



# **LE BOYCOTT D'AVRIL 2018 AU MAROC : RETOUR SUR UNE CAMPAGNE ORCHESTREE**

Septembre 2019



ÉCOLE DE  
PENSÉE SUR LA  
GUERRE ÉCONOMIQUE

## Sommaire

EXECUTIVE SUMMARY .....	3
INTRODUCTION.....	4
1. LE BOYCOTT D'AVRIL 2018 .....	5
1.1. Rappel des faits.....	5
1.2. Les principaux acteurs du boycott .....	5
1.3. Un mouvement renforcé par l'opportunisme politique des partis.....	6
2. Les caractéristiques du boycott d'avril : décryptage des moyens engagés.....	9
2.1. Les moyens techniques.....	10
2.2. Les moyens narratifs.....	13
2.3. Les moyens opérationnels.....	18
Conclusion :.....	31

## EXECUTIVE SUMMARY

- Depuis 2014, des acteurs politiques ont tenté d'imposer le boycott comme un **acte citoyen de contestation militante**
- La **campagne d'avril 2018** a été marquée par un **volume d'activité exceptionnel** et un **impact business sans précédent**
- **Notre investigation** a pu déterminer que **cette campagne de désinformation a déployé des moyens importants** et un **fort niveau de professionnalisme**, incompatibles avec une mobilisation de nature militante
- Ces **moyens techniques** (hackers, pages anonymes, astroturfing, bots...) aussi bien que financiers (**de 100 000 à 500 000 euros de budget d'achat d'espace**, effectifs mobilisés...) nous amènent à **conclure à l'implication d'acteurs puissants et structurés** (grandes fortunes, partis politiques, États...)
- De plus, l'analyse du déroulé de la campagne nous permet d'établir qu'il s'agit d'une **campagne de désinformation hiérarchisée**, donc **orchestrée par des intérêts spécifiques**, et en aucun cas spontanée
- Enfin, le tracking des éléments de langage a permis de **confirmer l'agenda politique radical** sous-jacent de la campagne, et de mieux cerner les hypothèses sur d'éventuels commanditaires

## INTRODUCTION

Au Maroc, depuis plusieurs années, des acteurs politiques tentent d'imposer le boycott comme un acte de contestation militante. L'utilisation de cette pratique comme arme politique a été initiée par Abdel-Ilah Benkirane, Premier ministre et chef de parti du PJD (Parti Justice et Développement), qui s'en est servi en 2014 (contre Danone, en son nom<sup>1</sup>), puis en 2016 (sur le Web et de façon dissimulée<sup>2</sup>). Si Benkirane recherchait, au départ, un gain politique, ces manœuvres ont marqué durablement le Web marocain. Empruntant les codes et les cibles de ses aînés, le boycott qui a éclaté en avril 2018 est la conséquence naturelle des actions de ces élus politiques marocains.

Le mouvement d'avril s'est toutefois enrichi d'une religiosité jusqu'alors peu présente et d'une sensibilité locale exacerbée. Il s'est concentré sur un réseau resserré d'influenceurs et de pages Facebook anonymes emmenées par les plus célèbres d'entre eux, Kifaa7 et Moul Chekara. Sur le plan statistique, le boycott d'avril 2018 a été une réussite, avec des millions d'interactions et de partages sur les réseaux sociaux. L'impact pour les entreprises a par ailleurs dépassé le cadre du Web, avec des pertes financières allant de 40 à 90 % de leur chiffre d'affaires<sup>3</sup>.

Notre étude a néanmoins permis de démontrer que ce mouvement n'était ni populaire ni spontané. C'est plutôt le résultat d'une opération de manipulation de l'information de haute volée, minutieusement préparée depuis plusieurs mois et financée à hauteur de plusieurs centaines de milliers d'euros.

Pour en avoir la certitude, nous avons suivi la chronologie des événements liés au boycott d'avril 2018. Nous avons appliqué à ce dernier une grille d'analyse qui se fonde sur des études réalisées par des think tanks indépendants (Citizen Lab) et les États eux-mêmes (notamment les ministères des Armées et des Affaires Étrangères français).

**Au niveau technique**, nous avons identifié plusieurs anomalies qui trahissent une opération de manipulation de l'information : spams à grande échelle, astroturfing (sponsoring de posts pour en booster artificiellement la portée, etc.), utilisation de « robots », etc.

**Au niveau narratif**, nous avons retrouvé, sur plusieurs dizaines de comptes Facebook, Twitter et YouTube, des éléments de langage récurrents ainsi qu'un storytelling basé sur des facteurs de vulnérabilité de la société marocaine (contestations de l'État marocain, oppositions territoriales, instrumentalisation de la religion).

**Au niveau opérationnel**, nous avons identifié le réseau dirigeant cette campagne. Ce dernier se compose de blogueurs et de hackers de nationalité marocaine, résidant sur le territoire national ou à l'étranger, qui partagent une fascination pour le pouvoir turc et une vision rigoriste de l'Islam. Ce réseau a minutieusement préparé les différentes attaques et a bénéficié d'un soutien financier considérable, qui indique, sans le moindre doute possible, que derrière les actions du réseau, un ou plusieurs mécènes sont à l'œuvre.

Chacun de ces niveaux s'est révélé concluant : la campagne d'avril 2018 a été organisée, dirigée, financée et appuyée par des intérêts puissants avec un agenda politique radical, voire factieux.

<sup>1</sup> [https://www.challenges.fr/entreprise/ce-qu-il-y-a-derriere-le-boycott-des-yaourts-danone-au-maroc\\_153164](https://www.challenges.fr/entreprise/ce-qu-il-y-a-derriere-le-boycott-des-yaourts-danone-au-maroc_153164)

<sup>2</sup> <https://maroc-diplomatique.net/boycott-de-centrale-laitiere-afriquia-et-sidi-ali-la-main-noire-des-chevaliers-du-pjd/>

<sup>3</sup> <https://www.jeuneafrique.com/648770/economie/boycott-au-maroc-danone-annonce-un-recul-de-ses-ventes-de-35-au-troisieme-trimestre/>

# 1. LE BOYCOTT D'AVRIL 2018

## 1.1. Rappel des faits

Le boycott d'avril 2018 est à ce jour la plus grande vague de contestation digitale qu'ait connue le Royaume du Maroc. Plusieurs études indépendantes démontrent qu'en termes d'engagement et de publications, ce mouvement a dépassé même les manifestations du Printemps arabe<sup>4</sup>.

Ce boycott, qui a éclaté le 20 avril 2018, s'est concentré au départ sur trois marques : Danone, Sidi Ali et Afriquia. Les appels aux boycotts précédents, notamment ceux initiés par le PJD<sup>5</sup>, ont sensibilisé la population marocaine à ce mode d'action. Les marques prises à parti, et plus encore leurs représentants, sont devenus vulnérables face à un déchaînement de haine. Le boycott aura des conséquences financières majeures : Sidi Ali déclarera une perte de 88 % de son chiffre d'affaires au premier semestre 2018. De même pour Danone, qui perdra ainsi 150 millions de dirhams et présentera des comptes déficitaires à la fin de l'année. Sur le plan réputationnel, Aziz Akhannouch, le propriétaire d'Afriquia, fera face à une campagne de dénigrement violente mise en place par les boycotteurs.

Par la suite, le boycott touchera d'autres marques, comme le festival Mawazine et la chaîne 2M (cible régulière des islamistes du parti Al Adl Wa Ihssan) — avec un succès nettement moins important.

