

Les stratégies de communication de la mouvance identitaire

Le cas du Bloc identitaire

The Communication Strategies of Identitary Movement. The Example of the French "Bloc identitaire"

Yannick Cahuzac et Stéphane François



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8455>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.8455

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 août 2013

Pagination : 275-292

ISBN : 978-2-8143-0162-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Yannick Cahuzac et Stéphane François, « Les stratégies de communication de la mouvance identitaire », *Questions de communication* [En ligne], 23 | 2013, mis en ligne le 31 août 2015, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8455> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.8455

> NOTES DE RECHERCHE

YANNICK CAHUZAC

Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines
F-78000
y.cahuzac@sfr.fr

STÉPHANE FRANÇOIS

Institut de développement et de la prospective
Groupe sociétés, religions, laïcités
Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis
F-59313
francois.stephane21@aliceadsl.fr

LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION DE LA MOUVANCE IDENTITAIRE. LE CAS DU BLOC IDENTITAIRE

Résumé. — L'analyse porte sur les techniques de communication du Bloc identitaire, un groupuscule de l'extrême droite identitaire et régionaliste française. En effet, depuis sa fondation, celui-ci a élaboré une stratégie novatrice et efficace de pression médiatique. Après être revenus sur sa naissance et sur les soubassements de ses stratégies, sont étudiées en détail ses méthodes, à travers quelques actions réussies.

Mots clés. — Extrême droite, communication, islam, identité, stratégie.

L'expression « identitaire » est une expression générique renvoyant à un courant de l'extrême droite française apparu en avril 2003, via la création du Bloc identitaire-Mouvement social européen sur les cendres d'Unité radicale, mais dont les idées préexistaient depuis la fin des années 80. Partageant le *leadership* sur ce courant avec le groupuscule Terre et peuple – animé par les universitaires Pierre Vial, Jean Haudry et, jusqu'à son décès, par l'écrivain Jean Mabire –, Bloc identitaire est fondé par Fabrice Robert, Guillaume Luyt et Philippe Vardon. Autour de ces deux principales structures gravite un certain nombre d'électrons libres, à l'instar de Guillaume Faye, ou de structures politico-culturelles régionalistes, comme Alsace d'abord, voire de « *think tanks* » tels la fondation Polemia de Jean-Yves Le Gallou ou le groupe Sparte/Thucydide. À cet inventaire, nous pourrions ajouter les différentes « maisons de l'identité », Soulidarietà, l'agence de presse Novopress, créé en 2005 pour assurer la coordination des différents mouvements francophones (France, Québec, Suisse, Belgique), les magazines *Réfléchir & agir*, *Terre & Peuple*, etc. Cette liste n'est pas exhaustive. Ce courant de l'extrême droite est connu pour ses positions radicales vis-à-vis de l'immigration et de l'islam et pour sa défense de la civilisation européenne et des Européens. Du fait de sa faiblesse numérique, cette mouvance a élaboré un ensemble de stratégies communicationnelles très intéressantes, et surtout très performantes¹. Sans conteste, le Bloc identitaire fait figure de fer de lance quant à l'utilisation de l'internet comme principal outil de pression, de promotion et de mobilisation politiques. En effet, l'analyse de l'utilisation politique de l'internet est encore récente. Nous avons jugé utile d'étudier les pionniers de son utilisation à l'extrême droite (Greffet, 2012). Par conséquent, ce texte doit aussi être vu comme l'étude d'un nouveau terrain : l'historique du web identitaire. Comme il n'y a encore aucune publication scientifique sur le Bloc identitaire – ce qui fait le caractère original de l'étude –, nous avons décidé de revenir sur la genèse et les principales campagnes de ce mouvement, puis d'analyser en profondeur ses stratégies. De plus, depuis une dizaine d'années, l'internet est devenu un lieu d'affrontement politique.

Outre les nombreuses captures d'écran effectuées par nos soins, nous avons également eu recours au site web.archive.org afin de retrouver des pages et des sites web supprimés depuis leur publication par leurs propriétaires. Les principales sources primaires sont constituées de nombreux fils de discussion du forum L'Agora identitaire², des publications des différentes versions des sites du Bloc identitaire et des Jeunesses identitaires (et leurs sous-sites régionaux) permettant d'avoir une vue d'ensemble sur les différentes étapes de la constitution d'un solide réseau militant. De plus, les outils graphiques utilisés par ce mouvement sont riches d'enseignement sur leur idéologie. Ainsi le sanglier,

¹ Nous entendons par « stratégies communicationnelles » les méthodes et les stratégies utilisées par le Bloc identitaire pour imposer leurs thèmes dans le débat public, ainsi que les moyens utilisés pour le faire.

² Accès : <http://web.archive.org/web/20030512101650/http://www.les-identitaires.com/phorum/index.php>. Consulté le 06/06/13.

leur symbole, renvoie-t-il à un héritage direct et païen de « nos » ancêtres celtes. Il renvoie aussi à un animal solitaire, ayant mauvais caractère, dont la femelle, la laie, est connue pour défendre vigoureusement sa progéniture. Enfin, un certain nombre de pratiques relèvent du *marketing identitaire régionaliste* (sites internet des sections locales, tracts, affiches rédigées dans le patois local).

Une naissance dans la scission

Les racines historiques de la mouvance identitaire

L'utilisation du vocable « identitaire » en tant qu'auto-désignation apparaît dans les communiqués d'Unité radicale à l'occasion du Conseil national du mouvement se tenant en décembre 2001. Dans la foulée, les Jeunesses identitaires sont créées en septembre 2002. C'est à ce moment que nous retrouvons le vocable « identitaire » en tant que nom d'un mouvement. L'association Les identitaires est créée en décembre 2002, puis le Bloc identitaire en avril 2003. En effet, de l'étiquette « NR », c'est-à-dire « nationaliste-révolutionnaire », qui prévalait jusqu'alors, le mouvement passe à celle de « nationaliste et identitaire » à l'occasion de cet événement. Il faut voir dans ce déplacement l'un des effets majeurs de la reconfiguration qui est s'opère alors au sein des droites radicales européennes, à la suite des attentats du 11 septembre 2001, et qui secoue un mouvement né du rassemblement de militants issus de trois autres mouvements distincts (les nationalistes-révolutionnaires, le groupe Union défense et L'Œuvre française). Entre 2001 et 2003, la future mouvance identitaire passe d'un discours fustigeant « l'impérialisme américain »³ en tant qu'ennemi principal au combat contre l'islamisme et l'immigration musulmane, sans pour autant abandonner le premier, qui passe en second plan. De fait, elle reprend des éléments du discours de la Nouvelle Droite (François, 2008, 2009), centrant son discours sur l'enracinement et le localisme, sur la défense des peuples européens (une défense afférente à rejet de l'islam), sur l'ethnorégionalisme. Cette évolution fait bouger les lignes en impliquant des repositionnements tant géopolitiques que praxéologiques, sous l'impulsion d'une nouvelle ligne idéologique défendue par Guillaume Faye, dont les militants reprirent le concept d'« archéofuturisme » (Vardon, 2011 : 24)⁴. En effet, dans plusieurs ouvrages, Guillaume Faye (1998, 2000, 2001, 2002) condamna sans appel les postures occidentales supposées islamophiles et ethnomasochistes et en appelle à la défense du « monde blanc » comme axe principal. Unité radicale traverse alors une crise interne opposant les partisans d'une lecture anti-impérialiste du monde, issue des milieux nationalistes-révolutionnaires, et

³ Accès : <http://web.archive.org/web/20030304091455/http://www.les-identitaires.com/qui.htm>. Consulté le 06/06/13.

