (2020). *The craft of wargaming: A detailed planning guide for defense planners and analysts*. Naval Institute Press.

<sup>77</sup> Latour, B., & Callon, M. (1986). Essai de sociologie de la traduction : Domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc. *L'Année sociologique*, 36, 169–208.

<sup>78</sup> Perla, P. P. (2011). *The art of wargaming: A guide for professionals and hobbyists* (Rev. ed.). Naval Institute Press.

sens, Perla fait du wargame un outil d'analyse stratégique à part entière, capable de révéler des dynamiques complexes dans un environnement contrôlé.<sup>79</sup>

## IV. Le wargame comme design critique

Les travaux menés à l'Université McGill, notamment par Rex Brynen, illustrent de manière exemplaire la puissance heuristique du wargaming dans une optique académique. A travers son enseignement (notamment le cours Conflict Simulation – POLI 452) et ses publications sur la plateforme PAXsims, Brynen développe une conception du wargame résolument expérimentale, critique et interdisciplinaire<sup>80</sup>.

Sa méthode repose sur une lecture du wargame comme instrument de design critique, dans lequel chaque choix de conception est interprété comme une hypothèse épistémologique sur les dynamiques de l'influence. Ainsi, la structure des rôles, les canaux d'information, les contraintes imposées aux joueurs ne sont pas neutres : ils traduisent une manière de problématiser la guerre cognitive, les campagnes de désinformation, ou les opérations hybrides. Dans des projets comme *We Are Coming, Nineveh!*, cette approche permet de modéliser non seulement les stratégies militaires, mais aussi les dimensions morales, émotionnelles et narratives des conflits contemporains.

Ainsi, en se centrant sur des conflits asymétriques, des opérations de paix ou des crises informationnelles, Brynen montre que le wargame peut être un outil de représentation des phénomènes stratégiques souvent négligés par les approches plus technocentriques : perceptions divergentes, récits concurrents, fragmentation cognitive des publics. Les conférences Connections North accueillies à McGill renforcent cette posture critique, en croisant les regards de chercheurs, de praticiens militaires, de diplomates et de game designers.<sup>81</sup> Une hybridation disciplinaire qui nourrit une forme de recherche-action faisant du wargaming non seulement un outil académique de modélisation, mais aussi un espace de réflexion collective sur la validité, la portée et les limites de nos représentations stratégiques.

## V. Une posture réflexive critique face à la modélisation

Dans ce cadre, il est indispensable d'adopter une posture réflexive face à la modélisation qu'implique le wargaming. Ce dernier demeure une représentation simplifiée d'un conflit, une construction artificielle qu'il convient d'interroger plutôt que de considérer comme un reflet neutre du réel. Comme le rappelle Bruno Latour, « plus la science et la technique réussissent, plus elles

---

<sup>79</sup> *Ibid.*

<sup>80</sup> Brynen, R. (s. d.). *About PAXsims*. PAXsims: Conflict Simulation and Serious Gaming. <https://paxsims.wordpress.com/about/>

<sup>81</sup> *Ibid.*

deviennent opaques et obscures »<sup>82</sup> – autrement dit, plus un modèle semble performant, plus il masque les choix arbitraires qui l’ont structuré. Dès 1990, Peter Perla formulait l’ambition d’un wargaming rigoureux ; pourtant, même les jeux les mieux conçus comportent des limites intrinsèques<sup>83</sup>. Le wargame n’indique que des possibles, sans jamais prédire, et ses résultats exigent une interprétation prudente. Cette vigilance critique s’inscrit dans la tradition de la sociologie pragmatique, telle que défendue par Boltanski, qui invite à déconstruire les mécanismes de naturalisation des modèles dominants<sup>84</sup>.

Un premier écueil du wargaming réside dans sa simplification du réel. Toute simulation de conflit repose sur une sélection de paramètres jugés pertinents, écartant de nombreux facteurs secondaires ou difficilement modélisables. Ce réductionnisme, bien que méthodologiquement nécessaire – *bounded rationality* oblige, pour reprendre la notion d’Herbert Simon<sup>85</sup> – comporte le risque de naturaliser le modèle, c’est-à-dire de faire oublier son caractère partiel et construit. Une fois le jeu « réussi », ses usagers peuvent se focaliser sur ses résultats sans en interroger les fondements. Le danger est alors de confondre le modèle avec la réalité : les règles du jeu acquièrent une légitimité implicite, tandis que les hypothèses – pondération des variables, exclusions de certains facteurs – passent pour des évidences. Cette mise en boîte noire, bien analysée par Bruno Latour, rappelle que même un wargame cohérent ne garantit en rien la justesse de son rapport au réel<sup>86</sup>.

À cette simplification s’ajoutent les biais cognitifs et comportementaux des participants humains. Un wargame n’est pas joué par des agents rationnels omniscients, mais par des individus à la rationalité limitée et aux biais multiples. L’un des plus classiques en stratégie est le « mirror imaging », tendance à prêter à l’adversaire ses propres modes de pensée et réactions<sup>87</sup>. Ce biais est régulièrement dénoncé comme une erreur cardinale de l’analyse militaire<sup>88</sup>, car il conduit à projeter sur *l’autre* des intentions ou des contraintes qui ne sont en réalité que les siennes. Ce travers est d’autant plus prégnant lorsque les joueurs partagent des références culturelles ou institutionnelles homogènes, comme dans le cas d’officiers occidentaux jouant un acteur non occidental avec leurs propres cadres d’analyse. Plus largement, les décisions produites dans un wargame dépendent fortement du profil des participants<sup>89</sup> : une même configuration pourra être interprétée différemment selon les sensibilités, les formations et les intérêts. Le wargame n’offre donc pas une vérité générale mais une cristallisation située de représentations et de biais cognitifs, ce qui impose prudence dans l’interprétation des résultats et encourage une composition diversifiée des équipes pour en limiter les effets.

L’un des apports majeurs du wargame réside dans son pouvoir d’immersion : la dynamique ludique favorise l’engagement émotionnel des participants, parfois comparable aux pressions d’une situation

---

<sup>82</sup> Latour, Bruno. (1999). *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

<sup>83</sup> Perla, P.P. (1990). *The art of wargaming: A guide for professionals and hobbyists*. Naval Institute Press.

<sup>84</sup> Boltanski, L. (s. d.). *Une sociologie pragmatique de la critique*. Encyclopædia Universalis. [https://www.universalis.fr/encyclopedie/luc-boltanski/2-une-sociologie-pragmatique-de-la-critique/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.universalis.fr/encyclopedie/luc-boltanski/2-une-sociologie-pragmatique-de-la-critique/?utm_source=chatgpt.com)

<sup>85</sup> Simon, H. A. (2020). The sciences of the artificial: Reconsiderations after 25 years. *Public Administration Review*, 80(6), 1034–1041. <https://doi.org/10.1111/puar.13540>

<sup>86</sup> Hein, E. (2009, avril 8). *Inside the black box*. Ethan Hein Blog. <https://www.ethanhein.com/wp/2009/inside-the-black-box/>

<sup>87</sup> Brynen, R. (2012, novembre 3). *Mirror imaging and wargame design*. PAXsims. <https://paxsims.wordpress.com/2012/11/03/mirror-imaging-and-wargame-design/>

<sup>88</sup> *Ibid.*

<sup>89</sup> *Ibid.*

réelle. Les joueurs deviennent souvent « très engagés et émotifs »<sup>90</sup>, au point de ressentir une tension réelle face au scénario. Mais cette immersion a ses limites : les émotions suscitées relèvent d'un contexte ludique — compétitif, stimulant, sans coût réel — et ne reflètent ni la peur, ni l'incertitude morale propres aux conflits véritables. Cette dissociation peut conduire à des comportements irréalistes : prise de risque excessive, désinhibition stratégique, ou confusion entre finalité analytique et désir de victoire<sup>91</sup>. Un plan audacieux efficace en simulation pourrait échouer face au stress et aux contraintes du terrain. À l'inverse, la confiance excessive dans le modèle ludique peut faire négliger les effets psychologiques réels d'un engagement armé. Le wargame offre un laboratoire sans conséquences fatales : c'est sa force heuristique, mais aussi sa faiblesse en termes de réalisme humain.

Se posent ensuite des défis de représentation liés à la complexité sociopolitique des conflits. Si les wargames excellent à modéliser des manœuvres tactiques ou des échanges mesurables, ils peinent à intégrer la pluralité des facteurs socio-culturels d'un théâtre d'opérations. Or, la guerre est aussi un fait social total : opinions publiques, identités culturelles, dynamiques économiques, psychologie collective forment un tissu complexe difficile à réduire à des pions ou à des règles quantitatives<sup>92</sup>. Toute tentative pour intégrer ces dimensions passe par des abstractions – barèmes, indices, « points » de moral ou de soutien politique – au risque d'en appauvrir la portée. Cette quantification réductrice pose problème : ce qui ne peut être chiffré (légitimité d'une intervention, résilience sociale, effet normatif) est souvent ignoré ou traité de façon grossière. Il en résulte des biais cognitifs : focalisés sur ce qui est modélisé, joueurs et analystes risquent de surévaluer des variables secondaires et de négliger des dynamiques qualitatives pourtant centrales<sup>93</sup>. Le wargame produit ainsi une vision partielle du conflit, éclairant certains mécanismes tout en en obscurcissant d'autres. Le wargame, en tant qu'artefact, impose donc une vigilance constante sur ses angles morts.

Enfin, le wargame peut souffrir de biais de design plus ou moins conscients introduits par ses concepteurs ou commanditaires. Objectifs assignés, scénario imaginé, règles de victoire : tous ces éléments traduisent des partis pris. L'un des risques majeurs est l'orientation du jeu vers une conclusion attendue. Par exemple, un commanditaire convaincu de l'efficacité d'une stratégie X peut élaborer une simulation où cette stratégie l'emporte presque inévitablement (hypothèses favorables, conditions initiales biaisées, etc.). Les experts soulignent que les wargames sont vulnérables à ce type de biais de confirmation, conçus « pour aboutir à une conclusion jouée d'avance »<sup>94</sup> ou fondés sur des postulats irréalistes faussant les résultats. De même, la pression institutionnelle peut nuire à l'objectivité : des organisateurs manquant d'indépendance risquent d'éviter tout scénario remettant en cause les plans du commandement. Ces distorsions, volontaires ou non, minent la valeur heuristique du wargame, qui devient alors un instrument de validation plus que de découverte. Autre facteur de biais : les préférences personnelles des concepteurs<sup>95</sup>. Un designer convaincu, par exemple, de la supériorité de l'initiative offensive peut structurer, sans le vouloir, des règles favorisant systématiquement ce type d'action. Par ailleurs, les concepteurs opèrent nécessairement des choix

---

<sup>90</sup> Curtiss, I. (2025, mars 21). *Why immersion — and not realism — is critical for wargaming*. Lux Capital. <https://www.luxcapital.com/content/why-immersion---and-not-realism---is-critical-for-wargaming>

<sup>91</sup> *Ibid.*

<sup>92</sup> Ministry of Defence (UK). (2022). *Influence wargaming handbook*. Gouvernement du Royaume-Uni. [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6494481b9e7a8b00139329d8/Influence\\_Wargaming\\_Handbook\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6494481b9e7a8b00139329d8/Influence_Wargaming_Handbook_web.pdf)

<sup>93</sup> Lin-Greenberg, E., Pauly, R. B. C., & Schneider, J. G. (2022). Wargaming for international relations research. *European Journal of International Relations*, 28(1), 83–109. <https://doi.org/10.1177/135406612111064090>

<sup>94</sup> U.S. Government Accountability Office. (2023). *Defense analysis: Additional actions could enhance DOD's wargaming efforts* (GAO-23-105351). <https://www.gao.gov/products/gao-23-105351>.

<sup>95</sup> *Ibid.*

dans la traduction du réel : pondération des paramètres, fonctions de calcul, échelles temporelles, temps alloué, nombre de joueurs, disponibilité des données, etc. Ainsi, limiter la durée d'une partie peut conduire à simplifier excessivement la logistique ou la dimension politique, inclinant la simulation vers une lecture trop opérationnelle du conflit. Chacune de ces décisions méthodologiques véhicule une conception particulière du phénomène étudié, potentiellement contestable. Sans démarche critique, ces conventions risquent d'être naturalisées, produisant une illusion de neutralité là où s'exercent en réalité des arbitrages cognitifs ou idéologiques.

Face à ces limites, plusieurs recommandations méthodologiques s'imposent pour renforcer la fiabilité du wargaming. La transparence du design est centrale : hypothèses, abstractions et choix de modélisation doivent être explicitement documentés et partagés<sup>96</sup>. Plutôt que de laisser le jeu fonctionner comme une « boîte noire », il s'agit d'en rendre lisibles les mécanismes et les limites. Une communication claire en amont (scénario, règles) et un débriefing critique en aval permettent de replacer les résultats dans le cadre de ces contraintes, et d'en limiter les biais d'interprétation.

Ensuite, il convient de trianguler les résultats du wargame avec d'autres sources de savoir et méthodes, au lieu de s'en satisfaire isolément. Les résultats d'un wargame doivent être systématiquement confrontés à d'autres sources de savoir (analyse historique, statistique, terrain, modélisation) afin d'en compenser les angles morts<sup>97</sup>. Par exemple, un jeu de crise pourra être suivi d'une analyse quantitative des options explorées, ou confronté à une étude de cas historique analogue, de sorte à voir si les tendances dégagées se confirment. De même, multiplier les variantes de scénario ou les répétitions d'une partie avec des équipes différentes offre une forme de validation croisée : si une stratégie se révèle gagnante à chaque itération, on gagne en confiance dans sa robustesse, tandis qu'un résultat unique non reproduit sera relativisé<sup>98</sup>. Ce principe d'itération, fondamental en wargaming analytique, implique que la conception du jeu ne soit pas figée mais ajustée au fil des retours d'expérience (joueurs, observateurs, données)<sup>99</sup>. À l'instar d'un protocole scientifique, le design doit évoluer par cycles de test-amélioration. Enfin, une démarche de design critique s'impose : relectures externes, diversité des profils concepteurs et scénarios déstabilisants permettent de révéler les biais implicites et de renforcer la portée heuristique du dispositif.

Cette posture de doute constructif vise à éviter le piège de l'auto-validation : le wargame doit rester un outil pour questionner le réel, non pour confirmer les idées préconçues du concepteur ou du commanditaire<sup>100</sup>. Ainsi resitué et maîtrisé, le wargaming critique conserve toute sa pertinence heuristique : non pas prédire le futur ou prouver une théorie, mais plutôt explorer des possibles, stimuler la réflexion stratégique et susciter les bonnes questions – ce qui, en soi, constitue déjà une contribution scientifique précieuse.

---

<sup>96</sup> *Ibid.*

<sup>97</sup> Booth, R. E., Reddie, A. W., et al. (2025). *Wargaming Deception Working Group Report*. PAXsims. <https://paxsims.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/01/wargaming-deception-working-group-report-12-jan-2025.pdf>

<sup>98</sup> *Ibid.*

<sup>99</sup> Brynen, R. (2019, mai 31). *Squeezing the turnip: The limits of wargaming*. PAXsims. <https://paxsims.wordpress.com/2019/05/31/squeezing-the-turnip-the-limits-of-wargaming/>

<sup>100</sup> Brynen, R. (2016, décembre 21). *Reflections on the wargame spectrum*. PAXsims. <https://paxsims.wordpress.com/2016/12/21/reflections-on-the-wargame-spectrum/>

# DEUXIEME PARTIE – La modélisation des enjeux d’influence et de lutte informationnelle par le wargame

## *Chapitre 1 – Méthode de game design : un processus collectif de réflexion*

La conduite de ce projet de création de *wargames* – axés sur le concept d’influence – nous a amenés à concevoir une méthode de « game design » originale, singulière et atypique, sans doute modelée par notre manque d’expertise (initiale) en *wargame* et par l’influence de notre formation académique en sciences sociales. La méthodologie, ainsi développée, s’est divisée en quatre temps.

Le premier temps a bien entendu été celui de l’exploration, de la découverte du projet et du sujet. Encadrés par David Vallat, nous avons tout d’abord mené un état de l’art, à la fois sur l’influence et sur la modélisation de cette dernière par le *wargame*, dans l’objectif de nous approprier peu à peu les enjeux du projet et d’appréhender un terrain encore nouveau pour la plupart d’entre nous. À ce titre, nous avons, d’une part, réalisé une revue de la littérature en nous plongeant dans des ouvrages traitant de diverses thématiques liées à l’influence, en particulier les stratégies de désinformation, les ingérences étrangères et les enjeux de la protection des intérêts français. Si nous nous sommes d’abord concentrés sur une littérature portant sur la facette militaire de l’influence, nous avons toutefois élargi par la suite notre compréhension de ce concept, en l’envisageant dans une dimension plus large et globale, aussi bien dans son aspect militaire, politique et diplomatique, qu’économique, industriel et culturel. D’autre part, nous nous sommes également intéressés aux techniques de modélisation du *wargame*, en nous appuyant tout autant sur le manuel du wargaming du CICDE<sup>101</sup> que sur d’autres sources internet (sites d’universités américaines et britanniques, vidéos, etc)<sup>102</sup>.

En parallèle de cet état de l’art, nous avons aussi expérimenté différents formats de jeux, parmi lesquels *Avallon*, *Aftershock* et un matrix game intitulé *Le Grand Condé*. Ces derniers ont été choisis pour la diversité de leurs mécanismes, nous permettant de découvrir et classer les stratégies et mécaniques de jeux susceptibles d’être réutilisées dans nos propres créations, et de développer nos réflexes de « game design ». Cette étape d’expérimentation nous a ainsi permis de retirer plusieurs enseignements clés. Nous avons notamment pu distinguer que les jeux dits « contre le système » favorisent la coopération entre les joueurs et renforcent leur engagement, tandis que les « matrix games » exigent, quant à eux, davantage d’autonomie, de créativité et de capacité d’initiative. Nous avons également retenu l’intérêt de modéliser le hasard, inhérent à toute activité humaine (le risque zéro n’existant pas) – à travers l’usage de dés – comme élément de dynamique dans le déroulement du jeu. Enfin, cette expérience fut l’occasion d’identifier un point de vigilance essentiel : celui d’éviter de concevoir un jeu qui serait excessivement complexe et/ou technique, au risque de désengager les joueurs et de s’éloigner des contraintes fixées par le cahier des charges.

---

<sup>101</sup> CICDE. (2023). *Manuel du jeu de guerre* (1re éd.). CICDE.

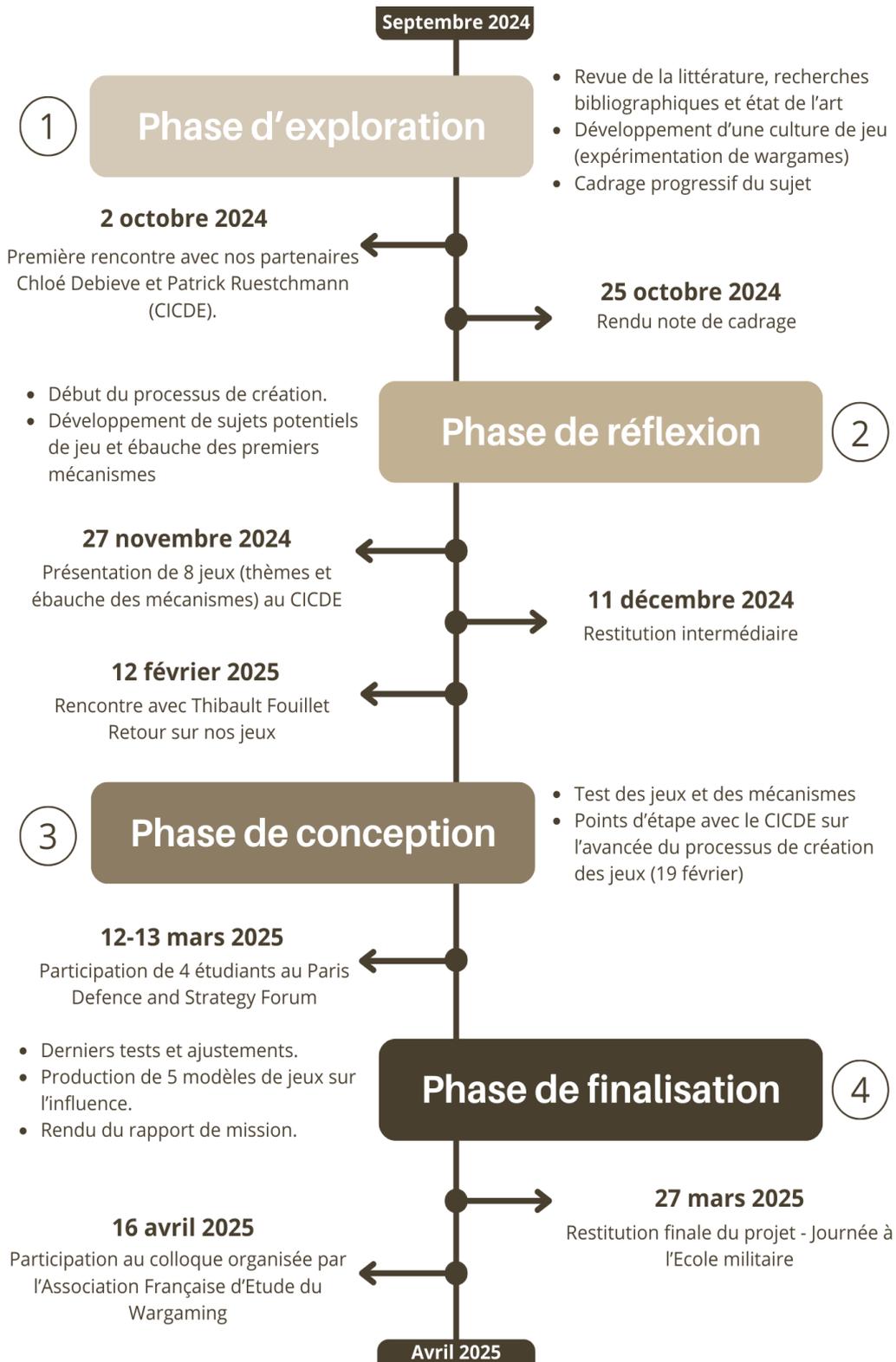
<sup>102</sup> Voir annexes.

Ce premier temps d'exploration, dont le but était double – s'approprier le sujet en posant les bases de notre réflexion et se forger une culture de jeu stratégique – s'est conclu par la rédaction d'une note de cadrage. Celle-ci a permis de confirmer, auprès du CICDE, notre compréhension du projet, et, par la même occasion, de définir collectivement un calendrier de travail.

Le deuxième temps a, quant à lui, été celui de la réflexion. Ainsi, en tenant compte du cahier des charges défini, notamment le nombre de joueurs et la durée des parties, nous avons réfléchi seul ou par sous-groupes de deux à trois étudiants aux sujets, thématiques et enjeux que nous souhaitions traiter à travers nos différents wargames. Aussi, si les réflexions des groupes distinctifs nous ont menés vers des chemins différents, elles ont toutes procédé de la même façon. En effet, une logique commune, consistant à accorder une place centrale au retour d'expérience, s'est dégagée et a transcendé ainsi qu'irrigué nos différents cheminements réflexifs. Ainsi, nous avons à chaque fois cherché d'abord ce que nous souhaitions montrer à partir du jeu, puis seulement, dans un second temps, nous avons réfléchi aux mécanismes permettant d'atteindre ces objectifs. Cette logique résultait de notre volonté de sensibiliser des publics divers à de multiples facettes de l'influence et de la lutte informationnelle ; ainsi que le fruit de notre formation à Sciences Po Lyon qui nous a conditionnés à connaître la conclusion de notre démonstration avant son développement. La réunion avec le CICDE du 27 novembre 2024 a constitué le point d'orgue de cette phase. En effet, celle-ci a été l'occasion pour les différents sous-groupes de présenter leurs idées de thèmes qu'ils souhaitaient traiter, ainsi que les mécanismes qu'ils envisageaient d'utiliser. Cela nous a permis d'engager une discussion avec Patrick Ruestchmann et Chloé Debiève, respectivement sous-directeur *wargaming* et chargée de domaine ILI au CICDE, qui ont pu procéder à la formulation de premières remarques, à la validation de certains sujets ainsi qu'à la redirection d'autres.

S'en est suivie la phase de conception proprement dite, également menée en plus petits effectifs (sous-groupes), durant laquelle nous avons approfondi et précisé les mécanismes de jeu, notamment grâce aux avis extérieurs que nous avons pu recevoir. Cette étape, plus périlleuse que les précédentes, a alterné entre l'adaptation des règles du jeu et des moments de tests réalisés à la fois entre nous et avec le CICDE. De plus, un échange avec Thibault Fouillet, directeur de l'Institut d'études de stratégie et de défense (IESD) de l'Université Jean-Moulin-Lyon-III, le 12 février 2025, a permis d'enrichir les retours faits sur les prototypes de jeux, ce qui s'est révélé être très utile dans l'amélioration et la consolidation de nos créations.

Enfin, la dernière phase a été celle de la finalisation, au cours de laquelle nous avons pu procéder aux derniers ajustements de nos jeux, et quatre d'entre-nous ont eu la chance de participer au PDSF, le Paris Defense and Strategic Forum, les 12 et 13 mars pour présenter trois prototypes. Cette participation a constitué une très grande opportunité pour échanger avec des experts du wargaming et faire tester nos jeux à des professionnels et des non-professionnels, nous permettant ainsi de bénéficier de précieux retours d'expérience. Aussi, la restitution finale de notre projet, que nous avons faite le 27 mars à l'École Militaire, devant des professionnels spécialistes du sujet, et au cours de laquelle nous avons présenté nos travaux, a constitué le point d'orgue de notre année à la Public Factory. Par la suite, cette dernière phase du projet a été l'occasion pour nous d'effectuer une présentation, en visioconférence, de nos travaux lors des "Assises Françaises d'Étude du Wargaming" organisées le 16 avril par l'Association Française d'Étude du Wargaming à Paris. Enfin, nous avons conclu cette ultime étape par le rendu de notre rapport de mission.



## ***Chapitre 2 – Les enjeux développés dans chaque jeu***

### **I. Premier jeu : Cyberguerre Pacifique**

#### **A. Démarche scientifique et cadre théorique**

Dans la lignée des travaux sur la guerre hybride, le jeu s’inspire des concepts qui décrivent la combinaison d’actions militaires et non-militaires, directes et indirectes, souvent difficiles à attribuer et conçues pour rester sous le seuil de la riposte ou du conflit ouvert<sup>103</sup>. La guerre de l’information, telle que définie par Taddeo, est un affrontement perpétuel et asymétrique où la manipulation, la désinformation et l’influence psychologique jouent un rôle central<sup>104</sup>. Le jeu intègre également les mécanismes de la guerre cognitive, qui vise à perturber, tromper ou dominer les réseaux d’information et de communication de l’adversaire, en exploitant les biais cognitifs et les vulnérabilités psychologiques des individus<sup>105</sup>.

La démarche scientifique adoptée pour la conception du jeu repose sur l’expérimentation et l’itération. Chaque mécanisme de jeu a été testé et ajusté pour garantir sa pertinence pédagogique et sa fidélité aux réalités du cyberspace contemporain. Les retours d’experts, notamment ceux de T. Fouillet et du CICDE, ont permis d’affiner la simulation pour mieux représenter la diversité des acteurs et la complexité des stratégies d’influence et de contre-influence.

#### **B. Contexte géopolitique du jeu**

Le contexte géopolitique dans lequel s’inscrit le jeu est particulièrement significatif. Depuis l’élection de Tsai Ing-wen à la présidence de Taïwan en 2016, les relations avec la Chine se sont intensifiées, l’île étant considérée comme une province rebelle par Pékin. En 2024, Taïwan fait face à une explosion des cyberattaques, atteignant 2,4 millions d’attaques quotidiennes, soit le double de l’année précédente<sup>106</sup>. Ces attaques, principalement orchestrées par des groupes soutenus par l’État chinois, ciblent des secteurs stratégiques comme les télécommunications (hausse de 650 %), les transports (perturbations des systèmes ferroviaires et aériens) et la défense (vol de données critiques sur les systèmes d’armement).

---

<sup>103</sup> Schmid, J. (2019). Hybrid warfare on the Ukrainian battlefield: developing theory based on empirical evidence. *Journal on Baltic Security*, 5(1). [https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-security-studies/resources/docs/BDC\\_1\\_23829230%20-%20Journal%20on%20Baltic%20Security%20Hybrid%20warfare%20o%20n%20the%20Ukrainian%20battlefield\\_%20developing%20theory%20based%20on%20empirical%20evidence.pdf](https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-security-studies/resources/docs/BDC_1_23829230%20-%20Journal%20on%20Baltic%20Security%20Hybrid%20warfare%20o%20n%20the%20Ukrainian%20battlefield_%20developing%20theory%20based%20on%20empirical%20evidence.pdf)

<sup>104</sup> Taddeo, M. (2012). Information warfare: A philosophical perspective. *Philosophy & Technology*, 25, 105-120. <https://www.research.herts.ac.uk/ws/portalfiles/portal/1016595/904727.pdf>

<sup>105</sup> *Ibid.*

<sup>106</sup> Dua, S. (2025). *Taiwan cyber attacks doubled in 2024, report cites Chinese Cyber Force*. EM360Tech. <https://em360tech.com/tech-articles/taiwan-cyber-attacks-doubled-2024-report-cites-chinese-cyber-force>

Cette stratégie, qualifiée de « guerre grise », combine cyberattaques, exercices militaires et campagnes de désinformation pour éroder la légitimité du gouvernement taïwanais sans déclencher de conflit ouvert<sup>107</sup>. Les attaques par déni de service (DDoS) sont souvent synchronisées avec des manœuvres militaires dans le détroit de Taïwan, amplifiant la pression psychologique et opérationnelle sur la population et les décideurs taïwanais<sup>108</sup>. Face à cette menace, Taïwan a renforcé ses capacités de cybersécurité, mobilisé le secteur privé et développé des partenariats internationaux, notamment avec les États-Unis et le Japon, pour protéger ses infrastructures critiques, dont la chaîne d’approvisionnement en semi-conducteurs, au cœur de l’économie mondiale<sup>109</sup>.

La stratégie chinoise de cyberguerre contre Taïwan repose sur plusieurs axes : espionnage (collecte d’informations sensibles), désinformation (campagnes d’influence pour miner la confiance dans les institutions démocratiques) et coercition (combinaison de cyberattaques et de menaces militaires pour exercer une pression constante sans franchir le seuil d’un conflit armé)<sup>110</sup>. Cette approche s’inscrit dans une logique de guerre hybride, où la distinction entre guerre et paix devient de plus en plus floue, et où tous les rouages de l’État sont mobilisés pour atteindre des objectifs stratégiques.