## 1.2. Les principaux acteurs du boycott

Parmi les principaux acteurs du boycott, deux pages Facebook attirent l'attention :

- **Kifaa7**, une page longtemps anonyme, administrée par deux citoyens marocains idéalisant le pouvoir turc de Recep Erdogan : un correspondant de presse, **Abderrahmane Adraoui** et un hacker autoproclamé, **Jawad Fadili** ;
- **Moul Chekara**, la page d'un influenceur du nom de **Mohamed Bennis**, citoyen marocain et intime de M. Adraoui.

Ces deux pages, anciennes, comptent parmi les plus actives sur le boycott. Elles sont soutenues par une centaine d'autres pages et influenceurs partageant une convergence de point de vue (anti-gouvernemental, voire anti-Étatique, pro-Erdogan, pro-Frères Musulmans). Cette galaxie forgera au fil des mois la ligne éditoriale complexe du boycott.

Visuellement, les boycotteurs reprennent l'iconographie de boycotts ayant eu lieu en Algérie et en Tunisie, avec le slogan « Boycott, culture du peuple » qui sera utilisé pendant les premiers mois du mouvement.

<sup>4</sup> [https://www.lepoint.fr/monde/des-cyberactivistes-font-vaciller-le-royaume-du-maroc-10-08-2018-2242704\\_24.php](https://www.lepoint.fr/monde/des-cyberactivistes-font-vaciller-le-royaume-du-maroc-10-08-2018-2242704_24.php)

<sup>5</sup> En 2014, contre Danone : [https://www.challenges.fr/entreprise/ce-qu-il-y-a-derriere-le-boycott-des-yaourts-danone-au-maroc\\_153164](https://www.challenges.fr/entreprise/ce-qu-il-y-a-derriere-le-boycott-des-yaourts-danone-au-maroc_153164) et en 2016, contre Afriquia <https://leseco.ma/economie/51895-stations-service-la-verite-sur-l-appel-au-boycott.html>

### 1.3. Un mouvement renforcé par l'opportunisme politique des partis

À mesure que le boycott s'enracine dans le pays, le mouvement prend un tournant politique. Tous les partis politiques profitent alors de cet élan et – paradoxalement – renforcent le réseau des boycotteurs dans leur action. Du PJD, au PAM et même jusqu'au minoritaire PSU, les partis politiques vont surréagir au boycott. Ce faisant, ils ont fait office d'« idiots utiles » pour un mouvement qui manquait encore clairement de légitimité, mais qui a su jouer sur les dissensions internes.

- **Le PJD : une réponse coordonnée**

Déjà aguerris par le boycott avorté contre Danone en 2014, le PJD a su rebondir sur l'opportunité offerte par le boycott d'avril 2018. Épousant une rhétorique politique ancienne, celle de la lutte contre les forces de l'argent, le parti a attisé la campagne par le biais d'un grand nombre de relais, membres éminents du parti politique ou jeunes militants.

Les premiers ont soutenu le boycott implicitement ou explicitement, à l'image d'Andelai Hamiedine qui a publié une longue tribune dans [Akhbar al-Youm](#), faisant la promotion du boycott et fustigeant « *le mariage entre le pouvoir et l'argent* ». Abdelaziz Aftati, leader du bureau politique du PJD, a évoqué un boycott « *glorieux* », une réponse des citoyens contre « *les cartels et ceux qui possèdent le pouvoir économique au Maroc* ».

Plus sobre, Mohamed Kheyi Khamlichi, ancien membre de la commission des hydrocarbures, a soutenu explicitement le boycott.



محمد خيي الخمليشي

10 mai 2018 à 23:19 • 🌐

دبا عاد انا مقاطع بالصح.  
سالىنا .  
#خليه\_يريب

Des militants ou anciens conseillers, actifs au sein des organisations satellites du parti, ont été plus agressifs encore dans leurs propos. Ainsi, Abdelmounim Bidouri ancien conseiller média de Saad al-Din al-Othmani, ou Hassan Hamourou, membre du parti adepte des théories du complot, ont multiplié les attaques à l'encontre du président du RNI.

 **عبد المنعم بيدوري** ...  
5 mai 2018 à 14:39 • 🌐

فبين الاحزاب؟! فين الحكومة!!؟  
آخر صيحات #المازوطيون\_الجدد!  
الكل يعلم ان الحكومة حكومتهم (الاقتصاد، الفلاحة، الصناعة...)  
والاحزاب سطوا عليها وجعلوها ملحقات لهم.  
افسدوا السياسة والاقتصاد وجمعوا المال والسلطة وهذا لعمرى  
هو المؤذن بخراب العمران.  
#مقاطعون  
#خليه\_يريب

 **حسن حمورو** ...  
25 avr. 2018 à 16:14 • 🌐

مستوى التعبئة للمقاطعة بين المواطنين وإبداعاتهم في الترويج لها، صدم حُذام "التحكم" وسماسته، لأنه أظهر فشل ما باعوه له من برامج وأساليب بهدف ضبط الناس وتخدير وعيهم... المجتمع ما يزال بخير رغم كثرة الطعنات.. طعنات القريب الخائف المستسلم وطعنات البعيد الغادر!!  
#مقاطعون

👍 J'aime

➦ Partager

Abdelilah Benkirane lui-même attaquera à mots couverts son ancien rival du RNI, se disant « surpris »



des attaques contre le lait et les eaux minérales... mais déclarant « comprendre » les raisons du boycott contre les stations essence Afriquia<sup>6</sup>.

S'il semble peu probable que le PJD soit derrière cette campagne orchestrée de manipulation de l'information, son manque de retenue a favorisé la viralité de celle-ci.

### • Le Parti Authenticité et Modernité et le PSU

Autre parti établi à avoir rebondi sur le boycott, le PAM a déclenché la polémique en poussant la population à hurler « Akhannouch dégage » lors d'un événement en présence du Roi du Maroc. Filmée, cette intervention avait été orchestrée par Amine Zaoudi, « l'homme-lige »<sup>7</sup> d'Ilyas El Omari, ancien secrétaire général du PAM.

<sup>6</sup> <https://www.yabiladi.com/articles/details/64318/abdelilah-benkirane-reagit-appels-boycott.html>

<sup>7</sup> [https://telquel.ma/2018/06/09/akkhanouch-degage-slogan-revele-guerrelarvee-pam-mi\\_1597994](https://telquel.ma/2018/06/09/akkhanouch-degage-slogan-revele-guerrelarvee-pam-mi_1597994)

Cette vidéo et un hashtag associé #ont ensuite été repris par le réseau des boycotteurs, <sup>8</sup> أخنوش إرحل, notamment un certain Zouhir Fassi Senosi<sup>9</sup>, un militant pro-boycott supportant activement Kifaa7.



Enfin, des partis minoritaires comme le PSU ont profité de cet élan pour accroître leur visibilité sur la scène politique. En effet, malgré une présence très minoritaire au parlement (deux députés seulement), le PSU par la voix de son député **Omar Balafrej**, a longuement critiqué le pouvoir en place et les partis, en prenant fait et cause pour les boycotteurs. Ses propos seront même repris par des médias internationaux comme Libération<sup>10</sup>.

Au final, cet emballement a eu des conséquences funestes. Renforcés par l'opportunisme d'une classe politique en ordre de bataille, les boycotteurs ont trouvé auprès de ces derniers une caisse de résonance et, comme l'a montré le cas du PAM, une source de division interne supplémentaire.

#### En bref :

Le boycott d'avril 2018 a été lancé à la suite de deux boycotts, en Algérie et en Tunisie, et a emprunté leur iconographie. Le boycott cible les sociétés Sidi Ali, Danone et Afriquia, ces dernières ayant déjà été la cible d'actions similaires par le passé.

Deux types d'acteurs s'approprient le boycott. Le premier est un réseau nébuleux de pages Facebook anonymes et d'influenceurs dirigés par Kifaa7 et Moul Chekara. Il s'agit des artisans du boycott, qui dictent sa ligne éditoriale et marquent le tempo politique du mouvement.

