



# LES RÉSEAUX SOCIAUX CENTRAFRICAINS À L'AUBE DES ÉLECTIONS

Symptôme avancé d'une crise politique à venir

**Saber JENDOUBI**

Mars 2021



L’Ifri est, en France, le principal centre indépendant de recherche, d’information et de débat sur les grandes questions internationales. Créé en 1979 par Thierry de Montbrial, l’Ifri est une association reconnue d’utilité publique (loi de 1901). Il n’est soumis à aucune tutelle administrative, définit librement ses activités et publie régulièrement ses travaux.

L’Ifri associe, au travers de ses études et de ses débats, dans une démarche interdisciplinaire, décideurs politiques et experts à l’échelle internationale.

Les opinions exprimées dans ce texte n’engagent que la responsabilité de l’auteur.

ISBN : 979-10-373-0328-8

© Tous droits réservés, Ifri, 2021

#### **Comment citer cette publication :**

Saber Jendoubi, « Les réseaux sociaux centrafricains à l’aube des élections : symptôme avancé d’une crise politique à venir », *Études de l’Ifri*, Ifri, mars 2021.

#### **Ifri**

27 rue de la Procession 75740 Paris Cedex 15 – FRANCE

Tél. : +33 (0)1 40 61 60 00 – Fax : +33 (0)1 40 61 60 60

E-mail : [accueil@ifri.org](mailto:accueil@ifri.org)

**Site internet :** [ifri.org](http://ifri.org)



# Auteur

**Saber Jendoubi** est journaliste pour différents médias nationaux et internationaux (Radio France, Ouest-France, BBC, Radio Vatican, etc.). Diplômé de l'IUT de Lannion, il est l'un des contributeurs du prix Pulitzer 2020 du reportage international signé par Dionne Searcey, « Gems, Warlords and Mercenaries: Russia's Playbook in Central African Republic », parue dans *The New York Times* en septembre 2019.

Installé en République centrafricaine de 2016 à 2019, il a réalisé de nombreux reportages à Bangui et en province. Saber Jendoubi s'intéresse aux nouvelles formes de rivalités dans le cyberspace et au rôle de la presse dans les conflits. À paraître en 2021, une bande dessinée sur son expérience centrafricaine : « Centrafrique : sexe, fêtes et crimes de guerre ».



## Résumé

Bien que la Centrafrique reste un pays très faiblement connecté avec un taux de pénétration d'internet de 14 % en 2020, on note un début d'appropriation citoyenne de l'usage des réseaux sociaux. Largement dominés par les élites représentées par la classe politique et les membres de la société civile, les réseaux sociaux regorgent de possibilités d'un nouveau genre pour l'engagement citoyen et la communication politique. Sur ce nouveau terrain, inspiré par les Russes, le parti présidentiel semble dominer le jeu. L'opposition a intégré l'importance des réseaux sociaux sans pour autant s'y être pleinement investie. Force est de constater que les pratiques de diffusion et d'amplification des fausses informations qui sont apparues depuis l'offensive communicationnelle russe en Centrafrique en 2018 se sont intensifiées pendant la période électorale. En polluant le débat public et en dégradant le climat politique, elles posent un nouveau défi aux acteurs politiques et aux régulateurs des élections.

## Abstract

Although the Central African Republic remains a very weakly connected country with an Internet penetration rate of 14% in 2020, citizens begin to appropriate the use of social networks. Largely dominated by elites represented by the political class and members of civil society, social networks are full of new kinds of possibilities for citizen engagement and political communication. On this new ground, inspired by the Russians, the presidential party seems to dominate the game. The opposition has understood the importance of social networks without being fully invested. It has to be noted that the practices of dissemination and amplification of false information, appeared since the Russian communications offensive in the Central African Republic in 2018, are intensified during the election period. By polluting public debate and degrading the political climate, they constitute a new challenge for political actors and election regulators.





# Sommaire

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>9</b>
<b>IMPORTANCE, STRUCTURE ET USAGES DE L'ESPACE NUMÉRIQUE EN CENTRAFRIQUE .....</b>	<b>11</b>
<b>L'espace public numérique centrafricain: un espace élitare .....</b>	<b>11</b>
<b>Facebook : un vecteur de communication aux usages multiples .....</b>	<b>14</b>
<b>LES RÉSEAUX SOCIAUX : UNE ARME DE CAMPAGNE.....</b>	<b>19</b>
<b>La campagne numérique du MCU.....</b>	<b>19</b>
<b>Une opposition à la traîne .....</b>	<b>26</b>
<b>TIMIDES MESURES PRÉVENTIVES CONTRE LA DÉSINFORMATION ..</b>	<b>29</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>33</b>



# Introduction

Le 27 décembre 2020, en République centrafricaine (RCA), marque la victoire au premier tour du président sortant Faustin-Archange Touadera. Il est ainsi reconduit pour cinq années supplémentaires au climax d'une guerre civile opposant la Coalition patriotique pour le changement et l'armée régulière appuyée des « instructeurs russes » et de bataillons rwandais. En Centrafrique comme ailleurs, les réseaux sociaux se développent vite et jouent un rôle sociétal grandissant. Avec l'avènement des smartphones et de l'internet mobile, les réseaux sociaux constituent un nouveau vecteur de communication, un instrument de participation à la vie citoyenne du pays et un levier d'influence sur l'opinion publique. Les citoyens, les milieux politiques, les organisations de la société civile, les acteurs économiques et les partenaires étrangers ont investi ce nouvel espace qu'offrent les réseaux sociaux, et en particulier Facebook, le plus utilisé.

À l'occasion des élections législative et présidentielle de 2020, les acteurs politiques centrafricains investissent dans les médias sociaux de manière contrastée afin de conquérir le pouvoir pour les uns et le conserver pour les autres. Les réseaux sociaux avaient déjà été mobilisés lors des précédents scrutins à la fin de la transition en 2015 et 2016. À ce moment-là, les résultats du scrutin étaient disponibles sur les réseaux sociaux qui diffusaient les premières tendances avant les radios et les télévisions. Ce qui différencie les scrutins de 2020 et 2021 de ceux de 2015 et 2016, c'est l'intégration des réseaux sociaux dans la campagne électorale comme nouveau dispositif de communication, de propagande et de désinformation. Si le militantisme politique se manifeste de plus en plus dans les réseaux sociaux, force est de reconnaître que la campagne électorale numérique est dominée par des manœuvres informationnelles hostiles et qu'à ce titre, Facebook est davantage un espace de propagande que de débats.

Cette note analyse la structure de l'espace numérique centrafricain et ses usages dans le cadre de la campagne électorale qui a commencé officiellement le 12 décembre mais qui a déjà commencé bien avant sur les réseaux sociaux. Elle montre les déséquilibres et inégalités qui caractérisent l'accès et l'usage des médias sociaux. À travers l'analyse des usages spécifiquement politiques des réseaux sociaux, cette note met en évidence les techniques de propagande électorale et la domination de cet espace de communication par certains acteurs politiques, notamment le parti présidentiel (Mouvement des cœurs unis, MCU). Alors qu'en période

électorale la surveillance des discours de haine est traditionnellement de mise, l'importance prise par le numérique dans les campagnes électorales incite dorénavant à la surveillance de la désinformation par les réseaux sociaux.

Cette note a été rédigée sur la base d'observations et de fréquentations professionnelles pendant un séjour de trois ans en Centrafrique, du suivi des réseaux sociaux et d'échanges récents à distance avec des interlocuteurs centrafricains. Elle vient compléter et conclure l'analyse de l'espace médiatique centrafricain entamée avec le panorama de la presse centrafricaine<sup>1</sup>.

---

1. S. Jendoubi, « Panorama de la presse centrafricaine, entre pauvreté et politique d'influence », *Notes de l'Ifri*, octobre 2019.

# Importance, structure et usages de l'espace numérique en Centrafrique

Si l'usage des réseaux sociaux s'est largement répandu et diversifié en Centrafrique ces dernières années, il reste encore minoritaire et réservé à une élite urbaine et ne se distingue pas en cela des médias traditionnels. Cependant l'influence des réseaux sociaux dépasse le nombre d'utilisateurs et la politisation de ces réseaux s'est récemment accentuée.