## C. Enjeux modélisés et problématiques centrales

Le jeu « Cyber Guerre dans le Pacifique » met en avant plusieurs enjeux fondamentaux, qui reflètent la complexité des conflits contemporains dans le cyberespace.

### 1. Influence de l’information et manipulation de l’opinion publique

Les joueurs incarnent différentes factions (Pro-Chine, Pro-Taïwan, CISA) qui utilisent l’information pour influencer les perceptions et atteindre leurs objectifs. Ils sont ainsi confrontés à des informations variées qu’ils doivent analyser, questionner et vérifier, ce qui vise à développer leur esprit critique face à l’information. Ce mécanisme s’inspire des stratégies réelles de manipulation de l’opinion publique, où la diffusion de fausses informations et la compétition de discours sont utilisées pour submerger les points de vue concurrents et semer la confusion.

### 2. Mécanismes de base de la cyberguerre

Le jeu intègre les techniques fondamentales de la cyberguerre, permettant aux joueurs de découvrir comment des méthodes telles que le phishing, les attaques DDoS ou l’utilisation de

---

<sup>107</sup> Solmaz T. (2024). China’s Hybrid Warfare Against Taiwan: Motives, Methods, and Future Trajectory <https://regionalsecurity.org.au/article/chinas-hybrid-warfare-against-taiwan-motives-methods-and-futuretrajectory>

<sup>108</sup> C. Peters. (2024). "China Operations in the Gray Zone Against Taiwan", Canadian Forces College <https://www.cfc.forces.gc.ca/259/290/49/305/Peters.pdf>

<sup>109</sup> International Institute for Strategic Studies. (2022), "China's Cyber Influencing and Interference" [https://www.iiss.org/globalassets/media-library---content--migration/files/research-papers/2022/02/great-power-offensive-cyber-campaigns\\_04-china.pdf](https://www.iiss.org/globalassets/media-library---content--migration/files/research-papers/2022/02/great-power-offensive-cyber-campaigns_04-china.pdf)

<sup>110</sup> Global Taiwan Institute. (2024). *The nexus of cybersecurity and national security: Taiwan’s imperatives amidst escalating cyber threats*. <https://globaltaiwan.org/2024/03/the-nexus-of-cybersecurity-and-national-security-taiwans-imperatives-amidst-escalating-cyber-threats/>

malware peuvent être employées comme outils de guerre moderne. Les cartes de fonction du jeu, telles que « Validation de Source », « Analyse de malware » ou « Attaque DDoS », permettent de simuler ces actions et d'en comprendre les impacts sur la dynamique du conflit. Cette modélisation s'inspire de la littérature sur la guerre hybride et la guerre grise, où les actions de coercition et de perturbation servent à exercer une pression constante sur l'adversaire sans déclencher de guerre ouverte.

### **3. Propagation de la désinformation et ses conséquences**

Un enjeu majeur que le jeu cherche à illustrer est la propagation de la désinformation et ses conséquences. Si un joueur collecte trois cartes noires (fausses informations), il est immédiatement éliminé, ce qui souligne la dangerosité de la désinformation pour la stabilité politique et sociale. Ce mécanisme met en lumière l'importance de la vérification des informations et la nécessité de développer des compétences de discernement dans un environnement saturé de contenus trompeurs.

### **4. Diversité des modes de diffusion de l'information**

La transmission de l'information dans le jeu peut se faire sous trois formes : article (face visible), post sur les réseaux sociaux (face cachée), ou communiqué de presse (ciblé). Cette diversité de modes de diffusion permet de simuler la circulation de l'information dans différents canaux numériques, reflétant la réalité des campagnes d'influence contemporaines où les réseaux sociaux jouent un rôle central dans la propagation des messages et la manipulation des perceptions.

### **5. Structure du jeu et modélisation des stratégies d'influence**

Chaque joueur reçoit une carte de rôle et une carte d'identité secrète déterminant sa faction. À chaque tour, il pioche des cartes, utilise des fonctions spécifiques et choisit comment transmettre une information. Les conditions de victoire varient selon les factions : les Pro-Chine et Pro-Taïwan doivent collecter trois informations favorables à leur camp, tandis que la CISA doit accomplir une mission secrète. Cette structure permet de modéliser les intérêts divergents des acteurs étatiques et non-étatiques dans le cyberspace, ainsi que la complexité des stratégies d'influence et de contre-influence.

## **D. Fondements théoriques et objectifs pédagogiques**

La conception du jeu s'inspire de la littérature sur la guerre hybride, la guerre de l'information et les études sur la manipulation cognitive et la résilience informationnelle. Elle mobilise également les concepts issus des game studies, qui soulignent l'intérêt du jeu comme dispositif d'apprentissage expérientiel et de modélisation des dynamiques complexes. Le jeu vise ainsi à :

- Sensibiliser aux risques de la désinformation et à la nécessité de développer un esprit critique.
- Faire expérimenter les stratégies d'influence et de cyberguerre dans un environnement contrôlé.
- Favoriser la compréhension des enjeux géopolitiques contemporains liés à la rivalité sino-taïwanaise.

- Développer des compétences de communication, de négociation et de collaboration dans des situations d'incertitude.

L'apprentissage par le jeu permet aux participants d'expérimenter concrètement les dilemmes stratégiques, de prendre des décisions sous pression et de mesurer les conséquences de leurs choix sur l'équilibre des forces et la dynamique des alliances. Les mécanismes du jeu encouragent l'analyse critique, la gestion de l'incertitude et la coopération, compétences essentielles pour faire face aux défis de la cyberguerre et de la guerre de l'information dans le monde contemporain.

## II. Deuxième jeu : Empire Agro-influence

Le saviez-vous ? Le terme “lobby”, aujourd’hui omniprésent dans le débat public, désignait de manière métaphorique les couloirs qui jouxtent les enceintes parlementaires américaines du XIXe siècle. C'est là que se nouaient déjà les premières tentatives d'influence sur la décision politique.

### A. Le lobbying comme ingénierie stratégique de la réalité politique

Pour le développement de notre jeu “Empire Agro-Influence”, nous nous sommes penchés sur la question du lobbying, pratique systémique d'influence dans les systèmes démocratiques contemporains<sup>111</sup>. Tout d'abord, il faut comprendre le lobbying comme l'ensemble des activités visant à influencer les décisions des institutions publiques en faveur d'intérêts particuliers<sup>112</sup>. Dans les écosystèmes politiques denses comme Bruxelles ou Washington D.C<sup>113</sup>, il s'est transformé en une ingénierie sophistiquée de la perception et de l'influence, mobilisant dans de nombreux secteurs économiques tels que le pharmaceutique ou l'agroalimentaire, des ressources considérables et des expertises dédiées<sup>114</sup>. L'information devient ainsi une ressource malléable, sélectionnée et cadrée, subordonnée à une finalité stratégique : orienter la perception des enjeux pour favoriser des intérêts spécifiques<sup>115</sup>.

### B. Origines et histoire du lobbying

Cette pratique, qu'on appelle lobbying ou représentation d'intérêts, recouvre une réalité bien connue aux États-Unis. Le contexte libéral lui était favorable, concevant l'État avant tout au service de l'individu. Très tôt, dès 1876, la Cour Suprême américaine a reconnu le droit des citoyens de s'organiser et d'interpeller les pouvoirs publics lorsque leurs intérêts étaient en jeu. Ce droit fondamental a été consolidé près de 70 ans plus tard par le "Lobbying Act" de 1946, inscrivant le lobbying comme une composante quasi naturelle du jeu politique outre-Atlantique. Pourtant, cette intégration n'a pas toujours été évidente, et l'activité a longtemps souffert d'une image négative. Déjà à l'époque des Pères Fondateurs, des figures comme James Madison mettaient en garde contre ces "factions" susceptibles de privilégier leurs intérêts particuliers au détriment de l'intérêt général<sup>116</sup>.

---

<sup>111</sup> École de Guerre Économique. (2025, April 22). *Le lobbying européen dans le secteur pharmaceutique*. <https://www.egc.fr/infoguerre/le-lobbying-europeen-dans-le-secteur-pharmaceutique>

<sup>112</sup>Transparency France. (2025, April 22). *Lobbying*. <https://transparency-france.org/wp-content/uploads/2019/05/TRANSPARENCY-LOBBYING-VI.pdf>

<sup>113</sup> Anonyme. (2024, juin 7). *À Bruxelles, le lobbying américain à l'assaut de la culture européenne*. *Le Monde*. [https://www.lemonde.fr/economie/article/2024/06/07/a-bruxelles-le-lobbying-americain-a-l-assaut-de-la-culture-europeenne\\_6237862\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2024/06/07/a-bruxelles-le-lobbying-americain-a-l-assaut-de-la-culture-europeenne_6237862_3234.html)

<sup>114</sup>Transparency France. (2019). *Lobbying*. <https://transparency-france.org/wp-content/uploads/2019/05/TRANSPARENCY-LOBBYING-VI.pdf>

<sup>115</sup> Melchior. (n.d.). *La représentation économique et sociale : Rôle et réalités du lobbying*. <https://www.melchior.fr/synthese/la-representation-economique-et-sociale-role-et-realites-du-lobbying>

<sup>116</sup> *Ibid.*

La France a vu une tout autre histoire s'écrire pour elle. La tradition politique, marquée par une certaine méfiance envers la représentation directe des intérêts socio-économiques au sein de la sphère politique a longtemps freiné l'essor de cette pratique. Même si des personnalités comme La Tour Du Pin reconnaissaient le besoin d'une représentation professionnelle dès la fin du XIXe siècle, l'idée de leur donner une place au Parlement restait controversée. La création du Conseil Économique et Social (CES) en 1958 a marqué une forme d'institutionnalisation, offrant une tribune aux grands groupes socio-professionnels, mais son rôle est resté consultatif. C'est dans ce contexte que les politistes français, comme Georges Lavau et Jean Meynaud, ont introduit et analysé la notion de "groupe de pression"<sup>117</sup>. Aujourd'hui, cependant, les spécialistes préfèrent souvent le terme plus neutre et plus large de "groupe d'intérêt", reconnaissant la diversité des acteurs et la complexité des stratégies déployées, bien au-delà de la simple "pression". L'influence croissante des institutions européennes, notamment à Bruxelles, a également contribué à banaliser et professionnaliser ces pratiques sur le continent.

Mais pourquoi avoir choisi de traiter du lobbying ?

Au cœur de ce phénomène réside une tension fondamentale liée à l'information et aux mécanismes d'influence. En effet, cette dimension stratégique positionne le lobbying au cœur d'une lutte pour l'hégémonie narrative où l'enjeu n'est pas seulement de persuader par la force de l'argument mais de définir les cadres interprétatifs (frames) qui structurent la perception même des problèmes publics et des solutions envisageables<sup>118</sup>. Même si les lobbyistes apportent aux décideurs des données ou analyses ainsi qu'une expertise sectorielle qui peuvent s'avérer utiles en cas de situation complexe afin d'éclairer certains aspects des problèmes politiques, ils sélectionnent toutefois l'information, son cadrage ainsi que la manière dont elle sera présentée afin de servir les objectifs du groupe représenté<sup>119</sup>. Cette dualité est au centre des stratégies d'influence modernes. Comme l'explique la théorie du cadrage (framing), en sélectionnant et en accentuant certains aspects d'une réalité, les acteurs cherchent à activer sélectivement certaines valeurs et à influencer les jugements. Si l'on prend l'exemple aux États-Unis des débats autour des taxes sur les boissons sucrées, les lobbies de l'industrie ont systématiquement cadré la question autour de l'atteinte à la liberté du choix du consommateur et de la menace pour l'emploi, réussissant souvent à occulter ou minimiser les arguments de santé publique concernant l'obésité ou le diabète<sup>120</sup>. Parallèlement, la capacité à influencer l'Agenda Setting - quels sujets sont débattus prioritairement et quelle hiérarchisation selon leur degré d'importance - est cruciale. Jennifer Clapp, analysant le système alimentaire, met en lumière le pouvoir discursif<sup>121</sup> : cette capacité subtile pour les groupes industriels à façonner les normes, les idées admises ainsi que le langage utilisé pour débattre des politiques, permettant, à la lumière de *1984* de George Orwell, d'orienter subtilement mais profondément les solutions considérées comme naturelles ou rationnelles, et marginalisant les autres. La focalisation sur la responsabilité individuelle dans l'obésité, centrée sur le manque d'exercice et les excès personnels, minimisant le rôle de l'environnement alimentaire créé par l'industrie d'un marketing agressif alimentaire ultra-transformé et de la faible qualité nutritionnelle de l'offre de masse, est une manifestation flagrante de ce pouvoir discursif. Les techniques spécifiques pour atteindre ces

---

<sup>117</sup> *Ibid.*

<sup>118</sup> Junk, W. M., & Rasmussen, A. (2019). Framing by the flock: Collective issue definition and advocacy success. *Comparative Political Studies*, 52(4), 483–513. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6380451/>

<sup>119</sup>Transparency France. (2019). *Lobbying*. <https://transparency-france.org/wp-content/uploads/2019/05/TRANSPARENCY-LOBBYING-VI.pdf>

<sup>120</sup> Mialon, M., & Mialon, J. (2018). Analysis of corporate political activity strategies of the food industry: Evidence from France. *Public Health Nutrition*, 21(18), 3407–3421. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10260908/>

<sup>121</sup> Harrison, J. L. (s.d.) Review of Jennifer Clapp's Food. *University of Pittsburgh*.

hégémonies narratives, allant de la communication de crise à la création d'éléments de langage, sont d'ailleurs au coeur des analyses détaillées par des auteurs comme Pierre Bardon et Thierry Libaert<sup>122</sup>.

Ainsi, le lobbying moderne doit être appréhendé comme une entreprise stratégique de construction de la réalité politique et sociale. Il vise à façonner l'environnement cognitif et normatif des décideurs pour rendre certaines options politiques plus probables que d'autres (Schneider & Ingram, 1993)<sup>123</sup>. Cette dynamique interroge profondément les conditions d'une délibération démocratique éclairée et équilibrée. Comprendre le lobbying exige donc de dépasser une vision transactionnelle simpliste de l'information selon l'étude ethnographique de Camilla Nothhaft (2017), pour l'analyser comme un champ de bataille de l'information<sup>124</sup>. En effet, la capacité à produire des récits persuasifs accompagnés ou non d'une production d'expertise scientifique ou économique, vise à discréditer les narrations concurrentes et à fixer les termes du débat, et devient maintenant une compétence essentielle de l'influence.

### C. Le lobbying agroalimentaire

Le secteur agroalimentaire est une illustration particulièrement éloquente de cette complexité stratégique. Les intérêts économiques y sont considérables<sup>125</sup> et entrent fréquemment en collision avec des enjeux sociétaux majeurs comme la santé publique<sup>126</sup>, la protection de l'environnement, le bien-être animal ou encore la transparence pour le consommateur. Cette conflictualité intrinsèque fait de ce secteur une arène où les stratégies d'influence sont particulièrement élaborées et, la lutte pour le contrôle narratif et scientifique, féroce.

En analysant en profondeur l'écosystème on se rend rapidement compte de la diversité des acteurs aux capacités d'influence très inégales. Se trouvent :

- Des fédérations sectorielles puissantes comme COPA-COGECA à Bruxelles<sup>127</sup>, qui représentent une large partie du secteur agricole et qui bénéficient d'un accès historique et souvent qualifié de privilégié aux institutions de l'UE<sup>128,129,130</sup>. Cet accès se traduit souvent par

---

<sup>122</sup> Bardon, P. (n.d.). *Le lobbying*. Dunod. <https://www.dunod.com/entreprise-et-economie/lobbying>

<sup>123</sup> Pierce, J. J., Smith-Walter, A., & Peterson, H. L. (2014). Social construction and policy design: A review of past applications. *Policy Studies Journal*, 42(1), 1–29. <https://doi.org/10.1111/psj.12040>

<sup>124</sup> Nothhaft, C. (s.d.) Moments of lobbying.

<sup>125</sup> École de Guerre Économique. (n.d.). *Le lobbying européen dans le secteur pharmaceutique*. <https://www.ege.fr/infoguerre/le-lobbying-europeen-dans-le-secteur-pharmaceutique>

<sup>126</sup> Académie d'Agriculture de France. (n.d.). *Nutrition et santé : Les secrets de cuisine du lobby agroalimentaire*. <https://www.academie-agriculture.fr/sites/default/files/agenda/quechoisirdu22052>

<sup>127</sup> Copa-Cogeca. (n.d.). *Copa-Cogeca: The united voice of farmers and agri-cooperatives in the EU*. <https://copa-cogeca.eu/>

<sup>128</sup> Savage, S., & Win, T. L. (2023, June 29). *The truth behind Europe's most powerful farmers lobby*. *Politico.eu*. <https://www.politico.eu/article/copa-cogeca-farming-lobby-europe/>

<sup>129</sup> Corporate Europe Observatory. (2020). *Privileged access for Copa-Cogeca and industry in DG Agriculture*.

<sup>130</sup> Gardon, S., Gautier, A., & Le Naour, G. (n.d.). Chapitre 2 - Du lobbying aux théories de la gouvernance : Qui gouverne. In *La santé globale au prisme de l'analyse des politiques publiques* (coll. Update Sciences & Technologie). Éditions Quæ

des consultations en amont ou des relations informelles suivies avec les fonctionnaires clés<sup>131</sup> qui confèrent à ces fédérations une capacité d'influence en profondeur, et illustrent les limites de la vision pluraliste d'une compétition équilibrée<sup>132</sup>, comme le montre leur capacité à orienter les débats sur des politiques majeures telles que la stratégie "Farm to Fork"<sup>133</sup>. Aux États-Unis, l'American Farm Bureau Federation, est un lobby agricole majeur et dont l'influence sur la législation, notamment le Farm Bill<sup>134</sup>, est considérable grâce à un réseau étendu et des moyens financiers importants.

- Des multinationales agroalimentaires tels que Nestlé ou Bayer<sup>135</sup>, disposant de moyens financiers et humains considérables pour leurs propres actions de lobbying et de communication.
- Des ONG et groupes de la société civile tels que Foodwatch<sup>136</sup>, Greenpeace<sup>137</sup>, BEUC, qui agissent comme des contre-pouvoirs informationnels, cherchant à déconstruire les narratifs industriels dominants et à mobiliser l'opinion publique.
- Des institutions de régulations et d'expertise telles que EFSA, FDA, EPA, cibles majeures de l'influence, mais dont l'indépendance et la capacité à résister à la capture réglementaire sont constamment questionnées. Ces phénomènes de capture, où le régulateur finit par adopter la perspective de l'industrie régulée, peut être facilitée par les "portes tournantes" : le va-et-vient de personnel entre des agences comme l'EPA/USDA et des entreprises comme Monsanto/Bayer, crée des liens et une culture commune qui peuvent altérer l'objectivité réglementaire. Une autre manifestation de cette tentative de cooptation du processus réglementaire est la stratégie du "partenaire de la solution"<sup>138</sup> : l'industrie propose des engagements volontaires<sup>139</sup> pour devancer ou atténuer une régulation. Cette capture peut devenir épistémique lorsque l'agence finit par adopter les cadres d'analyse, les données et les méthodologies de l'industrie comme base de ses propres évaluations.

---

<sup>131</sup> Foucart, S. (2021, 12 octobre). L'intense lobbying de l'agro-industrie contre « Farm to Fork », le volet agricole du Pacte vert européen. *Le Monde*. [https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/10/12/l-intense-lobbying-de-l-agro-industrie-contre-le-volet-agricole-du-pacte-vert-europeen-farm-to-fork\\_6098049\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/10/12/l-intense-lobbying-de-l-agro-industrie-contre-le-volet-agricole-du-pacte-vert-europeen-farm-to-fork_6098049_3244.html)

<sup>132</sup> Gardon, S., Gautier, A., & Le Naour, G. (n.d.). Chapitre 2 - Du lobbying aux théories de la gouvernance : Qui gouverne. In *La santé globale au prisme de l'analyse des politiques publiques* (coll. « Update Sciences & Technologie »). Éditions Quæ.

<sup>133</sup> Le Monde. (2021, October 12). *L'intense lobbying de l'agro-industrie contre « Farm to Fork », le volet agricole du Pacte vert européen*. [https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/10/12/l-intense-lobbying-de-l-agro-industrie-contre-le-volet-agricole-du-pacte-vert-europeen-farm-to-fork\\_6098049\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/10/12/l-intense-lobbying-de-l-agro-industrie-contre-le-volet-agricole-du-pacte-vert-europeen-farm-to-fork_6098049_3244.html)

<sup>134</sup> ResearchGate. (s. d.). (PDF) *Regulatory capture: Risks and solutions*. [https://www.researchgate.net/publication/265962949\\_Regulatory\\_Capture\\_Risks\\_and\\_Solutions](https://www.researchgate.net/publication/265962949_Regulatory_Capture_Risks_and_Solutions)

<sup>135</sup> Corporate Europe Observatory. (2016, 2 novembre). *Le lobbying de Monsanto : une attaque contre notre planète et la démocratie* [PDF]. [https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/monsanto\\_lobbying\\_fr.pdf](https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/monsanto_lobbying_fr.pdf)

<sup>136</sup> Foodwatch France. (n.d.). *Lobbies et multinationales*. <https://www.foodwatch.org/fr/sinformer/nos-campagnes/politique-et-lobbies/lobbies-et-multinationales>

<sup>137</sup> Greenpeace France. (2022, janvier). *Comment les lobbies de la viande nous manipulent*. [https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2022/01/Lobbies-de-la-viande\\_Greenpeace2022.pdf](https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2022/01/Lobbies-de-la-viande_Greenpeace2022.pdf)

<sup>138</sup> Lacy-Nichols, J., & Williams, O. (2021). "Part of the solution": Food corporation strategies for regulatory capture and legitimacy. *International Journal of Health Policy and Management*, 10(12), 983–996. <https://doi.org/10.34172/ijhpm.2020.54>

<sup>139</sup> Sachet-Milliat, A., & Igalens, J. (2019). Le lobbying en France : une approche par le concept de corégulation. *Management international*, 23(3), 158–171. <https://doi.org/10.7202/1062216ar>

Le “Corporate Political Activity” (CPA), désigne l’ensemble des actions entreprises par les sociétés pour influencer les politiques gouvernementales, les réglementations ou les décisions politiques<sup>140</sup>. Cette approche permet de systématiser l’analyse des tactiques d’influence qui se déclinent notamment en stratégie de contrôle narratif et épistémique ainsi que par le financement politique direct ou indirect.

D’abord le contrôle narratif et épistémique à travers la bataille pour l’expertise scientifique est central. Si l’on prend l’exemple du glyphosate, la divergence radicale entre le classement “cancérogène probable” du CIRC/OMS<sup>141</sup> (fondé sur des études publiques), et les conclusions rassurantes de l’EFSA<sup>142</sup> (fondées sur des études industrielles confidentielles), démontre comment l’accès différencié à l’information et la capacité à produire/financer des études peuvent directement influencer une décision réglementaire majeure. Les allégations de ghostwriting et de manipulation de données issues des “Monsanto Papers”<sup>143</sup> illustrent les dérives possibles de cette instrumentalisation de la science, un phénomène systémique largement analysé par Marion Nestle<sup>144</sup> pour le secteur alimentaire. De même, la contestation de la base scientifique du Nutri-Score<sup>145146</sup> relève d’une stratégie visant à “fabriquer le doute”<sup>147</sup> pour bloquer une politique défavorable.

Ensuite, le financement politique est également observable aux États-Unis où des millions de dollars sont versés par l’agro-industrie en contributions de campagne et lobbying direct, notamment lors des négociations du Farm Bill<sup>148</sup>. Ces contributions n’ont pas pour objectif d’acheter un vote mais plutôt de sécuriser un accès privilégié et durable aux décideurs clés et à peser sur l’orientation générale des politiques agricoles et alimentaires. C’est un investissement dans le capital relationnel et l’influence à long terme, facilité par un cadre légal permissif sur le financement politique. Un exemple notable de financement direct par l’industrie agroalimentaire influençant des décisions politiques est celui de l’ancienne sénatrice américaine Blanche Lincoln. En 2010, alors qu’elle présidait le Comité sénatorial de l’agriculture, Lincoln a reçu des contributions significatives de la part de grandes entreprises agroalimentaires, notamment Monsanto, Tyson Foods et Walmart<sup>149</sup>. En 2010 et seulement pour sa campagne électorale, le montant des financements rendus publics s’élèvent à 130 000 \$. Par la suite,

---

<sup>140</sup> sgpjournal.mgimo.ru. (s. d.). *Corporate political activity: EU practices*. <https://sgpjournal.mgimo.ru/2020/2020-7/corporate-political-activity-eu-practices>

<sup>141</sup> Health and Environment Alliance. (n.d.). *Glyphosate: why the EU needs to ban the popular weedkiller to protect health*. <https://www.env-health.org/campaigns/glyphosate-why-the-eu-needs-to-protect-health-ban-the-popular-weedkiller/>

<sup>142</sup> Corporate Europe Observatory. (2021, July). *The glyphosate story so far: Controversy over science, lawsuits and dodgy lobbying tactics*. <https://corporateeurope.org/sites/default/files/2021-07/The%20Glyphosate%20Story%20-%20what%20happened%20so%20far.pdf>

<sup>143</sup> Health and Environment Alliance. (n.d.). *Glyphosate: why the EU needs to ban the popular weedkiller to protect health*. <https://www.env-health.org/campaigns/glyphosate-why-the-eu-needs-to-protect-health-ban-the-popular-weedkiller/>

<sup>144</sup> Nestle, M. (2018). *Unsavoury truth: How food companies skew the science of what we eat*. Basic Books.

<sup>145</sup> FoodTimes. (n.d.). *Nutri-Score, anti-public health lobbies unveiled*. <https://www.foodtimes.eu/consumer-en/nutri-score-anti-public-health-lobbies-unveiled/>

<sup>146</sup> FoodTimes. (n.d.). *Nutri-Score: Separating science from lobby-driven misinformation*. Retrieved April 22, 2025, from <https://www.foodtimes.eu/consumer-en/nutri-score-lobby-driven-misinformation/>

<sup>147</sup> Bardon, P. (n.d.). *Le lobbying*. Dunod. Retrieved April 22, 2025, from <https://www.dunod.com/entreprise-et-economie/lobbying>

<sup>148</sup> Transparency International. (n.d.). *Controlling corporate lobbying and financing of political activities*. [https://images.transparencycdn.org/images/2009\\_6\\_PP\\_CorporateLobbying\\_EN.pdf](https://images.transparencycdn.org/images/2009_6_PP_CorporateLobbying_EN.pdf)

<sup>149</sup> OpenSecrets. (n.d.). *Sen. Blanche Lincoln – Arkansas*. Retrieved May 9, 2025, from <https://www.opensecrets.org/members-of-congress/blanche-lincoln/contributors?cid=N00008092&cycle=2010&utm>

Lincoln a soutenu des politiques favorables à ces industries, notamment en s'opposant à des réglementations plus strictes sur la sécurité alimentaire et en soutenant des subventions agricoles profitant aux grandes exploitations. Cette situation illustre comment des financements directs peuvent influencer les décisions politiques en faveur des intérêts de l'industrie agroalimentaire.

Puis, la construction de réseaux d'alliés composés de think tanks et d'experts afin d'amplifier la voix des industries est également une tactique majeure largement utilisée. C'est l'exemple de l'astroturfing, qui consiste à créer de toute pièce une organisation qui semble, à première vue, émaner de la base citoyenne mais qui en réalité, est pilotée et financée par l'industrie<sup>150</sup>. L'objectif ? Générer une illusion de soutien populaire, influencer les médias et légitimer une position auprès des décideurs tout en décrédibilisant les véritables mouvements citoyens<sup>151</sup>. La chercheuse québécoise Sophie Boulay parle même d'usurpation de l'identité citoyenne afin d'attribuer plus de crédibilité aux messages émis (2012)<sup>152</sup>. Des exemples concrets incluent la création de faux instituts ou campagnes de témoignages prétendument spontanés, comme le blog "Walmarting across America" financé par Walmart ou la création du "Center for Food and Agricultural Research" par Monsanto pour attaquer ses critiques<sup>153</sup>. Les actions philanthropiques, telles que la "Walanthropy" de Walmart, relèvent aussi de stratégies de construction de légitimité et de gestion de la réputation. Elles servent à redorer l'image de l'entreprise et à renforcer sa crédibilité auprès du public et des décideurs, tout en détournant l'attention des controverses ou critiques<sup>154</sup>.

Aussi, les entreprises du secteur agroalimentaire recourent fréquemment à des stratégies juridiques offensives pour défendre leurs intérêts économiques. Cela inclut la défense agressive des brevets, la contestation systématique de nouvelles réglementations et surtout la tentative de modifier les cadres légaux eux-mêmes afin de limiter leur exposition à des risques financiers ou juridiques. Par exemple, la campagne active de Bayer dans plusieurs États américains pour obtenir une immunité légale contre les poursuites liées au Roundup illustre une de leur tentative stratégique de se soustraire à la responsabilité juridique pour protéger ses actifs financiers<sup>155</sup>.

Enfin, une autre stratégie courante consiste à contourner les politiques publiques en proposant des systèmes d'autorégulation ou des labels privés présentés comme équivalents voir supérieurs aux dispositifs publics comme c'est le cas avec le Nutrinform italien promu comme alternative au Nutri-

---

<sup>150</sup> Cardon, P., Depecker, T., & Plessz, M. (2019). Chapitre 3. État, industries et consommation alimentaire. In *Sociologie de l'alimentation* (pp. 73–96). Armand Colin. Retrieved April 24, 2025, from <https://shs.cairn.info/sociologie-de-l-alimentation--9782200621049-page-73>

<sup>151</sup> Bernard, M. (2020, September 11). *Astroturfing, fonctionnement et mise en perspective d'une technique de propagande économique et politique à l'heure des réseaux sociaux*. Rédacteur-indépendant.ch. Retrieved April 24, 2025, from <https://www.redacteur-independant.ch/2020/09/11/astroturfing-fonctionnement-et-mise-en-perspective-dune-technique-de-propagande-economique-et-politique-a-lheure-des-reseaux-sociaux/>

<sup>152</sup> Bernard, M. (2020, September 11). *Astroturfing, fonctionnement et mise en perspective d'une technique de propagande économique et politique à l'heure des réseaux sociaux*. Rédacteur-indépendant.ch. Retrieved April 24, 2025, from <https://www.redacteur-independant.ch/2020/09/11/astroturfing-fonctionnement-et-mise-en-perspective-dune-technique-de-propagande-economique-et-politique-a-lheure-des-reseaux-sociaux/>

<sup>153</sup> Dagenais, B. (2017, July 6). Sophie Boulay (2015), *Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public. Astroturfing, communication et démocratie. Communication. Information médias théories pratiques*, 34(2). Éditions Nota Bene. <https://doi.org/10.4000/communication.7051>

<sup>154</sup> Dagenais, B. (2017). Sophie Boulay (2015), *Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public. Astroturfing, communication et démocratie. Communication. Information médias théories pratiques*, 34(2). Éditions Nota Bene. <https://doi.org/10.4000/communication.7051>

<sup>155</sup> Cogito. (2021, November 16). *L'industrie agroalimentaire et ses activités politiques*. Retrieved April 24, 2025, from <https://websserver07.reims.sciences-po.fr/research/cogito/home/lindustrie-agroalimentaire-et-ses-activites-politiques/>

Score<sup>156</sup>. Ces dispositifs montrent comment l'industrie et certains États cherchent à imposer des référentiels moins contraignants, souvent jugés plus favorables à leurs intérêts économiques. Or, ces systèmes privés sont en réalité nettement moins efficaces que le Nutri-Score pour améliorer la qualité nutritionnelle des choix des consommateurs.