Le second est issu de la sphère politique. Le PJD et le PAM, deux partis historiques, mais aussi le PSU, essayeront de guider la colère populaire contre le RNI et son leader, Aziz Akhannouch. Ces attaques politiques, guidées par l'opportunisme, participeront au succès du boycott.

<sup>8</sup> « Akhannouch dégage »

<sup>9</sup> [https://www.facebook.com/coramfassi?fref=search&\\_\\_tn\\_\\_=%2Cd%2CP-R&eid=ARBzPKmFqqosvqcMAZ8DoOScbaUHaVlGFfw9\\_84dt5hxMU62w87kt7Reiis3ZGD9ZFKDnZTa5i6h\\_qT8](https://www.facebook.com/coramfassi?fref=search&__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARBzPKmFqqosvqcMAZ8DoOScbaUHaVlGFfw9_84dt5hxMU62w87kt7Reiis3ZGD9ZFKDnZTa5i6h_qT8)

<sup>10</sup> [https://www.liberation.fr/planete/2018/06/05/au-maroc-un-boycott-surprise-contre-la-vie-chere\\_1656798](https://www.liberation.fr/planete/2018/06/05/au-maroc-un-boycott-surprise-contre-la-vie-chere_1656798)

## 2. Les caractéristiques du boycott d'avril : décryptage des moyens engagés

Nous avons établi une méthode scientifique d'analyse des campagnes de manipulation de l'information et des mouvements citoyens sur le Web. Cette méthode se veut aussi objective que possible, et repose sur l'évaluation de trois types de moyens, déclinés en plusieurs modus operandi :

- **Moyens techniques** : pages anonymes, astroturfing, bots, spams, sponsoring, etc.<sup>11</sup>
  - **Moyens narratifs** : attaques ad hominem, éléments de langage reprenant des facteurs de vulnérabilité classiques (contestation des institutions, instrumentalisation de la morale...) <sup>12</sup> ;
  - **Moyens opérationnels** : réseau structuré, financé, coordonné, dissimulé, etc.<sup>13</sup>
- L'étude des caractéristiques du boycott d'avril 2018 au Maroc met en lumière la présence de **moyens techniques** (anonymisation des pages, astroturfing, bots, spams, etc.), **narratifs** (attaques ad hominem, éléments de langage, etc.) et **opérationnels** (réseau structuré, coordonné, financé et dissimulé, etc.), largement utilisés dans les campagnes de manipulation de l'information. La matrice ci-dessous résume les différentes techniques utilisées par les activistes durant le boycott d'avril.

<b>Moyens techniques</b> 	Pages Anonymes	<input checked="" type="checkbox"/>
	Astroturfing	<input checked="" type="checkbox"/>
	Bots	<input checked="" type="checkbox"/>
	Spams	<input checked="" type="checkbox"/>
	Sponsoring	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Moyens narratifs</b> 	Ad Hominem	<input checked="" type="checkbox"/>
	Éléments de langage	<input checked="" type="checkbox"/>
	Facteurs de vulnérabilité	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Moyens opérationnels</b> 	Hierarchisation	<input checked="" type="checkbox"/>
	Financement	<input checked="" type="checkbox"/>
	Coordonation	<input checked="" type="checkbox"/>
	Dissimulation	<input checked="" type="checkbox"/>

11 Ci-après « Les Moyens techniques »

12 Ci-après « Les Moyens narratifs »

13 Ci-après « Les Moyens opérationnels »

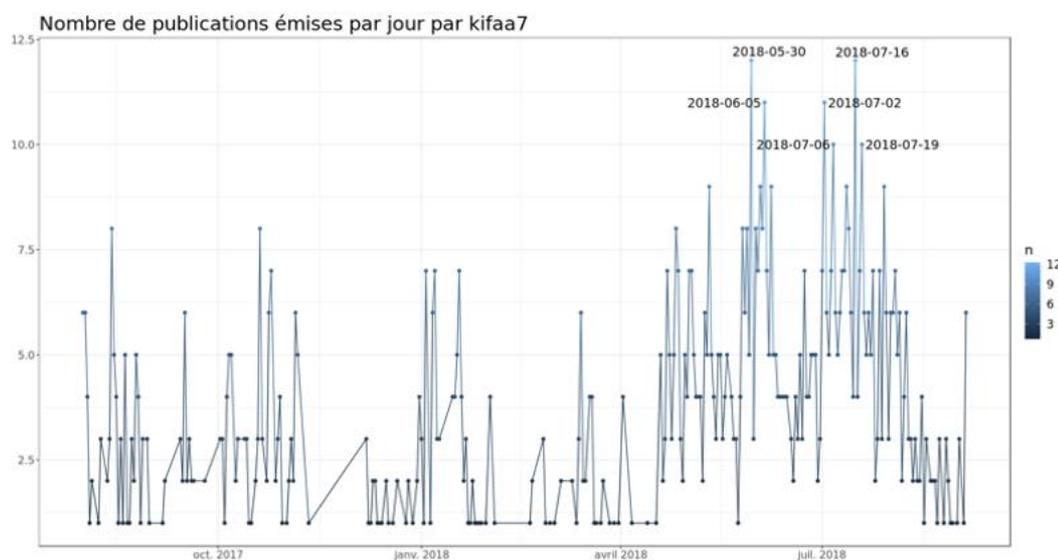
## 2.1. Les moyens techniques

Le boycott d'avril se caractérise par l'utilisation de différents moyens techniques traditionnellement déployés lors d'opérations de manipulation de l'information.

- **Pages anonymes**

Une étude minutieuse du déroulement du boycott marocain menée a posteriori fait état **d'une galaxie de pages Facebook anonymes** (plus d'une centaine) ayant participé à la diffusion de celui-ci. Certaines ont depuis supprimé leurs publications ou ont été bannies par le réseau social Facebook<sup>14</sup>.

Kifaa7 symbolise cet écosystème. Cette page anonyme, créée le 3 août 2014, a changé de noms à plusieurs reprises. Ses administrateurs — nombreux et professionnels, au regard du volume de publications et des informations disponibles dans l'onglet « transparence de la page » — ont longtemps avancé masqués. Enfin, son rythme de publication a connu une forte augmentation durant le boycott (jusqu'à 12 posts par jour) et la page s'est attachée à marteler le même message et le même visuel durant toute la durée de la campagne de boycott. La page Kifaa7 possède par ailleurs plusieurs comptes sur Facebook et YouTube qui répliquent, sous d'autres pseudos, les contenus publiés par la page.



(Nombre de publications émises par jour par Kifaa7. Source : IDS Partners)

- **Astroturfing**

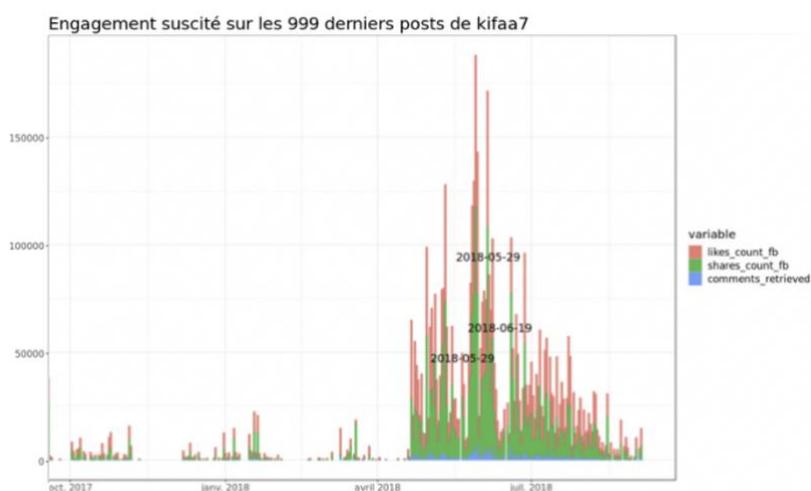
L'astroturfing est une pratique visant à simuler un soutien populaire, soit en augmentant artificiellement les vues par des méthodes de sponsorship des publications, soit par le rafraîchissement automatique de pages ou par l'utilisation de « fermes à clics ».