## L'espace public numérique centrafricain : un espace élitare

En termes de comparaisons internationales, la Centrafrique est un des pays les moins connectés du monde devant le Niger et le Burundi. Avec 650 000 utilisateurs pour environ 5 millions d'habitants, le taux de pénétration de l'internet en RCA est de 14 % en janvier 2020 alors qu'il est de 22 % en Afrique centrale<sup>2</sup>. La RCA se retrouve à la fin des classements mondiaux des réseaux sociaux avec 2,5 % de taux de pénétration<sup>3</sup>. Ce classement concerne des plateformes Facebook, Facebook Messenger (soit environ 122 000 utilisateurs), What's App (propriété de Facebook) et Instagram (à peine 8 000 instagrammers, propriété de Facebook)<sup>4</sup>. Ces chiffres doivent être nuancés par la progression rapide du nombre d'utilisateurs : selon le rapport Datareportal sur la Centrafrique, le nombre d'internautes a augmenté de 107 000 (+ 20 %) entre janvier 2019 et janvier 2020 et le nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux a augmenté de 17 000 (+ 16 %) entre avril 2019 et janvier 2020<sup>5</sup>. Bien que le marché de l'internet mobile se développe rapidement dans le pays, 86 % de la population restent non

---

2. S. Kemp, Reports digital, Central African Republic, 2020.

3. Internet World Stats, Africa, [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com).

4. Twitter, Snapchat, Tiktok qui sont d'autres applications très utilisées dans d'autres pays n'apparaissent pas dans l'enquête Digital Report 2020 sur la RCA.

5. S. Kemp, *op. cit.*

connectées en 2020<sup>6</sup>. La quasi-totalité des usagers (96 %) accède à internet *via* un abonnement mobile et le marché de la téléphonie et de la connexion mobile est réparti entre quatre opérateurs : Orange, Telecel, Moov et Azur. Le retard de connectivité de la RCA s'explique par un déficit d'infrastructures, un très faible pouvoir d'achat et un fort taux d'illectronisme<sup>7</sup>.

Dans un rapport récent de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (l'ARCEP<sup>8</sup>), les opérateurs déclarent ne couvrir que 51 % du territoire pour l'internet mobile. Une fois atteint les marges de Bangui, aux alentours du Point-Kilomètre 12, les vendeurs de crédits de rue se font rares, tout comme l'électricité. En effet, derrière les chiffres de connectivité, il y a le premier handicap de la sous-électrification du pays, « le taux d'électrification national ne s'élevant pas à plus de 4 %<sup>9</sup> ». Le taux d'accès à l'électricité en zone rurale est quasi nul. De ce fait, les antennes relais situées en province sont alimentées par des générateurs à essence que des préposés allument le matin entre 6h et 8h et éteignent, selon les localités, entre 18h et 21h. En dehors de ces heures, pas d'accès aux réseaux téléphoniques et à internet. Les antennes et leurs générateurs sont parmi les premières infrastructures pillées lors des intrusions des groupes armés dans les localités, ce qui oblige souvent les opérateurs à payer les groupes armés pour qu'ils ne volent pas leurs équipements. Compte tenu de la vulnérabilité et du manque de couverture du réseau, les bases des Nations unies et de certaines organisations non gouvernementales internationales (ONGI) disposent de leur propre système de communication.

À ce manque d'infrastructures et de couverture du réseau s'ajoutent le facteur coût et un illectronisme très répandu. En moyenne, un appel coûte 100 Fcfa (0,15¢)<sup>10</sup> et les SMS 25 Fcfa (0,04¢) entre le même opérateur, et 50 Fcfa (0,08¢) d'un opérateur à un autre. Le prix en moyenne d'un smartphone varie de 150 000 à 350 000 Fcfa (229 € à 534 €). La connexion internet coûte 500 Fcfa (0,76 ¢) au minimum. Dans un cybercafé à Bangui, une heure d'utilisation coûte 1 500 Fcfa (2,30 €) en moyenne. Enfin, le prix

---

6. Selon S. Kemp, 86 % des Tchadiens, 70 % des Camerounais, 58 % des Gabonais, 54 % des Sénégalais ou encore 57 % des Kenyans ne sont pas connectés à internet.

7.« L'illectronisme, inhabileté numérique, illettrisme numérique, ou encore illettrisme électronique, est la difficulté, voire l'incapacité, que rencontre une personne à utiliser les appareils numériques et les outils informatiques en raison d'un manque ou d'une absence totale de connaissances à propos de leur fonctionnement. », source Wikipédia.

8. L'évolution des indicateurs des marchés de la télécommunication en Centrafrique, Tableau de bord du 1<sup>er</sup> trimestre 2020, ARCEP, République centrafricaine. Ce rapport repose sur une base de données fournie par les opérateurs.

9. C. Nzango, « Le syndrome énergétique Centrafricain. Pourquoi tant de délestage à Bangui ? », Centre d'études pour le développement des territoires et l'environnement, Université d'Orléans, 2019.

10. Observations de l'auteur, Bangui, 2018.

de 5 minutes de charge de batterie proposé par les kiosques varie entre 100 et 150 Fcfa (0,15 et 0,23 ¢). Mis bout à bout, devenir propriétaire d'un téléphone implique une dépense conséquente pour la majorité des Centrafricains qui vivent en dessous du seuil de pauvreté<sup>11</sup>. Il convient de rappeler que près de 3 millions de Centrafricains requièrent encore aujourd'hui une aide humanitaire, dont 1,7 million survit dans une situation d'extrême urgence<sup>12</sup>.

Par ailleurs, une grande partie de la population est privée des bases alphabétiques et numériques indispensables à l'utilisation d'internet. Selon l'UNICEF, 64 % des enfants ne savent pas lire ou écrire<sup>13</sup> et 8 adultes sur 10 sont analphabètes<sup>14</sup>. Dans un pays de 5 millions d'habitants, il n'y a qu'une seule université, dans la capitale, et il n'y a qu'un seul lycée par province, dans le chef-lieu de préfecture.

L'écosystème numérique est donc miné par des handicaps structurels et durables et la fracture numérique centrafricaine est très marquée à la fois sur les plans social et géographique. À l'exception des ONGI, des agences des Nations unies et de certains établissements religieux, l'internet est inaccessible en province, c'est-à-dire pour la très grande majorité de la population. Focalisé à Bangui où se trouvent cinq cybercafés, l'usage d'internet reflète la concentration des ressources économiques et sociales dans la capitale au détriment du reste du pays. Les internautes centrafricains sont donc surtout des jeunes banguissois disposant d'un bon niveau de vie et des membres de la diaspora qui ont un accès facile aux réseaux sociaux dans leurs pays d'accueil. À l'instar des médias traditionnels<sup>15</sup>, l'accès à l'espace public numérique est réservé à une élite urbaine majoritairement masculine<sup>16</sup> qui forme, avec la diaspora, une communauté digitale réduite en nombre mais influente grâce à l'effet de relais d'opinion. Du fait de sa position sociale privilégiée, cette communauté digitale est en mesure d'influencer d'autres catégories de la population. Les opinions diffusées sur les réseaux sociaux ne restent pas enfermées dans les réseaux sociaux et limitées à leurs usagers, elles se diffusent aussi par d'autres moyens (médias traditionnels et discussions directes) au-delà du cercle limité des Centrafricains connectés. Dès lors les réseaux sociaux deviennent un

---

11. D'après la Banque Mondiale, environ 71 % de la population vit en dessous du seuil de pauvreté, soit avec 1,60 € par jour (environ 1050 Fcfa). Rapport 2018 sur la pauvreté et la prospérité partagée, Banque mondiale, 2019.

12. Bureau de la coordination des affaires humanitaires en Centrafrique (OCHA CAR), 1<sup>er</sup> décembre 2020, [www.unocha.org](http://www.unocha.org).

13. Communiqué de presse, « 3 jeunes sur 10 sont analphabètes dans les pays touchés par des conflits catastrophes », UNICEF, 31 janvier 2018.

14. Entretien avec Giovanni Zambello, responsable de la communication, UNICEF, novembre 2020.

15. S. Jendoubi, *op. cit.*

16. 68,7 % des utilisateurs de Facebook sont des hommes. Voir S. Kemp, *op. cit.*

prolongement du champ politique et du débat public déjà largement dominé par les élites mais dont les opinions circulent dans le reste de la société.