⁴ L'archéofuturisme peut être vu comme l'alliance du technologique et de l'archaïque.

ceux privilégiant la lutte anti-islamique. Ainsi l'apparition du vocable « identitaire » marque-t-elle l'existence d'un conflit en son sein entre les deux courants qui alla jusqu'à la dissolution qui intervint l'année suivante (Lebourg, 2010). Le second courant profita de l'interdiction d'Unité radicale, à la suite de la tentative d'assassinat de Jacques Chirac par Maxime Brunerie lors du défilé du 14 juillet 2002, pour fonder un nouveau mouvement (Camus, François, 2011). Dans la foulée de cette dissolution le 8 août 2002, le site web du mouvement est fermé.

Idéologiquement, les identitaires défendent donc une sorte de *socialisme ethniste*, sous l'influence du SS français Saint-Loup (pseudonyme de Marc Augier), qui peut se résumer de la façon suivante : aider *les nôtres*, au sens racial de l'expression, avant *les autres*, les immigrés, vus comme des envahisseurs, à la suite de la reprise des thèses de Guillaume Faye. Le Bloc prône donc le retour des immigrés dans leurs pays respectifs en deux temps : « expulsion immédiate des clandestins et des délinquants », puis, dans un second temps, « signatures de partenariats avec les pays d'origine pour des plans de retour au pays (établis par exemple sur 15 ans) »⁵. De fait, la mouvance identitaire refuse la mondialisation, destructrice d'identité. Ses idées proviennent principalement du courant *völkisch*⁶ de la Nouvelle Droite, les *folkistes*. Néanmoins, si le Groupe de recherches et d'études de la civilisation européenne (GRECE)⁷ a influencé plus ou moins directement les idées identitaires, il ne faut pas oublier la chose suivante :

« Sur un processus souvent observé en histoire des idées : les représentations et les arguments forgés par le GRECE dans les années soixante-dix lui ont progressivement échappé, étant repris, retraduits et exploités par des mouvements politiques rejetant l'essentiel de sa "vision du monde". Il s'agit donc d'éviter d'attribuer au GRECE les avatars idéologiques et politiques de certaines composantes de son discours, et plus particulièrement de son discours des années soixante-dix » (Taguieff, 1994 : viii).

Les pratiques *métapolitiques* du GRECE vont se retrouver au sein du groupe Sparte, fondé en 2005 comme structure de formation du Bloc identitaire, puis, à la suite de la dissidence des membres du groupe Sparte, qui quitteront le Bloc identitaire à la fin de 2008, au sein du groupe Thucydide. Son animateur Jean-Baptiste Santamaria est un militant identitaire de longue date : il a adhéré au Bloc dès 2003, après avoir

⁵ « Dialogue entre Égalité & Réconciliation et les Identitaires », www.les-identitaires.com. Accès : http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:i6VXybdryPs:www.les-identitaires.com/print.php%3Fid%3D1249%26rub%3D+&cd=1&hl=fr&ct=clnk&gl=fr&lr=lang_en|lang_fr&client=firefox-a. Consulté le 06/06/13.

⁶ Les « *völkisch* » représentaient un courant de pensée apparu en Allemagne et en Autriche durant la seconde moitié du XIX^e siècle. La racine « *Volk* » signifie « peuple », mais son sens va au-delà de celui de « populaire » et de « nation », avec un aspect communautaire, organique et ethnique marqué. Les *völkisch* sont en partie les héritiers de Johann G. Herder pour qui le nationalisme devait avoir des fondements ethniques et culturels. Ce courant bigarré irrationaliste puisait ses références dans le romantisme, dans les premières doctrines « alternatives », dans les discours antimodernes et, enfin, dans les doctrines racistes.

⁷ Le GRECE est une école de pensée émanant de la droite radicale au discours anti-occidental, régionaliste, anticapitaliste, différentialiste, condamnant l'occidentalisation du monde et promouvant à la fois la création d'un empire européen autarcique et un recours au paganisme européen.

été l'un cadre d'Unité radicale. Le groupe Sparte va reprendre le logo (le casque hoplite) de la structure de jeunesse du GRECE, Europe Jeunesse. Outre ses fonctions de formation et de théorisation, ce groupe va réutiliser la stratégie métapolitique et gramsciste du GRECE. Il va à la fois s'inspirer des méthodes du GRECE des années 70-80, essayer de tenir compte des erreurs de celui-ci et rejeter certaines de ses évolutions, spécifiquement le tournant multiculturaliste des années 90 pour d'évidentes raisons mixophobes. Une autre référence intellectuelle des identitaires est à chercher chez Jean-Yves Le Gallou. Celui-ci a joué un rôle théorique à l'extrême droite et a eu une influence intellectuelle importante, mais discrète, à compter des années 80. Durant cette période, il fut l'un des théoriciens de la « préférence nationale » (Le Gallou, 1985), en y intégrant les discours mixophobes provenant de la Nouvelle Droite. Dès lors, il anticipera les positions identitaires et soutiendra l'idée d'une immigration zéro, solution, selon lui, face à l'« invasion » que serait l'immigration. À l'instar d'un Guillaume Faye, Jean-Yves Le Gallou affirme que nous devons faire face à une « guerre raciale » qui menacerait les fondements de la civilisation européenne.

Le lancement du Bloc identitaire

Le site www.dissolution-ur.com fait son apparition le 9 août 2002. Reprenant l'esthétique générale du site originel d'Unité radicale, tout en abandonnant totalement la couleur rouge de celui-ci au profit de polices et d'icônes se déployant en blanc, gris et noir, puis, plus tard, l'alliage jaune et noir liquidant ainsi l'esthétique nationaliste-révolutionnaire, il doit servir, dans l'esprit de ses créateurs, de lieu de rassemblement et d'espace intermédiaire préparant l'avenir du nouveau mouvement. Il proposait aux internautes divers textes regroupés sous les rubriques suivantes : « Édito », « Forum », « News », « Documents », qui constituent des « écrits de réseaux », pour reprendre l'expression de Céline Matuszak (2007). La première rubrique, celle s'affichant lors de la connexion au site, était constituée de « communiqués » officiels de la direction du futur mouvement, en particulier des textes de Fabrice Robert et Guillaume Luyt. Les « News » provenaient d'informations tirées de différents journaux et agences de presse, issus de la mouvance nationaliste ou non. La partie « Documents » était constituée de textes, articles, études, dossiers essentiels pour la mouvance. Enfin, la partie « Forum » renvoyait vers « L'Agora identitaire », c'est-à-dire le lieu de discussion dans lequel intervenaient internautes, militants de base et dirigeants et où étaient discutés les sujets d'actualité, les questions théoriques, les axes idéologiques et les actions à lancer. L'étude de ces discussions est éclairante à plus d'un égard car elle montre le travail théorique et pratique conduit entre la base, les dirigeants et les sympathisants. C'était aussi un lieu où se définissait l'identité du mouvement, ce qu'il désirait être, son langage, ses stratégies de propagande et de recrutement, le choix des terrains sur lequel agir, ce qui le distinguait des autres mouvements de l'extrême-droite (notamment les identitaires de Terre & Peuple, les NR – anciens alliés devenus

adversaires –, les rapports au Front national, etc.). Il servait également de relais pour les actions menées par les différentes structures identitaires, tant en termes de décision (demande/offre) qu'en termes d'organisation.