Il s'agit d'une manipulation de l'information, plus précisément d'une manipulation de la perception. L'objectif est de donner l'impression d'une mobilisation écrasante, alors même qu'elle n'est pilotée que

<sup>14</sup> [https://telquel.ma/2019/03/27/disparition-de-pages-pro-boycott-sur-facebook-entre-manipulations-et-influence-2-0\\_1632862/](https://telquel.ma/2019/03/27/disparition-de-pages-pro-boycott-sur-facebook-entre-manipulations-et-influence-2-0_1632862/)

par un groupe restreint. Cette pratique a, sans le moindre doute, été utilisée par la page Kifaa7 dans les trois mois à partir du boycott. Entre avril et juin, la page totalise en effet **plusieurs millions d'interactions et de partages**, avec des pointes oscillant entre 100 000 et 150 000 interactions. Ce chiffre est inhabituel pour Kifaa7 qui, jusqu'à récemment, atteignait péniblement les 25 000 interactions.

En parallèle de Kifaa7, près de cent autres pages Facebook ont relayé l'appel au boycott, participant ainsi à la création de plusieurs centaines de milliers de posts sur le sujet. Cette augmentation inhabituelle des vues peut être l'œuvre d'une action sponsorisée.



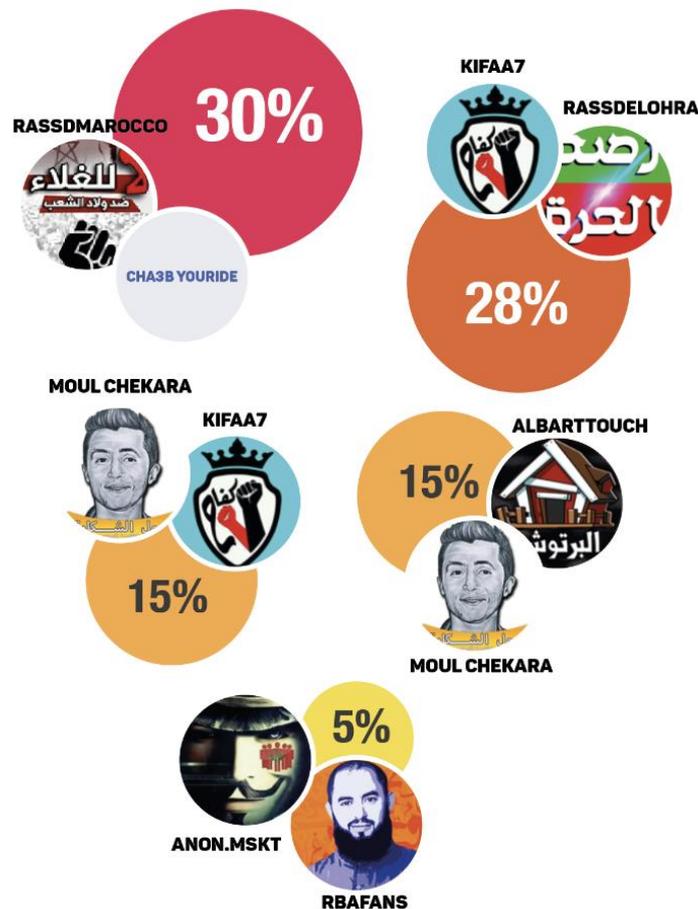
*(L'engagement suscité sur les 99 derniers posts de Kifaa7, en juillet 2018, montre une activité anormale correspondant à de l'astroturfing. Source : IDS Partners)*

## • Le spam

Autre indicateur de l'orchestration du boycott marocain, **les différentes pages anonymes et profils étant à l'origine de la diffusion du boycott sont interconnectés**. Ces avatars virtuels relaient en masse les mêmes messages (textes et visuels), parfois à quelques secondes d'intervalle.

À noter que la présence d'influenceurs connus parmi les relais d'une opération de manipulation de l'information, et non pas uniquement des pages anonymes, permet d'apporter une certaine caution à celle-ci et de la crédibiliser aux yeux des internautes. Dans la plupart des cas, ces influenceurs demandent à être rémunérés. Pour ce qui est du boycott marocain, une dizaine d'influenceurs se sont fait le relais des messages portés par celui-ci. Une récupération des contenus publiés par ces derniers montrent d'ailleurs une interconnexion entre les publications, jusqu'à 30% similaires.

## % de contenus identiques publiés par deux profils différents



(Représentation graphique des relations entre pages au travers de posts similaires, sur un échantillon d'une centaine de posts, récupérés entre juillet et septembre 2018)

### • Les bots

Un bot ou « robot » est un logiciel présent sur les réseaux sociaux qui agit de façon automatique ou semi-automatique, délivrant des messages clés ou en republiant d'autres. La présence d'un grand nombre de bots est un signe distinctif des opérations de manipulation de l'information.

Une investigation sur Twitter du cabinet IDS Partners a permis de mettre en évidence **la création de plus de 800 bots dédiés au boycott marocain**. Leur création, entamée **un mois avant la date du boycott**, démontre également qu'il y a eu **préméditation**. Ces faux comptes, sans description ni photo, ont été alimentés artificiellement afin de retweeter ou répondre par le biais de phrases simples et prédéfinies. Ces bots ont par ailleurs été « hyperactifs » (plus de 100 messages par mois), par rapport aux habitudes généralement constatées chez de vrais internautes.

Sur Facebook, des bots ont aussi été créés afin d'amplifier les messages pro-boycott et créer une impression de popularité. Sur Twitter, des bots participent à la viralisation d'individus jusque-là anonymes.



(Capture d'écran des nombreux messages dupliqués par des « bots » Facebook)



(Sur Twitter aussi, les bots sont nombreux)

## 2.2. Les moyens narratifs

### • Éléments de langage

Si l'appel au boycott a été dupliqué en masse sur les réseaux sociaux (même texte et même visuel), le réseau d'acteurs à l'origine de ce mouvement artificiel a pris soin de diffuser en parallèle de nombreux autres messages pour respecter une certaine cohérence d'ensemble.

Des éléments de langage bien précis se retrouvent en effet dans chacun des messages du réseau, qu'ils soient publiés sur Facebook, Twitter ou YouTube et, en apparence, émis par des individus distincts.

De manière générale, ces attaques se cristallisent autour de facteurs de vulnérabilité :

- Les dissensions internes (bataille politique, divisions régionales) ;
- Contestation des institutions (corruption de l'État, corruption des élites) ;
- Instrumentalisation de la morale (Instrumentalisation de la Zakat, religiosité).

### • **Bataille politique (dissensions internes)**

Les divisions politiques ont progressivement polarisé les opinions au Maroc. Les appels au boycott répétés du PJD (en 2014, en 2016 via les Chevaliers du PJD<sup>15</sup>) ont fragilisé la population en amont de l'opération de manipulation d'avril 2018. Le slogan « Akhannouch dégage » proféré en présence du Roi en juin 2018 a exacerbé ses tensions internes.

### • **Corruption de l'État et du gouvernement (contestation des institutions)**

L'État est régulièrement attaqué par des pages anonymes liées au boycott, comme Rasd Elhora. Des personnalités issues du monde économique ou politique (Ilyas El Omari, Saâdeddine El Othmani, Aziz Akhannouch, Miriem Bensaleh-Chaqroun, et paradoxalement Abdel-Ilah Benkirane) sont quant à elles souvent critiquées pour leur « affiliation au Makhzen » et sont présentées comme les ennemis du peuple.