## Facebook : un vecteur de communication aux usages multiples

Nombreux sont les Centrafricains qui se servent de Facebook pour discuter, partager ou prendre des nouvelles de leurs proches. Facebook est aussi un espace où la liberté d'expression peut s'exercer pour veiller, commenter la vie politique du pays et parfois alerter sur les dérives du pouvoir ou sur les massacres commis en province. En Centrafrique, ces dernières années les usages de Facebook ont évolué de la communication privée à la communication politique.

Les 122 000 comptes Facebook dénotent des usages très divers de ce nouveau moyen de communication, mais ont souvent une visée professionnelle et informationnelle. Ainsi la ville de Bangui, de nombreuses localités, les arrondissements, des quartiers ainsi que les ministères et grandes administrations ont tous leur page institutionnelle sur lesquelles ces acteurs publics communiquent plus ou moins stratégiquement leurs projets et réalisations. Parfois, il arrive qu'une institution possède plusieurs comptes (comme la primature et la présidence<sup>17</sup>) ou des comptes annexes, ce qui peut décontenancer l'observateur extérieur. Les ONG nationales, les cabinets d'avocat et des entreprises ont aussi des pages, toutes ne se limitant pas à la communauté d'internautes centrafricains : « Je ne vise pas les Centrafricains, je vise les partenaires internationaux sur les actions de mon organisation<sup>18</sup>. » Les milieux religieux (églises catholiques et évangéliques) sont aussi très présents sur Facebook : beaucoup diffusent des photos de leurs cérémonies, des extraits de versets bibliques et certains diffusent des vidéos<sup>19</sup> ou des *lives* de leurs messes<sup>20</sup>.

Enfin, une vingtaine de groupes et de pages créés et administrés par des Centrafricains, accumulent des dizaines de milliers d'abonnés. Ils mêlent

---

17. La présidence possède 5 comptes sur Facebook, dont 2 ne sont plus actifs, mais toujours visibles : [www.facebook.com/PresidenceDeLaCentrafrique/](http://www.facebook.com/PresidenceDeLaCentrafrique/) ; [www.facebook.com/Pr%C3%A9sidence-RCA-502022043176327/](http://www.facebook.com/Pr%C3%A9sidence-RCA-502022043176327/) ; [www.facebook.com/presidence.centrafrique](http://www.facebook.com/presidence.centrafrique) ; [www.facebook.com/Presidence-RCA-Cabinet](http://www.facebook.com/Presidence-RCA-Cabinet) ; [www.facebook.com/Presidence-Centrafricaine](http://www.facebook.com/Presidence-Centrafricaine).

La primature possède elle aussi 5 comptes, dont 3 ne sont plus actifs, mais toujours visibles : [www.facebook.com/primature.centrafrique.5](http://www.facebook.com/primature.centrafrique.5) ; [www.facebook.com/primature.centrafrique](http://www.facebook.com/primature.centrafrique) ; [www.facebook.com/primaturercaofficiel/](http://www.facebook.com/primaturercaofficiel/) ; [www.facebook.com/primatureRCA/](http://www.facebook.com/primatureRCA/) ; [www.facebook.com/groups/1144881285672956/](http://www.facebook.com/groups/1144881285672956/)

18. Entretien téléphonique avec une responsable d'ONG locale, Bangui, novembre 2020.

19. Église Baptiste Ngoubagara, de l'Union fraternelle des Églises baptistes (UFEB), [www.facebook.com/eglisebaptistengoubagara.ufeb.7](http://www.facebook.com/eglisebaptistengoubagara.ufeb.7).

20. Paroisse Notre-Dame de Fatima, Bangui, [www.facebook.com/Paroisse-NDFatima-de-Bangui](http://www.facebook.com/Paroisse-NDFatima-de-Bangui).



histoire de la RCA (« Centrafrique après la guerre », « Bangui hier et aujourd'hui », « Savoir sur l'histoire de la R.C.A » pour les plus gros), l'actualité (« Ndjoni Sango », « CNC actualités », « DIASPORA »), des pages bons plans et humours (« Bons plans Centrafrique », « BouchePiment », « Prédi Zem ») et des pages de débats apolitiques (« Cercle de réflexion pour l'essor de la Centrafrique », « Tous les Centrafricains du monde » ; « 100 % Centro »).

Par ailleurs, les réseaux sociaux ont une fonction d'information importante sur le conflit centrafricain. Compte tenu de la faible couverture du territoire par les journalistes professionnels<sup>21</sup>, quand il y a un massacre, les résidents tentent de les documenter par des photos, des vidéos et témoignages sur les réseaux sociaux. Une documentation accompagnée de photos de cadavres et de bilans provisoires. La viralité fait le reste. Ces posts Facebook mettent en lumière les violences ayant lieu loin de la capitale, contraignant les journalistes à traiter le sujet, et les autorités au moins à s'exprimer, à défaut d'agir. C'est ainsi que les Centrafricains se sont passionnés pour les récits du père Jean-Alain Zembi<sup>22</sup>, à Zemio en 2017, ont partagé les témoignages Facebook de la tuerie de la mosquée de Bangassou en 2017 (contredisant ainsi le discours et les chiffres officiels) et ont propagé les photos du massacre d'Alindao en 2018<sup>23</sup>. Plus récemment en 2019, à Bozoum, le prêtre Aurélio Gazzera a dénoncé sur son blog, très suivi, « le problème de l'exploitation sauvage » de l'extraction de l'or par des entreprises chinoises<sup>24</sup>. La viralité des réseaux sociaux a fait le reste : la presse et des parlementaires s'en sont emparé, le chef du gouvernement et d'autres responsables politiques ont été mis en cause et cela a constitué le principal scandale de corruption de l'année 2019 à Bangui<sup>25</sup>.

En outre, l'utilisation de Facebook semble importante pour la diaspora centrafricaine. Elle lui permet de suivre, intervenir et diffuser ses opinions dans les débats publics numériques. Ainsi un cadre qui travaille dans la banque de la région parisienne envisage Facebook comme un espace d'éducation : « J'utilise les réseaux sociaux pour impacter positivement la population centrafricaine à travers des publications favorisant l'histoire, la culture de RCA ; dénoncer les faits de corruption et les travers de la classe

---

21. S. Jendoubi, *op. cit.*

22. « Centrafrique : un abbé raconte sur facebook le calvaire de sa paroisse » AFP, repris par Challenges.fr, 5 juillet 2017.

23. « République centrafricaine : un rapport de l'ONU sur le massacre d'Alindao en novembre 2018 », Franceinfo.fr avec AFP, 4 mars 2019.

24. C. Bensimon, « Le combat du prêtre Aurelio Gazzera contre les mines d'or chinoises en Centrafrique », *Le Monde*, 25 septembre 2019, [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr).

25. « En Centrafrique, une rivière 'en ruines' à cause d'entreprises minières chinoises », France 24, Les Observateurs, 25 avril 2019.

politique ou autres acteurs de la vie politique centrafricaine ; proposer des solutions sur les grands problèmes de société.<sup>26</sup> »

Un chef d'entreprise franco-centrafricain, basé en Belgique, militant politique, déclare « poster des vidéos pour que le pouvoir me regarde. Je réagis sur tous les sujets d'actualité. Parfois ça marche. Quand je ne les titille pas, ils sont rassurés, comme si je leur appartenais. Mais dès que je tacle, ils commencent à m'écrire. Tous les politiques prêtent attention à Facebook.<sup>27</sup> »