Le premier éditorial publié sur ce nouveau site a été signé par Fabrice Robert. Il revint sur la dissolution du mouvement dont il était un des *co-leaders* et définit les termes du « nouveau combat » à mener pour la mouvance identitaire naissante, posant clairement les jalons du paradigme appelé à remplacer les oripeaux d'Unité radicale. L'identité y était définie comme l'idée novatrice par excellence. Ce communiqué et les suivants s'attelèrent, de fait, à l'énoncer et à l'articuler. Il est donc utile de se pencher sur ce texte « rédigé à chaud » le jour même de la dissolution du mouvement, et qui doit être vu comme le communiqué-manifeste, fondateur dans la période de gestation du Bloc identitaire. Intitulé « Le combat continue »⁸, ce texte, au style à mi-chemin entre manifeste et communiqué de presse, débute par une critique de la dissolution du mouvement que Fabrice Robert qualifiait de « décision surprenante quand on sait qu'Unité Radicale n'est nullement impliquée dans l'attentat du 14 juillet ». Au passage, il soulève que « personne n'a demandé la dissolution de la Ligue des Droits de l'Homme lorsque son militant Richard Durn a commis son massacre à Nanterre »⁹. Dans cette équivalence établie entre la tentative d'assassinat sur le président de la République par un jeune militant d'Unité radicale et la tuerie perpétrée au conseil municipal de Nanterre par Richard Durn, il y a une évidente volonté de démarquer le mouvement Unité radicale de l'acte de Maxime Brunerie, voire de dépolitiser le geste de ce dernier. La suite du texte renseigne sur les intentions de cet ex-dirigeant d'Unité radicale qui souhaite « laver » son mouvement de tout amalgame avec cette tentative d'attentat, qui fut pourtant annoncée et revendiquée comme un acte politique par son auteur. D'ailleurs, cette tentative est qualifiée d'« acte insensé ». Le texte révèle aussi les raisons inavouées qui ont conduit à la dissolution du mouvement : selon Fabrice Robert, cette dissolution est le fruit de l'action des « petits kapos de la pensée unique », c'est-à-dire les « associations – LICRA, MRAP, UEJF¹⁰ qui traquent les militants identitaires en lutte contre l'immigration et le métissage ». Le combat politique d'Unité radicale est donc appréhendé par Fabrice Robert sous un angle défensif. Il s'agit pour lui de définir l'action identitaire comme celle d'un esprit de résistance face aux dangers que représenteraient ces deux maux sur le « peuple » et la « culture », en somme sur l'« Identité » de la France.

On trouve ici ce qui constituera l'épine dorsale de la rhétorique identitaire : une conception ethnoculturelle de l'identité. Pour les identitaires, il s'agit d'en assurer la sauvegarde face au danger que feraient peser l'immigration extra-européenne

⁸ Accès : <http://web.archive.org/web/20020809102100/http://www.dissolution-ur.com/pages/edito.htm>. Consulté le 06/06/13.

⁹ La nuit du 26 au 27 mars 2002, lors d'une séance du conseil municipal de Nanterre, Richard Durn, auparavant assis dans le public, se lève et tire sur les élus, faisant 8 morts et 19 blessés.

¹⁰ Les acronymes LICRA, MRAP et UEJF désignent respectivement la Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme, le Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples et l'Union des étudiants juifs de France.

(xénophobie) et le métissage (mixophobie) sur sa pérennité. La décision de l'État fut donc perçue comme un « geste en direction de ces ligues de l'intolérance », expression toute choisie pour désigner les associations antiracistes ayant milité pour la dissolution du mouvement, retournant contre elles les stigmates que constituent les termes « ligues » et « intolérance » généralement associés à l'extrême droite. Par cette rhétorique victimaire, se dessine la posture « défensive » qu'adoptèrent les militants identitaires dès les lendemains de la dissolution d'Unité radicale, et ce jusqu'à la fondation du Bloc identitaire. Il s'agissait de se présenter comme un mouvement réactif, portant un discours subversif (Cochet, Dard, 2010) en lutte contre une supposée « pensée unique » « cosmopolite » et « immigrationniste ». Citant les réactions de plusieurs responsables d'associations antiracistes se satisfaisant de la dissolution d'Unité radicale, Fabrice Robert s'attarda sur les déclarations de l'Union des étudiants juifs de France appelant à l'interdiction du site du mouvement. Ouvertement, le militant affirme qu'il refuse « de courber l'échine devant les Gaubert, Knobel et les petits kapos de la pensée unique », ainsi la création de ce nouveau site est « chargée d'assurer la transition. En attendant le lancement d'une nouvelle organisation ». Ce communiqué-manifeste se termine sur des termes clairs quant à la volonté de lancer une nouvelle formation, tout en rompant avec un certain nombre de pratiques et postures d'Unité radicale et en construisant de nouveaux modes d'actions : « Le combat continue. Et nous invitons, dès aujourd'hui, toutes les bonnes volontés à participer à la construction d'une nouvelle force politique, tournée vers l'avenir, identitaire, sociale et européenne ».

Cependant, sur ce site sont également présents des articles, tribunes et communiqués publiés sur le site Unité radicale, ce qui permet au chercheur de retracer la généalogie du qualificatif « identitaire ». En effet, nous remarquons une utilisation massive de celui-ci sous différentes variantes (« militant identitaire », « cause identitaire », « défense de l'identité », « sauvegarde de l'identité au cosmopolitisme », etc.). Il devient alors un véritable label, comme le montre sa présence pour désigner la mouvance et le nouveau mouvement que sera le Bloc identitaire. À compter de ce moment, il devient un qualificatif permettant l'autodésignation, l'autodéfinition. Ces textes sont aussi intéressants car on y voit l'évolution de ces personnes face à la violence politique. Jusqu'à l'acte de Maxime Brunerie, elle était prônée par Unité radicale. Elle sera remplacée par des actions relevant du *happening* – telle la campagne « François Hollande n'est pas mon président »¹¹ – inspirées des méthodes de Greenpeace. Entre 2002 et 2004, cette stratégie de *happening* sera secondée par le bulletin *Alternative identitaire*, puis, après sa disparition, par *ID magazine* qui existera jusqu'en 2008.

Cette posture constitue un point central dans l'expression d'une volonté de respectabilité de la part des *leaders* du Bloc identitaire. Elle s'accompagne d'une nette euphémisation du discours et de l'utilisation d'une rhétorique contre-offensive/défensive.

¹¹ Accès : www.pasmonpresident.com. Consulté le 06/06/13.

Stratégie de communication des identitaires : vers un gramscisme numérique ?

