

PIGEONS ET MOBILISATIONS À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

LE 03 OCTOBRE 12 / PAR NICOLAS VANBREMEERSCH / SUR LE WEB /
22 / [Recommand](#) 547 [Twitter](#) 84 13

Des milliers d'individus qui changent leur photo de profil Facebook, inondent twitter d'un hastag commun, font circuler des argumentaires, se partagent en masse des billets de blog jusqu'à obtenir très vite l'attention des media, alors qu'ils n'ont pas de leader visible, pas d'organisation, revendiquent leur anonymat et une cause urgent.

Les anonymous ? Non, des petits patrons, des entrepreneurs. Qui, depuis quelques jours, avec la simple image d'un pigeon, et quelques relais bien pensés, ont conquis l'agenda médiatique.



L'impact du numérique sur les mouvements sociaux a été beaucoup étudié, analysé. Depuis les premières armes de RESF, l'épopée du referendum de 2005, jusqu'aux mouvements récents des occupy et des indignés, avec en figure de proue récente les anonymous, on a su déceler un nouvel ADN numérique à ces mouvements qui avaient en partage l'indignation et la dénonciation, le fonctionnement en réseau, l'absence de tête... Ils avaient aussi et surtout en commun de s'intéresser à la relégation, aux sans-voix, de se porter sur la marge.

Le mouvement des « entrepreneurs » pigeons est de ce point de vue une nouveauté. Point de

jeunes déclassés, de sans-papiers, mais des « entrepreneurs » (pour autant qu'on le sache et que cette notion si vaste recoupe autre chose), ralliés à un mot d'ordre : on serait en train de tuer leur esprit, leur mot d'ordre, leur raison d'être. L'appel est identitaire, fait appel à des ressorts vitaux.

Cet épisode est nouveau et intéressant. L'inversion de posture du patron en victime, le procédé anonyme et massif de grogne, le réseau d'expression spontané contre la négociation en coulisses. Tout cela est inhabituel dans les rangs des patrons, même petits, même numériques. Il révèle des ressorts communs à de nombreuses formes de mobilisation numériques, qui posent question tant aux gouvernants qu'aux corps intermédiaires. On peut, à chaud, en lister quelques uns, pour lancer la réflexion.

L'indignation qui vient renforcer la victimisation

Le mouvement, né ce week-end, vient après plusieurs mois d'installation d'une posture victimaire, et d'une thèse qui se distille, billet de blog après article. Semaine après semaine, témoignage après témoignage, on a vu monter pendant l'été, puis à la rentrée, une thèse : le nouveau gouvernement n'aime pas les entrepreneurs. Cette thèse a l'avantage de la simplicité d'expression, et permet de rallier large, faisant de l'auto-entrepreneur, du patron de start-up comme du petit commerçant une victime, alors qu'il se vivait jusqu'ici en héros, mal-aimé, mais héros quand-même.

On gage d'ailleurs que le gouvernement, et particulièrement les ministres en charge, n'avaient pas mis en place les bons leviers d'écoute de l'opinion, tant leur message et leur communication d'empathie à l'égard des entrepreneurs a été timorée, tardive, et souvent à côté des mots d'ordre partagés en ligne. Je ne comprends toujours pas que Fleur Pellerin n'ait pas tué dans l'oeuf ce bruit en rencontrant officiellement Patrick Robin dès l'été, par exemple, ainsi que quelques entrepreneurs, pour créer une relation et manifester une écoute. Les media ont été privilégiés, plus que la relation et la fourniture de contenus directement partageables, en ligne.

La victimisation est le levier du rassemblement, dans les réseaux spontanés. Ce n'est pas nouveau : on se rassemble face à l'agression. Il faut donc commencer par installer l'idée de l'agression, en reprenant chaque indice au compte de cette thèse. Cela s'est fait de main de maître, malgré faits et paroles, sur un seul sentiment, et quelques pincées d'expression et idées. Le gouvernement a très certainement tardé à saisir ce mouvement et l'installation de cette thèse dans une population par nature plutôt hostile.

L'indignation et la mobilisation viennent quand on transforme cette installation progressive en un objet fort, simple, souvent à l'occasion d'un événement. Ici, c'est le PLF, et deux mesures, qui pourtant concernent deux populations qui n'ont que peu à voir sinon un imaginaire commun du risque, et se retrouvent dans un même cri de peur : auto-entrepreneurs et patrons de start-up de l'économie numérique. Ce qui les unifie : l'identification commune comme des pigeons, des victimes parfaites.

Le cri des indignés fédérait des revendications multiples derrière un mot d'ordre commun, celui de la victime de la précarité, de la crise et de la marche du monde. Les tenants du non au référendum étaient les victimes d'une oligarchie bruxelloise mondialisée (oui, je résume 😊). L'entrepreneur, lui, se voit en une victime directe et systématique du gouvernement, comme les féministes mobilisaient en se déterminant victimes d'une domination masculine. Le mouvement se crée quand l'identité unificatrice simplissime apparaît : pigeon.