### • **Exacerbations des divisions régionales (dissensions internes)**

La majeure partie des boycotteurs partagent une idéologie sécessionniste. Le discours qu'ils tiennent souffle sur les braises du Hirak et de la division historique rifaine, en surfant sur des symboles comme le drapeau berbère, Nasser Zefzafi<sup>16</sup>, etc.



Maroc Boycott Youssef Zerouali passe un message à Ackanouch l'ennemie du peuple marocain

<sup>15</sup> <http://fr.le360.ma/politique/les-chevaliers-du-pjd-officiellement-poursuivis-en-vertu-de-la-loi-antiterroriste-107889>

<sup>16</sup> Ce militant marocain, figure de proue du mouvement de contestation populaire du Rif, a été arrêté en 2017 pour « atteinte à la sûreté de l'État »

(Vidéo de l'influenceur Youssef Zerouali, figure influente du boycott, s'insurgeant contre les ennemis du peuple marocain

- **Accusations de corruption des élites (instrumentalisation de la morale)**

Régulièrement mis en avant par Kifaa7 (littéralement « la lutte ») et son réseau associé (MC Talib, Moul Chekara, etc.), la lutte contre la corruption est un thème récurrent. Derrière celui-ci, les boycotteurs visent à prendre l'ascendant moral sur les autorités et les élites. De fait, ils accusent régulièrement les élites, souvent sans fondements.



(Publication de Kifaa7 sur Youtube)



(Miriem Bensalah-Chaqrout a été la seconde cible authentifiée du boycott)

Ces accusations de corruption touchent aussi le PJD et le PAM, malgré les tentatives répétées des deux partis d'instrumentaliser le mouvement. Les représentants les plus symboliques des deux partis (Saâdeddine El Othmani, Abdelilah Benkirane pour le PJD, Ilyas El Omari du PAM) sont régulièrement attaqués, accusés de corruption, voire d'alcoolisme.



*(Kifaa7 se positionne contre les forces de l'ordre, dans une rhétorique classique du fort contre le faible utilisé dans les campagnes de manipulation)*

Ces attaques désordonnées démontrent d'une volonté manifeste de créer le chaos en minant la confiance que les Marocains accordent à leur classe politique. Elles démontrent également que les commanditaires du boycott ne se situent probablement pas dans la classe politique marocaine, car aucun n'est vraiment épargné.

- **Soutien aux opposants politiques (contestation des institutions)**

Le soutien aux opposants politiques notoires comme Nasser Zefzafi revient à contester des institutions jugées corrompues. Ce soutien vise également à saper le pouvoir des institutions afin de le remettre au peuple, prétendument lésé.

- **Religiosité et instrumentalisation de la Zakat (instrumentalisation de la morale)**

Les actions des boycotteurs visent également à démontrer leur supériorité religieuse via des actions de charité (instrumentalisant la Zakat, troisième pilier de l'Islam). Ils multiplient ainsi les actions d'aide aux plus démunis et se posent en sauveurs des populations oubliées (aide alimentaire, aide médicale, aide aux veuves...). Ces actions s'inscrivent bien entendu en opposition à la corruption supposée des élites, comme le démontrent les accusations d'alcoolisme dirigées contre Ilyas El Omari.



*(Ilyas El Omari et Saâdeddine El Othmani sont accusés d'alcoolisme par Kifaa7, une attaque contre leur religiosité)*



(Sur la chaîne Youtube d'Immir Amine, actions de charité et boycott se mélangent)

### • Attaques ad hominem

Une attaque *ad hominem* est une attaque visant à critiquer non pas les actions ou les idées, mais une personne. Il s'agit d'une tactique classique de manipulation de l'information : cibler une personnalité connue du public afin d'en faire un symbole. Cette tactique a été utilisée lors de plusieurs grands événements politiques : durant la campagne présidentielle américaine de 2018 afin de discréditer Hillary Clinton ainsi qu'au cours de la campagne du président Emmanuel Macron.

Cette tactique est à l'œuvre avec le boycott marocain. À l'origine, celui-ci ciblait trois marques : Sidi Ali, Danone et Afrikaia. Graduellement, les instigateurs de cette opération ont cherché à concentrer les attaques sur une personne afin de mieux symboliser la haine du gouvernement. Les instigateurs du boycott se sont déportés sur des hommes politiques et des relais du pouvoir. En ce sens, ils ont délaissé peu à peu les 3 marques précédemment citées pour se focaliser sur Aziz Akhannouch.



## 2.3. Les moyens opérationnels

### • Un réseau organisé

La détection d'une structure organisée derrière un mouvement se voulant spontané est un facteur décisif permettant de déceler une campagne de manipulation de l'information. Le boycott d'avril a-t-il été le fait d'un groupe désorganisé, à l'image des gilets jaunes en France avec des leaders sans lien entre eux ? Ou s'agissait-il d'un groupe ordonné, avec une hiérarchie définie, des synergies et des procédures claires ?

La suppression massive, en mars 2019, de pages ayant pris part au boycott a permis d'observer en détail la réorganisation du réseau de boycotteurs. Nous avons ainsi pu formellement établir que celui-ci est organisé, hiérarchisé et compartimenté. À cela s'ajoute une homogénéité politique claire, avec des discours pro-turc et pro-Frères Musulmans.

Au sein de cette structure, nous avons pu identifier des comptes de réseaux sociaux auxquels un groupe restreint d'individus se sont abonnés. Ces individus constituent le cœur de l'organisation du réseau.

Nous avons pu identifier deux comptes de secours<sup>17</sup> :

- **Kifaa7** : **كفاحي الله عبد**, créé en [janvier 2019](#). Ce compte de secours dispose d'un nombre très restreint d'amis (seulement 6), parmi lesquels le compte de Moul Chekara.
- **عبد الله د**,<sup>18</sup> un compte anonyme qui diffuse des informations auprès de ses 42 amis, tous issus de la sphère médiatique, et ayant des liens avec les figures centrales du boycott (Moul Chekara, Kifaa7, MC Talib, Moul Casketta<sup>19</sup>).



(Un compte pour les coordonner tous ?)

<sup>17</sup> Un compte de secours est un compte crée parallèlement au compte principal, qui est utilisé en cas de suppression de ce dernier.

<sup>18</sup> <http://archive.is/J6DaE>

<sup>19</sup> Voir, un réseau coordonné

À partir de ces comptes, nous avons pu établir une liste restreinte de noms ayant pris part au boycott, de façon ouverte ou plus discrète. Ces comptes se divisent en deux types d'individus : **des blogueurs contestataires** d'une part, et **un réseau de hackers** d'autre part.

Le rôle des premiers est d'être la face visible de la contestation. Le rôle des seconds est d'administrer les pages et de gonfler artificiellement les chiffres et les abonnés.

Les organisateurs du boycott du 20 avril ont fait preuve d'une organisation fluide, résiliente et anonyme. Fluide, car elle se repose sur un grand nombre de pages Facebook actives ou dormantes. Résiliente, car elle est capable de se recréer malgré les suppressions de pages. Et anonyme, car ses donneurs d'ordre sont dissimulés. Le compte de coordination, toujours dans l'ombre, jouait sans nul doute une part importante dans ce dispositif de résilience.

Toutefois, nous avons pu identifier les figures clefs du réseau : certaines sont des figures publiques du boycott, d'autres demeurent dans l'ombre.