En RCA, les réseaux sociaux ne sont pas devenus un espace de débat alternatif mais le principal espace de débat et de propagande partisane et négative. En effet, dans la mesure où l'espace de débat public est extrêmement réduit et où les pressions du pouvoir sur les médias traditionnels (journaux, radios) ne sont pas rares, « les réseaux sociaux sont vite devenus le lieu par excellence pour les débats<sup>28</sup> ». C'est sur les comptes d'individus que les débats politiques se font les plus nombreux et les plus vifs. À ce titre, depuis le rapprochement russo-centrafricain en 2017<sup>29</sup>, les réseaux sociaux sont notamment devenus les vecteurs de campagne de communication hostiles contre la Mission multidimensionnelle intégrée des Nations unies pour la stabilisation en Centrafrique (MINUSCA), l'Union européenne (UE) et la France. Ces dernières sont prises comme boucs émissaires dans le cadre de polémiques diffusées par la presse locale et bien souvent initiées sur les réseaux sociaux. Parmi ces polémiques à répétition, figurent l'affaire du pont aérien, la dernière résolution des Nations unies, des attaques *ad hominem* contre des membres de la MINUSCA<sup>30</sup> et de l'ambassadrice de l'UE (Samuela Isopi)<sup>31</sup>. Au printemps dernier, un pont aérien a été décidé pour acheminer du matériel de protection face à l'épidémie de COVID-19. Or les contaminations ont augmenté après la mise en place du pont. Sur les réseaux sociaux, certains ont argué que ce pont aérien était la cause de cette forte augmentation sciemment fomentée par l'UE ayant pour objectif inavoué d'« exterminer le peuple centrafricain<sup>32</sup> ». En juin, une brève campagne sur Facebook a accusé le gouvernement français d'envoyer ses légionnaires en Centrafrique pour

---

26. Entretien réalisé sur Facebook Messenger, Bangui, novembre 2020.

27. Entretien réalisé sur What's App, Bangui, novembre 2020.

28. Entretien réalisé sur What's App avec un journaliste, Bangui, novembre 2020.

29. C. Bouessel et E. Sari, « Pourquoi Vladimir Poutine avance ses pions en Centrafrique ? », *Nouvel Obs*, 4 mai 2018, [www.nouvelobs.com](http://www.nouvelobs.com).

30. « Centrafrique, Bangui à couteaux tirés avec l'ONU », *Jeune Afrique*, 27 février 2020.

31. Au printemps dernier, des rumeurs scabreuses ont été diffusées. Plus tard, le 17 octobre, des *trolls* du Facebook centrafricain ont relayé une « tribune » de l'ONG Lutte contre la déstabilisation en Afrique accusant Denise Brown, numéro 2 de la MINUSCA, et Samuela Isopi d'être à la tête « d'un réseau mafieux (...) contribuant à la déstabilisation de la RCA », [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

32. Post Facebook, Anti Info RCA, disponible ici : [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

« massacrer sa jeunesse<sup>33</sup> ». Dans la résolution 2552 du Conseil de Sécurité de l'ONU qui renouvelle le mandat de la MINUSCA le 12 novembre 2020, certains ont mis en exergue sur Facebook une disposition permettant à l'armée française d'intervenir sur demande de la mission onusienne. Or cette disposition n'a rien de nouveau puisqu'elle est en vigueur depuis le déploiement d'une mission onusienne de maintien de la paix par la résolution 2149 du 10 avril 2014. Toutes ces campagnes de communication hostiles ont pour point commun de recourir à la désinformation par de faux comptes Facebook. Dans le cadre de sa politique de surveillance, Facebook a mis en évidence des faux comptes qui se livraient à une véritable guérilla de propagande numérique pro-russe et pro-française en Centrafrique. Après avoir supprimé de faux comptes pro-russes en octobre 2019, Facebook a de nouveau supprimé des faux comptes cette fois pro-russes et pro-français en décembre 2020<sup>34</sup>.

---

33. C. le Créateur, « Des légionnaires [français] ont été déployés à Bangui pour tuer la jeunesse centrafricaine », post Facebook partagé 23 fois, le 2 juin 2020.

34. Removing Coordinated Inauthentic Behavior from France and Russia, Facebook, 15 décembre 2020, <https://about.fb.com>.



# Les réseaux sociaux : une arme de campagne

La politisation des réseaux sociaux observée ces dernières années encourage les partis et les personnalités politiques à investir dans la communication numérique. Quelques comptes Facebook apartisans tournés vers les élections ont fait leur apparition. L'un en 2016, baptisé le *Touadéramètre*, était censé suivre l'application des promesses du président Touadéra<sup>35</sup>. Quatre mois plus tard, le projet était abandonné sur Facebook sous pression de la présidence centrafricaine<sup>36</sup>. Plus récemment, des initiatives pour l'instant assez confidentielles sont nées avec la page Facebook *Brigade Anti-Fraude Centrafrique*<sup>37</sup>, ou le compte *Vote, je dois voter*<sup>38</sup>. Mais avec les futures élections, Facebook connaît un regain de politisation partisane : beaucoup de candidats ont mis en place des *fan pages* et des groupes Facebook dédiés à leurs actions et la pratique du *trolling* avec son cortège de désinformation a fait son apparition<sup>39</sup>. Le parti au pouvoir ainsi que l'opposition utilisent Facebook comme la principale plateforme de diffusion de leur communication politique avec cependant des efforts très variables. Si What's App, l'application smartphone de messagerie, joue un rôle important dans la propagation d'informations, vraies ou fausses, grâce aux messages vocaux gratuits, Twitter n'est en revanche pas utilisé pour ces élections hormis quelques comptes officiels de certains candidats.

## La campagne numérique du MCU

La campagne électorale du Mouvement Coeurs Unis (MCU) se déroule sur le terrain mais aussi dans le cyberspace. Le parti présidentiel dispose d'une équipe bien structurée et financée, et n'hésite pas à recourir à des *trolls* et à certaines officines de communication très présentes sur les réseaux sociaux

---

35. [www.facebook.com/Le-TouadéraMetre](http://www.facebook.com/Le-TouadéraMetre)

36. Entretien téléphonique avec le créateur du Touadéramètre, France, décembre 2020.

37. <https://www.facebook.com/groups/1150964008636057>

38. <https://www.facebook.com/JeDoisVoter>

39. « En argot Internet, un *troll* caractérise un individu ou un comportement qui vise à générer des polémiques. Il peut s'agir d'un message (par exemple sur un forum), d'un débat conflictuel dans son ensemble ou plus couramment de la personne qui en est à l'origine. Ainsi, on désigne sous le néologisme *troller* le fait de créer artificiellement une controverse qui focalise l'attention, aux dépens des échanges et de l'équilibre habituel de la communauté. » Source : Wikipédia.

dans le but de glorifier les actions du gouvernement et de dénigrer toute forme d'opposition.

### ***L'organisation de la campagne numérique***

La campagne numérique du mouvement présidentiel repose sur une équipe de quelques personnes qui occupent des rôles clés. Selon l'organigramme officiel publié par le MCU<sup>40</sup>, Simplicie Sarandji, fidèle du président, ancien Premier ministre (2016-2019), est le directeur national de la campagne et, par conséquent, l'un des grands argentiers. « *Sarandji verrouille tout* », assure un ancien militant de l'équipe de campagne de Touadéra en 2015<sup>41</sup>. Il a la haute main sur les dépenses électorales courantes. Le MCU dispose d'une cellule informatique de cinq personnes à laquelle collabore Thierry Oronfei. Ingénieur informaticien franco-centrafricain longtemps basé dans la région lilloise où résidait aussi Touadéra, il est retourné en 2015 en Centrafrique suivre son proche parent devenu président de la République. Nommé conseiller chargé des nouvelles technologies à la présidence, il a fait partie de ceux qui ont milité pour un rapprochement avec la Russie<sup>42</sup>. Très présent sur les réseaux sociaux, il commente et partage constamment des publications à la gloire du président...et de Donald Trump. Dans le cadre de la campagne numérique, la société Fat-Com dirigée par Johnny Yannick Nalimo, a été contractée. Ce dernier est le fondateur-chroniqueur du journal en ligne Kangbi Ndara<sup>43</sup>, notoirement pro-russe et anti-français<sup>44</sup> mais également le président d'Aimons Notre Afrique (ANA) Centrafrique depuis 2018, la branche centrafricaine de l'ONG ANA<sup>45</sup>. L'essentiel de l'activité de la jeune entreprise Fat-Com consiste à publier du contenu sur les réseaux sociaux. Johnny Yannick Nalimo est l'un des créateurs des bataillons de trolls, avec Rodolphe Héritier Doneng (jeune fonctionnaire au ministère des Sports et de la Jeunesse, et leader du Mouvement les Requins de Centrafrique dont les activités d'intimidation politique ont été documentées par l'ONU)<sup>46</sup>. Récemment, les *trolls* du MCU, appelés « agents relais de

---

40. Décision portant nomination de l'équipe de la direction nationale de campagne, MCU, 19 octobre 2020.

41. Entretien What's App, Bangui, novembre 2020.

42. « Russie-Centrafrique : les camarades de Touadéra », *Jeune Afrique*, 11 mars 2019, disponible ici : [www.jeuneafrique.com](http://www.jeuneafrique.com).