L'identification individuelle comme nouveau moteur

Le changement d'image de profil n'est pas un acte anodin. Remplacer son avatar par l'image d'une cause ne se fait que très peu. On n'en use donc que quand on se sent emporté, pour une cause qui a de la valeur, qui fabrique de la reconnaissance, qui produit des effets. Le masque des anonymous, celui, blanc, des générations précaires, le ruban vert des opposants au régime iranien, la ferrari rouge sur Weibo en Chine, ce ne sont pas des identités anecdotiques.

Le changement de profil, dans des mouvements sans carte, sans structure et sans leader, c'est l'acte d'adhésion. Il se calque sur les nouvelles règles d'appartenance sociale : l'adolescente de 14 ans met Justin Bieber ou One Direction en photo, le jeune catholique appose le logo des JMJ, et le patron se met donc un pigeon sur la tête. L'ajout du badge transforme en militant. Le like, c'est du slacktivism, un acte de soutien distant, qui se substitue à l'action, en lui donnant la visibilité d'un chiffre. J'ai observé quelques pigeons, depuis quelques jours : ceux qui ont revêtu le masque du volatile partagent tout ce qui a rapport avec le sujet, transmettent, font feu de tout bois, en font leur combat du moment. Ils forment l'avant-garde.

Pour celui qui se pose entre le soutien et le militant, il faut proposer d'autres modes de participation, des petites marches intermédiaires. Leur rôle : le partage et la diffusion. Pour cela, il faut les nourrir de contenus, qu'ils transmettront à leurs proches.

Émotion et culture de la donnée

Pour fabriquer de la mobilisation, il faut du contenu qui circule. Trois leviers narratifs ont été utilisés principalement par les animateurs du mouvement des pigeons :

- **le chiffre** : on glose beaucoup sur le nouveau langage des données, les dataviz, et autres fariboles. Elles sont de fait plus un langage de l'explication que de la mobilisation. La transmission rapide exige de la synthèse. Ici, le chiffre a été donné par une partie prenante, dans une comparaison rapide et simple. 30% avant, 60% après. Doublement, et symbole : on dépasse la moitié. Le mot d'ordre s'est constitué autour de ce chiffre, évidemment parcellaire, faux, mais frappant.

- **le témoignage individuel** : dans une mobilisation en réseau, sans porte-parole, il faut néanmoins des grands témoins, des figures d'identification, qui alimentent par leurs témoignages l'histoire en cours, et justifient la mobilisation, en lui donnant un caractère émotionnel. Les articles de Patrick Robin, très en amont, d'Olivier Bernasson, ensuite, servent de levier identitaire puissant. Ils ne viennent pas sur des faits, mais développent un récit dans lequel chacun peut piocher, se reconnaître. C'est par leur publication qu'ils deviennent des figures, en peu de temps, invitées sur des plateaux.

- **le picture marketing** : un pigeon, c'est bien. Un pigeon avec un slogan, c'est encore mieux. Nos entrepreneurs ont compris que, sur Facebook, pour fabriquer du partage, il fallait des supports à slogans, des images avec deux mots dessus. La logique du LOLcat reprise au compte de la mobilisation politique est ancienne, et marche toujours aussi bien.



Une mécanique de transmission rodée

Le circuit de diffusion du mouvement des pigeons a suivi un mouvement désormais familier. Les étapes en sont extrêmement simples :

- le mouvement naît un vendredi soir, de manière spontanée ;
- le week-end, il fait du bruit dans une micro-communauté, essentiellement sur Facebook, et se diffuse via twitter, où des journalistes sont actifs ;
- il se transmet aux media de manière directe, par ce biais, et gagne ainsi en visibilité ;
- la machine médiatique fait le reste, en passant de quelques dizaines d'articles le premier jour à des centaines le lendemain, entraînant l'afflux de dizaines de milliers de likes sur la page médiatisée en masse, ce qui alimente le cycle.

Pour que cette courroie de transmission fonctionne aussi bien et aussi vite, il est impératif que les initiateurs du mouvement soient très proches des media, en relative endogamie. On est ici dans un mouvement très proche de #jeansarkozypartout, lancé à l'époque de manière spontanée par un journaliste de Libération (et entraîné avec plaisir par votre serviteur). Ici, la transmission se fait notamment via Stéphane Soumier, de BFM Business, proche par nature des entrepreneurs, très actif sur twitter.

L'autre déterminant, c'est la visibilité du hashtag. Ici, le #geonpi, très visible, sert de thermomètre aux media : si ça monte, c'est une information. Un trending topic, c'est une actualité, quitte à ce que le media fabrique un mouvement à partir de presque rien.

La nouvelle temporalité, et la réaction

La phase émotionnelle de la crise a duré deux jours, et a produit presque immédiatement ses anticorps. Quelques patrons de start-ups (dont moi) ont réagi à la caricature, à l'excès, tenté de faire valoir d'autres arguments. Ce n'est pas une surprise que les patrons initiateurs du mouvement soient de droite, et que ceux qui réagissent soient plutôt du camp d'en face. L'excès et la caricature somment chacun de se poser dans un camp.