Parmi les individus repérés se retrouvent plusieurs blogueurs d'une mouvance contestataire, le journaliste militant de Badil.info incarcéré au Maroc depuis 2017 :

- **Abderrahamane Adraoui**, un entrepreneur en transport routier, mais aussi correspondant de presse pour l'Hespress.com, résidant au Canada. Il compte parmi les administrateurs de Kifaa7 et s'est positionné contre Aziz Akhannouch ;
- **Mohamed Bennis**, alias Moul Chekara, un blogueur influent qui fait partie des figures de proue du boycott. Il est également proche, voire intime, d'Abderrahamane Adraoui ;
- **Chafik Omerani**, proche d'Hamid El Mahdaoui et propriétaire du site Web d'informations « *On Magharebia* » (fermé depuis deux ans). Cet ingénieur d'État s'est positionné contre le jugement marocain « corrompu » et aurait participé aux événements du 20 février ;
- **Imnir Amine**, animateur de la page Faysbouki TV et d'autres pages anonymes qui est proche de Moul Chekara (qu'il connaît, selon sa page Facebook, depuis 2014). Ce dernier ne cache pas son admiration pour la Turquie ;
- **Youssef Zerouali**, influenceur et président d'une association caritative venant en aide aux plus démunis. Zerouali est en réalité un membre actif du réseau des boycotteurs ;
- **Mohammed Ziani**, dit « MC Talib », un rappeur qui met en chanson les problèmes du pays. En réalité, il véhicule une vision rigoriste de l'Islam.

Il s'agit là des blogueurs les plus influents de l'organisation. Parallèlement, nous distinguons des blogueurs de moindre importance, mais qui servent de chambre d'échos aux messages qui ont été définis au préalable. C'est le cas de **Mohammed Aoud** (Sordo), **Mohamed Sakaki** (Moul Ikaskita), ou encore **Imnir Amine**. La plupart de ces blogueurs sont liés à Mohamed Bennis, qui les a rencontrés à de multiples reprises, en tête à tête, ou en groupe.

Le réseau est également composé de plusieurs pirates informatiques. La présence de ces hackers explique le degré de dissimulation et de prudence désiré par les acteurs du boycott.

Parmi ceux-ci, les individus suivants semblent avoir une place de choix dans l'organigramme :

- **Jawad Fadili** (Kifaa7), hacker pro-Frères Musulmans résidant entre l'Espagne et le Maroc. Disposant de solides connaissances informatiques et d'infographie, cet ancien ouvrier de chez Renault est le créateur de la page Kifaa7 (anciennement Antivirus). En cherchant à remonter

les premiers partages de Kifaa7, nous avons effectivement découvert que Jawad Fadili a non seulement été le primopubliant, mais avait utilisé son visage pour illustrer le logo de la chaîne. Il admettra sur Facebook posséder cette chaîne dans un commentaire en arabe ;

- **Jawad Bekannten**, hacker non identifié qui animait pendant un certain temps la page **Anonymous MasSkatinch** (12 000 interactions sur le Boycott) ;
- **محمد الاحمدي**, hacker lié à Jawad Fadili, animateur de la page Facebook **RassD CHa3B**. Il est un soutien fidèle d'Hamid El Mahdaouy et de Nasser Zefzaoui et revendique la sécession du Rif avec le Maroc ;
- **Soufian Daniel**, hacker en provenance de Salé, disposant de connaissances solides en *growth hacking* et en *astrourfing* — il se spécialise dans le gain de *followers* sur les réseaux sociaux.



(À gauche, le logo de la page AntiVirus, ancien nom de la chaîne Youtube Kifaa7. En bas, une photo de Jawad Fadili, accessible publiquement via Facebook<sup>20</sup>. Une comparaison des deux montre que Jawad a bien utilisé son visage pour créer le logo, tout comme ses initiales « JF »)

<sup>20</sup> [https://www.facebook.com/photo.php?fbid=463905403690280&set=ecnf\\_100002124730507&type=3&theater](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=463905403690280&set=ecnf_100002124730507&type=3&theater)



(Sur Facebook, Jawad Fadili admet posséder la chaîne qui correspond à l'URL suivante : en cliquant sur le lien, on retrouve la page Kifaa7)



(Capture d'écran d'un post de Soufian Elkaysser qui se vante de ses capacités en growth hacking)

## • Un réseau coordonné

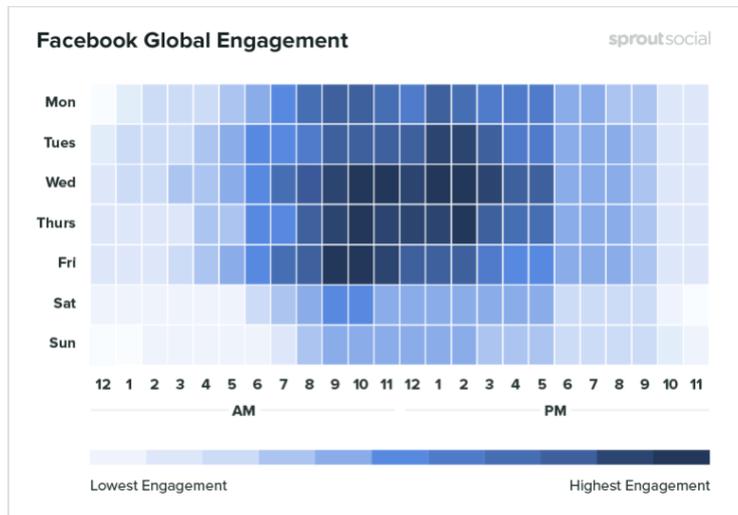
Les organisateurs du boycott ont prouvé leurs capacités de coordination le 21 avril 2018 quand ils ont publié, **très tard dans la nuit et en moins d'une heure**, 32 publications récoltant plus de 37 000 likes au total, **soit une publication toutes les deux minutes, récoltant en moyenne 1 161 likes par publication**. Ce chiffre, estimatif, ne prend pas en compte la viralité des comptes et groupes privés, par nature cachés. Nous estimons donc que les retombées de cette campagne sont bien supérieures à ce qu'il est possible d'observer en source ouverte.

Page	Date	Heure	Like	Typologie
<a href="#">Moul chekara - مول الشكارة</a>	21 avril 2018	00h39	10 K	Influenceur
<a href="#">Dima Marrakech ديماء مر</a>	21 avril 2018	00h40	314	Page officielle
<a href="#">Mc Talib Official</a>	21 avril 2018	00h42	1,5 K	Page officielle
<a href="#">Imnir amine- فيسيوي حر</a>	21 avril 2018	00h45	6,3 K	Influenceur
<a href="#">الجهة الشعبية لمكافحة الفساد</a>	21 avril 2018	00h48	1,4 K	Page anonyme
Zaki Rif (relaie Chekara)	21 avril 2018	00h48	11	Profil
<a href="#">صفحة ايت برايم</a>	21 avril 2018	00h49	22	Page anonyme
<a href="#">الدار البيضاء عاصمة الإجرام</a>	21 avril 2018	00h49	10 K	Page anonyme
<a href="#">البرتوش</a>	21 avril 2018	00h49	143	Page anonyme
<a href="#">Berkane Originale بركان أوريجينال</a>	21 avril 2018	00h51	142	Page anonyme
<a href="#">نجمة الشرق</a>	21 avril 2018	00h51	142	Page anonyme
<a href="#">الزقة تربي و الحبس يخى</a>	21 avril 2018	00h53	7	Page anonyme
<a href="#">Raja De Casablanca</a>	21 avril 2018	00h59	10	Page anonyme
<a href="#">أيت بنوح En Ligne</a>	21 avril 2018	00h59	21	Page anonyme
<a href="#">Rassd Maroc رصد المغربية</a>	21 avril 2018	01h00	1,4 K	Page officielle
<a href="#">TVإداوتنان</a>	21 avril 2018	01h00	7	Page officielle
<a href="#">18+غير خودوني</a>	21 avril 2018	01h00	308	Page anonyme
<a href="#">Ihab Schweinsteger</a>	21 avril 2018	01h02	22	Profil
<a href="#">صمتي لا يعني جهلي</a>	21 avril 2018	01h07	2	Page anonyme
<a href="#">rassd elhora رصد الحرة</a>	21 avril 2018	01h08	1,4 K	Page anonyme
<a href="#">RCAالرجاء العالمي</a>	21 avril 2018	01h15	10	Page anonyme
<a href="#">Ouarzazate art</a>	21 avril 2018	01h04	21	Page officielle
Aboukacem Said	21 avril 2018	01h07	2	Profil
<a href="#">محمد منتصر</a>	21 avril 2018	01h12	400	Profil
<a href="#">Kifaa 7</a>	21 avril 2018	01h18	3,5 K	Page anonyme
<a href="#">Khaled Baya Doo</a>	21 avril 2018	01h18	2	Profil
<a href="#">Ceative Brains عقول مبدعة</a>	21 avril 2018	01h22	2	Page anonyme