La principale stratégie de communication du Bloc identitaire peut être définie par ce que nous appelons une forme de *gramscisme numérique*. Comme son nom l'indique, celle-ci, s'inspire des thèses du théoricien politique italien Antonio Gramsci, appliquées à l'univers numérique. Dans le discours identitaire, la fonction de la présentation gramscienne relève de l'investiture : elle consiste à se sanctionner et sanctifier, en se faisant connaître et reconnaître dans une différence stratégique et doctrinale socialement acceptable. Elle a aussi pour objectif de faire connaître le Bloc identitaire auprès de l'opinion publique ainsi que de lui donner une façade de légitimité, d'échanger une image négative contre une *bonne image* de marque, respectable. En outre, nous pensons que les identitaires tentent, *via* un activisme tous azimuts sur la toile (voir *supra*), d'imposer une hégémonie culturelle et surtout d'imposer à l'opinion publique ses thématiques et ses prises de positions. Cet activisme numérique est primordial pour eux. En effet, s'il est un mouvement au sein des droites radicales françaises qui a très tôt fait le choix de miser sur l'outil internet comme principal instrument de développement, c'est bien le Bloc identitaire : ne l'oublions pas, il naît au moment où l'internet prend son essor et se démocratise en France. Dès sa fondation, ce mouvement a perçu les intérêts d'une « hybridité organisationnelle » (Chadwick, 2007) pour diffuser son argumentaire. Contrairement aux autres partis et mouvements politiques, le Bloc a consciemment mis en œuvre une stratégie numérique prédéfinie par ses instances dirigeantes. Cet intérêt pour les nouvelles technologies et façons de communiquer est lié à la personnalité du *leader* du Bloc identitaire, Fabrice Robert. Celui-ci travaille dans le milieu de la communication informatique (il est notamment le fondateur de l'agence de presse Novopress) et va être pour beaucoup dans l'adoption de cette stratégie numérique. L'originalité de cette dernière repose sur l'utilisation d'outils et d'interfaces mettant à contribution les internautes en termes de propositions de contenus, de partage de connaissances et d'actions : au-delà de la réactivité que permet l'utilisation de l'internet pour un tel mouvement et de l'interactivité propre à ce média, c'est dans l'inter-créativité (Matuszak, 2006) de chacun (militants, sympathisants, visiteurs) que le Bloc identitaire va tirer son épingle du jeu. La mise en place d'un forum de discussion ouvert à tous et la valorisation de cet espace participe de la mise en œuvre d'une *praxis de la contribution*, véritable moteur de l'activisme des identitaires, en particulier, et des mouvements nés sur l'internet, en règle générale.

Rejetant l'usage de la violence, pour différents motifs tant objectifs – stérilité de cette voie, manque d'effectifs, contexte de société apaisée quant à la violence politique (Camus, François, 2011) –, que subjectifs – il s'agit de donner une légitimité au combat identitaire présenté auprès de l'opinion publique, des médias et des politistes comme celui de la sauvegarde d'une civilisation en péril « en utilisant les mêmes armes que l'ennemi » –, les dirigeants identitaires optent donc pour une stratégie gramsciste consistant à concentrer la bataille sur le plan culturel en

redéfinissant à la fois la posture, la vision du monde et les moyens utilisés pour diffuser leur pensée et augmenter leur influence au sein des droites radicales et au-delà. À travers leurs différentes actions, il s'agit d'imposer des problématiques, des thématiques dans divers domaines. À mesure que les campagnes sont menées, il se dégage une vision cohérente faisant de chaque combat une partie d'un grand tout : la défense de ce qu'ils se représentent comme « notre » civilisation.

Ainsi, dans le cas de la dénonciation du « racisme antiblanc », des autocollants et des affiches sont-ils produits lors de la campagne de 2008, mais cette même dénonciation est également au cœur de la campagne conduite contre le groupe de rap Sniper (voir *infra*). La dénonciation de l'islamisation est au cœur des soupes au cochon lancées par un pasteur, Jean-Pierre Blanchard – proche du Front national – que les identitaires reprennent à travers leur association Solidarité des Français (SDF), dont ils médiatisent les actions sur l'ensemble de leurs sites internet. Elle sera aussi au cœur de campagnes dont les plus connues sont les « Apéros saucisson-pinard » et les « Assises sur l'islamisation de l'Europe ». De fait, ces deux thématiques sont liées pour les identitaires, les anti-blancs étant assimilés peu ou prou aux musulmans et à leurs alliés (les « kollabos ») que constitueraient les associations antiracistes, les « gauchistes » et les libéraux-libertaires. À travers l'usage de ces deux thématiques, il s'agit de centrer leur mobilisation sur l'identité, dont la défense dépasserait largement les frontières de la France, puisque s'inscrivant dans une mobilisation à l'échelle de l'Europe et également active aux États-Unis.

Misant une grande partie de leur propagande sur l'usage des technologies numériques, dès leur naissance, les identitaires se dotent d'un forum de discussions très fréquenté. Cet espace permet d'attirer et de fidéliser les individus sympathisants, mais également d'opérer une circulation des idées entre la base militante/sympathisante et les dirigeants de la mouvance. De nombreux thèmes sont débattus sur ce forum, comme les questions de stratégie, le rapport aux autres mouvements de la droite radicale, les idées de campagne, etc. Il sert donc de lieu d'articulation et de relais des campagnes que les identitaires lancent. Comme tout espace de discussion, ce forum fait également office de lieu de rencontre, d'agglomération et de cohésion militantes, et de libre parole, permettant à des individus d'échanger, de coordonner des actions et d'influer autant que faire se peut sur la stratégie du mouvement. Ayant, depuis la montée en puissance des réseaux sociaux, perdu de son attrait, le forum de discussion constitue malgré tout un espace incontournable pour un mouvement comme celui des identitaires. Il lui permet de se constituer une base militante au-delà des affres du terrain traditionnel.

Dans la prochaine partie nous présenterons les différentes campagnes menées par les identitaires. Nous avons choisi d'aborder spécifiquement deux thématiques : le « racisme anti-blanc » et « l'islamisation de l'Europe », écartant les campagnes visant la lutte contre l'immigration clandestine et les campagnes de solidarité internationale conduites par les identitaires – dans un souci de clarté et pour des contraintes éditoriales. Nous verrons que l'efficacité des campagnes de

terrain (tractage, agit-prop, interventions publiques) repose en grande partie sur l'efficacité des stratégies de communication *via* l'internet que développent les dirigeants identitaires et que, au-delà de l'aspect médiatique, l'outil internet permet de coordonner les actions, tant dans l'élaboration que dans la mobilisation.