43. Kangbi Ndara, <https://kangbi-ndara.info/>.

44. P. Pabandji, « Centrafrique : le bras de fer Paris-Moscou se joue aussi dans la presse », *Jeune Afrique*, 14 janvier 2019.

45. « Centrafrique : Johnny Yannick Nalimo nommé président national de l'ONG ANA », *Medias Centrafrique*, 24 août 2018.

46. D'après le groupe d'experts de l'ONU, Héritier Doneng « publie régulièrement sur les réseaux sociaux des messages qualifiables d'incitation à la haine et à la violence » et le mouvement des Requins « a lancé une campagne d'intimidation sur les réseaux sociaux, sans toutefois jamais être impliqué dans des faits

l'information et communication sur les réseaux sociaux<sup>47</sup> », ont reçu une formation au siège de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC), à Bangui. Selon certains témoignages, les jeunes *trolls* sont « installés à la présidence et dans les bureaux du ministère de la Jeunesse et des Sports (...). Ils publient les articles validés par les gars de Fat-Com et Sarandji<sup>48</sup> ». Parfois, les *trolls* piochent dans les éléments de langage mis à leur disposition sur Facebook<sup>49</sup>. Ils seraient financés par la présidence et indirectement par les intérêts russes sur place<sup>50</sup>.

Conseiller de l'ombre de cette campagne numérique, Harouna Douamba est un homme d'affaires ivoirien d'origine burkinabé, né en 1973. Il a créé l'ANA<sup>51</sup> en 2011 et s'est lancé, en 2015, dans les affaires (le groupe Solarino)<sup>52</sup>. Après avoir fait faillite, acculé par ses créanciers, Harouna Douamba a endossé de nouveau son costume d'activiste panafricain<sup>53</sup> et s'est rendu en RCA, berceau de sa jeune épouse. Il a réactivé son ONG ANA et a lancé une campagne « anti présence française en Centrafrique » au début de l'année 2018 à l'aide de faux comptes sur Facebook. En août 2018, il a rencontré officiellement le Premier ministre Sarandji. En décembre, il fut, avec Pascal Bida Koyagbele<sup>54</sup>, à l'initiative de la visite de Kemi Seba<sup>55</sup> à Bangui<sup>56</sup>. Aujourd'hui, Harouna Douamba est conseiller au ministère des Affaires étrangères. Pionnier de la propagande numérique anti-française et anti-MINUSCA, Harouna Douamba aurait mis ses compétences au service du MCU pour cette campagne électorale.

---

de violence ». Rapport de mi-mandat du Groupe d'experts sur la République centrafricaine, p. 9, 30 juillet 2019. [www.facebook.com](http://www.facebook.com) et [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

47. K. Ouadézán, Post Facebook, disponible ici : [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

48. Entretien réalisé sur Facebook Messenger avec un journaliste centrafricain, Bangui, décembre 2020.

49. D. Wonzoumon, Post Facebook, [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

50. Entretien réalisé sur What's App avec un journaliste, Bangui, décembre 2020.

51. Ong ANA, selon sa page « à propos » sur Facebook, a pour première mission « de faire renaître la solidarité entre les habitants de notre continent tout en les aidant à la compréhension des éléments sources de discorde voire de guerre dans leur pays, villes ou villages », [www.facebook.com/OngAimonsNotreAfrique](http://www.facebook.com/OngAimonsNotreAfrique).

52. Page LinkedIn officielle du Groupe Solarino. Consulté en novembre 2020. Aujourd'hui lien mort.

53. Début 2018, Harouna Douamba a fait un bref détour par la Guinée Equatoriale, où, là aussi, il a fait recette sur « le complot de la France », <https://news.abidjan.net/h/638051.html>.

54. Le franco-centrafricain Pascal Bida Koyagbele est président de l'Association des paysans centrafricains, ministre délégué général des grands travaux et des investissements stratégiques, homme d'affaires pro-russe, et ancien leader Anti-Balaka.

55. Post Facebook, [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

56. Stelio Gilles Robert Capo Chichi dit « Kémi Séba », fondateur de la TribuK, activiste et antisémite notoire condamné plusieurs fois en France pour violences en réunion, provocation à la haine raciale, propos antisémites, outrages et négation de la Shoah. « Kemi Seba, le héros anti-françafrique accueilli comme un prince par une marée humaine depuis l'aéroport Bangui Mpoko », [Lepotentialcentrafricain.com](http://Lepotentialcentrafricain.com), 10 décembre 2018.

Cette équipe est complétée par deux griots<sup>57</sup> numériques : Fidèle Gouandjika et Guinon Aymard. Pour sa campagne numérique, le MCU dispose de plusieurs propagandistes qui animent les réseaux sociaux. Deux d'entre eux (Fidèle Gouandjika et Guinon Aymard) sont particulièrement actifs sur les réseaux. Si les *lives* Facebook<sup>58</sup> de Paul Cyriaque Semaporo (*Sous le manguiier*) et du sportif Aristide Pessingua sont très suivis, plus regardés encore sont les *lives* de Fidèle Gouandjika et de Guinon Aymard. Leur succès particulier tient à l'aspect d'*infotainment* de leur communication politique *via* les *lives* Facebook. Ils mélangent astucieusement information, désinformation et divertissement, et pratiquent un griotisme numérique blagueur pour attirer et amuser un large public dans le cadre de cette campagne électorale.

Né à Mbaïki en 1955, Fidèle Gouandjika est le fils d'un soldat de l'armée coloniale. Ingénieur télécom, formé en Roumanie et en France, il a exercé un temps à la Socatel avant d'en devenir le directeur général. Depuis 2005, il est entré au gouvernement aux côtés de François Bozizé en étant tour à tour ministre des Postes et Télécommunications chargé des nouvelles technologies, puis ministre l'Agriculture et du Développement rural jusqu'en 2013. Réfugié en Roumanie en 2013, il fut candidat indépendant malheureux à l'élection présidentielle de 2015, a ensuite pris ses distances avec le KNK (Kwa Na Kwa) et s'est rapproché du président Touadéra au point de devenir conseiller à la présidence, de participer souvent aux déplacements officiels et d'être même considéré comme le gourou du régime. Plusieurs soirs par mois, il fait des *lives* dans l'habitacle de sa voiture, ou s'installe dans le jardin de sa concession à Boy-Rabe. Pendant deux heures, il fait son show en direct devant des internautes<sup>59</sup> et devant un public du quartier, venu se rassembler autour de sa propriété pour l'écouter et se divertir<sup>60</sup>. Fidèle à l'exubérance verbale des griots, l'homme s'autoproclame « Professeur Docteur d'État sur le tas en sciences politique et économique », « le milliardaire de Boy-Rabe », « le faiseur de rois » ou « le gardien de la mémoire collective centrafricaine ». Beaucoup se moquent et le surnomment « le fou du roi ». Malgré l'incohérence et l'excès de ses propos<sup>61</sup>, il est parvenu à se constituer une audience et jouit d'une indéniable popularité. Outre ses *lives*, son mur Facebook est truffé de publications en

---

57. En Afrique de l'Ouest, un griot est une personne spécialisée dans la louange et la déclamation des récits historiques qui font la part belle aux grands personnages. Les griots sont l'équivalent africain des bardes du Moyen Âge.

58. Les *lives* sont des émissions et vidéos en direct que l'on peut faire sur Facebook.

59. Son compte Facebook est suivi par plus de 16 000 abonnés.

60. Vidéo non disponible à ce jour.

61. F. Gouandjika, Post Facebook, [www.facebook.com](http://www.facebook.com).



faveur de Touadéra et, en tant que chargé de communication du MCU, il passe son temps à dénoncer ses anciens camarades du KNK et Bozizé<sup>62</sup>.

Entrepreneur dans la communication, Guinon Aymard est l'un des Centrafricains de la diaspora les plus visibles et actifs sur Facebook. Ancien président de la fédération Europe du parti KNK, Guinon Aymard est un proche parent du président Touadéra. Depuis 2015, il assure avoir diffusé plus de « 3 000 *lives* » sur la plateforme.