Ce qui surprend dans la réaction, ce n'est pas la mobilisation (d'ailleurs spontanée pour une grande part) de soutiens. Elle est naturelle et un très bon levier de modération de l'émotion : passée la naissance émotionnelle de la crise, on entame une phase d'argumentation. C'est à ce moment qu'il faut intervenir.

Ce qui surprend, c'est la lenteur, l'inadéquation de la réponse officielle. Les autorités, devant

ces mouvements sans réclamation, spontanés, de colère et de victimisation, ne savent pas répondre. Ils sont désemparés avec leurs outils classiques, qui sont ceux du dialogue, de la négociation, devant l'absence d'interlocuteur, l'indignation et le cri sans but.

Va venir à présent la nouvelle phase, celle où le mouvement, sorti de l'indignation du début, va entrer dans une dynamique longue. C'est la vraie phase critique, plus que celle de l'émotion naissante : passés les 3 premiers jours, sa survie vient de sa capacité à élargir son audience, à se connecter avec plus que quelques entrepreneurs parisiens du numérique, à diversifier ses porte-parole, et à s'unir derrière plus qu'une simple victimisation, pour faire aboutir des résultats.

C'est dans cette phase que le pouvoir a le plus de cartes à jouer, qu'il peut réagir, en agissant sur des leviers analogues, en ligne :

- données : opposer aux chiffres courts une narration avec des preuves fondées sur de vrais modèles, convaincants, qui déminent le discours victimaire ;
- émotionnel : mobiliser des histoires autres, qui vont dans le sens de son mouvement ;
- visuel : fournir de l'argumentaire à fort soutien visuel, qui suscite le partage.

De ce point de vue, la réaction à chaud, initiale, du mouvement de moquerie des « pigeons » par le parti socialiste, avec son hashtag moqueur #geonpistyle, est clairement une erreur : plutôt que de poser le gouvernement en hauteur et en arbitre à froid, il le place – par analogie parti/gouvernement – dans un registre d'opposition et de moquerie d'acteurs qui sont dans l'émotion. Cela ne fait que renforcer leur mobilisation, quand les leviers existent d'une déposition de l'objet de leur activisme.

Nous suivrons ce mouvement dans ses développements futurs. Il est clairement en passe de devenir un cas d'école pour le nouveau gouvernement : l'affront de sa première mobilisation d'indignés. On peut gager qu'elle l'attendait d'ailleurs.

PS : Samuel Laurent, au Monde, a retracé la genèse de cette mobilisation dans le détail dans un article très détaillé.

19 commentaires



Commentaires ▾

Communauté

Partager ▾

**Ssoumier** · il y a 4 mois

factuellement, et sans que ça ait la moindre importance, le mvt est parti vendredi soir, j'ai moi même contacté JD Chamboredon (fond ISAI, une des 1eres alertes) dès le samedi matin. Je l'écris juste pour invalider la thèse du complot qui fleurit dès qu'un mouvement échappe à ceux qui pensent contrôler la matière humaine

10 · Répondre · Partager ›

**NicolasVanbremeersch** → Ssoumier · il y a 4 mois

Je corrige, Stéphane. J'ai eu au moment de l'écriture une faille spatio-temporelle qui m'a fait confondre vendredi et dimanche. Alors que j'ai aussi passé mon week-end vissé au tel à suivre les pigeons.

0 · Répondre · Partager ›

**Jerome Poincheval** · il y a 4 mois

brillant !

4 · Répondre · Partager ›

**Jacques Bunel** · il y a 4 mois

Le problème est profond, nous sommes submerger par la législation qui nous freine sans cesse dans la création de richesse , les recours en justice qui protègent les créateurs de l'immobilisme. Quand j'ai crée mon entreprise je passais 30 % à gérer l'administratif aujourd'hui 70 % et puis maintenant la fiscalité STOP laissez nous vivre.

2 · Répondre · Partager ›

**Catherine** · il y a 4 mois

Bravo, belle analyse ! et affaire à suivre ...

2 · Répondre · Partager ›

**Ludo Lara** · il y a 4 mois

C'est bien doutez....

D'après les commentaires hautains, il est clair que vous n'avez pas encore tout compris.

Chaque ras-le-bol, chaque "débordement" d'émotion massif n'est pas lié à un fait isolé. C'est tout simplement la goutte d'eau emblématique qui fait débordé le vase. C'est quand même assez simple

IENT

ANIMER UNE COMMUNAUTÉ DE

ile a entraîné l'explosion des offres à bas coût et sans engagement. La
ce segment ont par ailleurs fait le choix d'une présence massive en

TRACTEURS DANS LE SENS DU

it cracker Photoshop en 4 étapes » publiée par... Adobe : La vidéo qui
l vidéo pour apprendre contourner les protections de
pour une nouvelle offre d'Adobe. Plutôt ... [+](#)

DONNÉES BRUTES ET FLOU

elle vraiment utile ? Cette multitude de chiffres émanant des réseaux
communautés qui y sont présentes ? Ce sont certaines des questions
cs : Obsession de la mesure & ... [+](#)