L'ensemble de ces stratégies - juridiques, réglementaires et communicationnelles - interconnectées forment un système d'influence redoutable, où chaque levier est mobilisé pour façonner l'environnement politique et informationnel à l'avantage des intérêts agroalimentaires. En effet, comme l'indiquent Courty et Milet, il est crucial d'adopter une lecture systémique pour comprendre comment les intérêts agroalimentaires façonnent activement leur environnement politique et informationnel afin de peser sur la décision publique, souvent au détriment de l'intérêt général<sup>157</sup>.

## **D. Le lobbying de l'industrie bovine : stratégies d'influence face aux controverses**

### **1. Présentation du lobbying de l'industrie bovine**

Nous allons voir dans cette sous-partie et en nous appuyant sur les sources disponibles et notamment les rapports de l'École de Guerre économique et de Greenpeace, projeter les logiques d'influence observées dans l'agroalimentaire sur les défis particuliers de ce secteur.

L'industrie bovine française, à travers des organisations telles l'Association Nationale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes (Interbev) fondée en 1979 et la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA), déploie des stratégies de gestion narrative et de légitimation particulièrement actives pour répondre aux controverses sur le climat, la santé, l'éthique animale et l'environnement. En effet, Interbev, l'organisation la plus puissante du secteur de la viande rouge (hors porc et volaille), consacre entre 35 et 45 millions d'euros par an selon Greenpeace - dont une part provient des financements européens - à l'influence, dont les deux tiers en communication, publicité et lobbying, avec pour mission de "rétablir ses vérités là où se forme l'opinion et où se noue le débat"<sup>158</sup>. Cette stratégie vise à défendre la filière sur les fronts scientifiques, médiatiques et politiques, en développant des contre-arguments et des campagnes proactives face à la pression réputationnelle liée aux émissions de méthane, à l'utilisation des terres, au bien-être animal et aux risques sanitaires de la viande rouge.

### **2. Stratégies narratives et communicationnelles**

En appliquant les cadres précédents :

---

<sup>156</sup> Dongo, D. (2023, April 20). *NutriScore et NutriForm, le professeur Serge Hercberg précise – Cadeau. Gift*. Retrieved April 24, 2025, from <https://www.greatitalianfoodtrade.it/fr/%C3%89tiquettes/le-professeur-nutriscore-et-nutriform-serge-hercberg-pr%C3%A9cise/>

<sup>157</sup> Benamouzig, D., & Cortinas, J. (2024, June). *Les entreprises agro-alimentaires contre la santé publique* (J. Mischi, Ed.). Raison d'Agir.

<sup>158</sup> Langlade, A. (2022, February 8). *Écoles, médecins, Parlement... les lobbies de la viande sont partout pour contrôler notre alimentation*. La Relève et La Peste. Retrieved April 24, 2025, from <https://lareleveetlapeste.fr/ecoles-medecins-parlement-les-lobbies-de-la-viande-sont-partout-pour-controler-notre-alimentation/>

Les lobbies bovins mettent en avant des arguments comme les services écosystémiques de l'élevage herbager, l'importance des protéines animales pour la nutrition, ou encore l'image de l'éleveur "gardien du territoire"<sup>159</sup>. Ils contestent également les cadrages négatifs, par exemple en promouvant des métriques alternatives (comme le GWP), pour relativiser l'impact climatique du méthane, ou en questionnant la robustesse des études épidémiologiques liant viande rouge et maladies. Ces tactiques s'inscrivent dans la logique de "guerre de l'information" et de "fabrication du doute" déjà documentée dans le secteur agroalimentaire. Une stratégie notable est l'appropriation des controverses : plutôt que de nier les préoccupations sociétales, les lobbies comme Interbev s'approprient ces thèmes. Par exemple avec le concept de "Naturellement Flexitariens", qui détourne la notion de réduction de consommation pour valoriser la viande française "de qualité". Ils jouent aussi sur les clichés autour du patriotisme et du genre, tout en menant une bataille sémantique pour contrôler le vocabulaire, en luttant par exemple contre l'appellation "burger végétarien".

### 3. Influence scientifique et expertise

Pour ce qui est de l'expertise scientifique, le secteur a intérêt à financer des recherches qui soutiennent son narratif, comme l'existence d'un potentiel de séquestration carbone des prairies grâce à certains modes d'élevages, et à contester méthodologiquement les travaux critiques. Des liens étroits existent avec la recherche publique, notamment via les Instituts Techniques Agricoles (ITA) comme l'IDELE. Bien que financés majoritairement par des fonds publics, ces instituts sont souvent pilotés par les filières, avec des représentants des lobbies dans leurs instances de gouvernance. L'INRAE, principal organisme public, entretient aussi des liens historiques, ce qui peut créer des tensions lorsque des publications semblent alignées sur les positions de l'industrie. Des scientifiques reconnus peuvent être mobilisés pour apporter une caution aux messages proviande<sup>160</sup>. Son influence peut aussi s'exercer dans des enceintes de normalisation comme le Codex Alimentarius<sup>161</sup>, où les lobbies industriels participent à la définition des standards internationaux tels que les additifs, les allégations ou les seuils de résidus dans les produits carnés.

### 4. Mobilisation d'alliés et actions politiques

Ensuite, pour la mobilisation d'alliés, le secteur des industries bovines construit des coalitions notamment avec le secteur laitier ou les industries de l'alimentation animale, et mène des campagnes de communication grand public, comme "Aimez la viande, mangez-en mieux" ou des campagnes destinées aux produits laitiers, encourageant indirectement la consommation de viande "Les produits laitiers sont nos amis pour la vie". Les campagnes d'Interbev sont des leviers essentiels pour défendre l'image du secteur notamment auprès d'un public très jeune<sup>162</sup>. Le lobbying politique est également une composante clé, avec des budgets déclarés à la hauteur de 300 000 euros pour Interbev en 2020,

---

<sup>159</sup> *Ibid.*

<sup>160</sup> Guyon, C., Lacoux, B., & Gasnot, G. (2024). *Ingérence économique dans la production alimentaire française: Comment les Américains financent l'activisme animaliste en France pour déstabiliser les filières animales*. École de Guerre Économique.

<sup>161</sup> De Salins, M. L. (2012). *Lobbying de l'agroalimentaire et normes internationales: Le cas du Codex Alimentarius*. Éditions Quæ

<sup>162</sup> Ducos, L. (n.d.). *Viande et produits laitiers : L'État laisserait-il les lobbies contrôler l'assiette de nos enfants ?* Greenpeace France.  
[https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2017/12/rapport\\_greenpeace\\_viande\\_et\\_produits\\_laitiers\\_a\\_la\\_cantine-1.pdf](https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2017/12/rapport_greenpeace_viande_et_produits_laitiers_a_la_cantine-1.pdf)

et des actions auprès des parlementaires lors des débats législatifs comme celui autour de la loi Climat et Résilience, ou via des clubs parlementaires financés par les filières.

## 5. Autorégulation et labels

Enfin, la mise en valeur de labels “bien-être animal” ou “bas carbone” volontaires sert de stratégie pour anticiper la critique et éviter potentiellement des réglementations plus contraignantes sur les pratiques d'élevages, en prétendant répondre aux attentes sociétales tout en gardant la main sur les standards appliqués<sup>163</sup>. Cette démarche peut être vue comme une tentative de conserver le contrôle narratif et normatif face aux pressions

Pour conclure, cette analyse suggère que l'industrie bovine est engagée dans une gestion stratégique de la controverse où les outils de la guerre informationnelle et de l'influence multi-canaux sont centraux. Comprendre ces mécanismes est clé pour analyser les débats sur la transition alimentaire. La difficulté à obtenir des données précises sur les actions de lobbying spécifiques à cette filière comme l'explique Greenpeace, souligne une fois de plus les défis de la transparence et la complexité de tracer les flux d'influence dans des secteurs aussi stratégiques.

---

<sup>163</sup> Ducos, L. (2022, January). *Comment les lobbies de la viande nous manipulent*. Greenpeace France. Retrieved from [https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2022/01/Lobbies-de-la-viande\\_Greenpeace2022.pdf](https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2022/01/Lobbies-de-la-viande_Greenpeace2022.pdf)

### III. Troisième jeu : INFOWAR

#### A. Contexte général

INFOWAR est un jeu de plateau immersif visant à simuler un conflit informationnel moderne, lors d'une élection présidentielle. Pour notre jeu, nous avons retenu le scénario d'une campagne électorale perturbée par une vaste campagne de désinformation, qui nous a paru un cadre idéal pour mettre en scène la bataille de l'influence. En effet, dans une élection, la victoire dépend directement de l'arbitrage par l'opinion publique, ce qui place la perception, la séduction et la manipulation au cœur du processus. Ce choix s'inspire notamment des campagnes présidentielles américaines contemporaines, où la structure bipartisane exacerbe la polarisation et expose le processus électoral à des manœuvres informationnelles hybrides. L'enjeu que nous avons cherché à modéliser est l'impact de la désinformation en contexte électoral, et surtout comment y faire face, en mettant l'accent sur l'asymétrie stratégique qui existe entre l'attaque et la défense, la dynamique de polarisation de la société, et le rôle de l'opinion publique et des soutiens dans la bataille pour la légitimité démocratique.

Les conflits informationnels contemporains sont souvent décrits en termes de *guerre cognitive*. Ces dernières années, les analystes stratégiques et organisations internationales ont commencé à la définir comme une nouvelle dimension des conflits, aux côtés des domaines terrestre, naval, aérien, cyber et spatial<sup>164</sup>. L'OTAN la décrit ainsi comme « une forme de guerre non-conventionnelle qui utilise des outils informatiques pour modifier le raisonnement cognitif de l'ennemi, exploiter les biais cognitifs ou la pensée réflexive, provoquer des distorsions de la pensée, influencer la prise de décision et entraver les actions, avec des effets négatifs tant au niveau individuel qu'au niveau collectif »<sup>165</sup>. En d'autres termes, l'esprit humain devient le principal théâtre des opérations : l'objectif est de changer non seulement *ce que* les gens pensent, mais *comment* ils pensent et agissent<sup>166</sup>. Le neuroscientifique James Giordani affirme ainsi en 2018 que "le cerveau humain est le champ de bataille du XXIème siècle"<sup>167</sup>. Avec INFOWAR, nous avons ainsi voulu intégrer cette idée centrale : l'objectif d'une campagne de désinformation est de façonner l'esprit du public afin d'altérer ses actions (ici, son vote). De fait, la désinformation et les opérations d'influence sont devenues des armes politiques capables d'affecter le cours d'une élection en exploitant les fractures sociales. C'est le cas, par exemple, des ingérences informationnelles russes en Europe de l'Est. Par exemple, en Roumanie, en 2024, le candidat d'extrême droite pro-russe Călin Georgescu a bénéficié d'une campagne massive sur TikTok, soutenue par des influenceurs rémunérés et des contenus sponsorisés, visant à amplifier sa visibilité et à diffuser des messages nationalistes<sup>168</sup>. Des rapports des services de renseignement roumains ont

---

<sup>164</sup> CDEC - Centre de Doctrine et d'Enseignement du Commandement. (2023). *La guerre cognitive*. [https://www.terre.defense.gouv.fr/sites/default/files/ccf/20231016\\_NP\\_CDEC-PEP-OC\\_Note-de-recherche-La-guerre-cognitive.pdf](https://www.terre.defense.gouv.fr/sites/default/files/ccf/20231016_NP_CDEC-PEP-OC_Note-de-recherche-La-guerre-cognitive.pdf)

<sup>165</sup> *Ibid.*

<sup>166</sup> Johns Hopkins University & Imperial College London. (2021, mai 20). Countering cognitive warfare: Awareness and resilience. *NATO Review*. <https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/05/20/countering-cognitive-warfare-awareness-and-resilience/index.html>

<sup>167</sup> CDEC - Centre de Doctrine et d'Enseignement du Commandement. (2023). *La guerre cognitive*. [https://www.terre.defense.gouv.fr/sites/default/files/ccf/20231016\\_NP\\_CDEC-PEP-OC\\_Note-de-recherche-La-guerre-cognitive.pdf](https://www.terre.defense.gouv.fr/sites/default/files/ccf/20231016_NP_CDEC-PEP-OC_Note-de-recherche-La-guerre-cognitive.pdf)

<sup>168</sup> Le Monde. (2024, décembre 6). Roumanie : La Cour constitutionnelle annule le premier tour de l'élection présidentielle du fait de graves manipulations sur TikTok. *Le Monde*.

révélé que cette campagne était orchestrée avec l'appui de fonds étrangers, notamment via des dons en cryptomonnaie, et s'inscrivait dans une stratégie plus large de déstabilisation menée par des acteurs liés au Kremlin. Face à l'ampleur de ces interférences, la Cour constitutionnelle roumaine a annulé les résultats du premier tour de l'élection, une décision sans précédent dans un État membre de l'Union européenne<sup>169</sup>.

On remarque ainsi que de manière générale, le processus électoral constitue une cible privilégiée des campagnes d'influence hostiles : les outils numériques offrent à divers acteurs (États, groupes, individus) un moyen à moindre coût de s'ingérer dans une élection, de manipuler l'opinion et de déstabiliser les sociétés démocratiques<sup>170</sup>. Par ailleurs, l'essor des nouvelles technologies offre à ces campagnes d'influence des possibilités sans précédent pour contourner les filtres cognitifs du public : ainsi, selon un rapport du German Marshall Fund, lors des élections présidentielles de 2024, les autorités taïwanaises ont dû faire face à une campagne massive de désinformation reposant sur des contenus générés par intelligence artificielle, incluant des images falsifiées, des vidéos *deepfake*, des enregistrements audio manipulés et des textes synthétiques, largement diffusés sur les réseaux sociaux<sup>171</sup>.

Derrière ces opérations, on retrouve des interventions étrangères. Un rapport retentissant de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM) révèle par exemple comment la Chine a bâti un vaste réseau d'influence mondial, coordonné notamment depuis sa base 311 à Fuzhou, pour cibler les opinions publiques étrangères<sup>172</sup>. D'après ces travaux, cette base pilote de multiples opérations d'influence en mobilisant trois types d'organisations : des entreprises écrans dans le secteur médiatique, des unités de l'Armée populaire de libération spécialisées, ainsi que des plateformes relais aux liens plus diffus servant à amplifier les narratifs pro-Pékin. Parmi les relais identifiés figurent des médias d'État (tels que Voice of the Strait), des instituts culturels (par ex. les Instituts Confucius) et une armée de cyber-propagandistes<sup>173</sup>. Il est estimé que pas moins de 2 millions de personnes travailleraient à plein temps pour relayer la propagande chinoise en ligne, épaulées par environ 20 millions d'autres participants occasionnels sur les réseaux sociaux<sup>174</sup>. Ce « système tentaculaire » illustre combien l'information est devenue un terrain de manœuvre où les régimes autoritaires tentent de compenser leur infériorité dans le « *soft power* » classique par un « *sharp power* » agressif<sup>175</sup>.

---

[https://www.lemonde.fr/international/article/2024/12/06/roumanie-la-cour-constitutionnelle-annule-le-premier-tour-de-l-election-presidentielle-apres-de-graves-manipulations-sur-tiktok\\_6433720\\_3210.html](https://www.lemonde.fr/international/article/2024/12/06/roumanie-la-cour-constitutionnelle-annule-le-premier-tour-de-l-election-presidentielle-apres-de-graves-manipulations-sur-tiktok_6433720_3210.html)

<sup>169</sup> *Ibid.*

<sup>170</sup> Bronner, G. (Dir.). (2022). *Les Lumières à l'ère numérique : Rapport de la commission sur la lutte contre la désinformation*. Présidence de la République française. <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/12/0f50f46f0941569e780ffc456e62faac59a9e3b7.pdf>

<sup>171</sup> Welch, D. (2023, décembre 19). *Taiwan's election: 2024's canary in the coal mine for disinformation*. German Marshall Fund. <https://www.gmfus.org/download/article/23258>

<sup>172</sup> Charon, P., & Jeangène Vilmer, J.-B. (2021). *Les opérations d'influence chinoises : Un moment machiavélien* (2e éd.). Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM). <https://www.irsem.fr/rapport.html>

<sup>173</sup> Le Point. (2021, septembre 20). Think tanks, désinformation : Le tentaculaire réseau d'influence de la Chine. *Le Point*. [https://www.lepoint.fr/monde/think-tanks-desinformation-le-tentaculaire-reseau-d-influence-de-la-chine-20-09-2021-2443888\\_24.php](https://www.lepoint.fr/monde/think-tanks-desinformation-le-tentaculaire-reseau-d-influence-de-la-chine-20-09-2021-2443888_24.php)

<sup>174</sup> *Ibid.*

<sup>175</sup> CDEC - Centre de Doctrine et d'Enseignement du Commandement. (2023). *La guerre cognitive*. [https://www.terre.defense.gouv.fr/sites/default/files/ccf/20231016\\_NP\\_CDEC-PEP-OC\\_Note-de-recherche-La-guerre-cognitive.pdf](https://www.terre.defense.gouv.fr/sites/default/files/ccf/20231016_NP_CDEC-PEP-OC_Note-de-recherche-La-guerre-cognitive.pdf)

## B. Problématisation

Cette réalité a guidé la problématisation d'INFOWAR : comment représenter, dans un jeu, un affrontement asymétrique où un camp de la désinformation multiplie les attaques pour semer le doute et le chaos médiatique, face à un camp de l'information cherchant à maintenir l'adhésion du public et l'intégrité du scrutin ?

En effet, un défi majeur mis en avant par la littérature est l'asymétrie entre offense et défense informationnelle. Produire et diffuser de fausses informations est facile, rapide et peu coûteux, alors que les contrer demande du temps, des ressources et de l'organisation<sup>176</sup>. Comme le note le rapport Bronner, l'instantanéité des réseaux sociaux donne un avantage concurrentiel aux infox, « rapides à générer et à diffuser, face aux informations fiables qui nécessitent du temps pour être vérifiées »<sup>177</sup>. Autrement dit, le mensonge se diffuse plus vite que la vérité, plaçant les défenseurs en position réactive et souvent avec un temps de retard.

De plus, la réception sociale des messages joue un rôle décisif. Les théories de la communication, et en particulier la théorie de la réception de Stuart Hall, soulignent que les récepteurs médiatiques ne sont pas des récepteurs passifs : ils « décryptent » les messages en fonction de leur contexte social et culturel<sup>178</sup>. Hall distingue notamment la *lecture dominante* (le public interprète le message tel que voulu par son émetteur), la *lecture négociée* (le public comprend le message dominant mais l'adapte partiellement à son propre cadre) et la *lecture oppositionnelle* (le public rejette le sens voulu et attribue au message une signification contraire)<sup>179</sup>. De plus, le degré de confiance envers l'émetteur ou la source affecte l'adhésion au message : on questionnera moins facilement une information provenant d'une personnalité respectée (effet de halo). Autrement dit, le sens n'est jamais entièrement « imposé » par l'émetteur : il se construit dans l'interaction avec le récepteur. Nous avons donc intégré ce principe pour souligner que la réussite d'une manœuvre informationnelle ne tient pas qu'à sa qualité intrinsèque ou solidité doctrinale, mais surtout à sa perception par l'audience.

Enfin, les travaux sur la polarisation politique ont éclairé les dangers d'une opinion publique fortement polarisée où les camps adverses développent une animosité croissante<sup>180</sup>. Iyengar et Krupenkin parlent d'ailleurs d'une « ère de polarisation aiguë » depuis le début du XXI<sup>e</sup> siècle, où les désaccords partisans modérés se muent en hostilité viscérale entre camps opposés<sup>181</sup>. Ils notent que la polarisation affective (le fait de détester l'autre camp plus que d'adhérer à des idées) en est venue à un point tel que « *l'affiliation partisane est désormais un test décisif dans les relations interpersonnelles* »<sup>182</sup>. Ce climat favorise la diffusion de désinformation et rend d'autant plus difficile le rétablissement d'une vérité partagée. Des mécanismes cognitifs tels que le biais de confirmation –

---

<sup>176</sup> Bronner, G. (Dir.). (2022). *Les Lumières à l'ère numérique : Rapport de la commission sur la lutte contre la désinformation*. Présidence de la République française. <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/12/0f50f46f0941569e780ffc456e62faac59a9e3b7.pdf>

<sup>177</sup> *Ibid.*

<sup>178</sup> Hulatt, L. (s. d.). *Stuart Hall*. Studysmarter.fr. <https://www.studysmarter.fr/resumes/sciences-economiques-et-sociales/sociologie/stuart-hall/>

<sup>179</sup> Wikipedia. (s. d.). *Encoding/decoding model of communication*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Encoding/decoding\\_model\\_of\\_communication](https://en.wikipedia.org/wiki/Encoding/decoding_model_of_communication)

<sup>180</sup> Iyengar, S., & Krupenkin, M. (2018). *The strengthening of partisan affect*. Stanford University. <https://pcl.sites.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj22066/files/media/file/iyengar-app-strengthening.pdf>

<sup>181</sup> *Ibid.*

<sup>182</sup> Constantino, A. (2024, décembre 5). *The digital divide: Social media's role in polarization and democratic backsliding*. Democratic Erosion. <https://democratic-erosion.org/2024/12/05/the-digital-divide-social-medias-role-in-polarization-and-democratic-backsliding/>

notre tendance à privilégier les informations qui confortent nos croyances préexistantes – renforcent ce phénomène<sup>183</sup>. En ligne, ce biais se traduit par la facilité avec laquelle on peut trouver une multitude de contenus allant dans le sens de nos idées, même fausses, ce qui consolide nos convictions et peut mener à la formation de « chambres d'écho » où les mêmes points de vue circulent en vase clos. La littérature sur la désinformation en contexte numérique montre que ces chambres d'écho accentuent la radicalisation des positions et minent la confiance dans les sources d'information institutionnelles<sup>184</sup>.

Ainsi, les conflits informationnels portent en germe de sérieuses tensions démocratiques. À court terme, la désinformation tend à saper la légitimité des processus électoraux et des institutions. Todd Helmus constate que la prolifération des mêmes et fausses nouvelles en 2016 a « énormément réussi à saper la confiance dans les élections américaines »<sup>185</sup>

Enfin, le risque d'éclatement social n'est pas négligeable. Sous l'effet combiné de la défiance généralisée et de la polarisation, des groupes entiers peuvent se désengager du consensus démocratique et adopter des attitudes de rupture (boycott électoral, recours à la violence politique, théories du complot). Comme l'a souligné Antonio Gramsci, le pouvoir réside en grande partie dans les idées et la culture : la classe dominante conserve son hégémonie parce qu'elle impose ses représentations dans l'esprit des citoyens<sup>186</sup>. À l'inverse, la diffusion d'idéologies contraires (radicales, populistes ou extrémistes) est pour lui le prélude nécessaire à des victoires politiques ultérieures. Dans un contexte contemporain, les opérations d'influence exploitent cet enseignement : elles cherchent à rompre les consensus culturels existants pour faire émerger de nouvelles légitimités « par le bas »<sup>187</sup>

En articulant ces éléments – problématique, modélisation informée par la recherche, et mécanismes de jeu ciblés – INFOWAR permet d'illustrer de manière pédagogique des concepts de l'Influence et de la Lutte Informationnelle (ILI). D'une part, INFOWAR met en évidence les dilemmes stratégiques propres à la guerre de l'information : par exemple, *peut-on gagner la bataille de l'opinion sans affaiblir les fondements démocratiques ?* Le mécanisme de polarisation montre que l'utilisation de la division sociale comme levier tactique peut sembler payante à court terme, mais qu'au-delà d'un certain seuil critique, la situation échappe à tout contrôle. De même, *jusqu'où peut-on défendre sans perdre en crédibilité ?* Le jeu fait apparaître que le camp défensif doit trouver un équilibre entre la réaction aux attaques et la proactivité narrative pour rester audible : s'il se contente de subir et de corriger, il risque de voir son discours noyé ou discrédité. Ces leçons recourent aux analyses des experts en ILI et offrent aux praticiens un support de discussion tangible. D'autre part, INFOWAR rappelle de manière ludique des principes clés comme l'importance du facteur humain (cognition, émotions, perception) dans les conflits modernes – un aspect que la doctrine militaire intègre de plus

---

<sup>183</sup> Bronner, G. (Dir.). (2022). *Les Lumières à l'ère numérique : Rapport de la commission sur la lutte contre la désinformation*. Présidence de la République française. <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/12/0f50f46f0941569e780ffc456e62faac59a9e3b7.pdf>

<sup>184</sup> *Ibid.*

<sup>185</sup> Helmus, T. C. (2020). *Russian disinformation efforts on social media*. RAND Corporation. [https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PEA1000/PEA1043-1/RAND\\_PEA1043-1.pdf](https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PEA1000/PEA1043-1/RAND_PEA1043-1.pdf)

<sup>186</sup> De Morgny, A. (s. d.). *Recours aux concepts et techniques de la guerre cognitive dans le champ politique français*. openscience.fr. <https://www.openscience.fr/Recours-aux-concepts-et-techniques-de-la-guerre-cognitive-dans-le-champ-politique-francais>

<sup>187</sup> *Ibid.*

en plus en reconnaissant le *domaine cognitif* comme un champ d'affrontement à part entière<sup>188</sup>. En simulant la « bataille pour les cœurs et les esprits » au sein d'une démocratie, le jeu contribue à la sensibilisation des décideurs et opérateurs aux mécanismes de manipulation de l'information et aux moyens d'y faire face.

---

<sup>188</sup> Ottewell, P. (2022, janvier 19). *The disinformation age: Toward a net assessment of the United Kingdom's cognitive domain*. Marine Corps University Press. <https://www.usmcu.edu/Outreach/Marine-Corps-University-Press/Expeditions-with-MCUP-digital-journal/The-Disinformation-Age/>

## IV. Quatrième jeu : Mana Rua

### A. L'objectif principal : faire réfléchir et discuter les joueurs à la distinction entre influence et ingérence face à des cas concrets

“Nanos gigantum umeris insidentes” (“Nous sommes des nains sur des épaules de géants”), affirmait Bernard de Chartres dès le XII<sup>ème</sup> siècle. Pascal et Newton reprirent à leur compte cette formule, pour expliquer le fonctionnement de la démarche scientifique : s’inspirer de ses prédécesseurs, et tenter d’améliorer leurs modèles<sup>189</sup>. Dans la droite ligne de cette philosophie, nous avons entamé ce projet de la *Public Factory* en expérimentant le jeu *Taiïwan : Battle for the ballot*<sup>190</sup> pour faire un premier pas dans l’univers du wargaming sur les enjeux de l’ILI. Nous nous sommes alors rapidement rendu compte des points forts, mais également des opportunités d’amélioration que présentait ce jeu. L’un des principaux axes qui nous est paru intéressant à travailler, et que nous développerons dans la troisième partie de ce dossier, a été ainsi de renforcer la dialectique entre les joueurs, c’est-à-dire leurs interactions et confrontations “qui représente la bataille intellectuelle entre les acteurs”<sup>191</sup> pendant le jeu.

Cette réflexion sur l’interaction entre les joueurs, appliquée au thème de l’influence, nous a amené à centrer notre travail, puis la conception de notre jeu, sur la distinction entre influence et ingérence. Les États n’hésitent pas en effet à dénoncer des « ingérences » de la part d’autres États sur la scène internationale<sup>192</sup>, entraînant une forte bataille des discours entre eux ; une véritable « dialectique des volontés »<sup>193</sup> narratives, qui nous semblait particulièrement pertinent à implémenter dans notre prototype afin d’être fidèle à la réalité. S’est alors posée la question de la définition de ces deux concepts, « influence » et « ingérence ».

Comme cela a été montré plus haut<sup>194</sup>, la frontière théorique entre les deux notions semble, de notre point de vue, assez claire : l’influence est, dans les yeux de celui qui la reçoit, une activité considérée comme légitime, tandis que l’ingérence ne l’est pas<sup>195</sup>. Plus encore, dans ses analyses des relations internationales, le docteur Paul Charon propose de différencier les deux selon un *critère de réciprocité*<sup>196</sup>. Ainsi, un État A admet une action de l’État B dont il serait la cible comme de

---

<sup>189</sup> Jeauneau, E. (1973) *Lectio Philosophorum. Recherches sur l'école de Chartres*. 1<sup>ère</sup> édition. Paris : Éditions Vrin.

<sup>190</sup> Créé par Rachel McVicker.

<sup>191</sup> CICDE. (2023) *Manuel du jeu de guerre* (1<sup>ère</sup> éd.). CICDE.

<sup>192</sup> Le Monde. (2025, mars 29). Politique « anti-diversité » de Donald Trump : Paris dénonce des ingérences « inacceptables » américaines visant des entreprises françaises. *Le Monde*. [https://www.lemonde.fr/international/article/2025/03/29/politique-antidiversite-de-donald-trump-paris-denonce-des-ingerences-inacceptables-americaines-visant-des-entreprises-francaises\\_6587998\\_3210.html](https://www.lemonde.fr/international/article/2025/03/29/politique-antidiversite-de-donald-trump-paris-denonce-des-ingerences-inacceptables-americaines-visant-des-entreprises-francaises_6587998_3210.html).

<sup>193</sup> *Ibid.*

<sup>194</sup> Cf partie *Définitions* de ce rapport.