« Quand j'ai débuté les *lives*, j'ai vu qu'il y avait une opportunité sur Facebook. J'ai débuté seul avec 4-5 personnes qui me regardaient. Puis FAT<sup>63</sup> a été mon premier cobaye, je frappais là-haut, pour qu'il fasse attention à moi. Je sais ce que je fais. Je ne suis jamais dans l'injure. Je dénonce fort leurs attitudes. Tous les conseillers du président ont commencé à me regarder "ah qu'est-ce qu'il dit aujourd'hui ?" Quelques mois après les élections [de 2015] j'ai gagné une communauté de 60-70 personnes, des lieutenants fidèles. »<sup>64</sup>

Son compte Facebook atteint les 5 000 amis. Dans un premier temps, bien qu'il déclare ne pas avoir d'affiliation partisane, il est le créateur de l'hymne du MCU et publie et partage quotidiennement sept à huit fois par jour des contenus dont la plupart sont en faveur du président. En tant qu'entrepreneur dans la communication, il reconnaît fournir des prestations facturées au MCU et être l'un des Webmestre du Facebook officiel du MCU<sup>65</sup>. Enfin, il leur produit des capsules vidéo (interviews, publiereportages) qu'il diffuse sur Facebook. De plus, il est l'un des rares à argumenter et répondre point par point aux multiples commentaires des militants de l'opposition.

### ***Les méthodes de la propagande numérique***

En plus des contenus sponsorisés par le MCU<sup>66</sup>, Facebook compte au moins 36 *fans pages* pro-Touadéra avec près de 78 000 abonnés. Ces *fans pages* diffusent images, photomontages, vidéos et textes à la gloire du président et de ses partenaires russes. Plus des deux tiers de ces *fan pages* semblent relativement autonomes et très peu actives. Le petit tiers restant<sup>67</sup> est relayé

---

62. Interview de Gouandjika sur le retour de François Bozizé en 2019 : [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

63. Diminutif de Faustin Ange Touadéra.

64. Entretien What's App avec Guinon Aymard, novembre 2020.

65. Sur Facebook, il existe plusieurs comptes « MCU officiel » et des déclinaisons locales (MCU 4<sup>e</sup> arrondissement, 2<sup>e</sup> arrondissement) ou internationales (MCU Maroc, MCU France). Le plus officiel est celui administré par Guinon : [www.facebook.com/mouvement.coeurs.unis.siege](http://www.facebook.com/mouvement.coeurs.unis.siege).

66. « Qu'est-ce qu'une publication boostée ? », Facebook : [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

67. Association Touadéra est ma sécurité (ATS), Touadéra Doit Rester (TDR), Touadéra Doit Gagner (TDG), Centratricque émergente avec Touadéra (CET), COCAFAT, les amies du professeur FAT, etc.

et alimenté par des militants et un réseau de *trolls* qui alimentent des polémiques ciblées et pratiquent la désinformation.

Dans le cadre du Facebook centrafricain, on peut distinguer deux « profils types » de *troll*. Le premier est un faux compte géré par une personne rémunérée. Cette personne peut être gestionnaire de plusieurs faux comptes. Son rôle consiste essentiellement à saturer les réseaux sociaux avec de la propagande. Le deuxième est un militant, bénévole ou payé, hyperconnecté. Il joue le *troll* sur Facebook à des fins politiques, afin d'orienter les opinions des autres ou d'empêcher le débat. Les *trolls* de cette catégorie déferlent dans les publications des opposants pour commenter, insulter et agresser. Ils peuvent agir seul ou en groupe, par amusement, ou pour une cause. La pratique est très répandue depuis quelques années sur le Facebook centrafricain. Concernant les *trolls* de la première catégorie, nous avons répertorié un réseau organisé de 40 faux comptes Facebook actifs qui diffusent, de manière plus ou moins synchronisée, des messages favorables au président Touadéra, son parti et ses soutiens. Ces faux comptes « trollent » le Facebook centrafricain, ce qui les rend aisément repérables. En effet, d'une part, les *trolls* portent des pseudonymes comme « Chari Oubangui », « News-Karov », « Leivana Yalinka », « Pasteur doudou mama cochon », et s'identifient lors des publications (« se taguent ») ou dans les « partages » de leurs publications et se mentionnent dans les commentaires. Par ailleurs, des éléments – des publications Facebook identiques (photos, éléments de langage), des témoignages – permettent d'établir un lien entre ces *trolls* et le MCU. D'autre part, ce réseau fonctionne de manière coordonnée comme l'indique la fréquence de publications Facebook absolument identiques diffusées à l'aide de cette quarantaine de faux comptes et à travers plusieurs pages. Par exemple, dans la matinée du 6 novembre 2020, le faux compte Chari Oubangui a publié le même contenu pro-Touadéra 7 fois de suite en moins de 15 minutes dans des groupes Facebook pro-Touadéra (ATS, CST) et dans des groupes Facebook non partisans (Fier d'être Centrafricain, Tous les Centrafricains du Monde). Dans la même matinée, le faux compte Frappe Encore a publié en l'espace de 10 minutes une publication pro-Touadéra dans 5 groupes différents. Depuis décembre 2019, date de l'apparition de ces faux comptes après la première suppression de faux comptes par Facebook en octobre 2019, ce type de communication coordonnée se répète régulièrement et les propos de ses faux comptes sont repris et commentés par des vrais comptes de militants du MCU.

Ces *trolls* ne se limitent pas à chanter les louanges du président et de la Russie : ils œuvrent aussi à discréditer l'opposition en propageant des *fake news* et rumeurs diffamatoires et en dénonçant des manœuvres de déstabilisation contre le pouvoir.

Avant de voir sa candidature invalidée par la cour constitutionnelle le 3 décembre 2020 pour motif de mauvaise moralité<sup>68</sup>, l'ex-président François Bozizé a été visé par une campagne de communication<sup>69</sup>. À partir du 22 novembre des affiches ont été collées sur les murs de Bangui, le comparant à « Pinochet, Mussolini et Hitler ». Les *trolls* ont fait écho à cette campagne en ajoutant que son retour avait été orchestré par la France, et en particulier l'ambassadeur de France, Jean-Marc Grosgrin, « qui s'y connaît [...] pour monter des coups d'États<sup>70</sup> ». En cette période électorale, la France est la cible privilégiée des *trolls* dénonciateurs.

Ainsi le 22 octobre dernier, un *tweet* de la représentante du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD) en RCA (effacé depuis), qui annonçait la prise en charge financière et l'installation par la France d'un deuxième serveur de « back-up » pour sauvegarder les données du fichier électoral, a conduit les *trolls* du MCU à accuser la France d'offrir « un serveur trafiqué dans l'optique de truquer les données<sup>71</sup> ». Le 8 novembre, les *trolls* ont lancé une nouvelle vague de diatribes contre la France à la suite de la diffusion d'un reportage produit par la chaîne M6 sur le « chaos centrafricain ». Il convient de noter que le conseiller à la communication de la présidence, Albert Yaloke Mokpem, avait lui-même vilipendé ce « documentaire de déstabilisation<sup>72</sup> ». Après que cette campagne de communication a été suivie de menaces contre les Centrafricains scolarisant leurs enfants au lycée français, la présidence centrafricaine a appelé « à la cessation des attaques contre la France, l'Union européenne, et la MINUSCA » et souligné « que ces désinformations [...] ne reflètent pas la position officielle du gouvernement, ni du président de la République<sup>73</sup> ».

---

68. Décision n° 26 de la Cour constitutionnelle du 3 décembre 2020 arrêtant la liste définitive des candidats à l'élection présidentielle du 27 décembre 2020.

69. « Est-ce que la maladie de Bozizé menace sa vie et l'empêche d'accéder à la présidence », nouvellesplus.com, 6 novembre 2020, <https://nouvellesplus.com>.

70. Extrait du placard « anti Bozizé », Bangui, 20 novembre 2020, <https://bit.ly/3n43ssV>.

71. Post Facebook de G. Aymard, 25 octobre 2020, [www.facebook.com/guinon.ledoux](http://www.facebook.com/guinon.ledoux).

