

Cambridge Analytica : les anti-Brexit montent au créneau

■ A un an, presque jour pour jour, de l'entrée en vigueur du Brexit, ses adversaires tentent d'exploiter le scandale Cambridge Analytica.

■ John Curtice remet en cause l'influence de Cambridge Analytica et plus généralement des médias sociaux.

Tristan de Bourbon
Correspondant à Londres

L'homme aux cheveux roses a témoigné mardi devant un comité parlementaire britannique. Christopher Wylie, le lanceur d'alerte canadien de 28 ans dont les déclarations secouent la politique britannique depuis le 18 mars, a confirmé ce que nous publions mardi dans nos colonnes : les employés de la société Aggregate IQ, créée avec Cambridge Analytica par le groupe SLC pour influencer des élections, "m'ont avoué que ce qu'ils faisaient était, je cite : 'totalement illégal'. Il faut vous rappeler que c'est une société qui fait le tour du monde pour ébranler des institutions démocratiques dans toutes sortes de pays. Ses responsables ne s'inquiètent pas vraiment du fait que ce qu'ils font est légal car ils aiment gagner."

Pourquoi illégal ? Parce que quatre entités favorables au Brexit (Vote Leave, BeLeave, DUP et Veterans for Britain) ont payé Aggregate IQ pour obtenir des données ensuite utilisées en commun. Cette coordination n'est légale que si les montants de dépenses de campagne sont cumulés, pas si elles sont artificiellement dissociées, comme ce fut le cas ici (voir texte ci-contre).

Les opposants du Brexit s'accrochent désormais à cet argument à un peu plus d'un an de la sortie effective de l'UE.

Ces révélations ont fait bondir de nombreux politiciens. Pour la députée écologiste Caroline Lucas, "si les accusations sont vraies, cela montre que quelque chose est pourri au cœur de notre démocratie". Les premières menaces d'un emballement judiciaire de cette affaire ont été émises par un partisan du Brexit, le député travailliste Franck Field, qui espère bien qu'en cas de comportement illégal, les coupables subiront "le poids de la loi". Le cabinet d'avocats qui conseille Christopher Wylie a, de son côté, fait savoir qu'il "existe de fortes suspicions que les campagnes ont été fortement liées et coordonnées, ce qui voudrait dire que les sommes dépensées par Vote Leave soient illégales et que sa déclaration de dépenses soit incorrecte". Il estime également possible la poursuite en justice de l'un des anciens employés de Cambridge Analytica devenu le conseiller spécial de la Première ministre Theresa May. Celui-ci aurait modifié l'accès à un disque dur, qui prouverait le lien entre les différentes entités, "alors que la commission électorale enquêtait sur Vote Leave".

Brexit remis en cause ?

Cela pourrait-il bloquer le Brexit ? Christopher Wylie, qui a pourtant répété qu'il était eurosceptique et favorable au Brexit, ne serait pas forcément contre. "Il serait dommage que des malversations soient confirmées par la commission électorale après le départ du Royaume-Uni de l'Union européenne..." Même si cela paraît, à l'heure actuelle, peu crédible.

Décidés à ne pas se laisser faire, les Brexiteurs ont même entamé la contre-attaque. Après avoir nié toute malversation de la part de ses équipes, Dominic Cummings, l'ancien directeur de campagne de Vote Leave, a indiqué sur son blog qu'"une équipe déposera une plainte officielle [...] à propos de la conduite illégale de la campagne pour le maintien dans l'UE". Il avait en effet déjà indiqué que celle-ci avait utilisé des moyens illégaux pour dépasser le plafond des dépenses autorisées. Une accusation répétée à la Chambre des communes mardi par le député conservateur Tim Loughton. Il a avancé que les partisans du maintien ont transféré 1,3 million d'euros à travers cinq entités séparées.

Enfin, des emails publiés par Vote Leave semblent suggérer que Christopher Wylie avait tenté de travailler avec l'organisation pro-Brexit après son départ de Cambridge Analytica. "Ils ont dit non à votre proposition et maintenant vous êtes là en train de faire des suggestions sur le Brexit", lui a lancé le député conservateur Julian Knight lors de son passage devant le comité parlementaire. Rien n'est décidément limpide dans cette histoire, une constante au Royaume-Uni depuis le 23 juin 2016.