<a href="#">عين البيضاء</a>	21 avril 2018	01h27	6	Page anonyme
<a href="#">أيت لفارغ Ait Ifarghe</a>	21 avril 2018	01h27	13	Page anonyme
<a href="#">TRD BEL VISA</a>	21 avril 2018	01h38	120	Page officielle
Larache 4Ever   العرائش الى الأبد	21 avril 2018	01h39	60	Page officielle
<a href="#">Amine Amine</a>	21 avril 2018	01h41	5	Profil
Abdrrahim Essalhi	21 avril 2018	01h43	7	Profil

(En bleu, les pages ou profils qui sont clefs dans le réseau)

Ce succès est hautement improbable sans sponsoring ou astroturfing, vu l'heure avancée des publications. Les statistiques annuelles fournies par Facebook montrent en effet qu'entre minuit et deux heures, la présence d'internautes est la plus faible.



Nous avons analysé plus de 4000 posts originaux et 500.000 commentaires en provenance de 247.315 profils distincts (août – octobre 2018). L'objectif de cette collecte massive de données a été de déterminer un schéma reflétant le mode de propagation et de diffusion des posts.

Les figures clef du boycott identifiées précédemment ressortent, sans surprise.

Le graphique ci-dessous, issu de l'analyse des publications dupliquées, tend à montrer que Cha3bd.youride, Moul Chekara, Rassd Elhora et Kifaa7 **comptent parmi les primo-publiants chaque fois qu'il y a une information nouvelle**. Celle-ci est ensuite reprise en masse par le réseau. Ici, on constate une séparation claire entre ce groupe de pages initiatrices et les autres, dont l'objectif semble davantage de faire écho.

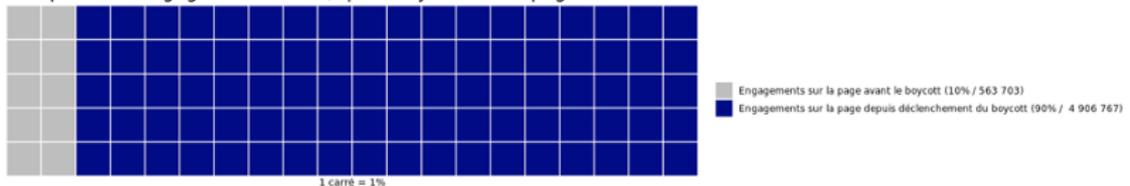


*In fine*, chaque vidéo de la chaîne YouTube **Kifaa7** est par exemple visionnée 393 000 fois en moyenne, ce qui est supérieur à la moyenne des vues de la chaîne ChoufTV, qui est la plus populaire du Maroc (plus de 1,5 milliard de vues depuis 2012). Pour ces raisons, nous supposons que la sponsorisation des vues s'est poursuivie après 2016 et pourrait encore exister aujourd'hui, sous une forme plus anonyme. Les chiffres de visionnage élevés supposent l'achat illégal de vues et/ou une campagne de publicité massive, et depuis de longues années.

Au niveau technique, le très grand nombre d'interactions obtenu par les appels au boycott publiés sur Facebook, notamment par rapport à celui enregistré par leurs émetteurs en temps normal, laisse à penser qu'une opération de sponsorisation a été mise en place et donc que des moyens financiers conséquents ont été déployés.

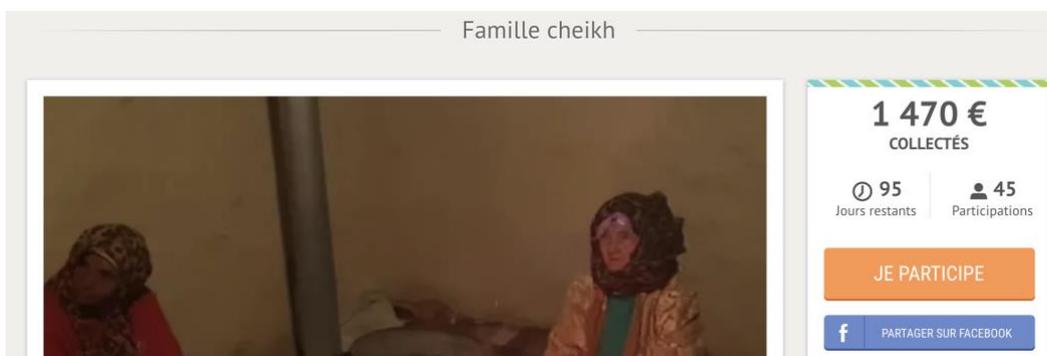
Pour venir étayer ce constat, le chercheur Damien Licia (IDS Partners) a agrégé le nombre d'engagements réalisés entre le 1er août 2017 et le 19 avril 2018, et les a comparés avec les engagements réalisés entre le 20 avril et le 4 septembre 2018. Le constat est sans appel : « 90 % d'engagements ont été réalisés pendant la phase du boycott, soit 4 906 767 likes + shares + comments, contre seulement 10 % pour la période précédente (563 703 engagements) ». Autrement dit, Kifaa7 a sponsorisé massivement ses publications pour atteindre un nombre conséquent d'interactions.

Comparaison engagements avant/après boycott sur la page kifaa7



(Source : IDS Partners)

Parallèlement, **Youssef Zelaoui**, qui fait partie du cercle restreint des boycotteurs, a réussi à accumuler plus de 430 000 dirhams par le biais d'une collecte de fonds. À cela s'ajoutent les nombreuses collectes réalisées fréquemment par les autres membres du réseau des boycotteurs comme **Imnir Amine** (un ami intime de Mohammed Bennis).



L'origine de ces fonds, qui transitent par les sites de cagnotte en ligne comme Leetchi, reste trouble. Sur l'une d'entre elles, on constate une forte propension d'individus anonymes ainsi que le nom d'une



Date Opé	Libellé Opération	Debit	Credit
19/03/2019	Frais timbre du mois 0219	3.00	
12/03/2019	Opér. débit ref. 0 wadh	19.00	
	Pf8 sur vir reçu de étranger	11.00	
22/02/2019	Virement reçu de étranger		2 623.22
21/02/2019	Vir reçu de l'air échange		100.00
19/03/2019	Frais timbre du mois 0119	2.00	
	Opér. débit ref. 0 wadh	19.00	
	<b>Total</b>	<b>84.00</b>	<b>3 477.72</b>
	<b>Solde réel :</b>		<b>262 327.79 CR</b>

L'importance des fonds ainsi que la multiplicité des cagnottes interrogent. Une fois regroupés, ces éléments accréditent l'hypothèse d'un financement extérieur et massif.