La dénonciation du racisme anti-français ou anti-blanc n'est pas un axe fondamentalement nouveau au sein des droites radicales. Ainsi en va-t-il de l'Alliance générale contre le racisme et pour le respect de l'identité française et chrétienne (AGRIF), une association présidée par Bernard Antony, longtemps membre du Front national en tant que représentant de la tendance catholique traditionaliste. Au sein de l'extrême droite, cette dénonciation a pour avantage de situer le combat politique dans une posture défensive, en articulation avec le concept d'ethnomasochisme forgée par Guillaume Faye au début des années 2000. Cette thématique permet aux identitaires de présenter sous un angle nouveau la « défense » d'une identité supposée en danger; les mesures radicales prônées en terme de lutte contre l'immigration et contre l'insécurité. En outre, ils utilisent une stratégie d'euphémisation syntaxique, inspirée du gramscisme néodroitier, afin de légitimer des conceptions jugées jusqu'alors « extrémistes », « racistes » ou « fascistes » par une partie importante de l'opinion et des corps politiques du pays. Ce retournement discursif permet aux identitaires d'associer leur critique radicale de la modernité politique à leur condamnation de la société multiculturelle. Ils ont donc trouvé avec la thématique du racisme « anti-blanc » un excellent moyen de marquer les esprits au sein de la jeunesse activiste, profitant de l'aspect déterritorialisé de l'internet au regard de la diffusion au-delà des cercles militants. Toutefois, ils n'abandonneront pas pour autant la propagande de rue.

En effet, les identitaires ont produit différents autocollants, signés Jeunesses identitaires, dont voici quelques exemples : « Racisme anti-blanc stop ! » ; « c'est parce que je suis blanc que tu m'insultes ? » (qui existe aussi en version féminine) ; « Face à la racaille, tu n'es plus seul(e) » ; « Ni violée, ni voilée » ; « Touche pas à ma sœur » ; « Gaulois, culs blancs, toubabs... et fiers de l'être ! » ; etc. On retrouve ici l'angle défensif et victimaire sous lequel sont envisagées la question et l'instrumentalisation du racisme anti-blanc. Cet angle « anti-racaille » est intéressant car il peut rentrer en consonance avec des situations vécues (agressions à caractère raciste, insultes à caractère raciste, faits touchant un proche, etc.). Il fut privilégié dans un premier temps, avant que la référence à la supposée menace de l'islam ne prenne le pas. Le web francophone de cette époque hébergeait une nébuleuse de sites (sos-racailles, libertyweb, aipj) associant islamophobie, immigration et délinquance (Lebourg, 2011). Toutefois, cet angle fut petit à petit écarté au profit de la lutte contre l'islamisation, qui sera au cœur des futures actions (soupes au cochon, apéros, assises). Qu'elle s'exprime sous l'angle de la lutte « anti-racailles » ou sous celui de la lutte contre l'islamisation, la thématique du racisme antiblanc/antifrançais rencontre un écho largement favorable à la base, le sujet revenant souvent sur L'Agora identitaire. Le succès du site sos-racailles au début des années 2000 en témoigne également.

D'ailleurs, les messages postés sur les forums de discussion « nationalistes » sont nombreux à aborder cette problématique et les actions des identitaires y sont fort appréciées et relayées.

Comme l'ont remarqué les contributeurs de l'ouvrage *Continuerlalutte.com* (Greffet, 2012), cet activisme numérique permet aux partis politiques d'étendre leur champ d'action. En effet, le web politique se présente comme un ensemble d'espaces multiples d'information, de mobilisation, de débat et de conversation, qui s'agrègent entre eux. Enfin, ces espaces numériques ont un statut parfois ambigu : mi-politique, mi-page personnelle, ni espace privé, ni espace public... Ce potentiel n'a pas échappé aux identitaires, qui ont investi le champ du web politique malgré le coup dur engendré par la création de sites et la mobilisation de personnes. Le succès de la campagne SOS-Racailles permit cette transformation et donna naissance au cyber-militant, un statut de plus en plus répandu pour ceux qui ne souhaitent pas s'exposer publiquement, ou ne le peuvent pour des raisons pratiques. Outre ces campagnes numériques, les identitaires également lancèrent des actions, plutôt des *happenings* qui deviendront rapidement leur caractéristique, mettant à contribution leurs adhérents, voire tout sympathisant.

Les campagnes médiatiques

La campagne anti-Sniper constitue la première action communicationnelle d'envergure pour les identitaires. Il s'agit d'un cas d'école : ses retombées iront au-delà des attentes fixées puisque l'affaire réussit à s'inviter à l'Assemblée nationale par l'entremise de la députée de l'Union du mouvement populaire (UMP) Nadine Morano qui interpella le ministre de l'Intérieur de l'époque, Nicolas Sarkozy.

Tout commence par la diffusion le 21 mai 2003 d'un communiqué signé « Jeunesses Identitaires », intitulé « Sniper nique la France ? Niquons Sniper ! ». Il constituait un appel à la mobilisation et à l'exercice de pressions à l'adresse des militants et sympathisants identitaires. L'objectif était de dénoncer le groupe de rap Sniper sous l'angle du racisme anti-français et d'utiliser tous les moyens de communication pour empêcher le groupe de se produire à l'occasion de sa tournée 2003-2004 qui va débiter dans la lignée de la sortie de son nouvel album. En cause, les paroles du titre « La France », figurant sur le précédent album du groupe, *Du rire aux larmes*, sorti en 2001. Très provocateur, le texte est cité de façon partiellement tronquée, défigurant sérieusement son sens. De fait, sa lecture intégrale fait ressortir un contenu certes tendancieux, mais bien moins radical que ce que le communiqué des Jeunesses identitaires ne laisse paraître : « La France est une garce et on s'est fait trahir [...]. On nique la France sur une tendance de musique populaire [...]. Faudrait changer les lois et pouvoir bientôt voir des arabes et des noirs au pouvoir [...]. Frère je lance un appel, on est là pour tout niquer [...]. Mon seul souhait est de nous voir les envahir ». Définissant le groupe Sniper comme anti-blanc et anti-français, fustigeant le laxisme des associations antiracistes, des médias et des dirigeants politiques, lesquels seraient dans une coupable « posture ethnomasochiste », les Jeunesses identitaires en appellent à

la mobilisation afin de mener, au nom de la résistance au racisme anti-blanc, une lutte pour la défense de l'« identité blanche ». Dans un premier temps, des campagnes de tractage sont engagées, puis la mobilisation prend une dimension tout autre avec l'appel à exercer des pressions sur les organisateurs de concert, sur les municipalités accueillant la tournée du groupe *via* des appels téléphoniques, des courriers, des e-mails. L'utilisation de l'internet pour la mise en œuvre de cette campagne apparaît prégnante. Ainsi ce communiqué relayé sur le site des Jeunesses identitaires est-il également posté sur L'Agora identitaire en un fil de discussion tenant la chronique des actions engagées, incitant les internautes à mener des actions dans leurs localités, les invitant à imprimer le tract disponible sur le site internet et à coordonner le travail en partageant les numéros de téléphone et les adresses à contacter. Un tractage à Paris est annoncé, puis quelques messages plus tard, le 30 mai 2003, un dénommé Damoc écrit : « Montpellier des tractages anti-sniper commencent à s'organiser: HALTE AU RACISME ANTI-BLANC !!!! ». Un autre intervenant, nommé Eva88, intervient le même jour pour inciter les autres internautes à lancer des actions : « Agissez contre sniper en téléchargeant le trac réalisé par les jeunes identitaires, organisez-vous en groupe et tractez à proximité des magasins FNAC, Virgin... ». Certains intervenants diffusent les numéros de téléphone tel celui du gérant de la tournée du groupe de rap : « Voici le n° numéro [sic] personnel de Pierre Pascal, gérant la tournée du groupe de rap SNIPER ». Cette campagne rencontre un fort succès et connaît l'effet boule-de-neige dans des milieux éloignés, telle l'UMP. Fabrice Robert, au nom du Bloc identitaire, et Philippe Vardon, au nom des Jeunesses identitaires, donnent toutes les informations nécessaires pour coordonner l'action de *lobbying* des militants (prochaines dates, numéros de téléphone, adresse des organisateurs, élus, politiques, etc.)¹².