<sup>195</sup> Charon, P., & Jeangène Vilmer, J.-B. (2021). *Les opérations d'influence chinoises : Un moment machiavélien* (2<sup>e</sup> éd.). Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM). <https://www.irsem.fr/rapport.html>

<sup>196</sup> *Ibid.*

l'influence, tant que B admet en retour que A mène cette même action sur son propre territoire ; sinon, elle relèverait de l'ingérence.

En pratique cependant, le couple influence-ingérence relève plutôt d'un continuum flou, de l'acceptable à l'inacceptable. Des actions identiques peuvent être ainsi qualifiées ou non d'ingérence différemment selon le pays, et selon le contexte propre à chaque pays : les chercheurs Jean-Baptiste Jeangène-Vilmer et Paul Charon parlent ainsi d'un « réveil français »<sup>197</sup> pour qualifier le changement de posture et lehaussement du ton de la France face à Pékin à partir de 2019-2020, ne laissant plus passer des pratiques autrefois tolérées mais désormais jugées inacceptables, particulièrement à l'encontre des élus politiques et du monde de la recherche. De même, le *critère de réciprocité* de Paul Charon présente une certaine limite pour analyser l'ingérence dans les situations d'asymétrie de régime politique : une démocratie libérale ne peut, par définition, se comporter de la même manière qu'un régime autoritaire<sup>198</sup> : elle assume une pluralité d'opinions et de débats, y compris venant de l'étranger, ce qui n'est pas le cas dans un régime autoritaire.

Dès lors, l'enjeu principal que nous avons identifié, pour les praticiens des relations internationales, est de définir une ligne rouge clair des actes concrets qui ne doivent pas être tolérés. Pour y répondre, l'objectif principal de notre prototype est de faire réfléchir et discuter les joueurs devant des cas concrets qu'ils auront eux-mêmes élaborés, pour déterminer si ceux-ci relèvent de l'influence ou de l'ingérence. La présentation détaillée du modèle est proposée dans la dernière partie de ce rapport.

## **B. Le choix du contexte : l'inspiration des outre-mer français en Indopacifique**

Dans la continuité de notre idée de reprendre et approfondir le wargame *Taiwan : Battle for the ballot*, nous avons également adapté le contexte et le scénario du jeu dans leurs grandes lignes, pour l'adapter aux enjeux des outre-mer français. Ces territoires nous semblent en effet particulièrement intéressants à analyser, dans la mesure où de très fortes inégalités socio-économiques avec l'hexagone perdurent, et que des difficultés d'investissement structurelles<sup>199</sup> persistent. Les territoires ultramarins soumis aux cyclones voient ainsi leurs infrastructures de base, par exemple pour l'accès à l'eau et l'électricité, fragilisées ; des manques de ressources humaines et de compétences en ingénierie de projet sont également relevés<sup>200</sup>. A ces difficultés, s'ajoutent les conflits mémoriels sur l'histoire coloniale<sup>201</sup> : le terrain est donc particulièrement propice pour que des acteurs utilisent ces éléments comme leviers afin de promouvoir des discours hostiles à la France, y compris à travers des campagnes de désinformation plus ou moins subtiles<sup>202</sup>. Ces enjeux nous paraissent particulièrement méconnus et sous-estimés, c'est pourquoi notre second objectif était de créer un prototype de wargame qui sensibilise les joueurs à ces problématiques.

Au vu de la grande diversité des territoires ultramarins et de leurs problématiques spécifiques, nous avons toutefois fait le choix de nous restreindre à certains d'entre eux, qui nous semblaient les plus

---

<sup>197</sup> *Ibid.*

<sup>198</sup> *Ibid.*

<sup>199</sup> Cour des Comptes. (2023) *Les financements de l'État en outre-mer*. Cour des Comptes.

<sup>200</sup> *Ibid.*

<sup>201</sup> Sur ce sujet, voir particulièrement : Gay, J.-C. (2014) *La Nouvelle-Calédonie, un destin peu commun*. 1ère édition. Paris : Éditions L'Harmattan.

<sup>202</sup> Viginum. (2024) *UN-notorious BIG : Une campagne numérique de manipulation de l'information ciblant les DROM-COM et la Corse*. Viginum.

intéressants à analyser : nous avons donc décidé de travailler particulièrement sur la Kanaky-Nouvelle-Calédonie, archipel à l'Est de l'Australie, et sur Mayotte, au Nord-Ouest de Madagascar. Nous nous sommes également inspirés librement d'autres territoires ultra-marins français situés dans les océans Indien et Pacifique, tels que La Réunion ou la Polynésie Française.

La mémoire coloniale sur le « Caillou »<sup>203</sup>, conquis par la France en 1853, est encore aujourd'hui particulièrement vivace<sup>204</sup>, d'autant plus dans le contexte récent de l'appel des indépendantistes au boycott du troisième référendum sur l'indépendance de l'île, prévu par les accords de Nouméa de 1998, où le « non » l'a emporté le 12 décembre 2021. La présentation d'un projet de loi constitutionnelle à l'Assemblée Nationale, pour ouvrir le corps des électeurs « néo-calédoniens » à tous les résidents et leurs descendants présents sur le territoire depuis plus de dix ans, et non plus uniquement pour ceux installés avant 1998 et leurs descendants, entraîna également en 2024 de graves émeutes, au point que l'état d'urgence fut déclaré. Créant un précédent majeur dans les règles du maintien de l'ordre en France, le réseau social chinois Tiktok fut également interdit<sup>205</sup>. La Chine est en effet un acteur particulièrement impliqué sur ce sujet, et cherche à favoriser l'indépendance de l'île, ce qui serait pour Pékin un fort atout géopolitique. Jouant un jeu de temps long, se comptant en décennie, cela lui permettrait d'avoir une influence très forte sur le territoire qui «deviendrait la clé de voûte de la stratégie d'anti-encerclement chinoise', tout en isolant l'Australie». Cela lui permettrait également d'exploiter facilement les matières premières, notamment le nickel abondant et vital pour la décarbonation des économies afin de fabriquer des batteries électriques et autres<sup>206</sup>.

Mayotte, pour sa part, a été cédée à la France par le souverain des Comores en 1841, devenant un protectorat, rejoint par les trois autres îles de l'archipel des Comores en 1886<sup>207</sup>. Avec la mise en place de la Constitution du 4 octobre 1958, et de ses dispositions sur la Communauté française<sup>208</sup>, un référendum d'indépendance sur l'île est organisé en 1974, mais les résultats seront agrégés île par île, et non pas au niveau global pour tout l'archipel. C'est ainsi que Mayotte décide à 63,8% de rester française, tandis que les trois autres îles deviennent indépendantes pour former un nouvel État. De là naît le désaccord entre les Comores et la France au sujet de Mayotte, toujours présent aujourd'hui et laissant la place à une forte bataille des discours juridiques, sur la légalité, en droit international et en droit interne de chacun des deux pays, de cette situation. Les Comores invoquent ainsi le principe de droit international, de l'*Utis Possidetis Juris*, selon lequel les frontières au moment de la décolonisation doivent être respectées : le résultat du référendum d'indépendance aurait donc, selon ce discours, dû être pris au niveau global et non pas île par île ; Mayotte aurait alors fait partie de l'État des Comores. La France, de son côté, défend le principe du droit à l'autodétermination des peuples, aussi appelé droit des peuples à disposer d'eux-mêmes : cela justifierait alors que le résultat du référendum ait été recueilli pour chaque île, et que donc Mayotte soit restée française. Cette bataille des discours juridiques a particulièrement pris place dans l'arène multilatérale de l'Organisation des

---

<sup>203</sup> Surnom donné à la Kanaky-Nouvelle-Calédonie.

<sup>204</sup> Gay, J.-C. *op. cit.*

<sup>205</sup> David, R. (2024) *TikTok bloqué en Nouvelle-Calédonie : quelles bases juridiques pour cette mesure inédite ?*, *Public Sénat*. <https://www.publicsenat.fr/actualites/institutions/tiktok-bloque-en-nouvelle-caledonie-quelles-bases-juridiques-pour-cette-mesure-inedite>.

<sup>206</sup> Charon, P. et Jeangène-Vilmer, J.-B. *op. cit.*

<sup>207</sup> Commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale. (2024, juin 5). Table ronde, ouverte à la presse, sur la problématique du statut de Mayotte au regard du droit international [...]. In *Travaux de la Commission des affaires étrangères*. Assemblée nationale. [https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/comptes-rendus/cion\\_afetr/116cion\\_afetr2324061\\_compte-rendu](https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/comptes-rendus/cion_afetr/116cion_afetr2324061_compte-rendu).

<sup>208</sup> Constitution française du 4 octobre 1958, Titre XII « De la Communauté ». (1958). *Journal Officiel de la République Française*.

Nations Unies, puisque vingt résolutions de l'Assemblée Générale des Nations Unies ont été adoptées à ce sujet, soutenant plus ou moins la position des Comores. Là encore, la valeur juridique à accorder à ces résolutions fait l'objet d'une opposition des narratifs.

## V. Cinquième jeu : Le 6<sup>ème</sup> anneau

### A. Les cyberattaques et les Jeux Olympiques

Les Jeux Olympiques (JO) constituent une vitrine mondiale pour le pays d'accueil. Leur rayonnement médiatique massif attire les opérations d'influence numérique de toutes natures. Dans le contexte des cybermenaces hybrides, la guerre informationnelle est devenue une réalité : désinformation, manipulation d'opinion, attaques sur les infrastructures critiques, etc. L'influence numérique dépasse alors la simple propagande : il s'agit de déstabiliser et de façonner les perceptions en exploitant la rapidité de propagation des informations<sup>209</sup>. Nous avons choisi d'orienter notre jeu sur les Jeux Olympiques en nous inspirant de ceux qui se sont déroulés à Paris en 2024. Ce sujet nous paraît très pertinent, car il relève de l'influence stratégique et présente un caractère ludique, dans la mesure où il est familier à un large public. En effet, ces Jeux étant très récents, de nombreuses ressources en ligne sont disponibles, ce qui nous a permis d'élaborer une bibliographie solide, puis de concevoir notre jeu. Cependant, notre jeu n'est pas exclusivement centré sur la France.

Dans le bilan cyber des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 de l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI), un constat globalement positif est dressé en matière de cybersécurité<sup>210</sup>. Le dispositif mis en place, en étroite collaboration avec les différentes structures impliquées dans l'organisation des Jeux — notamment la Délégation interministérielle aux Jeux Olympiques et Paralympiques (DIJOP), le Ministère de l'Intérieur et des Outre-Mer (MIOM), et le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques (Paris 2024) — s'articulait autour de cinq axes principaux : parfaire la connaissance des menaces cyber pesant sur les Jeux, sécuriser les systèmes d'information critiques, protéger les données sensibles, sensibiliser l'écosystème des Jeux, et se préparer à intervenir en cas d'attaque affectant l'événement. À titre d'exemple, 548 événements cyber ont été signalés, mais seulement 83 incidents ont été confirmés, tous à faible impact.

Parallèlement, VIGINUM a publié un rapport de synthèse sur la menace informationnelle lors des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024<sup>211</sup>. Ce rapport identifie 43 manœuvres informationnelles, principalement opportunistes, visant à exploiter l'audience mondiale exceptionnelle de l'événement<sup>212</sup>. Ces actions d'influence, souvent orchestrées par des acteurs étrangers, ont tenté de diviser l'opinion publique en amplifiant des sujets déjà sensibles, comme l'immigration, l'insécurité ou les questions de guerre. L'opinion publique se souvient notamment de la découverte de cercueils au pied de la tour Eiffel le 1er juin 2024, ou encore de l'épisode des punaises de lit qui a défrayé la chronique juste avant l'ouverture des Jeux. En dépit de ces tentatives, massivement relayées sur les réseaux sociaux, aucune campagne n'a réussi à déstabiliser significativement l'événement, en grande partie grâce à la vigilance du dispositif de surveillance français.

---

<sup>209</sup> *vie-publique.fr*. (2024, septembre 13). *Synthèse menace informationnelle jeux olympiques paralympiques 2024*. <https://www.vie-publique.fr/rapport/295411-synthese-menace-informationnelle-jeux-olympiques-paralympiques-2024>.

<sup>210</sup> ANSSI. (s. d.). *Bilan cyber des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*. <https://cyber.gouv.fr/actualites/bilan-cyber-des-jeux-olympiques-et-paralympiques-de-paris-2024>

<sup>211</sup> SGDSN. (2024). *Synthèse de la menace informationnelle ayant visé les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*. <http://www.sgdsn.gouv.fr/publications/synthese-de-la-menace-informationnelle-ayant-vise-les-jeux-olympiques-et-paralympiques>

<sup>212</sup> VIGINUM. (2024, 13 septembre). *Rapport de synthèse sur la menace informationnelle durant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*. Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale.

Les cyberattaques pendant les JO ne ciblent pas uniquement les instances organisatrices : elles peuvent également viser des publics moins sensibilisés ou plus vulnérables. Pour prévenir cette faille, France Num a publié le 5 juillet 2024 un article sur la protection des TPE (très petites entreprises) et PME (petites et moyennes entreprises) contre les menaces cyber durant les JO<sup>213</sup>. Cet article identifie cinq types d'attaques à anticiper : les attaques par déni de service distribué (DDoS), les attaques par rançongiciels (ransomware), l'hameçonnage (phishing), l'usurpation d'identité et fraude au président, ainsi que l'exfiltration de données. Ces menaces, souvent sous-estimées par les petites structures, peuvent cependant servir de relais involontaires à des opérations d'influence ou à des intrusions plus vastes dans l'écosystème numérique des Jeux. Ce contexte montre à quel point les Jeux Olympiques constituent une cible stratégique majeure pour les acteurs de la menace informationnelle. La pertinence de notre sujet réside ainsi dans sa capacité à articuler enjeux de cybersécurité, dynamiques d'influence et réponses institutionnelles, que nous allons développer dans les sections suivantes.

## B. Les enjeux cyber développés dans le jeu

Nous avons choisi de nous appuyer sur trois grands axes théoriques. D'abord, nous allons nous intéresser au soft power et à la guerre de l'information : selon Joseph Nye, l'influence repose autant sur l'attractivité culturelle que sur la capacité à imposer des récits.<sup>214</sup> Les perceptions façonnées par la culture, les valeurs politiques et les politiques publiques peuvent influencer le comportement des autres sans coercition. Dans un contexte de compétition informationnelle, les Jeux Olympiques deviennent un instrument majeur de projection du soft power national. Ensuite, la désinformation à l'ère numérique a attiré notre attention. En effet, ces théories de Pomerantsev et de l'IFRI soulignent que la désinformation altère profondément les processus démocratiques en exploitant les réseaux sociaux pour manipuler les perceptions.<sup>215</sup> Ils montrent comment les fausses informations, les deep fakes ou les récits biaisés réduisent la confiance dans les institutions et exacerbent les divisions sociales. L'environnement numérique rend ainsi la manipulation de masse plus rapide et difficile à contrer. Enfin, il nous semblait pertinent d'aborder la modélisation ludique.<sup>216</sup> Le jeu devient ici un espace d'expérimentation stratégique où l'on peut anticiper les dynamiques de crise, comprendre les asymétries d'information et ajuster les réponses<sup>217</sup>. Cela permet d'étudier la guerre informationnelle sans les risques du réel.

Ainsi, en considérant que les attaques numériques contre des événements mondiaux sont de plus en plus hybrides (techniques et psychologiques), et que l'influence numérique agit principalement par

---

<sup>213</sup> Num, F. (s. d.). *Jeux olympiques de Paris (JOP) : Rehaussez le niveau de protection contre les menaces cyber de votre TPE PME !* Direction générale des entreprises. <https://www.francenum.gouv.fr/magazine-du-numerique/jeux-olympiques-de-paris-jop-rehaussez-le-niveau-de-protection-contre-les>

<sup>214</sup>Pelopidas, B. (2004). Review of *Soft power: The means to success in world politics*, by J. S. Nye Jr. *Les Champs de Mars*, 16(2). <https://doi.org/10.3917/lcdm1.016.0205b>

<sup>215</sup>Pomerantsev, P. (2015). *Nothing is true and everything is possible: The surreal heart of the new Russia*. PublicAffairs.

<sup>216</sup> Perla, P.P. (1990). *The art of wargaming*. Naval Institute Press.

<sup>217</sup>Caffrey, M. B. Jr. (2019). *On wargaming: How wargames have shaped history and how they may shape the future*. Naval War College Press.

fragilisation de la confiance publique, ce wargame concernant les JO s'inscrit dans une démarche de prévention et sensibilisation aux risques. Il propose alors une mise en situation réaliste où les participants expérimentent les dynamiques de la guerre informationnelle et les défis de la protection des grands événements internationaux face aux menaces hybrides.

À travers une simulation interactive et scénarisée, les joueurs endossent le rôle d'acteurs clés impliqués dans la sécurisation informationnelle des JO. Chaque décision a des conséquences sur la stabilité de l'événement, offrant une approche pragmatique et immersive de la gestion de crise et des stratégies d'influence.

Dans la construction de notre jeu et de son sujet d'analyse, nous avons soulevés plusieurs enjeux principaux à partir desquels les mécanismes du jeu cherchent à faire émerger des apprentissages. L'enjeu principal de ce modèle consiste en la capacité à évaluer l'impact des attaques d'influence numériques et à adapter les réponses en fonction de leur intensité. Pour ce faire, nous avons mis en place un système de points permettant de mesurer la puissance des attaques, c'est-à-dire la difficulté avec laquelle elles pourront être déjouées. Cet élément permet d'une part aux joueurs de hiérarchiser leurs priorités, et les incite d'autre part à adapter progressivement leurs stratégies de moyen et long terme en fonction de l'évolution des menaces.

Un autre enjeu présent dans la lutte contre les influences numériques est la capacité à détecter et à contrer efficacement les opérations de désinformation en temps réel. Dans cet objectif, il s'agit notamment pour les autorités responsables d'être capables d'analyser des signaux faibles, tels que des anomalies sur les réseaux sociaux. Certaines mesures permettent de faciliter la bonne gestion des influences numériques, à l'instar de la mise en place de cellules dédiées à certains types de réponses (fact-checking, cybersécurité, etc.), et à l'incitation à la coordination interinstitutionnelle pour harmoniser les messages et répondre rapidement aux attaques issues de campagnes d'influence.

Il s'agit enfin de comprendre quelles stratégies de cyberdéfense et de communication permettent de maintenir la confiance du public et des parties prenantes. En effet, l'arbitrage entre des stratégies de transparence proactive (communication ouverte) et de discrétion (gestion en interne) est une décision stratégique dont l'impact peut être particulièrement important selon la situation. Il est également possible de mettre en place des partenariats spécialisés entre différents types d'acteurs pour renforcer l'efficacité des contre-mesures, dans l'optique d'obtenir des résultats rapides et suffisamment satisfaisants pour ne pas perdre la confiance du public.

# TROISIEME PARTIE – Cinq modèles pour comprendre les dynamiques d'influence

## *Chapitre unique – Modélisation, mécanismes de jeu et RETEX*

### **I. Premier jeu : Cyberguerre Pacifique**

Le processus de création du jeu « Cyber Guerre dans le Pacifique » combinant une réflexion théorique approfondie, des phases de prototypage progressives et l'intégration systématique des retours d'expérience. Dès l'origine, l'objectif était de concevoir un outil pédagogique immersif, capable de sensibiliser différents publics comme les étudiants, les professionnels de la cybersécurité, et les militaires aux enjeux complexes de la cyberguerre et de la manipulation informationnelle dans le contexte sino-taïwanais. Cette démarche s'est appuyée sur l'analyse des dynamiques géopolitiques réelles, des mécanismes de désinformation et des stratégies hybrides employées par les acteurs du cyberspace, tout en s'inspirant des avancées des game studies et de la littérature académique sur la guerre de l'information.

Pour concevoir ce jeu, nous nous sommes inspirés du jeu de déduction sociale "The Message", qui repose sur la gestion de l'information cachée, la dynamique de factions opposées et la nécessité de coopérer ou de manipuler pour atteindre ses objectifs dans le contexte de la seconde guerre mondiale. Nous avons cependant adapté ces modèles pour intégrer la spécificité des enjeux cyber et géopolitiques contemporains.

La première version du jeu reposait sur une mécanique classique de déduction sociale, opposant trois factions principales, Pro-Chine, Pro-Taïwan et L'agent secret<sup>218</sup>, dans une lutte d'influence. Tout au long du processus de conception, nous avons intégré les commentaires des experts et des utilisateurs pour améliorer la pertinence et l'efficacité pédagogique du jeu. Les conseils de l'expert en cybersécurité T. Fouillet ont souligné l'importance de tester le jeu à plusieurs reprises, ce qui nous a aidé à réfléchir à la question de savoir si les taux de victoire de toutes les factions du jeu sont les mêmes pour éviter la possibilité d'injustice dans la conception du jeu. Les conseils du CICDE (Centre de Concepts, Doctrines et Expérimentations Militaires) visent à garantir que la simulation soit fidèle à la réalité du combat. Par exemple, ils ont proposé en plus de l'introduction de la fonction, le scénario de simulation correspondant peut être ajouté à la carte de fonction du jeu pour permettre au joueur de découvrir davantage la cyberguerre et d'ajuster la difficulté du mécanisme de jeu afin de laisser les joueurs à meilleure comprendre le mécanisme de jeu. Ces suggestions ont été intégrées dans la version finale du jeu. Nous avons décidé de remplacer l'agent secret comme la CISA<sup>219</sup>, afin de mieux représenter la diversité des acteurs du cyberspace. Cette évolution a permis d'introduire des objectifs

---

<sup>218</sup> Voir la première version du jeu en annexe

<sup>219</sup> Voir la version n.2 en annexe

différenciés et de modéliser la réalité des interventions d'agences de cybersécurité internationales. À chaque itération, des ajustements ont été réalisés : clarification des règles, rééquilibrage des pouvoirs des cartes de fonction, diversification des modes de transmission de l'information (article, post sur réseaux sociaux, communiqué de presse) et simplification des conditions de victoire pour chaque faction.

La version finale du jeu propose deux modes : un mode simplifié à deux factions pour l'initiation, et un mode avancé avec la faction CISA et des rôles spéciaux. Le jeu accueille de 4 à 8 joueurs, chacun recevant une carte d'identité secrète et des cartes de jeu. Les tours s'enchaînent selon des phases précises : pioche, action, transmission d'informations par différents canaux et gestion des cartes fonctions. Les conditions de victoire varient selon la faction, et l'introduction du mécanisme de « mort par fausse information » ajoute une tension supplémentaire, obligeant les joueurs à vérifier la crédibilité des informations reçues et à développer leur esprit critique.

Sur le plan pédagogique, le jeu se distingue par sa capacité à rendre concrètes les dynamiques d'influence géopolitique. Les participants expérimentent les stratégies de communication, la manipulation de l'opinion publique et les mécanismes de la cyberguerre (phishing, DDoS, malware, interception de données) à travers des cartes de fonction qui traduisent ces concepts en actions de jeu. Cette approche permet d'appréhender les conséquences des choix stratégiques sur l'équilibre des forces et la dynamique des alliances, tout en développant des compétences essentielles telles que l'évaluation de la crédibilité de l'information et l'anticipation des tentatives de désinformation.

Les résultats des différentes sessions de jeu ont mis en évidence la capacité du dispositif à susciter l'engagement et à stimuler la réflexion stratégique des participants. Le jeu a favorisé l'émergence de discussions collectives autour des stratégies d'influence, tout en mettant en avant l'importance de la coopération pour anticiper les actions adverses et gérer l'incertitude liée aux rôles cachés. Les retours recueillis lors des débriefings soulignent la richesse des interactions et la nécessité d'adapter en permanence ses choix à un environnement mouvant. Cette expérience ludique a ainsi permis aux participants d'appréhender de manière concrète la complexité des mécanismes d'influence et la place centrale de la collaboration dans la gestion des situations d'incertitude, tout en renforçant leur esprit critique face à la désinformation.

Cependant, la modélisation sous forme de wargame présente certaines limites. La principale réside dans la simplification inévitable des dynamiques réelles : la réduction des conséquences de la désinformation à une simple élimination ne reflète qu'imparfaitement la complexité et la temporalité longue des campagnes d'influence. De plus, la sous-représentation des acteurs non étatiques, comme les hacktivistes ou les grandes entreprises technologiques, restreint le jeu à des scénarios étatiques classiques, alors que le cyberspace réel est bien plus fragmenté. Sur le plan pédagogique, l'efficacité du jeu dépend de l'engagement des joueurs et de leur capacité à transposer les apprentissages à des situations réelles. Certains biais cognitifs persistent, tels que la tendance à surestimer l'impact des cyberattaques directes ou à croire que des solutions techniques simples suffisent à contrer toutes les menaces.

Le retour d'expérience met également en évidence la place croissante du wargame dans la formation militaire française. Longtemps considérés comme marginaux ou réservés à la planification stratégique, les jeux de guerre connaissent aujourd'hui un regain d'intérêt, notamment pour leur capacité à offrir un environnement d'expérimentation sécurisé où l'on peut tester des stratégies et développer l'agilité intellectuelle des futurs décideurs. Toutefois, la littérature spécialisée souligne la difficulté d'équilibrer la représentativité des situations simulées et la complexité des règles, au risque de rendre le jeu soit trop simpliste, soit trop lourd à manipuler. Cette tension a guidé notre choix de design, privilégiant une structure accessible mais suffisamment riche pour stimuler la réflexion et l'analyse stratégique.

En termes d'améliorations potentielles, le développement du jeu sous forme d'application mobile représenterait une avancée majeure pour accroître son accessibilité et son impact pédagogique. À l'heure actuelle, le jeu nécessite une organisation matérielle et la présence physique des participants. Une version mobile permettrait de toucher un public bien plus large, et d'offrir une expérience flexible et interactive. Elle pourrait intégrer des fonctionnalités innovantes : gestion automatisée des règles, suivi en temps réel des scores, tutoriels interactifs, et jeu en ligne multijoueur. Cette dimension sociale, renforcée par des forums ou des classements, favoriserait l'échange d'expériences et la constitution d'une communauté autour des enjeux de la cyberguerre et de l'influence numérique.

« Cyber Guerre dans le Pacifique » illustre à la fois les apports et les limites de la modélisation ludique des conflits contemporains. Si le wargame ne peut prétendre à une reproduction exacte des dynamiques réelles, il constitue un outil précieux pour structurer la réflexion, développer l'empathie stratégique et sensibiliser aux enjeux de la cyberguerre et de l'influence informationnelle. Les retours d'expérience confirment la valeur de cette approche, tout en invitant à poursuivre l'innovation et la réflexion critique pour dépasser les biais et contraintes inhérents à tout dispositif de simulation.

## II. Deuxième jeu : Empire Agro-Influence

De notre intérêt pour les liens entre lobbying agroalimentaire et influence – un sujet sortant du cadre de travail habituel du CICDE – est né le jeu « Empire Agro-Influence ». Aujourd’hui, en effet, force est de constater que ce ne sont plus systématiquement les gouvernements qui mènent la danse, mais les lobbies... La création de ce jeu, dont l’enjeu réside dans le décryptage et la sensibilisation aux mécanismes d’influence déployés par les géants industriels du secteur de l’agroalimentaire, qui s’étendent jusqu’aux sphères politiques et civiles, s’articule dès lors autour de l’interaction entre trois forces : la première, symbolisée par les industries agroalimentaires, la seconde, plus politique, incarnée par le gouvernement, et la dernière, interprétée par les consommateurs eux-mêmes.

### A. La mécanique du jeu : un « matrix game » revisité – points forts et limites.

Une fois le sujet et la problématique du jeu définis, il nous a fallu en déterminer le format. De prime abord, nous avons déjà en tête ce trio d’acteurs et, assez naturellement, nous nous sommes orientés vers le modèle du « matrix game ». De fait, ce dernier, basé sur la narration et l’argumentation, permet de simuler des situations complexes impliquant plusieurs acteurs aux intérêts divergents et d’engager ces derniers dans une discussion. De plus, le « matrix game » favorise l’interaction, la prise de décision stratégique et la négociation, trois éléments essentiels pour comprendre les enjeux du lobbying agroalimentaire, en donnant les moyens aux joueurs d’appliquer par eux-mêmes les stratégies d’influence. Ainsi, ce format, qui offre la possibilité de faire évoluer le récit en fonction des réactions des autres forces en présence, reflète au plus près la réalité des rapports de force sur lesquels nous souhaitons attirer l’attention. Néanmoins, le « matrix game » présente aussi une difficulté majeure : celle de « lancer la partie ». À ce titre, il a été nécessaire d’avoir une personne connaissant au préalable le jeu afin de donner l’impulsion générale du jeu en début de partie et d’encadrer les premières négociations, car, si les joueurs étaient généralement timides en début de partie, ces négociations pouvaient aussi s’éterniser, altérant et allongeant aisément la durée du jeu jusqu’à quarante-cinq minutes.

Dans cette perspective, nous avons alors imaginé un « matrix game » se jouant à trois. Chaque joueur recevrait une fiche de présentation de l’acteur qu’il aurait à incarner, et chaque tour introduirait un problème central, suscitant l’intérêt de tous les participants, lesquels devraient alors réagir, débattre et négocier afin qu’une solution collective puisse émerger. Cette première ébauche, encore mince, à très vite fait l’objet d’amendements. À mesure que la réflexion du jeu avançait, nous avons pris conscience qu’il manquait un élément essentiel pour le rendre plus concret et immersif. La solution a été de se détourner du modèle classique du « matrix game », en intégrant des cartes. Ces dernières ont en effet pu participer à l’amélioration de la dynamique du jeu et surtout, à sa compréhension, en posant un cadre plus concret et plus clair pour les joueurs. Ont ainsi vu le jour des cartes « événement », venant structurer et rythmer chaque tour de jeu : au début de chacun d’eux, une carte « événement » est piochée. En réponse, les joueurs disposent de cartes « action », représentant les stratégies de défense ou d’attaque qu’ils peuvent mobiliser afin de réagir au mieux et, idéalement, de résoudre le problème posé par la carte « événement ».

Nombreuses de ces cartes actions mettent en avant des pressions dites « directes » : ce sont des boycotts, des protestations ou encore des soutiens publics pour les consommateurs ; des réformes législatives, des réglementations plus strictes (nutriscore) et des fermetures d’usines pour le politique ;

et des processus de recrutement/licenciement, des actions déstabilisant la concurrence et même des études biaisées pour les industriels.

D'autres cartes « action », plus subtiles, font usage des médias et notamment des réseaux sociaux pour faire pression. Ainsi, la manière dont les joueurs peuvent manipuler l'information pour orienter le débat public constitue l'un des éléments clés du jeu. À ce titre, les cartes « mute news », qui permettent d'étouffer un sujet polémique en saturant l'espace médiatique avec d'autres événements, prennent tout leur sens, tout comme les stratégies d'astroturfing, qui permettent aux industriels de financer des mouvements citoyens fictifs afin d'influencer l'opinion publique.