72. Albert Yaloke Mokpem, *alias* Écho des Tropiques sur Facebook déplorait dans un post Facebook du 10 novembre 2020 : « Lorsque les médias centrafricains dénoncent des manipulations, on parle de campagnes anti... mais lorsque M6 diffuse un vieux documentaire de déstabilisation, c'est la liberté de la presse ».

73. Communiqué de la présidence centrafricaine, Bangui, 12 novembre 2020.

## Une opposition à la traîne

Comparée au MCU, l'opposition a peu de présence officielle sur Facebook. Une partie de l'opposition est rassemblée au sein de la Coalition d'opposition démocratique (COD 2020) présidée par François Bozizé « alors qu'il a pris le pouvoir par un putsch en 2003, a organisé une fraude électorale massive en 2011 et était décrié comme un autocrate par l'opposition démocratique quand il était président ! »<sup>74</sup>. L'existence de cette coalition n'implique cependant pas une stratégie de communication coordonnée. On note l'absence d'un groupe ou d'une *fan page* officielle de la COD 2020. Même si tous les partis d'opposition interrogés<sup>75</sup> reconnaissent l'importance de Facebook dans cette campagne et promettent une montée en puissance progressive, force est de constater qu'il n'en est rien : la visibilité officielle numérique de ces formations politiques se résume à quelque deux ou trois *fan pages* actives chacun, quelques vidéos et des publications photos sorties opportunément lors des bains de foule du candidat sur le terrain<sup>76</sup>. Les militants numériques les plus actifs sur Facebook proviennent des rangs du KNK du candidat Bozizé (25 comptes Facebook), de l'URCA du candidat Dologuélé (21 comptes Facebook) et du MLPC du candidat Ziguélé (17 comptes Facebook).

En revanche, dans le cadre de cette étude, nous avons pu identifier une quinzaine de *trolls* que nous qualifions d'« anti-Touadéra ». La plupart sont issus du KNK. Ils usent des mêmes mécanismes que les *trolls* du MCU : des faux profils mènent des opérations de saturation Facebook en publiant régulièrement leurs discours dans des groupes généralistes ou de soutiens à leur candidat ; ils commentent sous les publications des *trolls* du MCU ou bien critiquent les politiques menées sous les publications des comptes des ministères. Cependant, ils agissent en ordre dispersé et leur message est vite noyé par les contre-offensives des propagandistes numériques du MCU. Enfin, loin de pacifier le débat, les échanges entre les militants des deux camps se poursuivent en confrontations stériles et en invectives pour se conclure par un inévitable « esclave des Russes » pour les uns ou « esclave des Français » pour les autres.

---

74. E. Pandora et T. Vircoulon, « Centrafrique : des élections sans témoin, sans arbitre et peut être sans le peuple », Afrique Décryptages, le blog du Centre Afrique subsaharienne de l'Ifri, 30 novembre 2020.

75. En l'occurrence le Kwa Na Kwa (KNK), l'Union pour le renouveau centrafricain (URCA), Be Afrika Ti E Kwé, le Mouvement de libération du peuple centrafricain (MLPC) pour les membres de la COD 2020, puis Chemin de l'espérance et Parti africain pour la transformation radicale et l'intégration des États (PATRIE).

76. Knk de Bozizé : [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ; l'URCA de Dologuélé : [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ; le MLPC de Ziguélé : [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ; Catherine Samba Panza : <https://m.facebook.com> ; etc.

L'opposition compte aussi ses griots du numérique tels que Axime Cesaire Oronindji, Henri Grothe et Lanceur d'alerte Wazingolé, etc. Le plus loquace d'entre eux est certainement Rodrigue Joseph Mayte, un Centrafricain de la diaspora installé en France et apparenté au candidat Dologué. Il compte plus de 8 000 abonnés sur son « média » hébergé sur Facebook « Rjpm-media mayte ». Il fait partie de ses militants « poils à gratter » s'étant fait remarquer sous la mandature de Touadéra. Depuis plusieurs semaines, la campagne électorale occupe la majorité de ses publications et de ses *lives* et il reçoit régulièrement en entretien des impétrants de l'opposition<sup>77</sup> ou leurs soutiens.

L'analyse des réseaux sociaux et en particulier de Facebook montre qu'en termes de propagande électorale, le rapport de force est en faveur du MCU. Doté de moyens humains, techniques et financiers, ce parti semble être celui qui exploite le plus les opportunités de communication offertes par les outils numériques et celui qui a compris l'intérêt électoral des réseaux sociaux. Il a pleinement intégré ce nouvel instrument dans son dispositif de campagne. Par contraste, l'empreinte électorale de l'opposition sur Facebook est bien moindre. Cette différence entre l'opposition et le parti au pouvoir peut résulter de la disproportion des moyens de campagne à leur disposition et de l'offensive communicationnelle de la Russie dans le pays depuis deux ans<sup>78</sup>. En effet, une des caractéristiques de cette offensive est de chanter les louanges du régime du président Touadéra et de recourir à des internautes centrafricains<sup>79</sup>.

---

77. [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ; [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ; [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

78 « Médias locaux et réseaux sociaux sous l'œil de Moscou », Africa Intelligence, 22 août 2018, [www.africaintelligence.fr](http://www.africaintelligence.fr) ; « Soldats, mercenaires et conseillers russes se multiplient dans la capitale centrafricaine », *Le Monde*, 23 avril 2018, [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr) ; « Evgueni Prigojine : l'industriel de la désinformation russe », Conspiracy Watch, 14 septembre 2020, [www.conspiracywatch.info](http://www.conspiracywatch.info).

79. More-Troll Kombat, French and Russian Influence Operations Go Head to Head Targeting Audiences in Africa, Graphika et The Stanford Internet Observatory, 2020.



# Timides mesures préventives contre la désinformation

Depuis plusieurs mois, certaines autorités centrafricaines, les chancelleries occidentales et la MINUSCA exercent une veille sur les réseaux sociaux et s'inquiètent des manœuvres de désinformation. Dans la perspective des élections, la montée en puissance d'une propagande agressive et des *fakes news* est reconnue par les Nations unies. Selon le rapport conjoint de la MINUSCA et du Haut-commissariat aux droits de l'homme sur l'incitation à la haine et à la violence en République centrafricaine pour la période 2017 à 2020, « les discours de haine et d'incitation à la violence ont contribué à exacerber les crises violentes successives ayant affecté le pays depuis 2013 [...] et la persistance de cette tendance pourrait alimenter les tensions et les violences dans ce contexte électoral<sup>80</sup> ». Ce rapport documente plusieurs cas d'incitations à la haine *via* les réseaux sociaux<sup>81</sup>. De même une partie des leaders religieux, par la voix du cardinal Dieudonné Nzapalainga, « appelle toutes les parties à véhiculer des messages d'apaisement et de transformation des cœurs<sup>82</sup> ». Afin de prévenir les discours de haine et la multiplication des *fakes news*, y compris sur les réseaux sociaux, des initiatives ont été lancées par plusieurs acteurs. Bien que l'accent soit mis sur la formation des journalistes, on note que les dispositifs de « *fact-checking* » qui indiqueraient une professionnalisation du milieu journalistique centrafricain sont encore très rares.

Sur le plan institutionnel, cette mission s'inscrit dans le mandat du Haut-conseil à la communication (HCC) qui est chargé de la régulation des médias. Avec l'appui de la MINUSCA, le HCC a élaboré un Plan national pour la prévention de l'incitation à la haine et à la violence<sup>83</sup>. Cependant, dans ce document servant de base de travail aux autorités, il n'est nulle part fait mention de réseaux sociaux ou même de médias en ligne.

---

80. Communiqué de presse de la MINUSCA, 11 décembre 2020.

81. Notamment le communiqué de la Ligue de Défense de l'Église publié le 9 juillet 2018 sur le blog sango-ti-kodro.over-blog.com et posté *via* LinkedIn, Facebook et Twitter et certains messages offensifs contre les Goula, une ethnie du nord-est, au début de l'année 2020. L'incitation à la haine à la violence en République centrafricaine (2017-2020), MINUSCA et Haut-commissariat aux droits de l'homme, 11 décembre 2020.

82. « Dieudonné Nzapalainga implore les acteurs politiques à véhiculer des messages d'apaisement » Radio Ndeke Luka, vendredi 27 novembre 2020, [www.radiondekeluka.org](http://www.radiondekeluka.org).