D'ailleurs, dans un communiqué publié le 28 novembre 2003¹³, Fabrice Robert se félicite de la réussite de cette entreprise en faisant état des résultats des actions conduites par les organisations identitaires, progressivement rejointes par d'autres mouvements. De fait, cette action remporte un tel succès que le groupe Sniper est contraint d'annuler 20 dates en l'espace de quelques mois. Des actions rassemblent dans différentes communes des élus du groupuscule régionaliste Alsace d'abord et des représentants de l'AGRIF, créant une mobilisation que Fabrice Robert désigna comme une véritable « offensive identitaire ». L'activisme numérique mené par les militants identitaires y est également célébré. Il apporte aussi une précision intéressante à bien des égards : ainsi apprenons-nous que « l'action des Identitaires s'exerça également sur internet et notamment sur les forums de policiers. En pleine élections corporatistes, un syndicat de police [Force ouvrière-Police] décida de monter au créneau pour se faire de la publicité. Le ministre de l'Intérieur, soucieux de son image, relayait les syndicalistes qui relayaient les Identitaires ».

¹² Voir sur le site du Bloc identitaire (accès : <http://www.bloc-identitaire.com/actualite/16/identitaires-obtiennent-annulation-concert-sniper> ; consulté le 06/06/13) et dans les archives du forum L'Agora identitaire (accès : <http://www.les-identitaires.com/phorum/read.php?f=7&i=880&t=880> *via* le site www.web-archiv.org ; consulté le 06/06/13).

¹³ Accès : <http://www.bloc-identitaire.com/actualite/53/victoire-identitaires-sniper-annule-20-dates-2004>. Consulté le 06/06/13.

À la suite de ce succès, la grande majorité des campagnes lancées par les identitaires entre 2003 et 2006 sont centrées sur la thématique du racisme anti-blanc. La lecture du forum de discussion L'Agora identitaire témoigne de l'intérêt pour cette mouvance d'occuper ce créneau. Nombreux sont les intervenants qui abordent de front cette thématique. Ainsi, le 22 août 2002, un dénommé Christophe écrit-il : « Verra-t-on un jour dans notre pays fleurir des associations (touchant des subventions de la part de l'état [sic]), contre le racisme anti-blanc et anti-occidental ? ». Ce n'est qu'à partir de 2006 que la problématique de l'islamisation prend le relais. Cependant, ce changement de ligne n'annule pas la précédente, au contraire. Elle s'y additionne en participant à la même vision du monde du Bloc identitaire : la dénonciation de l'islamisation rejoignant celle du racisme anti-blanc/anti-français. C'est ainsi que le Bloc identitaire – en focalisant sa communication quasi exclusivement sur cette thématique – part à la conquête de nouveaux alliés, voire de nouveaux publics, tout en conservant une influence certaine au sein de la mouvance « nationale ».

Le thème de l'islamisation de l'Europe prend donc le pas sur celui du racisme anti-blanc. Pour autant les dénonciations conjointes de « l'immigration-invasion » et de l'islamisation fonctionnent de conserve au sein de la mouvance identitaire. Ainsi retrouve-t-on souvent cette thématique sur l'Agora identitaire, et ce avant même la fondation du Bloc identitaire. C'est le cas pour plusieurs fils de discussion dont celui intitulé « À ceux qui rêvent d'un Islam la française » où un intervenant du nom de Lansquenet conclue un long message dans lequel il disserte minutieusement sur la supposée incapacité à l'assimilation de l'islam par un appel à l'attention de la mouvance identitaire : « Face à la 2^e religion de France, il est urgent de prendre position ». C'est à la faveur d'un contexte spécifique qu'elle va prendre petit à petit le pas dans la nature des campagnes que les identitaires mèneront. Dans cette dynamique, ces derniers trouvent de nombreux alliés issus de milieux politiques différents, parmi lesquels les militants de Riposte laïque ou les rédacteurs du site internet dreuz.info, lié à l'association laïque pro-israélienne France-Israël. Cette évolution s'inscrit dans un contexte médiatico-politique particulier. En effet, ces années se caractérisèrent par des polémiques nées des débats précédant la loi relative aux signes religieux à l'École. Cette période voit aussi apparaître des crispations et des replis identitaires, telles les revendications de meilleure représentativité formulées par les associations culturelles musulmanes, la montée d'un communautarisme généralisé, les dangers concrets que représente le terrorisme islamiste depuis les attentats du 11 septembre 2001. Ces débats et les clivages qui en découlent dans le monde politique facilitent le changement de focale, d'autant que, en ce temps de crise mondiale et d'instabilité, la situation politique est favorable à la pénétration des idées identitaires et à la formation d'alliances dépassant le cadre de la droite radicale. Les identitaires exploiteront avec une certaine virtuosité – nous devons bien le reconnaître – ce changement de contexte. Dès lors, ils centrent l'essentiel de leur stratégie, de communication et de leurs actions sur la dénonciation du danger représenté par l'islam, ce thème présentant un fort potentiel de mobilisation.

Ainsi, en mars 2006, la campagne « Ni violée, ni voilée. Touche pas à ma sœur ! » est-elle lancée en réponse à la fois à l'activisme de l'association Ni pute, ni soumise et au double phénomène à l'œuvre dans les banlieues : la transformation des adolescentes en objets sexuels (les « tournantes ») et la pression religieuse qui les pousse à se voiler. Son acte fondateur est un *meeting* à Annecy, qui voit les militants identitaires recouvrir des statues de femmes d'un voile islamique. Des autocollants comportant ce slogan sont alors diffusés, tandis que les actions sont relayées sur les sites internet du Bloc identitaire. D'autres actions portent sur la lutte contre les constructions de mosquées, surtout à compter de 2011. Ainsi les identitaires provoquent-ils par des actions chocs les riverains de ces constructions en diffusant, tôt le matin, des appels de muezzin dans les rues, l'objectif étant d'informer les habitants sur le danger que constituerait la construction de mosquées. La provocation est également au cœur des actions conduites au nom de l'association SDF qui distribue des soupes au lard pour les sans-abris, excluant de fait les musulmans. Enfin, elle l'est aussi en 2011 avec la « marche des cochons » à Lyon. Il s'agit d'occuper un magasin de la chaîne de restauration rapide Quick – vendant des produits halal – par une action non violente dans laquelle les manifestants portent un masque représentant une face de cochon, l'objectif étant de montrer la supposée diffusion insidieuse de ce genre de pratique alimentaire communautaire. Ces actions ponctuelles, ou de fond, trouvent leur apogée dans le rapprochement entre les identitaires et une organisation du nom de Riposte laïque, fondée par des militants venant de la gauche républicaine ayant dérivé d'une défense intransigeante de la laïcité à la dénonciation de l'islam, vu comme une doctrine figée, hostile et radicalement incompatible avec la modernité politique occidentale. Cette alliance s'opère en 2010 avec la co-organisation d'un événement pour lequel l'utilisation de l'internet est fondamentale : les « apéros saucisson-pinard », dont l'objectif premier est de montrer l'invasion de l'espace public par les croyants musulmans. En effet, il s'agit de montrer d'une manière provocatrice le phénomène des prières de rue dans le quartier parisien de La Goutte d'Or, notamment autour de la rue Myrrha. La condamnation de l'islam y était associée à une défense des produits de « nos terroirs » : le vin et les produits charcutiers. À l'origine de cette action, une riveraine du nom de Sylvie François, qui se présentait comme une « fille et petite-fille de natifs du 18^e arrondissement », mais qui n'était en fait qu'une militante du Bloc identitaire, n'habitant pas dans le quartier. Jouant le jeu, Novopress, l'agence de presse des identitaires (via Fabrice Robert), lui a demandé un entretien par courrier électronique. Invitation qu'elle a acceptée pour d'évidentes raisons. On voit là l'un des ressorts de la stratégie communicationnelle des identitaires : faire passer l'un des leurs pour une personne étrangère à leur mouvance... Outre les habituelles actions de *lobbying*, celle-ci est surtout relayée par les réseaux sociaux, permettant d'atteindre plus de personnes par son mode de diffusion virale : elle attire environ un millier de personnes. À la suite de ce succès, des « opérations pinard-saucisson » sont organisées par des personnes éloignées de la mouvance identitaire, tel le courant Droite populaire de l'UMP. Au-delà, ces opérations font entrer dans le débat politique la question du halal et des prières de rue en l'influençant, voire en l'orientant, notamment au sein de l'UMP et du Front national.