À ce stade, le squelette du jeu se dessinait de plus en plus clairement : trois joueurs représentant les trois forces en présence, se réunissent autour d'une table ronde. À chaque tour, une carte « événement » vient déstabiliser l'équilibre en place. Munis de carte « action », les joueurs doivent tenter de solutionner collectivement l'obstacle qui se dresse devant eux. Avant de jouer leurs cartes, une phase de négociation libre et ouverte s'engage – fidèle à l'esprit du matrix game – durant laquelle chacun cherche à défendre ses intérêts, à convaincre et parfois à tromper ses adversaires pour orienter la décision finale à son avantage. Le tour se conclut lorsque chaque joueur a posé sa carte « action ». Grâce à un double système de points – les points d'influence et les points de capacité d'action – les joueurs font alors progresser leurs deux jauges, graduées de 1 à 10. Le choix de doubler les points remportés par les joueurs était justifié selon nous par le fait de distinguer d'une part, la modélisation de l'influence qu'un acteur exerce à un moment donné de la partie, et d'autre part, sa capacité effective à mettre en œuvre des actions concrètes pour conserver ou accroître son influence. Néanmoins, cela s'est fait non sans poser de difficultés. La principale tenait à l'équilibre des points. Il arrivait qu'un joueur soit hautement avantagé et remporte dix points d'influence trop aisément, tandis que les deux autres restaient dans le niveau bas de l'échelle. À l'inverse, il arrivait aussi que tous progressent au même rythme, sans qu'aucun n'atteigne jamais le seuil des dix points. C'est donc à l'issue de multiples ajustements, toujours réalisés après des sessions de tests du jeu, que nous sommes parvenus à équilibrer la jauge d'influence et de capacité d'action. Jouer et faire jouer s'est en effet révélé être, comme nous l'avait souligné Thibault Fouillet, le meilleur moyen de repérer les failles que présente notre système de points.

Au fil de l'élaboration du jeu, nous avons également approfondi d'autres aspects des règles, en introduisant de nouveaux mécanismes. Nous avons tout d'abord précisé l'usage des cartes « action ». Pour cela, nous avons, d'une part, ajouté sur certaines d'entre-elles, jugées déterminantes (car influençant de manière définitive le cours de la partie), une icône « cadenas », signifiant qu'une fois jouée, cette carte ne peut plus l'être de nouveau. Ainsi, le joueur est invité à penser une stratégie d'influence cohérente sur le long-terme. D'autre part, nous avons instauré une règle selon laquelle un joueur ayant posé une carte engageant également une certaine orientation ne pourrait plus jouer par la suite des cartes incohérentes avec cette position. L'objectif était d'inciter les joueurs à adopter une démarche logique tout au long du jeu, en construisant une réflexion stratégique cohérente sur le long terme. En outre, pour contraindre les joueurs et les inviter à coopérer entre eux, nous avons fait le choix de créer des cartes « action » ne pouvant être jouées qu'en duo. Autrement dit, pour espérer remporter les points associés à une carte « action », un joueur doit réussir à convaincre l'un de ses adversaires de jouer une carte complémentaire à la sienne. L'ajout de cette règle répond également à notre volonté de concevoir un jeu qui ne soit pas entièrement mécanique, mais qui valorise l'interaction et la stratégie collective.

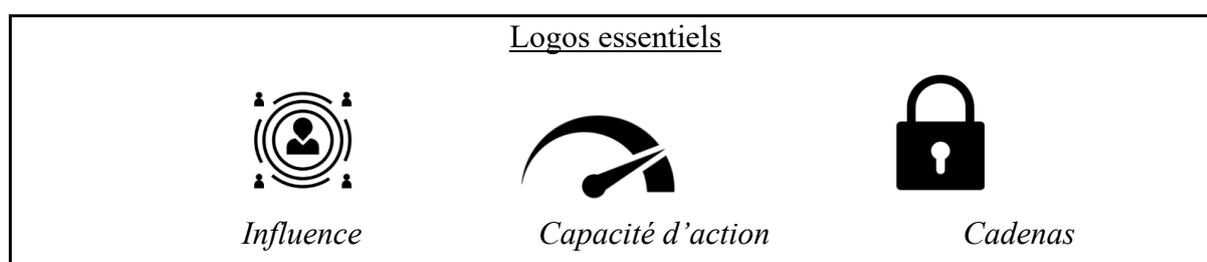
Ces mécanismes encadrant l'usage des cartes « action » ont naturellement conduit au développement d'un autre. Aussi, nous avons élaboré des « objectifs secrets » que les joueurs doivent tirer au début de la partie et garder caché. L'objectif secret tiré déterminera l'orientation de leur posture et guidera leur manière d'agir tout au long de la partie. Le développement de ce mécanisme répond à un enjeu de « jouabilité » du jeu. Celui-ci est considéré comme atteint si le joueur réussit à franchir un certain seuil de points d'influence et s'il parvient à jouer, ou à amener ses adversaires à jouer, des cartes

spécifiques. Ce système nous a ainsi permis de réinvestir la contrainte introduite précédemment, obligeant les joueurs à coopérer en jouant certaines cartes en duo, et d'en faire l'une des conditions nécessaires pour remplir un objectif secret.

Finalement, à partir des différents mécanismes progressivement intégrés à « Empire Agro-Influence », nous avons pu préciser et enrichir les conditions de victoire, désormais au nombre de trois. Le fait de penser différentes conditions à nécessairement conduit à les hiérarchiser. Si, à l'origine, nous envisagions seulement qu'un joueur remporte la partie en atteignant 10 points d'influence, la première condition de victoire repose désormais sur la réussite de l'objectif secret attribué en début de partie. Une seconde voie de victoire demeure liée au franchissement du seuil de 10 points d'influence. Enfin, si aucun joueur n'a rempli ces conditions après dix tours, la victoire reviendra à celui qui possède alors le plus grand nombre de points d'influence.

## B. La matérialisation des mécanismes et l'esthétique du jeu.

Après cette longue et parfois périlleuse phase de création des différents mécanismes permettant de faire tenir le jeu, il était temps de laisser place à la matérialisation et à la mise en forme concrète. La rédaction des fiches de présentation des acteurs et le design des deux jauges de points ainsi que des cartes « événements » se sont faites plutôt sans difficultés. Très vite, nous sommes arrivées à un résultat satisfaisant. Les cartes créées étaient claires, avec un code couleur commun. Ce qui s'est révélé plus complexe fut cependant l'élaboration des cartes « action », qui a nécessité l'entreprise d'un long travail de rationalisation. En effet, le premier jet des cartes « action » était surchargé en texte, ce qui nuisait à leur compréhension et risquait de désorienter le joueur. Ainsi, l'enjeu portait non seulement sur l'aspect esthétique des cartes, mais il en allait aussi de leur lisibilité. La véritable difficulté consistait à traduire des mécanismes complexes et longs à expliquer en utilisant très peu de mots. La solution qui s'est imposée à nous a alors été de remplacer le texte par des symboles. Par exemple, au lieu d'écrire : « en jouant cette carte, vous ne pourrez plus la jouer de nouveau », nous avons symbolisé cela par le symbole d'un cadenas. Au lieu d'écrire, « en jouant cette carte, vous ferez perdre deux points d'influence à l'un de vos adversaires », nous avons remplacé cela par le logo de l'influence, suivi d'un « -2 » de la couleur de l'adversaire en question, et ainsi de suite.



Au terme de ce travail de rationalisation du texte, nous avons pu ainsi modifier considérablement les cartes « action ». À titre de comparaison, voici ci-dessous la version initiale et la version finale de deux exemples de cartes.



## C. Le RETEX

En fin de compte, la production du jeu « Empire Agro-Influence » répond à l'enjeu de comprendre les moyens d'action spécifiques dont dispose chacune de ces trois forces afin de riposter et de faire face à l'influence de ses deux concurrents. Aussi, jouer à ce jeu permet de réfléchir sur les rouages du lobbying industriel, autrement dit sur les formes que celui-ci prend telles que la désinformation, la stratégie de la « mute news » et la pression, mais aussi découvrir les ruses et tactiques de la part des acteurs politiques (la réforme législative, l'appel au dialogue, le compromis entre autres) et civils (l'usage de la force collective à travers l'organisation de manifestations, de campagnes de sensibilisation et de boycott) afin de riposter. La modélisation de ce triangle d'influence, où chaque acteur s'influence mutuellement, aura donc été le cœur de notre travail.

Conçu dans une perspective éducative, ce jeu a été pensé dans la perspective d'être suivi d'une discussion entre les joueurs à l'issue de la partie. À ce titre, les joueurs ayant pu être sensibilisés aux mécanismes de lobbying, de désinformation et d'influence, peuvent se demander s'ils auront désormais plus de facilité à les identifier dans la société : *cette expérience a-t-elle changé la perception des narratifs publics et de la dynamique dans les médias et la politique ? Quels parallèles voyez-vous entre le jeu et les situations réelles ?*

Ils peuvent également se questionner, tant du point de vue des industriels, politiques et des consommateurs, quelles stratégies ont été les plus efficaces pour faire face à leurs adversaires : *Avez-vous réussi à manipuler ou à influencer les autres joueurs ? Si oui, comment ?*

Finalement, la question finale pourrait être la suivante : alors que les lobbies de l'industrie agroalimentaire orientent les choix alimentaires du consommateur, façonnent ses désirs et influencent ses décisions sous couvert de liberté, le vrai pouvoir d'influence n'est-il finalement pas entre les mains du consommateur ? Si celui-ci cessait d'acheter certains produits, les industries ne seraient-elles pas contraintes de s'adapter à ses attentes et de revoir leur modèle ainsi que leurs pratiques ?

Ce sont toutes ces interrogations et dynamiques d'influence entre ce trio d'acteurs que le jeu « Empire Agro-Influence » a prétendu et a entendu expliciter.

### III. Troisième jeu : INFOWAR

#### A. Processus de modélisation

Pour parvenir au résultat final de notre wargame INFOWAR, nous sommes passées par un long processus de conception, ponctué par plusieurs échanges décisifs qui nous ont permis d'améliorer et de modifier notre modèle pour y apporter plus de complexité.

Tout d'abord, nous avons dû choisir le squelette de notre jeu : *card-driven game*, *matrix game*, jeu de rôle... Dans la mesure où notre volonté était de sensibiliser les joueurs aux campagnes de désinformation, mais surtout comment y faire face de façon efficace, il nous a paru plus naturel de nous diriger vers un jeu de cartes (*card-driven game*). Et pour cause, ce modèle permet aux joueurs d'incarner diverses positions sans pour autant être détachés de la réalité, les actions étant prédéfinies par les cartes et étudiées pour être le plus fidèles possibles à la réalité. Nous voulions également que certains des joueurs puissent se mettre dans la peau du camp ennemi, immersion facilitée selon nous par un jeu de cartes dans lequel les règles du jeu sont dictées et rigides. Enfin, nous avions à cœur que les cartes ne soient qu'un prétexte pour que les joueurs débattent et prennent des décisions conjointement, favorisant l'émergence de stratégies, d'idées novatrices et surtout l'élaboration d'un récit narratif guidant l'équipe tout au long de la partie. Nous avons pu entre autres nous inspirer de jeux destinés au grand public comme *Welcome to the Dungeon*, *Exploding kitten*, *Magic* ou bien *Aftershock*.

Lors de la première version du jeu<sup>220</sup>, il n'y avait qu'une équipe de 2 joueurs au minimum qui incarnait le camp de l'information (défense) et devaient faire face aux attaques du camp de la désinformation (attaque), tirées à chaque début de tour sous forme de carte événement. Il s'agissait d'un jeu de « tous contre le système ». Les joueurs devaient donc réagir aux cartes attaques en jouant les cartes défense piochées. À chaque carte attaque ou défense était alloué une couleur, correspondant à la typologie d'action (numérique, informationnelle, citoyenne, industrielle...). Les joueurs mesuraient leur côte de popularité sur une jauge unique qui évoluait en fonction des réponses apportées par les joueurs. Toutefois, nous nous sommes aperçus que ce modèle n'était pas viable car les joueurs n'étaient pas réellement proactifs mais pouvaient seulement réagir aux attaques.

Après avoir échangé avec Chloé Debiève, nous avons eu l'idée d'intégrer un nouveau mécanisme, celui du bouclier défensif, constitué par l'addition de plusieurs cartes de même catégorie, permettant d'établir une stratégie de long terme et pas seulement de réagir au coup par coup de façon tactique, facteur indispensable à intégrer. Néanmoins, nous restions frustrées par l'impossibilité d'avoir un réel échange avec le camp adverse, dont les actions sont en réalité bien plus construites et stratégiques qu'un simple flot de cartes tirées aléatoirement. Nous avons ainsi décidé d'abandonner le modèle de « tous contre le système », sur les conseils de Patrick Ruestchmann et David Vallat, pour que les joueurs puissent aussi incarner le camp adverse.

Nous avons pour ce faire élaboré un calendrier électoral<sup>221</sup> permettant de suivre les tours de jeu. Nous avons également supprimé la jauge de côte popularité, pour laisser place à deux « jauge de vie »<sup>222</sup>, une par camp. Nous avons ensuite rajouté une jauge de polarisation, modélisant la réaction de la

---

<sup>220</sup> Voir la version n°1 du jeu en annexe

<sup>221</sup> Voir version 2 en annexe.

<sup>222</sup> *Idem*.

société face aux actions des deux camps et évoluant par un jet de dé 6. Finalement, sur les conseils de Thibault Fouillet, nous avons rendu la jauge de vie commune aux deux camps, pour plus de praticité, et l'avons renommée « jauge de capacité d'influence et de contre-influence »<sup>223</sup>.

Sur les remarques de Chloé Debiève, nous avons également créé deux nouvelles catégories de cartes<sup>224</sup>. Les premières étant les cartes temps long, débloquées à certaines étapes du calendrier électoral et modélisant des actions mises en place uniquement sur le temps long comme la résilience de la société face aux fausses informations par l'éducation par exemple. La seconde catégorie nouvelle de carte regroupe les cartes soutiens. Comme l'avait pointé du doigt Chloé Debiève, certaines cartes relevaient davantage du soutien populaire et de l'adhésion aléatoire de certains acteurs clé que de la réelle stratégie élaborée par les camps eux-mêmes. Ainsi, nous avons regroupé l'ensemble de ces cartes (ex : soutien d'une star de la chanson, soutien de magnats de l'économie) dans une nouvelle catégorie, débloquée lors d'un jet de dé 5 ou 6.

Une autre problématique de game design que nous rencontrions concernait la question des typologies de cartes attaque et défense, autrefois regroupé par pôle de couleur, supprimés depuis. Nous avons finalement décidé de rétablir les couleurs originelles, considérant la possibilité de créer des pôles stratégiques davantage fidèle à la réalité. En effet, si l'un des deux camps contrôle les médias par exemple, le camp adverse sera fortement désavantagé. Nous avons ainsi décidé de classer les cartes par pôle stratégique comme les pôles intelligence artificielle, médias ou encore citoyens<sup>225</sup>. Enfin, nous avons décidé que si un camp dispose de la totalité des cartes d'un même pôle, qu'il aurait donc mis de côté au fil des tours, cela invaliderait les cartes adverses du même pôle.

Enfin, la dernière problématique de game design que nous avons rencontré concernait la jauge de polarisation. Alors que notre wargame semblait finalisé, nous nous sommes aperçus que la jauge de polarisation, évoluant à chaque action, comportait un effet « yoyo » trop important, passant parfois de 80 à 20% en une seule action. Par souci de fidélité au réel et sur les conseils de Patrick Ruestchmann et Lili Dubois (contrat armée-jeunesse du CICDE), nous avons en partie conditionné l'évolution de la jauge de polarisation à la capacité d'influence et de contre-influence de chacun des camps<sup>226</sup>.

## **B. Mécanismes du jeu et concepts-clés**

Le jeu INFOWAR oppose deux équipes de joueurs aux rôles asymétriques, reflétant la dualité attaque/défense observée dans les conflits informationnels réels. D'un côté, le camp de l'information représente le gouvernement en place cherchant à se faire réélire et à défendre la stabilité démocratique. De l'autre, le camp de la désinformation incarne un mouvement d'opposition misant sur la manipulation de l'information et le chaos médiatique pour conquérir le pouvoir. L'objectif des joueurs est de contrôler l'opinion publique à l'approche de l'élection : concrètement, le jeu se termine par un scrutin final où l'état de l'opinion (influencé par la polarisation et les soutiens obtenus) déterminera le vainqueur. La condition de victoire dépend donc de la capacité à gagner la bataille informationnelle tout en maintenant suffisamment de légitimité aux yeux du public.

---

<sup>223</sup> Voir version 4 en annexe.

<sup>224</sup> Voir version 2 en annexe.

<sup>225</sup> Voir version 3 en annexe.

<sup>226</sup> Voir version 4 en annexe.

Plusieurs mécanismes structurants ont été conçus pour traduire les concepts-clés identifiés plus haut :

- Cartes d'attaque et de défense : les interactions passent par des cartes à jouer spécifiques à chaque camp. Le camp de la désinformation dispose de cartes *Attaque* représentant des offensives informationnelles (fausses nouvelles virales, campagnes de propagande, divulgation de documents compromettants, etc.), tandis que le camp de l'information dispose de cartes *Défense* symbolisant des ripostes ou parades (démentis officiels, fact-checking, mesures de censure ou contre-discours). Ces cartes ont des valeurs en points illustrant leur impact. Afin de simuler l'asymétrie offensive, les attaques sont volontairement plus puissantes et plus faciles à lancer, alors que les défenses exigent davantage de ressources ou de coordination pour annuler les effets. Par exemple, il peut suffire d'une seule carte d'attaque pour semer le doute, alors qu'il faudra peut-être combiner plusieurs cartes de défense, ou accumuler un « bouclier » de 30 points, pour contrer efficacement une offensive. Ce déséquilibre intégré dans la mécanique rend perceptible le rapport d'effort inégal bien documenté entre la création de désinformation et sa neutralisation. Comme l'illustrent de nombreux cas réels, *réagir* à une fake news demande plus de temps et de travail que la produire et la diffuser<sup>227</sup>. INFOWAR traduit cela en donnant un léger avantage structurel au camp attaquant, obligeant le défenseur à déployer une stratégie méthodique et proactive. Ce dernier ne peut pas se contenter d'éteindre les incendies : il doit aussi construire un récit positif pour garder la confiance du public, sans quoi il risque de perdre en crédibilité malgré ses efforts défensifs. Ce point renvoie à la nécessité, soulignée par la théorie, pour le défenseur de *produire* lui-même du sens et de l'adhésion, et non seulement de contrer l'adversaire (sous peine de voir son discours relégué au silence puis à l'inefficacité).
- Jauge de capacité d'influence et de contre-influence : au centre du plateau figure une jauge graduée qui représente le niveau de polarisation de la société. Cette jauge est commune aux deux camps (car la polarisation résulte de leurs interactions et affecte l'environnement de jeu dans son ensemble) et évolue au fil des tours. Sa progression est déterminée par un lancer de dé à six faces à chaque échange d'attaques/défenses, introduisant une part de hasard pour symboliser l'aspect imprévisible de la réaction sociale. Ce choix modélise le fait que l'effet polarisant d'une action n'est jamais entièrement garanti à l'avance : par exemple, une tentative de désinformation peut rencontrer un écho variable dans la population (selon qu'elle tombe sur un terreau réceptif ou qu'elle suscite au contraire un sursaut critique). D'un point de vue théorique, ce mécanisme probabiliste s'inspire directement de la notion de réception différenciée (Hall) et des facteurs contingents qui influencent la propagation d'un récit dans l'espace public. La jauge de polarisation agit comme un modulateur systémique dans le jeu : plus la société est polarisée, plus les offensives du camp de la désinformation gagnent en efficacité, tandis que les défenses du camp institutionnel perdent en crédibilité. Ce gradient traduit concrètement le phénomène des *chambres d'écho* et du biais de confirmation : à un haut niveau de polarisation, une partie grandissante du public rejette d'emblée les messages du camp adverse (lecture « oppositionnelle » au sens de Hall)<sup>228</sup> et ne croit que les informations conformes à son camp. Le jeu simule donc qu'une société fracturée confère un avantage tactique au propagateur de fausses nouvelles (dont le récit trouve un public déjà convaincu) et complique la tâche du défenseur (peinant à faire entendre des faits à un auditoire

---

<sup>227</sup> Bronner, Gérald (dir.). *Les Lumières à l'ère numérique : Rapport de la commission sur la lutte contre la désinformation*. Présidence de la République française, janvier 2022. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/12/0f50f46f0941569e780ffc456e62faac59a9e3b7.pdf> (consulté le 3 mai 2025).

<sup>228</sup> Hulatt, Lily. *Stuart Hall*. [En ligne]. <https://www.studysmarter.fr/resumes/sciences-economiques-et-sociales/sociologie/stuart-hall/> (consulté le 3 mai 2025).

méfiant). En même temps, INFOWAR met en garde contre les excès de cette polarisation : la jauge comporte un seuil au-delà duquel le climat devient ingouvernable pour tout le monde. Si les joueurs du camp de la désinformation poussent la polarisation trop loin, ils risquent de perdre eux-mêmes le contrôle de l'opinion – une société trop divisée pouvant conduire au chaos politique, au point que même les instigateurs de la discorde ne parviennent plus à gouverner ou légitimer leur victoire. Ce point de non-retour, matérialisé dans le jeu, rejoint l'idée qu'une manipulation de l'opinion à court terme peut se retourner contre son auteur à long terme en sapant les fondements mêmes de la légitimité démocratique.

- Calendrier électoral et cartes “temps long” : le déroulement d'INFOWAR est rythmé par un calendrier électoral fictif qui segmente la partie en plusieurs phases (par ex. campagne initiale, débats télévisés, swing states, etc.), jusqu'au jour du vote. Ce calendrier temporel sert deux objectifs. D'une part, il oblige les joueurs à penser le temps long et à planifier leurs actions en fonction d'échéances clés (doivent-ils utiliser leurs meilleures cartes tout de suite ou les réserver pour l'approche du vote ? faut-il intensifier les offensives en début de campagne ou attendre un moment décisif ?). D'autre part, certaines cartes spéciales dites *cartes temps long* ne deviennent disponibles qu'à des moments précis du calendrier. Ces cartes représentent des événements majeurs ou des atouts stratégiques liés au contexte (par exemple : un scandale politique éclate, une intervention d'une puissance étrangère, un ralliement surprise d'une personnalité influente, etc.). Leur apparition programmée simule des tournants dans la bataille informationnelle, introduisant des éléments narratifs de plus grande ampleur que les escarmouches d'un tour ordinaire. L'inclusion du facteur temporel permet aussi de modéliser l'enchaînement des actions sur la durée et l'accumulation d'effets : par exemple, une propagande soutenue sur plusieurs tours peut lentement éroder la confiance dans les institutions, tandis que le camp défenseur peut capitaliser sur du temps gagné pour rétablir progressivement la vérité ou regagner des points d'opinion. En somme, le dispositif du calendrier et des cartes à long terme ancre le jeu dans une logique de stratégie continue, où il ne suffit pas de gagner un round isolé mais bien de tenir une ligne cohérente jusqu'à l'échéance électorale.
- Soutiens et opinion publique : fidèle à la réalité des luttes informationnelles, INFOWAR intègre le rôle d'acteurs tiers et de l'opinion générale via les *cartes de soutien*. Celles-ci peuvent être obtenues par l'un ou l'autre camp au fil du jeu (par exemple en réussissant certaines actions) et représentent le ralliement de figures d'influence ou de groupes sociaux à leur cause. Concrètement, un soutien peut apporter des points supplémentaires (améliorant la « jauge de vie » du camp, c'est-à-dire son capital d'influence) ou conférer un avantage lors du décompte final. Par exemple, le camp de l'information pourrait gagner le soutien d'un média de référence ou d'une ONG citoyenne, renforçant sa crédibilité, tandis que le camp adverse pourrait s'attirer l'appui d'un réseau militant très actif en ligne, amplifiant la portée de ses infox. Ces mécanismes traduisent l'importance des alliés et relais d'opinion dans la guerre de l'information : une campagne d'influence ne se mène jamais seule, et disposer de soutiens (politiques, médiatiques, populaires) peut faire pencher la balance en termes de légitimité perçue. Ici encore, la théorie offre un éclairage : la notion de *lutte pour l'hégémonie du discours* (Gramsci/Hall) suggère que chaque camp tente de construire un bloc de soutien autour de sa narration dominante. INFOWAR concrétise cela en permettant aux joueurs de mobiliser des appuis qui renforceront la confiance du public envers leur camp. Inversement, si un camp se retrouve isolé (sans soutien), cela se traduira par une faiblesse lors de l'élection finale, quand l'état de l'opinion publique sera mesuré. Le jeu souligne ainsi que la bataille de l'opinion n'est pas qu'un duel abstrait entre deux propagandistes, mais un enjeu social global

impliquant de multiples acteurs, dont le soutien ou la désapprobation déterminent en dernière instance la *légitimité démocratique* de la victoire.

### **C. RETEX et limites**

Ainsi, c'est au fil des rencontres, des prototypes et des essais que le jeu a évolué, montrant à chaque fois de nouvelles failles à combler. Aujourd'hui, notre modèle reste évidemment perfectible et comporte toujours des failles. A titre d'exemple, il nous a été rapporté au cours du PDSF qu'il était dommage que certaines actions ne puissent pas complètement desservir un camp. L'évaluation de la réussite d'une action s'effectuant en effet par un tir de dé, celle-ci ne peut jamais être négative mais reste toujours supérieure ou égale à 1.

Concernant le retour d'expérience, il nous semble que notre jeu puisse être aussi bien destiné à un public aguerri et sensibilisé aux enjeux d'influence et de lutte informationnelle qu'à un public novice. Les mécanismes ludiques étant assez accessibles et ne requérant pas particulièrement de connaissances techniques et pointues, le jeu pourrait aussi convenir à un plus large public. INFOWAR peut ainsi être un outil de sensibilisation et de vulgarisation pour public novice, mais aussi un outil de réflexion, de débat et de codécision pour un public plus expert. Le jeu met surtout en exergue les dangers des campagnes de désinformation menées auprès du grand public et cherche à faire réfléchir les joueurs à l'éthique des modes de défense, utilisant parfois des biais similaires aux attaques.

## IV. Quatrième jeu : Mana Rua

Comme le dit la célèbre formule Moyenâgeuse de Bernard de Chartres, reprise et popularisée par Isaac Newton et Blaise Pascal, “Nanos gigantum umeris insidentes”, nous sommes “des nains sur des épaules de géants”. Aussi, c’est en s’inscrivant dans cette perspective que nous avons conçu Mana Rua, en nous plaçant sur les épaules d’un géant dénommé *Taiwan : Battle for the ballot*. En effet, c’est après avoir tester ce wargame de l’armée américaine qui présentait de réels atouts, mais aussi des limites ainsi que des opportunités d’amélioration, que nous ait venu l’idée d’emprunter le scénario de base du jeu : la lutte d’influence entre deux puissances cherchant à peser sur le référendum d’indépendance d’un territoire insulaire stratégique, afin de traiter les deux sujets que nous souhaitons modéliser. À savoir les enjeux spécifiques de l’Influence dans les outre-mer ainsi que la distinction entre Influence et Ingérence. Outre le mécanisme du référendum final, nous avons également souhaité conserver un tableau de typologie des actions afin de guider les joueurs, ainsi que les systèmes de points d’influence matérialisés par des carrés et permettant de remporter des tours, maximisant ainsi les chances de succès au référendum, et de points d’actions matérialisant les ressources nécessaires pour la réalisation d’une action. Cependant, nous avons identifié 3 déséquilibres que nous ne voulions pas reproduire : le manque de dialectique entre les joueurs, la prépondérance trop importante du hasard (un joueur ayant échoué la totalité de ses actions et gagné aucun point d’influence pouvait, malgré tout, l’emporter grâce à un poids trop important du jet de dé lors du référendum final) et le manque d’attractivité esthétique du jeu. Saisissant ces opportunités d’amélioration, nous avons décidé de concevoir, à l’aide de la version gratuite du logiciel Inkarnate<sup>229</sup>, une carte d’une île fictive, idéal-typique, s’inspirant fortement des outre-mers français du pacifique... Nous avons également décidé d’introduire une forte dimension de matrix game matricielle à notre jeu en devenir, afin de laisser davantage de liberté aux joueurs et d’accroître la dialectique entre ses derniers. Aussi, pour traiter de la distinction entre influence et ingérence, il nous ait venu l’idée d’introduire un mécanisme de dénonciation d’ingérence permettant aux joueurs de discuter, débattre et confronter leurs arguments quant à la légitimité d’une action et donnant la possibilité à ces derniers de rentrer, s’ils le souhaitent, dans une logique d’escalade, renforçant ainsi, encore, la dimension matrix game matricielle du jeu et la dialectique entre les joueurs.

En outre, les différents tests de notre jeu que nous avons pu effectuer auprès d’étudiants, de professionnels, d’experts et de spécialistes du wargaming et de l’influence, nous ont permis d’obtenir des retours d’expérience et des suggestions d’améliorations déterminantes dans la conception de notre jeu. Ainsi, les conseils de Thibault Fouillet, directeur de l’Institut d’études de stratégie et de défense (IESD) de l’Université Jean-Moulin-Lyon-III, ont été absolument décisifs. A commencé par celui portant sur le besoin d’introduire un troisième joueur, un arbitre, départageant les joueurs, notamment dans les phases d’escalades, jugeant de la recevabilité des actions intentées, de l’adéquation entre points d’actions investis et de la complexité de mise en œuvre de ces dernières et statuant quant à la légitimité d’une action et son appartenance ou non au domaine de l’ingérence. Ce précieux conseil nous a permis de rééquilibrer le jeu, d’empêcher les actions fantaisistes et de pallier la potentielle mauvaise foi des joueurs. De plus, nos échanges avec Thibault Fouillet nous ont permis de mettre au point un tableau modélisant le niveau de risques, estimé par les joueurs et évalué par l’arbitre, des actions, ainsi que la réception et la réaction de l’opinion publique modélisée par un jet de dé de six déterminant l’intensité du succès ou de l’échec des actions réalisées. Aussi, les expérimentations que nous avons pu conduire avec nos partenaires du CICDE, et avec des étudiants du Cours Spécialisé “Modéliser pour décider dans l’incertitude” de David Vallat, nous ont également permis d’acter la

---

<sup>229</sup> Consultable sur le lien suivant : <https://inkarnate.com/>

nécessité de créer une catégorie d'action "politique", afin de viser plus spécifiquement les actions de lobbying auprès d'élus, les tentatives de corruption, etc. Par ailleurs, après différents tests, nous avons également décidé que les joueurs puissent combiner différents types d'action parmi celles proposées : informationnelle, culturelle, économique, politique ou militaire. Après plusieurs phases de tests, nous avons souhaité conserver la possibilité pour les joueurs de mener des actions militaires afin d'autoriser les actions "hybrides"<sup>230</sup>, mais en interdisant explicitement dans les règles du jeu que les actions militaires dites "cinétiques" créant des dommages matériels ou corporels. Cette contrainte nous semblait en effet correspondre le mieux à la réalité, les outils militaires pouvant être utilisés pour faire de l'influence, mais au-delà d'un certain seuil, il ne s'agit plus d'une "guerre d'influence" sinon d'une guerre tout court.