83. Plan national pour la prévention de l'incitation à la haine et à la violence, Haut-conseil à la communication, République centrafricaine, 2020.

Le 25 novembre 2020, le HCC, avec l'appui de l'ambassade de France, a lancé un nouveau dispositif de lutte contre la désinformation pour cette campagne électorale. L'objectif « est de former les journalistes pour que les citoyens centrafricains aient accès à une information fiable et de qualité pendant les prochaines élections<sup>84</sup> ». Ce nouveau dispositif vient s'ajouter à un code de bonne conduite<sup>85</sup> à destination des journalistes centrafricains en période électorale publié le 9 novembre dernier. En outre, une nouvelle loi sur la presse a été adoptée le 30 novembre 2020 par l'assemblée nationale, devrait être promulguée en décembre et prendre en compte les médias sociaux<sup>86</sup>.

Plus tôt dans l'année, le gouvernement, plusieurs fois pressé par des partenaires internationaux, a fait mine de prendre le problème à bras-le-corps. Ainsi sur les ondes, le 19 février dernier, le procureur de la République de Bangui, Laurent Lengande, a menacé de poursuites celles et ceux qui profèrent « un propos injurieux, diffamatoire, tribaliste et raciste à travers les réseaux sociaux, facebook live, etc.<sup>87</sup> ».

Jusqu'à présent toutes ces dispositions ont été peu suivies d'effets en ce qui concerne les réseaux sociaux. Le HCC s'est focalisé sur les médias traditionnels (radios, télévisions et journaux) et en a sanctionné certains pour avoir relayé des messages de haine. Ainsi le 2 décembre, il a suspendu durant la période électorale les émissions radiophoniques du journaliste producteur Kevin Dimitri Yalangba au motif, notamment, du « manque de professionnalisme de la part des animateurs<sup>88</sup> ». En effet, depuis plusieurs années, le journaliste, ancien chef de service, inspecteur général des médias au ministère de la Communication, renvoyé pour l'écriture et la publication d'un faux communiqué de presse, « aliment[ait] les débats avec sa tristement célèbre émission Club de la Presse<sup>89</sup> » et son autre émission « Grand rendez-vous » sur Radio Centrafrique. Ses émissions firent surnommer la radio d'État « la radio mille collines<sup>90</sup> ». Kevin Dimitri Yalangba est aujourd'hui chargé de communication stratégique du MCU<sup>91</sup>.

---

84. Extrait du discours du président du HCC, José Richard Pouambi, lors de la présentation de ce plan, Bangui, 25 novembre 2020.

85. « 2020-2021 – Code de bonne conduite des professionnels des médias en période électorale », Bangui, 9 novembre 2020.

86. Entretien réalisé sur What's App avec un observateur des médias centrafricains, Bangui, décembre 2020.

87. Communiqué n° 9/CAB/TGL.BG/PP du 19 février 2020.

88. Communiqué du Haut-conseil de la communication, Bangui, 2 décembre 2020, [www.facebook.com/Haut-Conseil-de-la-Communication-Centrafrique](https://www.facebook.com/Haut-Conseil-de-la-Communication-Centrafrique).

89. Voir le rapport Ifri « Panorama de la presse centrafricaine », S. Jendoubi, *op. cit.*

90. Radio Télévision Libre des Mille Collines (RTML) a émis entre 1993 et 1994 au Rwanda. En 1994, la RTML fut le principal média du « Hutu Power » reconnu comme déterminant dans le génocide des Tutsis. La référence est devenue une périphrase pour qualifier tous médias appelant à la haine.

91. Décision portant nomination de l'équipe de la direction nationale de campagne, MCU, 19 octobre 2020.



Compte tenu de l'absence de sanctions à l'égard des messages diffusés sur les réseaux sociaux, la MINUSCA recommande au gouvernement dans son rapport précédemment « d'intensifier ses efforts pour mettre en œuvre le Plan national pour la prévention de l'incitation à la haine et à la violence, et d'améliorer son système de contrôle des messages de haine en accord avec la liberté d'opinion et d'expression<sup>92</sup> ».

Au niveau journalistique, Radio Ndeke Luka, qui est la radio la plus écoutée et la plus professionnelle du pays, vient de mettre en œuvre « une cellule de “fact-checking” pour vérifier les informations qui circulent, notamment sur les réseaux sociaux, alerter sur les fausses nouvelles et répondre à la désinformation<sup>93</sup> ».

L'ambassade de France qui est régulièrement visée par des commentaires haineux sur les réseaux sociaux et par le flux d'*intox* arrivant sur sa page Facebook, « La France à Bangui », a redynamisé ses sites institutionnels et ses comptes sur les réseaux sociaux. Elle soutient aussi les efforts de formation des journalistes centrafricains en organisant des ateliers de formation à Bangui et en finançant des bourses de remise à niveau pour des reporters centrafricains dans des écoles de journalisme en France. En parallèle, certains médias ont adopté une ligne pro-française (*Le Tsunami*, *Le Tambourin*) et des pages Facebook et pages web associés sont apparues afin de contre-argumenter les discours anti-français en particulier. Par ailleurs, Facebook a identifié et supprimé certains faux comptes pro-français se présentant comme centrafricains mais administrés depuis la France (*Martin Kossipé*, *Gildas Blaise Pongoa*, *Marius Ndebe*, etc.)<sup>94</sup>.

---

92. L'incitation à la haine à la violence en République Centrafricaine (2017-2020), MINUSCA et Haut-commissariat aux droits de l'homme, *op. cit.*

93. « Radio Ndeke Luka en première ligne pour contrer la désinformation avant les élections en Rca », Fondation Hironnelle, 25 novembre 2020, [www.hironnelle.org](http://www.hironnelle.org).

94. Removing Coordinated Inauthentic Behavior from France and Russia, Facebook, <https://about.fb.com>.



# Conclusion

Malgré le retard de connectivité par rapport au reste du monde, en Afrique le développement d'un écosystème numérique impacte de plus en plus le champ politique. Même dans un pays aussi peu connecté que la Centrafrique, les réseaux sociaux sont aujourd'hui considérés comme un outil de communication politique indispensable et ils sont souvent à l'origine des informations politiques qui sont ensuite reprises par les médias traditionnels. Pour autant, comme le signale cette analyse, tous les acteurs politiques n'ont pas la même capacité de s'approprier les outils numériques.

L'observation de la campagne électorale numérique en Centrafrique montre l'intérêt stratégique des réseaux sociaux. D'une part, ces derniers ont une structure réticulaire qui permet de faire tomber certaines barrières de communication et de faire apparaître de nouveaux publics politiques, au premier rang desquels figure la jeunesse. Les nouveaux militants du Facebook centrafricain sont, en effet, surtout des jeunes qui s'engagent en politique, développent de nouvelles formes de militantisme ou se louent comme des mercenaires du net. D'autre part, comme l'outil numérique ne se limite pas à l'écrit mais permet aussi l'échange de messages vidéo et audio, il est très adapté à des contextes politiques caractérisés par la culture orale et un niveau élevé d'analphabétisme.

En outre, l'outil numérique est économique pour une organisation politique. Quelques minutes suffisent pour créer un compte ou une *fan page*, un seul militant peut administrer plusieurs dizaines de comptes, un seul griot politique peut mobiliser une importante audience avec ses *lives* et l'industrialisation du *trolling* actuellement observée en RCA révèle que les campagnes de désinformation et l'asphyxie du débat politique ne coûtent pas cher. Ces innovations technologiques en politique nécessitent certains ajustements, dont une surveillance accrue de la désinformation numérique en période électorale.

Pour les régulateurs des élections, le défi n'est plus seulement de surveiller et sanctionner les discours de haine mais de prévenir les *fake news* qui peuvent être à l'origine ou contribuer aux discours de haine. Ce problème émerge déjà dans le champ politique centrafricain où la francophobie numérique est en plein essor et où les réseaux sociaux sont plus un vecteur de polarisation des opinions qu'un vecteur d'échanges constructifs. Ainsi, l'absence d'un journalisme professionnel dans les médias traditionnels

combinée à des réseaux sociaux dominés par la confusion et la désinformation risquent de créer dans les mois qui viennent un climat politique encore plus délétère qu'il ne l'est actuellement.





Institut français  
des relations  
internationales