Référendum

Soupçons de fraudes pour le groupe officiel de campagne du Brexit

Ils ont triché! *"Vote Leave" ne nous a jamais vraiment donné cet argent. Ils ont juste fait semblant. Nous n'en avons aucun contrôle, nous n'étions que des étudiants de 22 ans.* Dans l'hebdomadaire "The Observer", Shahmir Sanni accuse son ancien employeur, le groupe de campagne officiel en faveur du Brexit, d'avoir truqué ses comptes pendant la campagne du référendum. Dix jours avant le vote, alors qu'elle avait quasiment atteint son plafond de dépense de £7 millions (alors 9 millions d'euros), "Vote Leave" apprend qu'elle va

recevoir un don de £625 000, raconte le lanceur d'alerte, qui demeure partisan de la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Embarrassée, elle demande le versement de cette somme sur le compte bancaire de "BeLeave", une organisation créée pour embrigader les jeunes en faveur du Brexit. Cette opération aurait été autorisée tant que les deux entités menaient une campagne différente et ne coordonnaient pas leurs actions. *"Nous n'avons jamais été séparés d'eux"*, assure pourtant celui qui était à l'époque le trésorier et le secrétaire de BeLeave. *"Ils nous ont dit de créer un compte bancaire séparé mais jamais aucune somme n'y a été versée. 'Vote Leave' décidait de tout."* Des déclarations troublantes alors que plusieurs enquêtes officielles ont déjà blanchi "Vote Leave".
T. de B. à Londres

3 QUESTIONS À

John Curtice

Professeur de sciences politiques à l'université de Strathclyde et président de l'association des instituts de sondage britanniques.

1 L'ancien employé de Cambridge Analytica assure que, sans cette entreprise, il n'y aurait pas eu de Brexit. Son ancien patron, suspendu, se vantait aussi d'avoir influencé de manière significative le résultat d'élections. Qu'en pensez-vous ?

Il ne faut pas être surpris que Cambridge Analytica prétende avoir influencé des élections, eu accès à des électeurs dans des recoins difficiles d'accès, fait pencher la balance grâce à son travail minutieux. Ce discours lui permet en effet de gagner de l'argent ! Pourtant, lorsqu'on recherche des preuves, des éléments concrets à propos de son analyse, on s'aperçoit qu'il n'y a rien pour corroborer ses déclarations. Plus largement, l'Histoire ne retient que les vainqueurs. Comme Cambridge Analytica a aidé le camp de la sortie de l'Union européenne et que celui-ci a gagné le référendum, on drape la société de pouvoirs et de connaissances incroyables. Pourtant, à titre de contre-exemple, tout le monde a expliqué le bon score du Parti travailliste lors de l'élection de mai 2017 par la capacité du groupe politique Momentum à mobiliser les jeunes de gauche. Pourtant, nos études ont montré que les jeunes partisans du Labour n'étaient pas plus enclins à aller voter que lors des élections précédentes. Il faut vraiment douter de ce type d'effets d'annonce médiatiques.

2 Quel rôle Cambridge Analytica peut-il avoir joué dans le référendum sur le Brexit ?

Pour dire vrai, personne ne le sait, pour la seule et bonne raison qu'à ma connaissance, aucune étude sérieuse n'a été réalisée pour savoir si les médias sociaux ont eu une influence importante ou pas sur le vote des électeurs. Ce serait très difficile à déterminer en raison des influences réciproques (c'est-à-dire la combinaison des influences sociétales, culturelles et politiques, NdIR). Pour le moment, on sait que les médias sociaux sont plus un moyen de mobiliser les gens qu'un moyen de les convaincre. Par exemple, sur Twitter, les partisans du Brexit suivent les partisans du Brexit et ils renforcent ainsi leur opinion, tout comme les partisans du maintien dans l'UE entre eux.

3 Les médias sociaux ont-ils fait évoluer le mode de campagne des partis politiques ?

Oui, ils ont changé l'accès aux électeurs. Traditionnellement, les partis utilisaient la publicité pour du message de masse et faisaient du porte-à-porte pour les questions locales. Pour mieux cibler leur message, les partis politiques ont commencé à utiliser le programme informatique Mosaic qui, grâce aux données détenues sur les électeurs, permet de les classer dans de grandes catégories et donc de cibler leurs préoccupations. Parallèlement, les médias sociaux, qui ne sont pas encadrés par la loi contrairement aux médias traditionnels, ont permis d'élargir le facteur de dissémination publicitaire car ces messages, souvent négatifs et souvent diffusés à travers des vidéos courtes, sont à la fois ciblés et non concentrés géographiquement. Finalement pourtant, les facteurs du vote en faveur du Brexit sont bien plus profonds que l'habileté d'une compagnie chargée de la communication. Si les Britanniques ne se sentaient pas historiquement si peu européens, si le Royaume-Uni n'avait pas connu une crise financière et économique il y a dix ans et une immigration massive au cours des quinze dernières années, les conditions pour le vote en faveur du Brexit n'auraient jamais été réunies.

T. de B., à Londres