Notre jeu est donc principalement à destination d'un public déjà au moins un peu formé aux enjeux de l'influence et de la lutte informationnelle, et est tourné vers le RETEX (RETour d'EXpérience) pour les joueurs. En effet, au cours de la partie, ces derniers vont devoir être créatifs pour imaginer des actions d'influence, le niveau de ressources qu'elles nécessitent et leur niveau de risque auprès de la population. Ils doivent également argumenter de ces points auprès de l'arbitre, ce qui pourra faire l'objet d'une discussion post-jeu. Surtout, le mécanisme d'ingérence met au centre de l'enjeu la discussion entre les joueurs pour déterminer si une action concrète proposée par ces derniers relève de l'influence ou de l'ingérence.

Une des principales limites de notre prototype est, selon nous, de ne pas avoir distingué l'influence auprès de la population générale et l'influence auprès des élites politiques ou économiques, comme cela avait été fait par l'École de Guerre dans un de leur propre serious game sur le même sujet. Par ailleurs, l'influence religieuse n'a pas non plus été prise en compte dans notre tableau des catégories d'action possible.

Ainsi, nous pouvons conclure que l'épopée créatrice de Mana Rua, commencée avec l'essai de *Taiwan : Battle for the ballot* et achevée par sa présentation à l'École Militaire, s'est nourri et n'a été possible que par l'apport de conseils et de retours d'expérience émanant d'expérimentateurs bienveillants et constructifs.

---

<sup>230</sup> Charon, P., & Jeangène Vilmer, J.-B. (2021). *Les opérations d'influence chinoises : Un moment machiavélien* (2e éd.). Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM). <https://www.irsem.fr/rapport.html>

## V. Cinquième jeu : Le 6<sup>ème</sup> anneau

### A. Modélisation : mécanismes de jeu et concepts-clés

Le jeu “*Le 6<sup>ème</sup> anneau*” s’inscrit dans une réflexion sur les enjeux contemporains d’influence numérique à l’occasion d’un événement international : les Jeux Olympiques. Le choix du wargame comme outil de modélisation a permis de rendre tangibles des dynamiques complexes, souvent difficiles à distinguer pour le grand public (désinformation, manipulation algorithmique, etc.), en les confrontant à des prises de décision concrètes en contexte simulé.

Le processus de création a débuté par une phase de recherche documentaire sur les stratégies d’influence numérique utilisées lors de grands événements, notamment les JO de Paris 2024. Cette phase a permis de structurer le jeu autour de quatre grandes catégories d’attaques : *désinformation & fake news*, *amplification des tensions sociopolitiques*, *manipulation algorithmique*, et *cyberattaques & vol d’informations*. À partir de là, nous avons conçu un système de cartes d’attaque et de défense, réparties entre quatre rôles : l’État, le comité d’organisation des jeux olympiques (COJO), les médias, et une puissance étrangère déstabilisatrice. Chaque carte simule une manœuvre réaliste ou une réponse plausible, avec des effets mesurables sur l’indicateur principal du jeu : le niveau de stabilité de l’organisation des JO.

L’intégration d’une frise chronologique en cinq phases (de 1 an avant jusqu’à la cérémonie de clôture) constitue un apport clé du game design. Elle permet aux joueurs de prendre conscience des effets différés, du timing stratégique et des pressions croissantes à mesure que l’événement approche. Ce mécanisme donne de la profondeur aux choix, en instaurant un équilibre entre court terme (réaction rapide) et long terme (anticipation stratégique). Le jeu mobilise ainsi des qualités spécifiques telles que la coopération inter-acteurs, l’estimation de risques, la communication stratégique et l’adaptation sous pression. Il propose également un apprentissage implicite des mécanismes d’influence numérique dans une dynamique collective.

Le jeu se structure en dix tours répartis équitablement en cinq phases. Pour chaque phase est implémentée une légère modification des règles, qui permet de témoigner de dynamiques temporelles réelles et qui ajoute de la profondeur aux stratégies de jeu. La discussion entre les joueurs ayant une forte place, la durée d’une partie peut varier selon l’implication des joueurs, allant d’une vingtaine jusqu’à une quarantaine de minutes. Parmi les quatre rôles présents dans le jeu, seuls trois sont joués par les joueurs, à savoir les médias, le COJO et l’État, puisque les cartes de la puissance étrangère sont tirées aléatoirement à chaque tour. Ce design de jeu permet de refléter la nature imprévisible des attaques numériques, qui ne sont pas nécessairement réfléchies par un seul acteur. Aussi, tous les joueurs sont de ce fait dans une dynamique de “tous contre le système”, incitant à la coopération, bien qu’ayant des conditions de victoire différentes. Si le fait de pouvoir incarner le rôle de la puissance étrangère fut un temps envisagé, l’abandon de cette mécanique permet au jeu d’être tout à la fois plus fidèle à la réalité, élément nécessaire dans le cadre de ce type de modélisation, et de changer la dynamique de coopération des joueurs.

Concernant le matériel, ce jeu se compose de 52 cartes uniques, d’un plateau représentant les quatre catégories d’attaques numériques, d’une frise temporelle retraçant les différentes phases de jeu en indiquant les modifications de règles qui leur sont assignées, et d’une échelle de stabilité collective permettant de suivre l’impact des attaques et défenses à chaque tour. Chaque joueur dispose aussi

d'une carte de rôle détaillée ainsi que d'une échelle de stabilité personnelle indiquant ses conditions de victoire.

Une pioche représente l'acteur étranger à l'origine des attaques numériques. Lors de chacun des 10 tours, une carte attaque est piochée, associée à une puissance et un effet, à laquelle il appartient à la coalition d'acteurs de répondre via leurs propres cartes défense. Les effets positifs et négatifs des cartes (points) se répercutent sur une échelle graduée représentant la stabilité des jeux, à laquelle sont associées les conditions de victoire de chaque acteur. Les joueurs connaissent la puissance des cartes attaques, mais pas de leurs propres cartes défense, il leur faut donc réfléchir et discuter de la pertinence de leurs cartes vis à vis des attaques rencontrées. Aussi, certaines cartes (au nombre de six et réparties entre l'État et le COJO) sont préventives et ne peuvent se jouer qu'avant qu'une carte attaque ne soit posée dans leur catégorie. Ces cartes permettent à la fois aux acteurs concernés de ne pas perdre un tour dans le cas où ils ne peuvent pas répondre à une menace, mais permettent aussi de retranscrire les mécanismes réels de préparation en amont.

Pour représenter ces diverses influences numériques, nous avons modélisé le court terme et le long terme grâce à une frise. Cette frise chronologique remonte à 1 an avant les JO, puis 6 mois, 2 mois, le début des JO et la fin des JO. Chaque catégorie de la frise comprend deux sous-catégories, correspondant à un tour de jeu. Chaque phase de jeu modifie les règles, incitant les joueurs à anticiper leur stratégie à long terme. Nous avons également modélisé la diversité des acteurs et des intérêts au travers de conditions de victoires antagonistes entre les joueurs, malgré le fait que le jeu nécessite une collaboration pour répondre aux attaques.

Afin d'assurer le bon déroulé du jeu, un encadrant est nécessaire, ayant connaissance de l'impact de chaque carte défense selon l'attaque à laquelle elle répond. Il doit donc après chaque tour calculer les effets des cartes, informer les joueurs de l'efficacité de leurs actions, et faire varier le score commun en conséquence sur l'échelle de stabilité.

Notre démarche se divise en cinq étapes. Nous avons d'abord réalisé une revue de la littérature sur l'influence numérique, la guerre informationnelle et le wargaming. Ensuite, nous avons procédé à l'identification des enjeux critiques liés aux JO : cybersécurité, guerre cognitive, soft power. A la suite de cette deuxième étape, nous avons réalisé la modélisation conceptuelle des dynamiques d'attaque et de défense dans un environnement informationnel. Ensuite, nous avons réalisé plusieurs tests et ajustements afin de trouver le bon équilibre entre l'attaque et la défense. Pour cela, nous avons réalisé deux prototypes. Enfin, nous avons pu améliorer les mécanismes grâce aux divers retours d'expérience que nous avons eu lors des venues de Patrick Ruestchmann et Chloé Debiève à la Public Factory.

Pour que notre jeu se rapproche un maximum de la réalité, nous avons choisi de représenter trois acteurs ayant un but global commun et un acteur étranger représentant une puissance hostile, à l'origine des attaques. Au début du prototypage, nous avons eu du mal à évaluer le rôle de chaque acteur car nous en avions quatre. Nous avons décidé de retirer l'acteur puissance étrangère hostile en tant que joueur actif, et nous l'avons remplacé par un deck de carte à piocher à chaque tour, permettant ainsi à l'aléatoire de trouver sa place dans ce jeu. Les trois acteurs actifs que nous avons gardés sont donc **l'Etat**, le **Comité d'organisation** des jeux ainsi que les **médias**. Nous voulions à l'origine que notre jeu soit centré sur les Jeux Olympiques et Paralympiques qui se sont déroulés en France en 2024, mais nous avons finalement préféré faire un jeu sur les Jeux Olympiques sans limitation territoriale. Ainsi, notre jeu peut s'adapter à différentes situations, et nous pouvons penser qu'il peut être utile pour l'organisation des prochains Jeux à Los Angeles.

De plus, nous avons choisi un système de jeu assez simple, constitué de phases offensives lors des attaques numériques, de phases défensives où les acteurs peuvent coordonner une défense en commun, et un score final qui permet de mettre en avant la stabilité ou la déstabilisation des Jeux selon les succès et les défaillances. Nous avons aussi rajouté des conditions de victoire différentes selon les acteurs pour ajouter plus de compétitivité au sein même du jeu.

Durant les différentes phases de prototypages, nous avons réalisé deux entretiens. Durant le mois de janvier, nous avons pu échanger avec deux experts : un officier cybersécurité et le Lieutenant-Colonel Demailly engagé dans les travaux de retour d'expérience sur les Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP). Ces entretiens ont été particulièrement enrichissants, car ils nous ont permis de valider certaines hypothèses de jeu, notamment celles relatives aux cartes « défense » que nous avons conçue. L'officier cyber nous a aiguillé sur la vraisemblance des cartes menaces afin qu'elles se rapprochent au mieux de la réalité. Il nous a indiqué que dans le cadre des Jeux Olympiques qui se sont déroulés en France, les cyberattaques se sont déroulées pour la plupart en amont des jeux car elles sont très longues à mettre en place. Des unités avaient été spécialement dédiées pour intervenir en cas de tentatives d'influence numérique. Ces unités n'ont pas eu à déclencher les cellules de crise qui avaient été prévues, montrant que la menace d'influence numérique a été plus faible que ce à quoi les autorités s'attendaient.

## **B. RETEX et perspectives pédagogiques**

Ce jeu s'inscrit dans une démarche de formation par l'expérimentation : les joueurs, en se confrontant à des situations réalistes, développent des compétences transférables à des contextes professionnels, notamment dans la gestion des crises informationnelles ou la coordination d'acteurs institutionnels. Il permet également de sensibiliser à la complexité de la guerre informationnelle et au rôle stratégique de l'influence numérique dans des contextes civils comme militaires. L'objectif final de cette simulation est d'identifier les meilleures pratiques en matière de gestion des opérations d'influence et de cyberattaques. Les apprentissages issus du jeu permettent d'abord aux joueurs d'acquérir une meilleure compréhension des dynamiques d'influence numérique et de l'incertitude associée à la prise de décision en situation de crise. Également, ils permettent d'initier une réflexion collective sur l'importance de la coordination entre les acteurs publics et privés dans un contexte de menace numérique, afin de voir aboutir des objectifs communs. Dans le cas où il est joué à plusieurs reprises, ce qui est tout à fait possible grâce à la nature aléatoire des attaques, le jeu permet d'évaluer les stratégies les plus efficaces (avec plus ou moins de prudence, de risque, de coordination, etc.). Les joueurs peuvent donc apprendre à anticiper et hiérarchiser les risques en situation d'incertitude, à se coordonner rapidement avec d'autres acteurs et institutions n'ayant pas nécessairement les mêmes intérêts, et à maîtriser la communication et la négociation dans un contexte de crise.

# Conclusion

Pour conclure, nous pouvons dire que nos wargames, en couvrant plusieurs champs de l'influence ainsi que son aspect protéiforme et la diversité des domaines qu'elle impacte, permettent de modéliser un certain nombre d'enjeux soulevés par l'Influence et la lutte informationnelle. En effet, la variété des domaines traités par nos wargames, d'une campagne électorale à l'industrie agroalimentaire, en passant par les Outre-Mer et les Jeux Olympiques, contribue à modéliser efficacement la multiplicité des formes que prend l'Influence ainsi que la pluralité des secteurs qu'elle touche. En outre, la nature originale, singulière et atypique de notre démarche, elle-même fruit de notre manque d'expertise initiale en wargaming et de notre formation académique en sciences sociales, permet d'envisager et d'appréhender la modélisation de ces enjeux avec un regard nouveau et une perspective originale.

De plus, nous pouvons également constater que la diversité des enjeux traités par nos différents wargames reflète la variété des problématiques qui nous intéressent et nous tiennent à cœur, ainsi que des différents centres d'intérêts, vécus et expériences de chacun. Ainsi, *Infowar* laisse transparaître une inclination pour les questions de désinformation et la compétition électorale. *Cyberguerre Pacifique* est lui le fruit du vécu direct de sa conceptrice aux prises avec le pouvoir autoritaire de Pékin, tandis qu'*Empire Agro-Influence* est celui d'un intérêt aiguisé pour les enjeux soulevés par le lobbying des industries agro-alimentaire. *Mana Rua* résulte, quant à lui, d'un intérêt concernant les problématiques spécifiques aux territoires ultramarins, quand *le 6ème anneau* est, lui, le produit d'un penchant pour la thématique des Jeux Olympiques.

En outre, nous pouvons affirmer que, si les épopées créatrices de nos wargames sont différentes, elles se sont toutes nourries et n'ont été possibles que par l'apport de conseils et de retours d'expérience émanant d'expérimentateurs bienveillants et constructifs. Nous pouvons également affirmer que la multiplicité des mécanismes et game design utilisés, que ce soit par le recours à des cartes ou l'introduction d'une dimension matricielle, contribue à modéliser les enjeux soulevés par l'influence et la lutte informationnelle.

Aussi, nous pouvons observer une mise en abîme. En effet, alors que nous avons produit des modèles afin de faciliter la prise de décision dans un contexte d'incertitude, notre propre travail constitue une modélisation dans un contexte d'incertitude. Effectivement, alors que nous n'étions nullement des experts du wargaming ou de l'influence, de la lutte informationnelle et des ingérences, nous avons dû composer avec l'incertitude née de notre manque d'expertise afin de remplir notre mission assignée par le CICDE, à savoir concevoir et réaliser au moins trois modèles, wargames, traitant de l'influence et de la lutte informationnelle. Ainsi, c'est comme si en concevant et réalisant des wargames, nous avions nous-mêmes participé à un wargame.

Enfin, comme le dit le célèbre adage romain "Si vis pacem, para bellum" (Si tu veux la paix, prépare la guerre), nous pouvons affirmer que, si assurément la guerre n'est pas un jeu, jouer est déjà un peu faire la guerre, du moins c'est la préparer.

## Bibliographie

Académie d'Agriculture de France. (s. d.). *Nutrition et santé • Les secrets de cuisine du lobby agroalimentaire*.

Allard, F., Lehmann, V., Liabert, T., & Motulsky, B. (2021). *Astroturfing, de l'usurpation à la manipulation du débat public*. Université de Lorraine.

ANSSI. (s. d.). *Bilan cyber des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*.

Appelget, J., Burks, J. E., & Cameron, R. (2020). *The craft of wargaming: A detailed planning guide for defense planners and analysts*. Naval Institute Press.

Appvizer. (s. d.). *Matrice SWOT - Définition, mode d'emploi et applications*.

Asana. (s. d.). *Set—and achieve—SMART-er goals*. Asana.

Bardon, P. (s. d.). *Le lobbying*. Dunod.

Battistella, D. (2009). Chapitre 1. Théorie et relations internationales. In *Théories des relations internationales* (Vol. 3, pp. 11–45). Presses de Sciences Po.

Battistella, D. (2019). *Théorie des relations internationales* (3e éd.). Presses de Sciences Po.

Benamouzig, D., & Cortinas, J. (2024). *Les entreprises agro-alimentaires contre la santé publique*. Raison d'Agir.

Bernard, M. (2020, septembre 11). *Astroturfing, fonctionnement et mise en perspective d'une technique de propagande économique et politique à l'heure des réseaux sociaux*. [redacteur-independent.ch](http://redacteur-independent.ch).

Blanchard, J.-M. F., & Ripsman, N. M. (2008). A political theory of economic statecraft. *Foreign Policy Analysis*, 4(4), 371–398.

Boltanski, L. (s. d.). *Une sociologie pragmatique de la critique*. Encyclopædia Universalis.

- Booth, R. E., Reddie, A. W, and al. (2025). *Wargaming deception working group report*. PAXsims.
- Bourdieu, P. (1973). L'opinion publique n'existe pas. *Les Temps modernes*, (318).
- Breuer, P. (2023). *Introduction to the DISARM Frameworks*. DISARM Foundation.
- Bronner, G. (Dir.). (2022). *Les Lumières à l'ère numérique : Rapport de la commission sur la lutte contre la désinformation*. Présidence de la République française.
- Brynen, R. (2012, novembre 3). *Mirror imaging and wargame design*. PAXsims.
- Brynen, R. (2016, décembre 21). *Reflections on the wargame spectrum*. PAXsims.
- Brynen, R. (2019, mai 31). *Squeezing the turnip: The limits of wargaming*. PAXsims.
- Brynen, R. (s. d.). *About PAXsims*. PAXsims: Conflict Simulation and Serious Gaming.
- Caffrey, M. B., Jr. (2019). *On wargaming: How wargames have shaped history and how they may shape the future*. Naval War College Press.
- Cardon, P., Depecker, T., & Plessz, M. (2019). Chapitre 3. État, industries et consommation alimentaire. In *Sociologie de l'alimentation* (pp. 73–96). Armand Colin.
- CDEC - Centre de Doctrine et d'Enseignement du Commandement. (2023). *La guerre cognitive*.
- Centre d'études européennes et de politique comparée – Centre d'études des relations internationales (CEE-CERI). (2014). Mesurer l'influence, un casse-tête pour le chercheur. In CEE-CERI, *Les sciences sociales en question : grandes controverses épistémologiques et méthodologiques*.
- Charillon, F. (2022). *Guerres d'influence. Les états à la conquête des esprits*. Odile Jacob.
- Charon, P., & Jeangène Vilmer, J.-B. (2021). *Les opérations d'influence chinoises : Un moment machiavélien* (2e éd.). Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM).

Chavalarias, D. (2024). *Minuit moins dix à l'horloge de Poutine*. hal.science.

CICDE. (2023). *Manuel du jeu de guerre* (1re éd.). CICDE.

CICDE. (2024, juillet). *Cahier des charges rédigé par le CICDE*. CICDE.

Circadianrisk.com. (s.d.). *What is CARVER and When Should You Use it?*

Citton, Y. (2013). *L'économie de l'attention. Le point sur*.

Cogito.com. (2021, septembre 16). *L'industrie agroalimentaire et ses activités politiques*.

Colin Guyon, B., Lacoux, G., & Gasnot, G. (2024). *Ingérence économique dans la production alimentaire française. Comment les Américains financent l'activisme animaliste en France pour déstabiliser les filières animales*. Ecole de Guerre Economique.

Commission d'enquête du Sénat. (2024). *Rapport sur les luttes contre les influences malveillantes*. Sénat.

Commission d'enquête relative aux ingérences politiques, économiques et financières de puissances étrangères – États, organisations, entreprises, groupes d'intérêts, personnes privées – visant à influencer ou corrompre des relais d'opinion, des dirigeants ou des partis politiques français. (s. d.). *Compte rendu de réunion n° 12*. Assemblée nationale.

Commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale. (2024, juin 5). Table ronde, ouverte à la presse, sur la problématique du statut de Mayotte au regard du droit international [...]. In *Travaux de la Commission des affaires étrangères*. Assemblée nationale.

Constitution française du 4 octobre 1958, Titre XII « De la Communauté ». (1958). *Journal Officiel de la République Française*.

Constantino, A. (2024, décembre 5). *The digital divide: Social media's role in polarization and democratic backsliding*. Democratic Erosion.

Copa Cogeca. (s. d.). *Copa Cogeca : The united voice of farmers and agri-cooperatives in the EU*.

Corporate Europe Observatory. (2021, juillet). *The glyphosate story so far: Controversy over science, lawsuits and dodgy lobbying tactics*.

Corporate Europe Observatory. (s. d.). *Le lobbying de Monsanto : Une attaque contre notre planète et la démocratie*.

Corporate Europe Observatory (2020). *Privileged access for Copa-Cogeca and industry in DG Agriculture*.

Cour des Comptes. (2023, juin). *Les financements de l'État en outre-mer*. Cour des Comptes.

Curtiss, I. (2025, mars 21). *Why immersion — and not realism — is critical for wargaming*. Lux Capital.

Dagenais, B. (2017). Sophie BOULAY (2015), Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public. Astroturfing, communication et démocratie. *Communication. Information médias théories pratiques*, 34(2), 7051.

Datta, N. (2021). *La partie émergée de l'iceberg : Des financements issus de l'extrémisme religieux visent à faire reculer les droits humains en matière de santé sexuelle et reproductive en Europe*. European Parliamentary Forum.

David, R. (2024, mai 16). TikTok bloqué en Nouvelle-Calédonie : quelles bases juridiques pour cette mesure inédite ? *Public Sénat*.

Debiève, C. (2025). *Compte-rendu de la première session des visioconférences "Influence et guerre de l'information"*.

De Morgny, A. (s. d.). *Recours aux concepts et techniques de la guerre cognitive dans le champ politique français*. openscience.fr.

De Salins, M. L. (2012). *Lobbying de l'agroalimentaire et normes internationales. Le cas du codex Alimentarius*. Éditions Quæ.

- Delcorde, R. (2019). La diplomatie d'influence. *Revue Défense Nationale*, 823(8), 57–63.
- Diploweb.com. (s.d.). *Stratégie d'influence. Réflexions fondatrices de G. Chaliand*.
- Dongo, D. (2023, avril 20). *NutriScore et NutriForm, le professeur Serge Hercberg précise - Cadeau. Gift*.
- Dorel, G. (1998). *La puissance des États. La Documentation française*, (8006).
- Dua, S. (2025). *Taiwan cyber attacks doubled in 2024, report cites Chinese Cyber Force*. EM360Tech.
- Ducos, L. (2022, janvier). *Comment les lobbies de la viande nous manipulent*. Greenpeace France.
- Ducos, L. (s. d.). *Viande et produits laitiers : L'État laisserait-il les lobbies contrôler l'assiette de nos enfants ?* Greenpeace France.
- École de guerre économique. (s. d.). *Le lobbying européen dans le secteur pharmaceutique*.
- env-health.org. (s. d.). *Glyphosate: Why the EU needs to ban the popular weedkiller to protect health*.
- Érudit. (2019). *Le lobbying en France : Une approche par le concept de corégulation*.
- Foodwatch International. (s. d.). *Lobbies et multinationales*. FW FR - foodwatch International.
- FoodTimes. (s. d.). *Nutri-Score, anti-public health lobbies unveiled*.
- FoodTimes. (s. d.). *Nutri-Score: Separating science from lobby-driven misinformation*.
- Fouillet, T. (2022). *Wargaming : Un outil stratégique*. Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM).
- Gapelle, C. (s. d.). *L'attention : entre économie et éthique de l'information*. CANOPE.

Gardon, S., Gautier, A., & Le Naour, G. (s. d.). Chapitre 2 - Du lobbying aux théories de la gouvernance : qui gouverne. In *La santé globale au prisme de l'analyse des politiques publiques*. Éditions Quæ.

Gay, J.-C. (2014). *La Nouvelle-Calédonie, un destin peu commun* (1re éd.). Éditions L'Harmattan.

Global Taiwan Institute. (2024). *The nexus of cybersecurity and national security: Taiwan's imperatives amidst escalating cyber threats*.

Gregg, H. S. (2016). *The human domain and influence operations in the 21st century*. Calhoun Institutional Archive of the Naval Postgraduate School.

Hein, E. (2009, avril 8). *Inside the black box*. Ethan Hein Blog.

Helmus, T. C. (2020). *Russian disinformation efforts on social media*. RAND Corporation.

Hulatt, L. (s. d.). *Stuart Hall*. Studysmarter.fr.

International Institute for Strategic Studies. (2022). *China's cyber influencing and interference*.

Iyengar, S., & Krupenkin, M. (2018). *The strengthening of partisan affect*. Stanford University.

ijhpm.com. (s. d.). "*Part of the Solution:*" *Food Corporation Strategies for Regulatory ...*

Jeandrat, A. (2022, juin 14). *La diplomatie économique, entre outil d'influence et arme de guerre*.

Jeaneau, E. (1973). *Lectio Philosophorum. Recherches sur l'école de Chartres* (1re éd.). Éditions Vrin.

Johns Hopkins University & Imperial College London. (2021, mai 20). *Countering cognitive warfare: Awareness and resilience*. *NATO Review*.

Junk, W. M., & Rasmussen, A. (2019). Framing by the flock: Collective issue definition and advocacy success. *Comparative Political Studies*, 52(4), 483–513.

Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2012). *Power and interdependence*. Pearson.

Langlade, A. (2022, février 8). *Ecoles, médecins, Parlement... les lobbies de la viande sont partout pour contrôler notre alimentation*. La Relève et La Peste.

Latour, B. (1999). *Pandora's hope: Essays on the reality of science studies*. Harvard University Press.

Latour, B., & Callon, M. (1986). Essai de sociologie de la traduction : Domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc. *L'Année sociologique*, 36, 169–208.

lejdd.fr. (2024, avril 17). C'est quoi un proxy ?

Lemieux, V. (1979). *Les cheminements de l'influence*. Presses universitaires de France.

Le Monde. (2021, octobre 12). L'intense lobbying de l'agro-industrie contre « Farm to Fork », le volet agricole du Pacte vert européen.

Le Monde. (2024, juin 7). A Bruxelles, le lobbying américain à l'assaut de la culture européenne.

Le Monde. (2024, décembre 6). Roumanie : La Cour constitutionnelle annule le premier tour de l'élection présidentielle du fait de graves manipulations sur TikTok. *Le Monde*.

Le Monde. (2025, mars 29). Politique « anti-diversité » de Donald Trump : Paris dénonce des ingérences « inacceptables » américaines visant des entreprises françaises. *Le Monde*.

Le Monde du Droit. (2024, octobre 10). L'arme invisible : le rôle central des sanctions financières et le pouvoir de SWIFT dans la diplomatie internationale ? *Le magazine des professionnels du droit*.

Le Point. (2021, septembre 20). Think tanks, désinformation : Le tentaculaire réseau d'influence de la Chine. *Le Point*.

- Landau, J.-P. (2012). *Quelle politique pour la dette souveraine ?*. Banque de France.
- Libicki, M. (1995). *What is information warfare?*. National Defense University Press.
- Lin-Greenberg, E., Pauly, R. B. C., & Schneider, J. G. (2022). Wargaming for international relations research. *European Journal of International Relations*, 28(1), 83–109.
- Lukes, S. (2015). Robert Dahl on power. *Journal of Political Power*, (2).
- Lyubareva, I., & Nocetti, J. (2024). La diplomatie numérique: Évolution des stratégies diplomatiques et d'influence à l'ère (du) numérique. *Réseaux*, 245(3), 11–35.
- Marks, M. P. (2011). *Metaphors in International Relations Theory*. Academia.edu.
- MEAE. (2021). *Feuille de route de l'influence*. MEAE.
- Melchior. (s. d.). *La représentation économique et sociale : Rôle et réalités du lobbying*.
- Meunier, A. (2024). *Moscou s'en mêle, décryptage des opérations informationnelles russes à travers les outils et méthodes de la CTI*. OWM.
- Ministère des Armées. (2021). *Éléments publics de doctrine militaire de lutte informatique d'influence*. Ministère des Armées.
- Ministère de l'économie et des finances. (2018). *Les nouvelles routes de la soie*. Ministère de l'économie et des finances.
- Ministry of Defence (UK). (2022). *Influence wargaming handbook*. Gouvernement du Royaume-Uni.
- Mialon, M., & Mialon, J. (2018). Analysis of corporate political activity strategies of the food industry: Evidence from France. *Public Health Nutrition*, 21(18), 3407–3421.
- Mottin, V. (2024). Russie : Plongée dans la stratégie du chaos de l'Internet Research Agency. *Usbek&Rica*.

Nestle, M. (2018). *Unsavoury truth: How food companies skew the science of what we eat*. Basic Books.

Nothhaft, C. (s. d.). *Moments of lobbying*.

Num, F. (s. d.). *Jeux olympiques de Paris (JOP) : Rehaussez le niveau de protection contre les menaces cyber de votre TPE PME !*. Direction générale des entreprises.

Nye, J. (2011). *The future of power*. PublicAffairs.

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

OpenSecrets. (s. d.). *Sen. Blanche Lincoln - Arkansas*.

Ottewell, P. (2022, janvier 19). *The disinformation age: Toward a net assessment of the United Kingdom's cognitive domain*. Marine Corps University Press. <https://www.usmcu.edu/Outreach/Marine-Corps-University-Press/Expeditions-with-MCUP-digital->

Pappalardo, D. (2021). *La guerre cognitive : Agir sur le cerveau de l'adversaire*. lerubicon.org.

Pelopidas, B. (2004). Review of *Soft power: The means to success in world politics*, by J. S. Nye Jr. *Les Champs de Mars*, 16(2).