Une stratégie tous azimuts

La mouvance identitaire a donc élaboré une stratégie communicationnelle très intéressante, et surtout très performante. Comme nous l'avons vu, il s'agit pour elle de communiquer sur 1) des sujets sensibles ou porteurs, les premiers et les seconds étant souvent les mêmes ; 2) de les imposer dans les débats publics, à travers Novopress qui est son outil de propagande ; 3) de pallier la faiblesse numérique, organisationnelle et financière par un usage intense du web, en pratiquant un marketing viral. Il s'agit de diffuser ses positions d'internaute à internaute, dans une logique descendante, en suivant un rayonnement en étoile : la communication s'adresse d'abord aux militants, puis aux sympathisants et, enfin, à l'opinion publique. La faiblesse numérique de la mouvance identitaire (environ 500 personnes) a fait que le Bloc identitaire a utilisé la méthode de la fragmentation et a surtout multiplié l'activisme numérique, ayant compris que l'internet offrait de nouvelles modalités d'engagement. Ainsi, sur le web, les identitaires multiplient-ils les structures et les intervenants, toujours présentés comme des personnes extérieures à la mouvance. Ils investissent aussi les réseaux sociaux. Cette méthode provient des tentatives de « gramscisme de droite » théorisée et appliquée par la Nouvelle Droite dans les années 80-90 (Taguieff, 1994 ; François, 2008). L'objectif est de présenter ces personnes comme des citoyens ordinaires, touchés par des thématiques similaires à celles des identitaires, qui cherchent à s'exprimer sur le web. En plus de cette démultiplication associée à un activisme virulent, l'internet est une composante de l'identité du Bloc identitaire qui cherche à faire grossir virtuellement le nombre de personnes favorables à des positions. Enfin, Olivier Blondeau et Laurence Allard (2007) ont montré le développement d'un internet militant qui se manifeste par l'action de militants autonomes menant leurs propres actions. En effet, cette forme d'activisme s'insère dans une dynamique de défection politique (à l'égard des grands partis institutionnels) accompagnée par l'émergence de la multiplication des pratiques individuelles (blogs personnels, forums de discussion, listes de diffusion). Créé en 2002-2003, le Bloc identitaire a ceci de singulier que l'existence même du mouvement repose en grande partie sur une capacité à tirer partie de l'outil internet en ralliant des individus non affiliés à des partis politiques existants et trouvant dans ce type de militantisme une expérience spécifique. Cette population est l'une des cibles du Bloc identitaire. D'ailleurs, à ce sujet, le mouvement a donné des consignes de modération et de prudence. En effet, au Bloc, la prise de parole est surveillée afin de bannir tout dérapage. Le conseil est d'utiliser la périphrase (Matuszak, 2007). Si le Bloc identitaire est connu pour l'agressivité de ses campagnes, il l'est aussi pour la modération de ses propos qui détonne dans le paysage extrémiste de la droite française, en particulier des les frères ennemis identitaires de l'association Terre & Peuple et de la revue *Réfléchir & Agir* (François, 2007, 2009). Toute la virulence est canalisée vers des points précis, les campagnes, qui ne franchissent jamais la *ligne jaune*.

Cependant, on trouve les mêmes personnes dans les différentes formes d'activisme : virtuel avec les sites, blogs, interventions sur les forums, réactions à des articles, etc. et lors d'actions réelles avec le tractage, les manifestations, les *happenings*, etc. La première

forme cherche à attirer des militants, tandis que la seconde cherche surtout à attirer les médias et à faire parler d'eux, et donc à obtenir de la publicité. Cette dernière stratégie à deux bénéfiques : se créer un capital de sympathie, et donc des sympathisants qui se transformeront éventuellement en militants, et imposer ses positions, avec plus ou moins de succès, dans l'opinion publique. Il ne faut pas oublier que les sites internet ne sont compulsés que par une minorité de la population¹⁴ : les identitaires sont condamnés à maintenir un activisme classique, *via* le tractage, les affichages, les prises de position publiques et les manifestations. Le chercheur se trouve donc face à un matériel abondant, très divers (affiches, tracts, autocollants, vidéos, blogs, sites, réseaux sociaux – Facebook et Tweeter –, etc.) qui montre l'investissement de ce mouvement pour communiquer et être présent partout.

En outre, cette fragmentation permet de démultiplier les cibles : les jeunes, les femmes, les classes sociales. En effet, la base sociologique du Bloc identitaire est plutôt le militant radical de droite diplômé. Les « maisons de l'identité » qui se créent dans les régions à identité forte (Bretagne, Flandres, Provence, etc.) sont là pour assoir le régionalisme du Bloc identitaire, mais aussi pour attirer plus prosaïquement des militants locaux qui serviront de courroie de transmission aux stratégies et aux thèmes choisis par le bureau national. Enfin, le Bloc identitaire a créé sa propre agence de presse qui relaie ses positions dans les autres tendances de l'extrême droite, avec lesquelles il entretient parfois des relations orageuses, voire conflictuelles, l'objectif étant évidemment de voir ses positions reprises par ces fractions ennemies, ou tout simplement concurrentes. Cette stratégie relève donc du gramscisme, très à la mode dans les milieux de l'extrême droite depuis sa récupération dans les années 70 par la Nouvelle Droite. Ces militants ont compris le primat de l'action culturelle qui, en effet, constitue pour eux à la fois un choix stratégique, une attitude imposée et surtout une vision du monde. Ainsi les responsables de ce mouvement pratiquent-ils la communication auprès des politologues spécialistes de l'extrême droite : ils intègrent à leur *mailing list* afin de les tenir informés de leurs actions ou de leurs communiqués de presse, et ceci dans le but affiché de les voir commenter (en bien ou en mal) leurs prises de positions. Le Bloc identitaire reprend sur son site, ainsi que sur le site de Novopress, les interventions de spécialistes (experts ou universitaires) éloignés politiquement, mais dont les positions lui semblent favorables. En effet, il en tire un bénéfice : les spécialistes parlent de lui, ce qui le fait exister médiatiquement et intellectuellement. Toutefois, comme nous l'avons vu, il n'abandonne pas pour autant le militantisme *classique* (manifestations, tracts, etc.) qu'il enrichit des nouvelles modalités données par l'internet. En effet, ses militants technophiles ont compris les avantages qu'ils pouvaient tirer de l'évolution technologique.