Peltier, M. (s. d.). *Les théories du complot : Quels enjeux de société et que peut l'éducation permanente ?*. Lire et écrire communauté française.

Perla, P. (1990). *The art of wargaming: A guide for professionals and hobbyists*. Naval Institute Press.

Perla, P. P. (2011). *The art of wargaming: A guide for professionals and hobbyists* (Rev. ed.). Naval Institute Press.

Peters, C. (2024). *China operations in the gray zone against Taiwan*. Canadian Forces College.

Pierce, J. J., et al. (2014). Social construction and policy design: A review of past applications. *Policy Studies Journal*, 42(1), 1–29.

Politico.eu. (s. d.). *The truth behind Europe's most powerful farmers lobby*.

Pomerantsev, P. (2015). *Nothing is true and everything is possible: The surreal heart of the new Russia*. PublicAffairs.

ResearchGate. (s. d.). (PDF) *Regulatory capture: Risks and solutions*.

Revel, C. (2015). *Intelligence économique*.

Royal Institute for Strategic Studies. (2024). *Economie de l'attention*.

Schmid, J. (2019). Hybrid warfare on the Ukrainian battlefield: Developing theory based on empirical evidence. *Journal on Baltic Security*, 5(1).

Schmidt, Sarah. (2023). *Deepfake*. Pesquisafapesp.

Seaman, J. (2020). *La Chine et les normes techniques : Enjeux géopolitiques*. IFRI.

Secrétariat Général de la défense et de la sécurité nationale (SDGDSN). (2022). *Revue nationale stratégique*.

SGDSN. (2024, septembre 13). *Synthèse de la menace informationnelle ayant visé les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*.

Shehu, D. M. (2024). The multi-dimensional nature of international relations. *International Journal of Innovation Research and Advanced Studies*.

Simon, F. (2024). *MITRE ATT&CK, DIMA ET ANALYSE DE RISQUES EBIOS RM (ou autres méthodes d'analyse de risques)*. LinkedInEditor.

Simon, H. A. (1997). *Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organizations* (4e éd.). The Free Press.

Simon, H. A. (2020). The sciences of the artificial: Reconsiderations after 25 years. *Public Administration Review*, 80(6), 1034–1041.

sgpjournal.mgimo.ru. (s. d.). *Corporate political activity: EU practices*.

Solmaz, T. (2024). *China's hybrid warfare against Taiwan: Motives, methods, and future trajectory*. regionalsecurity.org.au.

Suryana, A. (2025). *The impact and complexity of Saudi funding on the dissemination of Wahhabism and Salafism in Indonesia*. FULCRUM Analysis on southeast asia.

Taddeo, M. (2012). *Information warfare*.

Techno-Science.net. (s. d.). *Alexander Wendt - Une théorie sociale de la politique internationale*.

Telò, M. (s. d.). *Un novateur "institutionnaliste" dans l'étude des relations internationales*. Université libre de Bruxelles.

Transparency France. (s. d.). *Lobbying*.

Transparency International. (s. d.). *Controlling corporate lobbying and financing of political activities*.

U.S. Government Accountability Office. (2023). *Defense analysis: Additional actions could enhance DOD's wargaming efforts* (GAO-23-105351).

UNESCO. (2019). *Journalisme, fake news et désinformation : manuel pour l'enseignement et la formation en matière de journalisme*. UNESCO.

Van Weel, D. (2024). *Hybrid threats and hybrid warfare reference curriculum*. NATO.

vie-publique.fr. (2024, septembre 13). *Synthèse menace informationnelle jeux olympiques paralympiques 2024*.

Viginum. (2024, avril). *UN-notorious BIG : Une campagne numérique de manipulation de l'information ciblant les DROM-COM et la Corse*. Viginum.

Viginum. (2024, septembre 13). *Rapport de synthèse sur la menace informationnelle durant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*. Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale.

Walker, P., & Ludwig, J. (2017). The meaning of sharp power. *Foreign Affairs*, 1(1).

Weber, M. (1919). *Le savant et le politique*.

Welch, D. (2023, décembre 19). *Taiwan's election: 2024's canary in the coal mine for disinformation*. German Marshall Fund.

Wikipedia. (s. d.). *Encoding/decoding model of communication*.

# **Annexes**

---

---

## **Annexes INFOWAR**

---

# Version n°1 du jeu



## Arriverez-vous à gagner le soutien de l'opinion public ?

0pts Vous perdez les élections

5pts

10pts

30pts

50pts Match nul, vos deux camps sont discrédités

70pts

80pts

90pts

100pts Vous remportez les élections

# Version n°2 du jeu



**Au fil des ans, les campagnes de sensibilisation et les actions que vous avez menées ont fonctionné. Vos citoyens sont désormais éclairés et savent reconnaître et éviter des fausses informations**

**EDUCATION**  
Les cartes fake news, faux chiffres, deep fake, faux scientifiques ne vous impactent plus



**L'ensemble des lois et règlements que vous adoptez au Parlement vous permettent d'encadrer plus efficacement les manipulations sur les réseaux sociaux et dans les médias**

**LEGISLATION**  
Les cartes BOT, fake news, faux chiffres / compte / scientifiques, corruption ne vous impactent plus



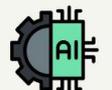
**Vous développez des institutions indépendantes et transparentes qui doivent garantir la vérité et la transparence de l'information sur le net et ouvrir les citoyens sur les dérives**

**INSTITUTIONS**  
Les cartes BOT, fake news, faux chiffres / compte, fake news, algorithmes ne vous impactent plus



**Vous développez des stratégies multilatérales avec les puissances voisines pour interdire les pratiques d'influence et de guerre informationnelle depuis l'étranger (traités, conventions)**

**MULTILATERALISME**  
La carte influence étranger ne vous impacte plus



**Vous déclenchez des bots qui vous permettent de diffuser vos informations à grande échelle**

**BOT : +10 pts de vie**



**Vous engagez des influenceurs qui mettent en garde leurs audiences et vous expriment leur soutien**

**Influenceurs : +5 pts de vie**



**Vous débunkez les fake news grâce à des faits et des chiffres certifiés qui décrédibilisent le camp adverse**

**Débunkage : +10 pts de vie**



**Vous cherchez de nouveaux investisseurs qui acceptent de financer vos campagnes**

**Nouveaux financements : +10 pts de vie**



**Des influenceurs en ligne défendent vos idées et sensibilisent leurs abonnés à la désinformation**

**Soutien d'influenceurs : +10 pts de vie**



**Une star de la chanson vous exprime son soutien et appelle ses fans à voter pour vous**

**Soutien de star : +10 pts de vie**



**Des entreprises et des marques célèbres vous soutiennent et appellent au boycott de vos adversaires**

**Soutien d'entreprise : +10 pts de vie**



**Des investisseurs acceptent de financer votre campagne et vous donnent les budgets nécessaires**

**Soutien financier : +10 pts de vie**



**Vous utilisez des bots pour diffuser des fausses informations à grande échelle auprès du grand public**

**BOT : -20 pts d'impact pour l'adversaire**



**Vous payez des influenceurs pour décrédibiliser vos adversaires et diffuser de fausses informations**

**Influenceurs : -10 pts d'impact pour l'adversaire**



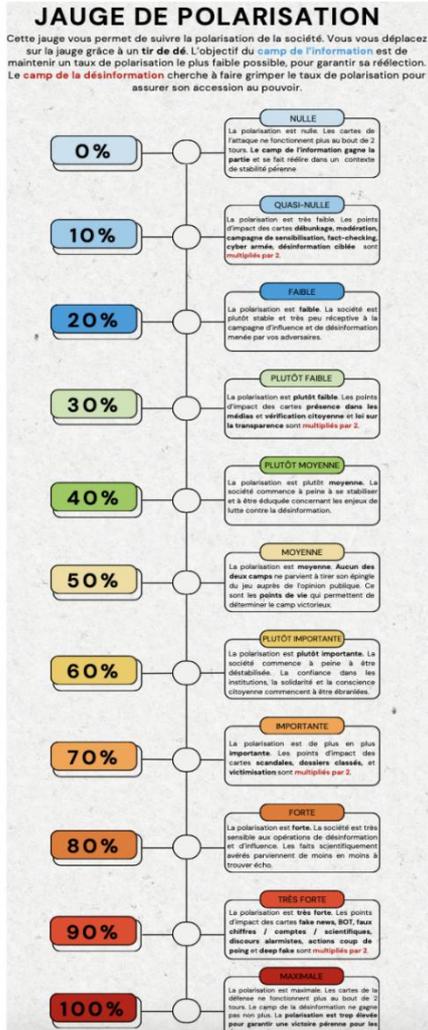
**Vous propagez de faux chiffres et statistiques dans les médias pour désorienter la population**

**Faux chiffres : -20 pts d'impact pour l'adversaire**

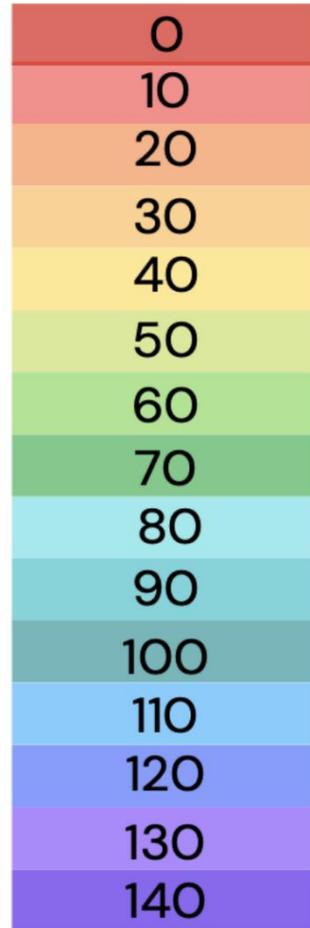


**Vous faites du lobbying auprès des élus locaux et des industriels pour les convaincre de voter pour vous**

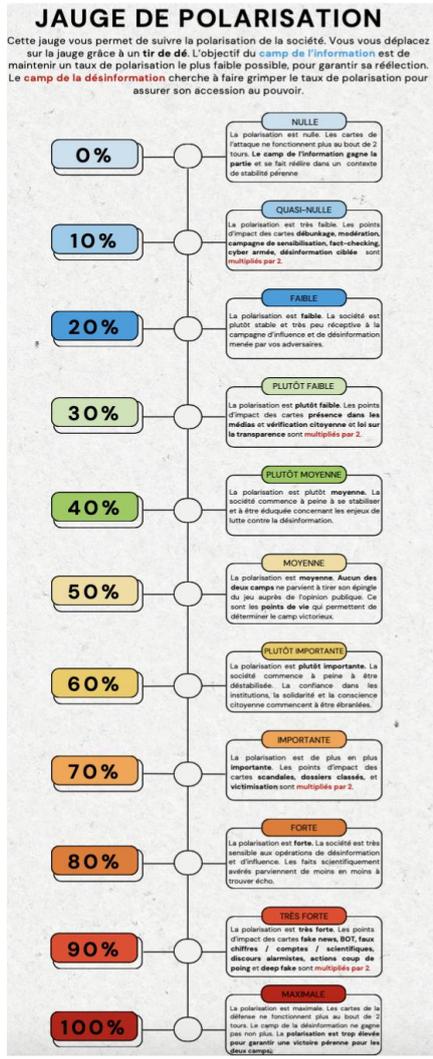
**Lobbying : -10 pts d'impact pour l'adversaire**



# Jauge de vie



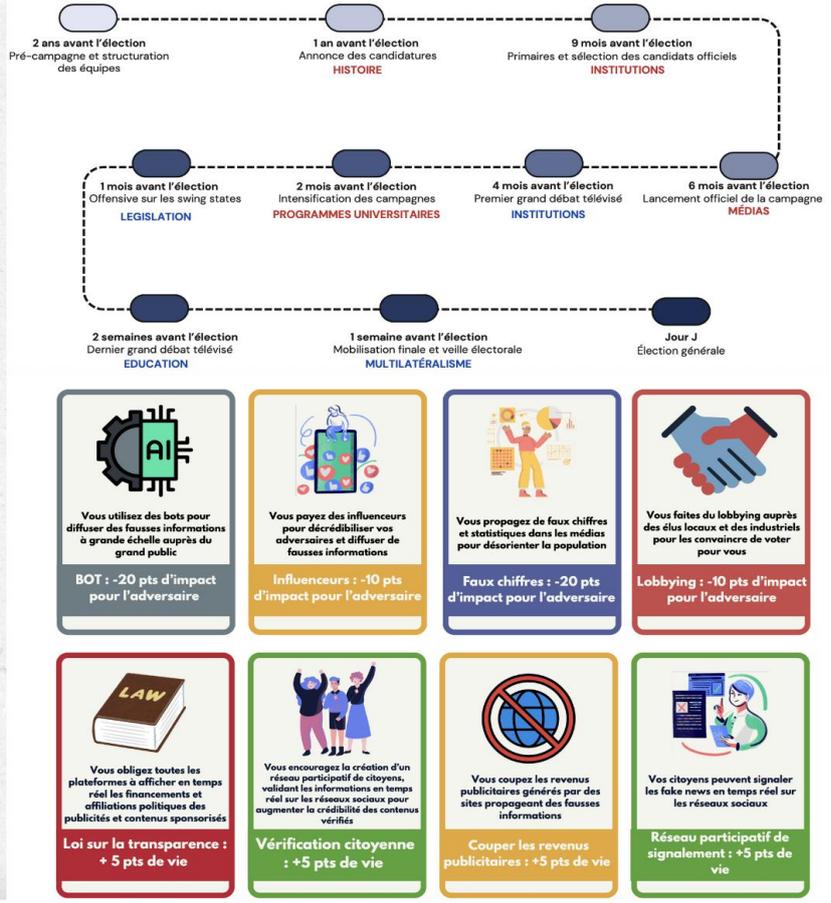
# Version n°3 du jeu



## CALENDRIER ÉLECTORAL

Ce calendrier représente les grandes étapes du cycle électoral et structure le nombre de tours de jeu. Chaque phase permet de débloquer des cartes spécifiques adaptées à l'évolution de la campagne.

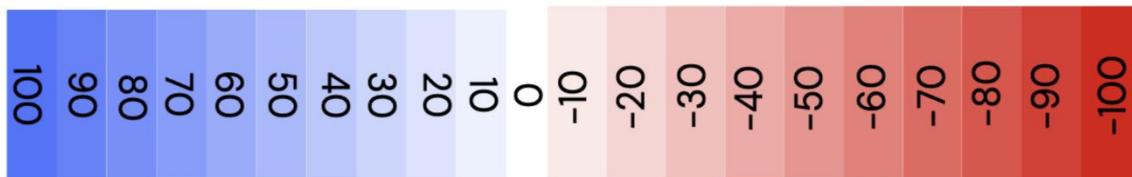
Les joueurs peuvent ainsi ajuster leurs actions sur le temps long en fonction des opportunités offertes à chaque étape. Planifiez vos mouvements en anticipant les moments clés, pour maximiser vos chances de succès dans la polarisation ou l'information.



## JAUGE DE SOUTIEN DE L'OPINION PUBLIQUE

Cette jauge vous permet de mesurer le soutien de l'opinion publique. Vous progressez conjointement sur cette jauge grâce aux points d'impacts et de défense. Lorsque vous êtes dans la partie négative et rouge, le camp de la désinformation a l'avantage.

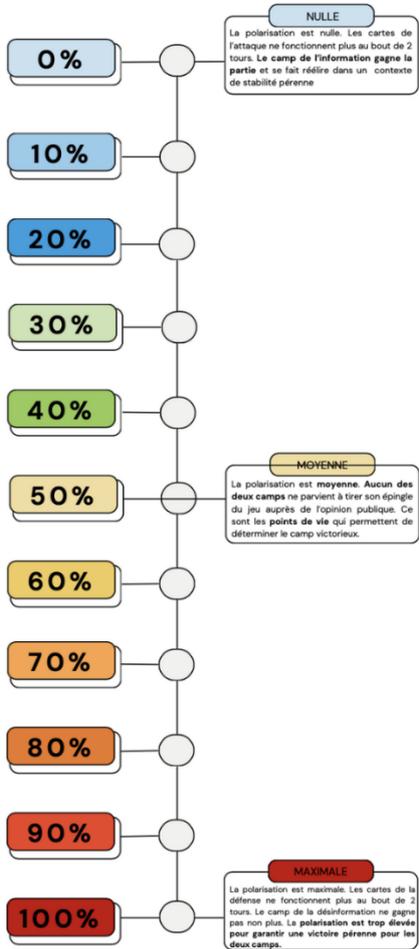
Lorsque vous vous trouvez dans la zone bleue et positive, le camp de l'information a l'avantage.



90

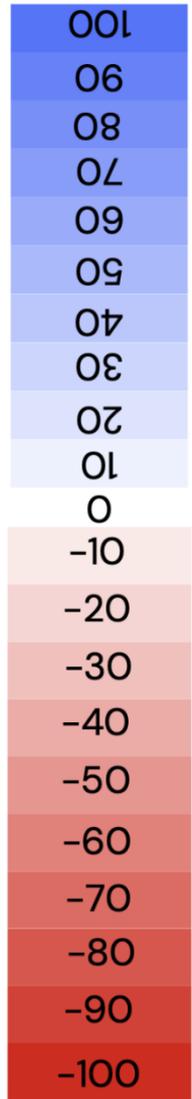
### JAUGE DE POLARISATION

 5 ou 6 : piochez une **carte soutien** sauf les trois derniers tours



Jet de dé adverse / 2 

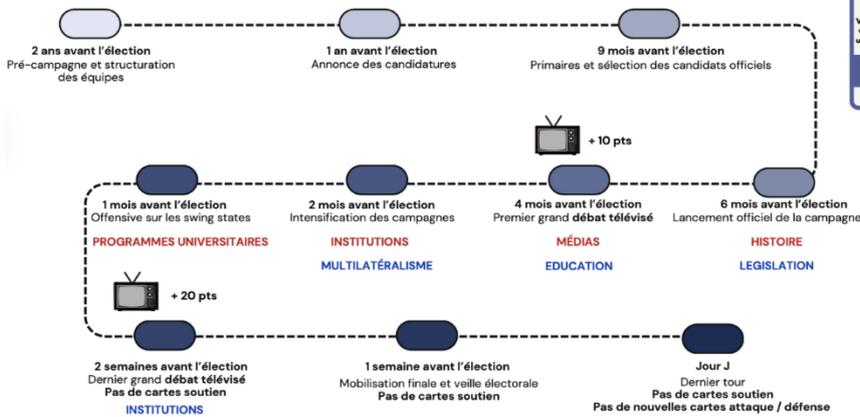
Jet de dé adverse / 2 



**JAUGE DE CAPACITÉ D'INFLUENCE ET DE CONTRE-INFLUENCE**



### CALENDRIER ÉLECTORAL



**Mute news**  
Vous submergez les informations vérifiées de vos adversaires par un flot d'informations qui les noie.  
Pôle médiatique 4/5

**Algorithme**  
Vous utilisez le biais algorithmique pour renforcer les fausses croyances de l'opinion publique.  
Pôle IA 3/6

**Influence étrangère**  
Vous coordonnez vos actions avec des pays étrangers qui vous soutiennent et mènent des actions de guerre informationnelle à distance pour vous couvrir.  
Pôle stratégique 2/4

**CARTE SOUTIEN**  
Camp de l'information

**CARTE Temps long**  
Camp de l'information

---

## **Annexes Cyberguerre Pacifique**

---

Version n°1 du jeu

**Pro -Chine**



Si un joueur collecte 3 cartes rouges (informations favorables à la Chine), toute la faction gagne.

**Pro -Taiwan**



Si un joueur collecte 3 cartes bleues (informations favorables à Taiwan), toute la faction gagne.

**Agent Secrét**



Accomplir une mission secrète spécifiée sur la carte de rôle.

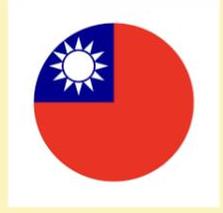
Version n°2 du jeu

**Pro -Chine**



Si un joueur collecte 3 cartes rouges (informations favorables à la Chine), toute la faction gagne.

**Pro -Taiwan**



Si un joueur collecte 3 cartes bleues (informations favorables à Taiwan), toute la faction gagne.

**CISA**



Accomplir une mission secrète spécifiée sur la carte de rôle.

---

## **Annexes Empire Agro-Influence**

---

Version n°1 du jeu :

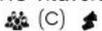


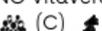
Version finale du jeu :



 ÉVÉNEMENT	 ÉVÉNEMENT	 ÉVÉNEMENT	 ÉVÉNEMENT
<p><b>Révélation scandale sanitaire</b></p> <p>Certaines viandes transformées contiennent des niveaux de substances cancérigènes au-delà des seuils de sécurité déterminé par l'OMS.</p> <p><b>Effets :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> perte d'influence doublées</li> <li> +2 si scandale amplifié</li> <li> -1 +1</li> </ul>	<p><b>Etiquetage mensonger</b></p> <p>Des consommateurs découvrent que de nombreux produits alimentaires étiquetés "sans conservateurs" contiennent une substance dangereuse : le nitrite de sodium.</p> <p><b>Effet :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> +1 s'ils se rebellent</li> <li> +1 s'ils légifèrent</li> <li> -1</li> </ul>	<p><b>Scandale politique</b></p> <p>Une affaire de conflit d'intérêt au sein du gouvernement éclate : perte de soutiens pour les politiques qui sont prêts à s'engager dans des accords défavorables pour préserver leur popularité</p> <p><b>Effets :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> +2 +2</li> <li> -1 Si ne passe pas d'accord</li> </ul>	<p><b>Changement doctrine juridique</b> (les animaux sont des "êtres vivants protégés")</p> <p>L'article 515-14 du Code Civil reconnaît que les animaux sont des êtres vivants doués de sensibilité, mais ils restent soumis au régime juridique des biens et non des personnes. Des discussions proposent une évolution de statut.</p> <p><b>Effets :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> +1 si joue une carte "verte"</li> <li> +1 +1</li> </ul>

 OBJECTIF SECRET	 OBJECTIF SECRET	 OBJECTIF SECRET	 OBJECTIF SECRET
<p><b>Devenir un géant de l'industrie agroalimentaire</b></p>  <p> = 8</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentation production</li> <li>Accords multinationales</li> </ul>	<p><b>Dominer les normes alimentaires</b></p>  <p> = 7</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Missions vitées non conformes</li> <li>Réforme législative En faveur des industriels</li> <li>Remise en cause juridiction</li> </ul>	<p><b>Développer une hormone de croissance</b></p>  <p> = 7</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Label viande sans OGM</li> <li>Législation OGM</li> <li>Coeur d'Innovation</li> </ul>	<p><b>Créer un pacte commercial avec un géant de l'agro-alimentaire français</b></p>  <p> = 8</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentation production</li> <li>Lobbying auprès de (P)</li> <li>Nationalisme agro-alimentaire</li> </ul>

Capacité d'action	ONG VitaVerde  (C) 	Parti d'Avenir  (P) 	Farm & Feast  (I) 
10			
9			
8			
7			
6			
5			
4			
3			
2			
1			
0			

Influence	ONG VitaVerde  (C) 	Parti d'Avenir  (P) 	Farm & Feast  (I) 
10			
9			
8			
7			
6			
5			
4			
3			
2			
1			
0			



## GRAND GROUPE AGRO-ALIMENTAIRE FARM & FEAST



Fondée en 1965 par Clisa LAPDANNER, Farm and Feast a commencé comme une boucherie locale proposant de la viande bovine éthique et artisanale. Rapidement, elle s'est imposée comme un leader régional grâce à des partenariats avec des fermes locales et une traçabilité exemplaire.

Dans les années 1980, l'entreprise a répondu à la demande croissante en diversifiant ses produits et en modernisant ses installations tout en conservant des standards élevés. Récemment, Farm and Feast a réussi à percer à l'échelle nationale, devenant un acteur clé dans les chaînes de distribution et les restaurants haut de gamme.

Cependant, l'entreprise doit désormais travailler pour conserver sa position face à une concurrence accrue et des attentes croissantes des consommateurs. Tout en consolidant son succès national, Farm and Feast rêve d'étendre son influence à l'international.

C'est à vous d'être acteur de la voie d'expansion pour Farm and Feast : réduire les coûts en rationalisant la production, ce qui posera des questions éthiques sur le long terme mais sécurisera une expansion, ou faire le choix de l'innovation de marché et la différenciation pour conserver les valeurs fondatrices ?

## Règles du jeu :

- Le jeu se joue à 3 personnages (possibilité de faire des équipes de 2).
- 45min/ 1 heure.
- Pour un public sensible aux questions d'influence.

### ❖ Les personnages.

Entre un matrix game et un simple jeu de cartes, « Empire Agro-Influence » réunit trois factions qui sont les suivantes :

1. *Farm and Feast*, qui représente la figure de l'industrie agro-alimentaire bovine ;
2. *Avenir*, le parti politique au pouvoir ;
3. *VitaVerde*, l'ONG citoyenne qui promeut et défend les intérêts des consommateurs.

Comme dans un matrix game, chaque joueur incarne un personnage et possède une fiche de présentation lui permettant de connaître l'histoire de ce dernier et d'en comprendre les logiques et objectifs qui l'anime. Ce document vous aidera sûrement dans les choix que vous serez amené à faire tout au long de la partie !

Votre but à tous est d'influencer vos adversaires respectifs. Au fil des tours, vous devez tenter de gagner un maximum de points d'influence et d'éviter les pertes. Vous aurez également grand besoin de « capacité d'action » : ces points, qui doivent être entendus comme des « ressources », sont ceux qui vous permettront de jouer les cartes « action » afin d'influencer vos adversaires, nouer des alliances ou les trahir.

### ❖ Conditions de victoire.

La victoire peut être obtenue de trois manières différentes, non cumulables et hiérarchisées (la première l'emporte sur la dernière) :

1. Dès lors qu'un des joueurs atteint son objectif secret, la partie s'achève et il en est le grand vainqueur.
2. Dès lors qu'un des joueurs atteint 10 points d'influence, la partie s'achève et il en est le grand vainqueur.
3. Après 10 tours, le joueur qui possède le plus de points d'influence remporte la partie.

❖ **Déroulement d'une partie.**

Préparation :

1. Une fois que les joueurs ont décidé du personnage qu'ils allaient incarner, chacun pioche un objectif secret qu'il ne doit révéler à personne.
2. Chaque joueur pioche, dans son jeu de cartes « action », 10 cartes. Parmi ces 10 cartes, trois cartes ne sont pas tirées au hasard. Les voici :
  - Cartes **start** des **industriels** : « Lobbying auprès du politique », « Astroturfing ». « Réduction des prix pour les consommateurs ».
  - Cartes **start** des **politiques** : « Médiation publique », « Réforme législative », « Soutien à l'industrie ».
  - Cartes **start** des **consommateurs** : « Demande de convention citoyenne », « Protester contre l'industrie ou le politique », « Soutien populaire (industrie ou politique) ».
3. Chaque joueur débute avec 5 points de « capacité d'action » et 0 point d'influence.
4. Pour le premier tour, une carte événement est imposée : celle de la « Révélation d'un scandale sanitaire ».

Le tour peut à présent commencer.

Chaque tour se déroule de la façon suivante :

1. **Carte « événement »** : un des joueurs retourne une carte événement et la lit à haute voix. Le joueur qui retourne et lit la carte change à chaque tour.
2. **Phase de négociation** : après que les trois factions aient pris connaissance de la carte « événement », les joueurs entament des négociations et tentent, ou non, de trouver un compromis.
3. **Carte « action »** : à la fin de la phase de négociation qui ne peut excéder cinq minutes, chaque joueur joue simultanément une carte de son jeu.  
Les joueurs sont libres d'honorer les accords qu'ils ont passés, ou de jouer différemment après avoir menti lors de la phase de négociation.

4. **Résultats** : les joueurs prennent connaissance des cartes « action » jouées par chacun d'entre-eux et en appliquent les effets à l'aide des jauges « capacité d'action » et « influence ».
5. **Reprise de jeu** : les joueurs se défaussent de la carte qu'ils ont jouée et en repiochent une nouvelle afin de conserver 10 cartes en main.  
Les joueurs doivent avoir deux tas de cartes jetées :
  - Un tas de défausse temporaire : il pourra rejouer ses cartes à la fin de son deck après les avoir mélangé
  - Un tas de défausse définitif : pour les cartes qui ne pourront plus être jouées jusqu'à la fin de la partie.
6. **Carte événement** : une nouvelle carte événement est piochée.

**Remarque :**

- Il est autorisé, avant chaque temps de négociation, de se défaire d'une carte action et d'en repiocher une, en échange d'un point de capacité d'action.
- Lorsqu'un joueur tombe à 0 points de capacité d'action, il ne peut pas jouer au prochain tour et un des autres joueurs choisis aléatoirement dans son jeu une carte et la défausse pour lui. Après cela, le joueur récupère trois points de capacité d'action pour le tour suivant.
- Aussi, lorsqu'un joueur tombe à 0 points d'influence et qu'il continue d'en perdre, chaque point supplémentaire d'influence perdu correspond à une carte qui lui sera retirée aléatoirement par un joueur et dont il devra se défausser. Ici, après avoir défaussé, le joueur ne pioche pas, il continue la partie avec le nombre de cartes en mains actuel (à la limite d'une carte défaussée par tour et d'au maximum 4 cartes sur la partie).

❖ Les cartes.

Le jeu comprend trois paquets de cartes différents.



Il y a tout d'abord un paquet de cartes « **objectif secret** ». Ces cartes sont nominatives. Elles sont spécialement conçues pour la faction à laquelle vous appartenez. Ainsi, selon que vous appartenez à la faction des industriels, du politique ou des consommateurs, vos objectifs secrets ne

seront pas les mêmes.

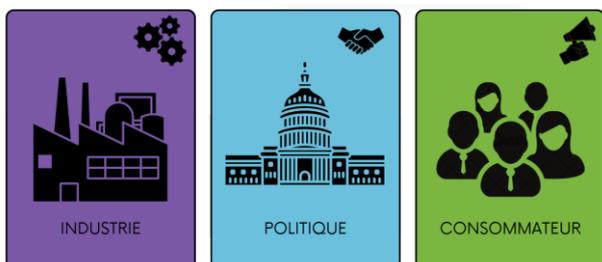
Chaque joueur pioche, aléatoirement et en début de partie, une carte « objectif secret » dans son deck correspondant, qu'il devra garder durant l'entièreté de la partie. Au dos, cette carte vous indique ce qu'il vous faut accomplir durant la partie pour obtenir la victoire :

- Atteindre un certain nombre de points d'influence
- Avoir joué ou fait jouer par d'autres joueurs certaines cartes précises.

Venons-en aux cartes « **événements** ». Ces cartes sont communes à tous les joueurs. Une carte « événements » est tirée à chaque tour et permet ainsi de poser un cadre et plus particulièrement, le problème qu'il faudra tenter de régler durant le tour. La problématique à laquelle les trois joueurs feront face sera donc la même pour tous, mais pourra avantager un joueur plutôt qu'un autre.



Au dos de chaque carte « événement », vous verrez les effets qu'elle emporte. Ces effets doivent être appliqués immédiatement lorsqu'il s'agit de gain ou de perte de point d'influence (qui sont alors indépendants des effets des cartes « mute news » et « mise en lumière - mute news »), sauf si ces gains ou pertes dépendent de l'issue du tour.



Il y a ensuite les **cartes « action »**.

Comme pour les cartes « objectif secret », chaque faction possède son propre jeu de cartes « action ».

Ces cartes vous permettent de réagir face aux cartes « événements ».

Ces cartes « action » ont des effets sur les jauges d'influence et de capacité d'action. Elles entraînent, à ce titre, des pertes ou des gains.

Pour comprendre les effets de ces cartes qui se trouvent au dos, voici quelques détails :

- **La plupart des cartes vous coûtent des points de « capacité d'action ».** Cela sera renseigné en haut à droite de la carte.
- **Certaines cartes ont de l'intérêt que si elles sont jouées en duo voir en trio.**

Si l'une de vos cartes "X" doit se jouer avec la carte "Y", vous trouverez alors le nom de la carte "Y" mentionné sur la carte "X" dans un encadré dont la couleur se rapporte à la faction qui possède cette carte "Y".

Exemple : la carte « Plaidoyer pour une fin de la maltraitance animale » jouée par les consommateurs leur fait automatiquement perdre 3 points de capacité d'action. S'ils jouent cette carte de manière concomitante avec la carte « Fermeture des usines non conformes » des politiques, alors ils remportent 2 points d'influence et les politiques gagnent 1 point de capacité d'action.

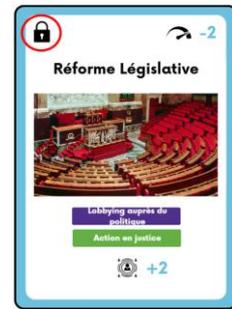


- **Si la carte se joue de façon autonome** (en l'absence d'un encadré), simple fait de la poser entraîne les effets qui sont précisés sur celle-  
Exemple : la carte « Eloge des industries françaises » jouée par les consommateurs leur offre 1 point de capacité d'action et d'influence, et offre également 1 point d'influence à l'industrie.



le  
ci.

- Certaines cartes possèdent un cadenas en haut à gauche. Cela signifie que si vous jouez cette carte, vous devrez la laisser en évidence, visible pour tous, sur la table, et ne pourrez plus la rejouer.



- Certaines cartes mentionnent une autre carte dans un encadré qui est barrée par une croix rouge. Par exemple, la carte "L" mentionne la carte "M" et cette carte "M" est barrée par une croix rouge. Cela signifie que si vous jouez la carte "L", la carte "M" sera condamnée et ne pourra plus être jouée. Si vous avez en mains la carte "M", vous devrez la jeter définitivement (= différent de la défausse) et piocher une autre carte.



Exemple : Sur la carte « Légalisation OGM », un de ses effets est que si cette carte est jouée, alors le joueur ne pourra plus poser la carte barrée « Interdiction OGM ».

Finalement, parmi ces cartes « action », certaines emportent des effets spéciaux. Il s'agit des cartes :

- « **Mute news** » de la faction des **industriels** et/ou des **politiques** : cette carte permet de masquer une information qui vous déplaît. Elle entraîne alors l'annulation de l'événement en cours ainsi que les points que devaient remportés les factions des politiques et des consommateurs.
- « **Mise en lumière - mute news** » de la faction des **consommateurs** : cette carte permet de révéler une information cachée par vos adversaires. Elle entraîne alors l'annulation des points d'influence remporté par les factions des industriels et des politiques durant le tour où cette carte est jouée.

❖ Matériel supplémentaire : les jauges et les pions.

Chaque joueur possède deux pions aux couleurs de sa faction :

- Violets pour les **industriels** ;
- Bleus pour les **politiques** ;
- Verts pour les **consommateurs**.

Ces pions vous permettent de vous situer dans sur les deux jauges suivantes : l'une (la verte) recense vos points de « capacité d'action », l'autre (la rouge) comptabilise vos points d'influence.

Capacité d'action	ONG VitaVerde (C)	Parti d'Avenir (P)	Farm & Feast (I)	Influence	ONG VitaVerde (C)	Parti d'Avenir (P)	Farm & Feast (I)
10				10			
9				9			
8				8			
7				7			
6				6			
5				5			
4				4			
3				3			
2				2			
1				1			
0				0			

Logos essentiels



*Influence*



*Capacité d'action*

---

## **Annexes Mana Rua**

---



### Tableau des actions

**Informationnel** : 1 à 4 PA

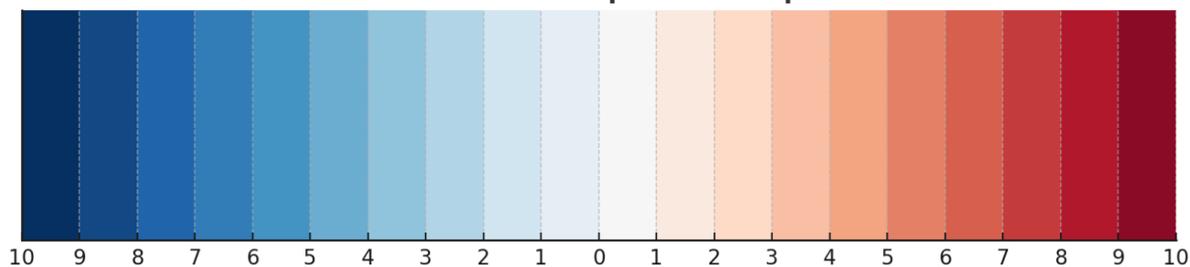
**Culturel** : 3 à 6 PA

**Economique** : 5 à 8 PA

**Politique** : 7 à 10 PA

**Militaire** : 9 à 12 PA

### Baromètre de l'Opinion Publique



### Tableau de correspondance des PI

Correspondance zone/jet de dé pour le 3 <sup>ème</sup> joueur	Lieux sur la carte	Effets dans la récupération de PA à la fin du tour
1	Moana - Préfecture	Si majorité absolue de PI = 2PA ; Si totalité = 4PA
2	Matahi rangi- Station balnéaire	Si contrôle total = 1
3	Nengone maï- Village local 1	Si contrôle avec roa o te pă- Village local 2 = 1
4	roa o te pă- Village local 2	Si contrôlé avec Nengone maï- Village local 1 = 1
5	Vārava- Sous-préfecture	Si contrôle total = 3
6	Rosera Māmā- Ville économique	Si contrôle total = 2

## Tableau de réaction de résultat

Score au dé	Peu de risque de choquer l'opinion	Risque moyen de choquer l'opinion	Grand risque de choquer l'opinion
1- Echec critique	-1 PI déjà placé sur la carte	-50% des PI déjà placés sur la carte	-100% des PI déjà placés sur la carte et - 1 OP
2- Echec complet	0% PA engagés	-25% des PI déjà placés sur la carte	-50% des PI déjà placés sur la carte et -1 OP
3- Echec partiel	0% PA engagés	0% PA engagés	-50% des PI déjà placés sur la carte
4- Succès partiel	25% des PA	75% des PA	100% des PA engagés à placer en PI sur la carte
5- Succès complet	50% PA engagés	100% PA engagés	100% des PA + 1 OP
6- Succès critique	75% PA engagés	125% PA engagés	200% des PA + 1 OP

---

## **Annexes Le 6<sup>ème</sup> anneau**

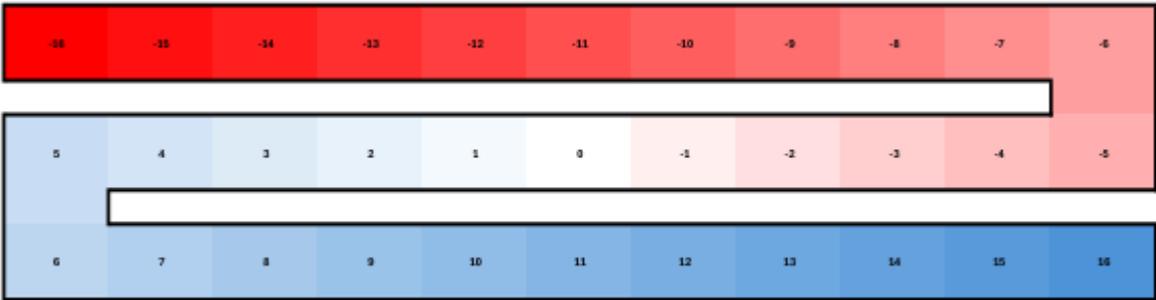
---

Tableau croisé attaques / défenses

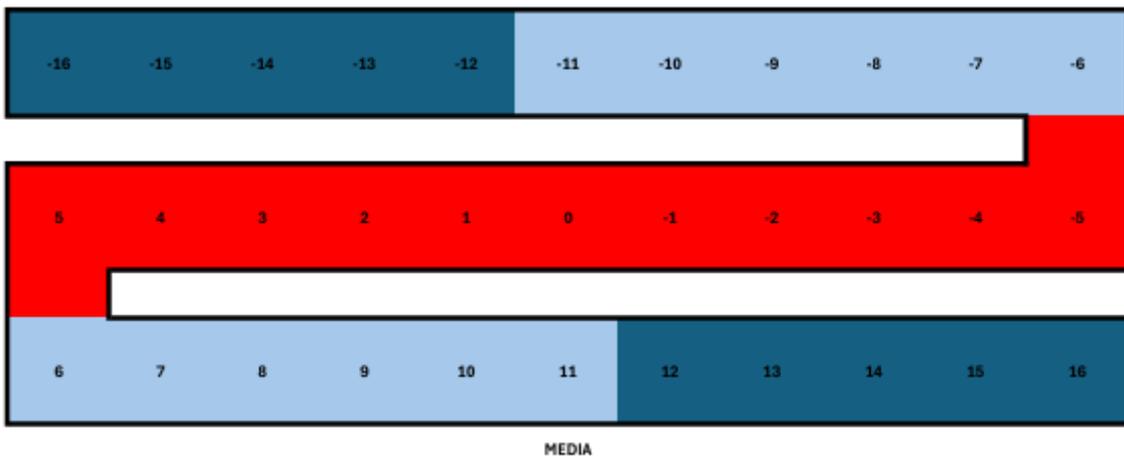
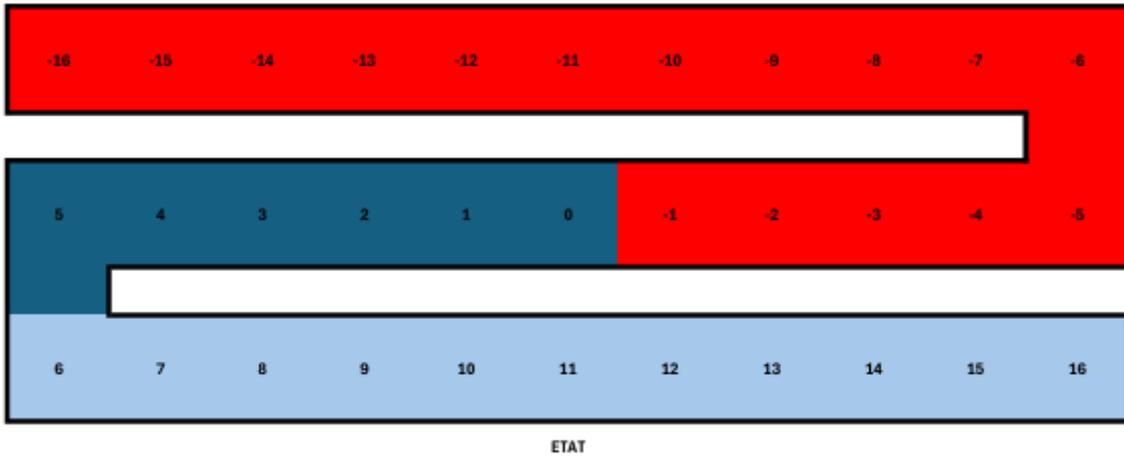
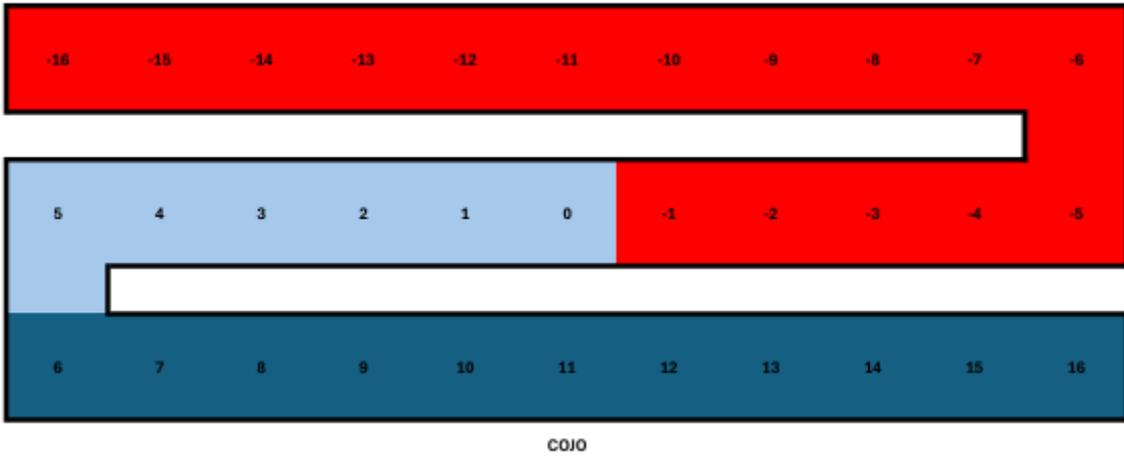
		COJO					MEDIA				
		Interviews d'athlètes officiels	Annnonce officielle émettant les fausses informations	Coordination avec les plateformes sociales P	Fact-checking & analyses algorithmiques	Décyphrage médiatique pour révéler les supercherias	Mise en avant de sources officielles crédibles	Reportage explicatif sur la situation réelle	Dérèglement Une des journaux		
<b>Desinformation &amp; fake news</b>	Deepfake compromettant	0	3	2	3	2	1	0	3		
	Rumeur virale d'annulation	2	3	2	3	2	1	2	3		
	Témoignages manipulés	2	3	2	0	2	1	2	3		
	Fake news terroriste	0	3	2	3	2	1	2	3		
		COJO					ETAT				
<b>Cyberattaques &amp; vol d'informations</b>		Communication d'urgence	Annnonce officielle sur les mesures mises en place	Activation d'un plan de secours technique (patching)	Mobilisation accrue des canaux officiels P	Sécurisation des infrastructures numériques et audit	Formation cybersécurité du personnel P	Restauration des serveurs avec les partenaires IT	Déploiement d'une cellule cyber-défense		
	Piratage des infrastructures	0	0	2	2	2	3	2	4		
	Fuite des accreditations	2	2	2	2	2	3	0	0		
	Blocage de la billetterie	2	2	2	2	2	3	2	4		
	Detournement du site officiel	2	2	2	2	2	3	2	4		
		MEDIA					ETAT				
<b>Amplification des tensions socio-politiques</b>		Interview de leaders syndicaux	Décyphrage médiatique des financements cachés	Mise en avant de messages d'apaisement	Reportage sur la mise de vie des athlètes	Rencontre avec les fédérations sportives P	Médiation avec les acteurs concernés	Intervention publique pour rassurer sur l'organisation	Déploiement d'une communication d'urgence		
	#BoycottJO	0	0	2	2	2	2	3	1		
	Exploitation d'une grève locale	3	3	2	0	0	2	0	1		
	Manipulation des athlètes	0	3	0	2	2	2	3	1		
	Appel aux violences	3	3	2	0	0	2	3	1		
		COJO					ETAT				
<b>Manipulation algorithmique &amp; infiltration des tendances</b>		Campagne de relance sur les réseaux sociaux	Contre-hashtag avec des influenceurs pro-JO	Création de contenu positif avec des figures publiques	Loobing auprès des plateformes P	Sanction contre les entreprises complaisantes	Intervention technique pour supprimer les faux avis	Déflection et dénormalisation des termes à trois et à six lettres P	Communication officielle concernant les manipulations		
	Censure du contenu pro-JO	1	0	2	3	3	0	0	2		
	Hashtag anti-JO boosté	1	2	2	3	3	2	3	2		
	Bad buzz orchestré par des influenceurs	1	2	2	3	3	0	0	2		
	Spam de faux avis négatifs	1	2	2	3	3	2	3	2		

Plateau de jeu et échelle graduée

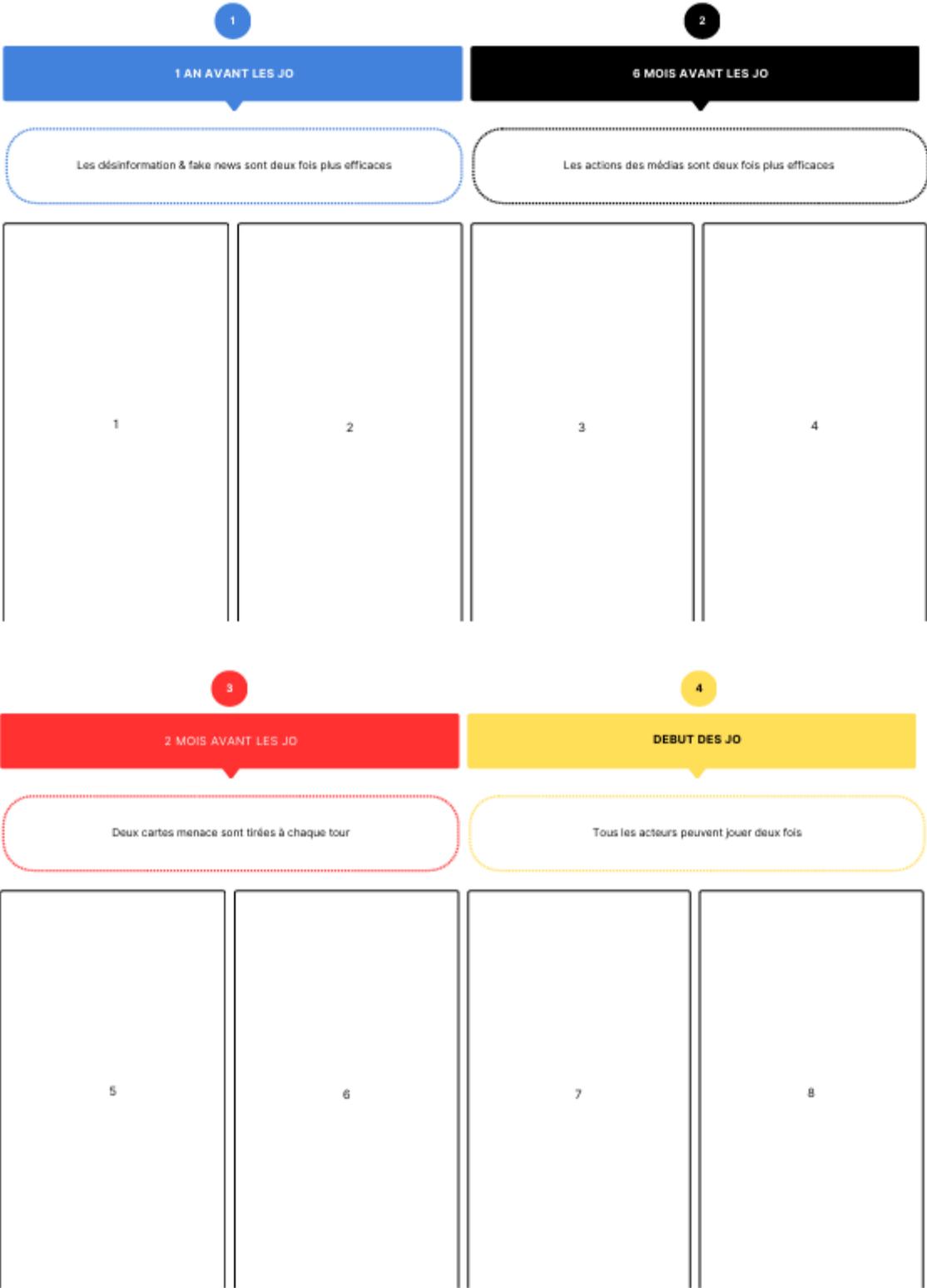
DESINFORMATION & FAKE NEWS	CYBERATTAQUES & VOL D'INFORMATIONS	AMPLIFICATION DES TENSIONS SOCIO - POLITIQUES	MANIPULATION ALGORITHMIQUE & INFILTRATION DES TENDANCES
○	◇	△	◻



# Conditions de victoires individuelles

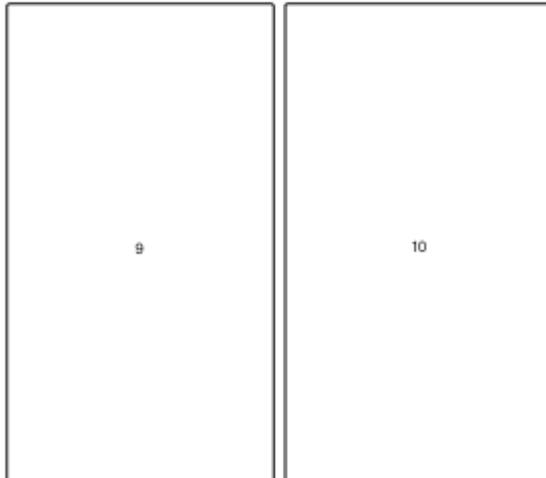


# Frise chronologique



## FIN DES JO

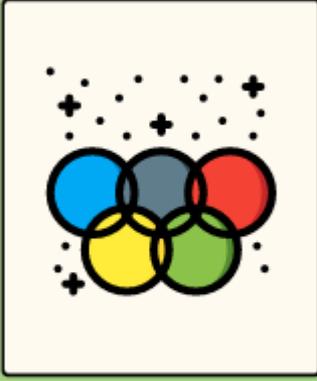
Si le pion est en bleu, les menaces sont réduites de moitié. En gris elles conservent leur valeur. En rouge, elles sont doublées.



## Exemples de cartes de jeu



## Fiches de rôle

<p><b>FICHE DE ROLE ETAT</b></p>  	<p><b>FICHE DE ROLE COJO</b></p>  	<p><b>FICHE DE ROLE MEDIA</b></p>  
<p><b>Caractéristiques</b></p> <p>L'Etat ne peut pas intervenir lorsque la menace est d'ordre désinformation et fake news.</p> <hr/> <p><b>Victoire</b></p> <p>L'Etat veut avant tout maintenir la stabilité. Son objectif est que les Jeux se déroulent correctement, mais sans nécessairement viser un triomphe absolu pour des raisons d'investissement et de financement. Il cherche à maintenir la stabilité entre 0 et 6.</p>	<p><b>Caractéristiques</b></p> <p>Le COJO ne peut pas intervenir lorsque la menace est liée à l'Amplification des tensions socio-politiques</p> <hr/> <p><b>Victoire</b></p> <p>Le Comité des JO vise l'excellence et la réussite totale de l'événement et ne se contente pas d'un bon déroulement. Son objectif ultime est d'atteindre +16 sur l'échelle pour une victoire.</p>	<p><b>Caractéristiques</b></p> <p>Si les médias ne peuvent pas intervenir directement en cas de crise sécuritaire mais jouent un rôle clé dans la diffusion d'informations fiables et la lutte contre la désinformation.</p> <hr/> <p><b>Victoire</b></p> <p>Les Médias cherchent à provoquer un récit marquant. Ils s'orientent soit vers un succès éclatant, soit vers un fiasco retentissant. À partir de -6, ils poussent activement au sabotage des Jeux pour accentuer le scandale via leur carte bonus dont l'impact devient négatif.</p>

# Tableau à triple entrées des conditions de victoire

		ETAT			D	MEDIA	
		D	VF	VD			
COJO	D		-5/-1 -2	1 -2	D	MEDIA	
	VF			0/5 1			2 -2
	VD						
COJO	D	-11/-6 -2			VF		
	VF						
	VD		6/11 2	1 1			
COJO	D	-16/-12 -2			VD		
	VF						
	VD	12/16 2		-2 2			

## Table des matières

Remerciements .....	2
<b>Liste des sigles utilisés .....</b>	<b>6</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>7</b>
PREMIERE PARTIE – Etat de l’art : approche scientifique de l’influence, de la lutte informationnelle et de leur « gamification » .....	11
Chapitre 1 – Revue de la littérature scientifique sur l’influence et la lutte informationnelle .....	11
I. Définitions.....	11
II. L’application de l’influence .....	15
A. Généralités.....	15
B. Domaine politique et diplomatique .....	17
C. Domaine économique et financier.....	18
D. Domaine social, sociétal et religieux .....	19
E. Domaine informationnel.....	21
Chapitre 2 – La modélisation de l’influence : objectifs académiques et posture de recherche .....	23
I. Les ambitions scientifiques et opérationnelles de la modélisation par le wargaming .....	23
II. Des fonctions de recherche multiples et complémentaires .....	23
III. Un modèle analytique du conflit avec rigueur méthodologique et stratégique.....	24
IV. Le wargame comme design critique.....	25
Les travaux menés à l’Université McGill, notamment par Rex Brynen, illustrent de manière exemplaire la puissance heuristique du wargaming dans une optique académique. A travers son enseignement (notamment le cours Conflict Simulation – POLI 452) et ses publications sur la plateforme PAXsims, Brynen développe une conception du wargame résolument expérimentale, critique et interdisciplinaire.....	25
V. Une posture réflexive critique face à la modélisation .....	25
DEUXIEME PARTIE – La modélisation des enjeux d’influence et de lutte informationnelle par le wargame.....	29

Chapitre 1 – Méthode de game design : un processus collectif de réflexion.....	29
Chapitre 2 – Les enjeux développés dans chaque jeu.....	32
I. Premier jeu : Cyberguerre Pacifique.....	32
A. Démarche scientifique et cadre théorique.....	32
B. Contexte géopolitique du jeu.....	32
C. Enjeux modélisés et problématiques centrales.....	33
D. Fondements théoriques et objectifs pédagogiques.....	34
II. Deuxième jeu : Empire Agro-influence.....	36
A. Le lobbying comme ingénierie stratégique de la réalité politique.....	36
B. Origines et histoire du lobbying.....	36
C. Le lobbying agroalimentaire.....	38
D. Le lobbying de l’industrie bovine : stratégies d’influence face aux controverses.....	42
III. Troisième jeu : INFOWAR.....	45
A. Contexte général.....	45
B. Problématisation.....	47
IV. Quatrième jeu : Mana Rua.....	50
A. L’objectif principal : faire réfléchir et discuter les joueurs à la distinction entre influence et ingérence face à des cas concrets.....	50
B. Le choix du contexte : l’inspiration des outre-mer français en Indopacifique.....	51
V. Cinquième jeu : Le 6 <sup>ème</sup> anneau.....	54
A. Les cyberattaques et les Jeux Olympiques.....	54
B. Les enjeux cyber développés dans le jeu.....	55
TROISIEME PARTIE – Cinq modèles pour comprendre les dynamiques d’influence.....	57
Chapitre unique – Modélisation, mécanismes de jeu et RETEX.....	57
I. Premier jeu : Cyberguerre Pacifique.....	57
II. Deuxième jeu : Empire Agro-Influence.....	60

A. La mécanique du jeu : un « matrix game » revisité – points forts et limites. ....	60
B. La matérialisation des mécanismes et l'esthétique du jeu.....	62
C. Le RETEX.....	63
III. Troisième jeu : INFOWAR .....	64
A. Processus de modélisation.....	64
B. Mécanismes du jeu et concepts-clés.....	65
C. RETEX et limites .....	68
IV. Quatrième jeu : Mana Rua.....	69
V. Cinquième jeu : Le 6 <sup>ème</sup> anneau.....	71
A. Modélisation : mécanismes de jeu et concepts-clés.....	71
B. RETEX et perspectives pédagogiques .....	73
<b>Conclusion</b> .....	<b>74</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>75</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>87</b>
<b>Annexes INFOWAR</b> .....	<b>87</b>
Version n°1 du jeu.....	88
Version n°2 du jeu.....	89
Version n°3 du jeu.....	90
Version n°4 du jeu.....	91
<b>Annexes Cyberguerre Pacifique</b> .....	<b>92</b>
Version n°1 du jeu.....	93
Version n°2 du jeu.....	93
<b>Annexes Empire Agro-Influence</b> .....	<b>94</b>
Version n°1 du jeu : .....	95
Version finale du jeu : .....	95
Règles du jeu : .....	99
<b>Annexes Mana Rua</b> .....	<b>106</b>

Tableau de correspondance des PI .....	108
Tableau de réaction de résultat.....	109
<b>Annexes Le 6<sup>ème</sup> anneau.....</b>	<b>110</b>
Tableau croisé attaques / défenses.....	111
Plateau de jeu et échelle graduée .....	112
Conditions de victoires individuelles.....	113
Frise chronologique.....	114
Exemples de cartes de jeu .....	115
Fiches de rôle .....	116
Tableau à triple entrées des conditions de victoire .....	117
<b>Résumé et mots-clés.....</b>	<b>122</b>

## Résumé et mots-clés

Dans un monde traversé par la guerre cognitive, la désinformation et les opérations d'influence, la compréhension fine des dynamiques informationnelles est devenue un enjeu stratégique. Durant un an, dans le cadre du programme Public Factory de 4e année à Sciences Po Lyon et en partenariat avec le CICDE (Centre interarmées de concepts, de doctrines et d'expérimentations), notre équipe a conçu et animé cinq wargames originaux. Ces jeux de simulation, inspirés de scénarios contemporains, ont modélisé des situations complexes mêlant acteurs publics, médias, réseaux sociaux et opérations psychologiques. Sans formation préalable en game design, nous avons adopté une démarche rigoureuse fondée sur la méthode scientifique, articulant recherche documentaire, itérations de conception et retours d'expérience. Ce rapport retrace notre processus de recherche, de création et d'expérimentation, tout en mettant en lumière les apports du wargaming comme outil pédagogique et stratégique.

*Wargaming ; Influence et lutte informationnelle ; Modélisation ; Démarche scientifique ; Expérimentation.*