Enfin, cette stratégie consiste en une identification des thèmes porteurs qui évoluent au gré de l'évolution des intérêts de l'opinion publique et de l'actualité, l'islam, les racailles, les « tournantes », etc., que les militants diffuseront dans

¹⁴ Lors des dernières campagnes électorales françaises, et selon les résultats de sondages effectués par l'IFOP entre 2007 et 2010, 25 % environ des internautes fréquentaient des sites/blogs politiques, et moins de 10 % déclarait participer à des débats en ligne.

différents secteurs de la société française. Toutefois, l'objectif ne change pas : outre la quête de la diffusion de la thématique identitaire, il s'agit d'attirer les personnes ayant peur de l'altérité, perméables aux discours mixophobes.

Conclusion

Avec l'étude de la stratégie communicationnelle du Bloc identitaire, on voit que des personnes rompues aux techniques de communication peuvent influencer l'évolution et la direction des débats politiques. D'ailleurs, une stratégie afférente est mise en œuvre auprès de ceux qui suivent le Bloc identitaire : dès que c'est possible, leur courriel est intégré dans une liste de diffusion. Les personnes concernées reçoivent alors les communiqués de presse et les projets d'actions du mouvement pour qu'elles en parlent, en bien ou en mal. L'objectif est de créer un *buzz* autour des actions de celui-ci, tout propos pouvant être récupéré, utilisé ou détourné, et surtout pour maintenir coûte que coûte la médiatisation des actions Bloc identitaire, sur le modèle de la médiatisation des actions choc d'un groupe comme Greenpeace. Toutefois, certaines actions ne fonctionnent pas. C'est le cas de la campagne « François Hollande n'est pas mon président » qui n'a été que très peu reprise par les journalistes. L'efficacité de cette stratégie repose en grande partie sur une appropriation solide des outils numériques et sur une volonté nette de *mettre à contribution* les cyber-militants dans la mise en place des actions. Né sur l'internet, réussissant à influencer le débat public – notamment depuis les « apéros saucisson-pinard » et la tenue des « Assises contre l'islamisation » – le Bloc identitaire peut à ce titre être considéré comme un mouvement s'inscrivant pleinement dans le renouveau de l'activisme politique. Cette mouvance a trouvé dans l'internet un utile *contre-pouvoir* permettant de s'affranchir des médias traditionnels et un moyen de diffuser et d'affiner son message auprès du plus grand nombre. Fortement déprécié par nombre d'éditorialistes à la fin des années 90, c'est-à-dire au moment-même où les mouvements de la droite radicale ont déjà largement investi le terrain, l'internet est depuis devenu non seulement *incontournable*, mais nous pouvons dire qu'il constitue une *seconde nature* totalement intégrée aux dispositifs communicationnels des plus quotidiens et généralistes aux plus exceptionnels et spécifiques. L'artificielle frontière que la pensée sociopolitique a longtemps tracée entre virtuel et réel ne semble plus résister à l'analyse. L'amélioration continue et l'extension des technologies de l'information et de la communication à tous les domaines de la vie sociale conduit à reconsidérer cette coupure. Au fond, c'est là renouer avec le sens premier du terme « *virtus* », lequel désigne les « possibles ». C'est dans l'appropriation de ces virtualités que les nouveaux militants trouvent les ressources nécessaires pour peser sur *le sens du monde*. Les révoltes arabes, les diverses mobilisations coordonnées, le phénomène des Anonymous, le poids des réseaux sociaux tels Facebook ou Twitter sont autant de terrains sur lesquels s'illustre ce qui fait la force de cet activisme : dans un contexte de défection politique, la contribution de chacun s'inscrit dans un processus de renouveau expérimental du militantisme (Allard, Blondeau, 2007).

Références

- Allard L., Blondeau O., 2007, *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*, Paris, Éd. Amsterdam.
- Camus J.-Y., François S., 2011, « L'extrême droite et la violence », *Revue des sciences sociales*, 46, pp. 78-87.
- Chadwick A., 2007, « Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity », *Political Communication*, 24 (3), pp. 283-301.
- Cochet Fr., Dard O., éd., 2010, *Subversion, anti-subversion, contre-subversion*, Paris, Éd. Riveneuve.
- Faye G., 1998, *L'Archéofuturisme*, Paris, Éd. L'Aencr.
- 2000, *Colonisation de l'Europe. Discours vrai sur l'immigration et l'Islam*, Paris, Éd. L'Aencr.
- 2001, *Pourquoi nous combattons. Manifeste de la Résistance européenne*, Paris, Éd. L'Aencr.
- 2002, *Avant-guerre. Chronique d'un cataclysme annoncé*, Paris, Éd. L'Aencr.
- François S., 2007, « L'extrême droite "folkiste" et l'antisémitisme », *Le Banquet*, 24, pp. 255-269.
- 2008, *Les Néo-paganismes et la Nouvelle Droite (1980-2006). Pour une autre approche*, Milan, Éd. Archè.
- 2009, « Géopolitique des Identitaires », *Les Cahiers rationalistes*, 601, pp. 19-30.
- Greffet F., dir., 2011, *Continuer la lutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po.
- 2012, « Le Web dans la recherche en science politique : nouveaux terrains, nouveaux enjeux », *Revue de la Bibliothèque nationale de France*, mars, pp. 78-83.
- Lebourg N., 2010, *Le monde vu de la plus extrême droite. Du fascisme au nationalisme révolutionnaire*, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan.
- 2011, « La Diffusion des péjorations communautaires après 1945. Les nouvelles altérophobies », *Revue d'éthique et de théologie morale*, 267, pp. 39-58.
- Le Gallou J.-Y., 1985, *La Préférence nationale. Réponse à l'immigration*, Paris, A. Michel.
- Matuszak C., 2006, « De l'anarchisme au combat identitaire : l'internet comme média révolutionnaire? ». Accès : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/06/22/41/PDF/sic_00000619.pdf. Consulté le 18/09/12.
- 2007, « L'environnement discursif des forums politiques : le cas des forums d'organisations politiques marginales », *Études de communication*, 30. Accès : <http://edc.revues.org/index510.html>. Consulté le 04/09/12.
- Taguieff P.-A., 1994, *Sur la Nouvelle Droite. Jalons d'une analyse critique*, Paris, Descartes.
- Vardon Ph., 2011, *Éléments pour une contre-culture identitaire*, Nice, Éd. Idées.