- **Un réseau politisé**

À plusieurs reprises, le réseau qui anime le boycott a démontré sa proximité avec la Turquie et l'idéologie des Frères Musulmans. **Imnir Amine** a ainsi soutenu ouvertement les régimes pro-Frères Musulmans. En 2015, il a d'ailleurs affiché son soutien à l'Égyptien [Mohammed Morsi](#). En 2016, il a publié une photo à la gloire de [Recep Erdogan](#).



Ces liens avec les frères musulmans ont été confirmés à l'annonce de la mort de Mohammed Morsi, le 17 juin dernier. À cette occasion, nombreux sont les membres du réseau qui reprendront des hommages au « frère » Morsi comme Moul Chekara, Sordo, ou le cheikh Redouane.



Sur un autre sujet, Jawad Fadili, administrateur de Kifaa7, défendait une « purge » de la société sur son ancienne chaîne vidéo « Antivirus » — se référant spécifiquement aux comportements déviants des Marocains. Ses cibles privilégiées étaient les festivals de musique, l'exposition de la nudité, notamment sur 2 M. Rachid (ارفاق رشيد), un proche de Jawad Fadili lié au réseau<sup>25</sup>, tient par ailleurs les mêmes propos.



<sup>25</sup> <https://www.facebook.com/profile.php?id=100009604865113>

Parallèlement, certains membres du réseau encouragent des visions très conservatrices de l'islam, à l'image de **الشيخ محبي السليم عبد بن رضوان**, un prédicateur polygame et salafiste, qui a reçu le soutien de **Mohamed Bennis** et **Mohamed Aoune**.

Sur le plan religieux, l'écosystème identifié semble proche d'une vision traditionaliste de l'islam. Le fait que les administrateurs suivent et partagent les actualités de la page **محبى الشيخ رضوان بن عبد السلام** (@rbafans) va d'ailleurs dans ce sens.

**Radwan bin Abdul Salam** se présente comme un prédicateur qui entretient une vision conservatrice de l'islam sous couvert d'humour<sup>26</sup>. Sur sa chaîne Rabbie TV<sup>27</sup>, Radwan bin Abdul Salam revendique une proximité idéologique avec le très populaire cheikh Al Alaoui.



Dans une autre vidéo publiée par Kifaa7, Radwan bin Abdul Salam défendrait<sup>28</sup>, si l'on en croit son titre, Mohammed Fizazi, salafiste marocain connu et l'un des prêcheurs les plus radicaux que le Maroc ait connu<sup>29</sup>.



<sup>26</sup> [https://telquel.ma/2017/06/27/cheikh-redouane-star-montante-predication-2-0-humour\\_1551793/?utm\\_source=tq&utm\\_medium=normal\\_post](https://telquel.ma/2017/06/27/cheikh-redouane-star-montante-predication-2-0-humour_1551793/?utm_source=tq&utm_medium=normal_post)

<sup>27</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCCA5jZHljD2DE3DBf7v68kA/videos>

<sup>28</sup> Cette défense reste mesurée et pour cause, Mohammed Fizazi aurait été très critique d'Abdessalam Yassine, qu'il accusait d'être lié à l'Arabie saoudite...

<sup>29</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ckgyNV0RLbQ>

Parallèlement au « cheikh » Radwan bin Abdul Salam, d'autres membres du réseau véhiculent une vision plus stricte de l'islam, sous couvert de piété. C'est le cas du rappeur Mohammed Ziani, dit MC Talib (une double référence à **Ja'far Ibn Abî Tâlib**, l'oncle du prophète Mahomet, et à la posture d'étudiant que se doit de respecter tout pratiquant de l'islam). De façon générale, les boycotteurs partagent cette vision de l'islam et la distille au compte-gouttes dans ses publications : une uniformité de points de vue pourtant rare dans la société marocaine. Politiquement, elle tranche radicalement avec la vision traditionaliste du PJD et se rapproche davantage de la ligne du parti Al Adl Wal Ihssan, connu pour ses liens avec les Frères musulmans et la Turquie<sup>30</sup>.

Là encore, cette spécificité aligne les boycotteurs avec le mouvement Al Adl. Ce dernier défend en effet la mise en place d'un « État civil » qui remettrait en cause le système monarchique au sein du Maroc. « *L'Etat civil que nous appelons de nos vœux est aux antipodes de l'Etat militaire, policier ou théocratique ; c'est un Etat où la religion occupe une place qu'on ne peut renier, vu la nature des sociétés arabes* », expliquait Omar Iharchane, du secrétariat général d'Al Adl Wal Ihssan pour Libération<sup>31</sup>. Ne disposant pas d'existence légale et cultivant la discrétion, l'association Al Adl Wal Ihssan nourrit pourtant un projet politique. « *Dans son idéologie, Al Adl Wal Ihsane estime qu'il est nécessaire de délivrer la nation musulmane de l'impiété où elle sombre. Pour ce faire, la mouvance a théorisé un processus de déploiement au niveau national et de recrutement massif d'adeptes pour maximiser ses effectifs, tout en s'attendant à s'approprier l'espace sociopolitique et à infiltrer les différents rouages de l'État* » explique, pour Jeune Afrique, un connaisseur du mouvement<sup>32</sup>.

Cette idéologie est elle-même servie par des moyens qui flirtent avec la clandestinité, si l'on en croit les écrits du père du mouvement. « *Il est impératif que le groupe des moudjahidine opère un entrisme sur l'échiquier politique pour disputer le terrain aux ennemis, dans l'attente de la préparation des conditions de la vague géante* » expliquait Abdeslam Yassine, fondateur d'Al Adl, avant d'appeler ses fidèles à « *mener toutes les étapes de la qawma [littéralement le soulèvement<sup>33</sup>] avec intelligence, dextérité, finesse et ruse* ». Un point de vue inédit au sein de la société marocaine.

#### En bref :

Le réseau derrière le boycott d'avril est organisé, coordonné, financé et politisé.

Il est organisé, car derrière ses actions existe une structure bien établie, avec des rôles précis attribués à chacun (growth hacking, religion, financement, blogueur...). Il est coordonné, car capable de publier en masse, en moins d'une heure, et obtenir des résultats viraux à des heures de faible audience. Il est aussi financé, car il est capable d'avoir recours à de la sponsoring, mais aussi de financer des campagnes de dons aux démunis aux origines troubles. Il est enfin politisé, avec une vision traditionnelle de l'islam et anti-gouvernement, voire anti-Étatique, des campagnes de dons qui rappellent les méthodes utilisées par d'autres formations islamistes avant elles.

Ces caractéristiques particulières démontrent que le mouvement occulte derrière le boycott peut devenir une véritable force activiste d'opposition, activable à tout moment et capable, dans un temps très court, de créer un chaos politique.

<sup>30</sup> <https://www.monde-diplomatique.fr/2007/08/KRISTIANASEN/14994>

<sup>31</sup> [https://www.liberation.fr/planete/2017/07/13/au-maroc-un-mouvement-islamiste-en-faveur-de-la-separation-des-pouvoirs-intrigue\\_1583118](https://www.liberation.fr/planete/2017/07/13/au-maroc-un-mouvement-islamiste-en-faveur-de-la-separation-des-pouvoirs-intrigue_1583118)

<sup>32</sup> <https://www.jeuneafrique.com/mag/746345/politique/maroc-letau-se-resserre-autour-dal-adl-wal-ihsane/>

<sup>33</sup> <https://www.jeuneafrique.com/mag/602751/politique/maroc-justice-et-bienfaisance-ne-fait-plus-recette/>

## Conclusion :

« *La question de l'attribution des attaques est le grand problème du cyber* » expliquait face au Sénat français Guillaume Poupard, le directeur de l'ANSSI (Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information). Cela est vrai aussi dans le cadre des actions de manipulation de masse les plus sophistiquées.

Nous avons pu déterminer que le boycott a été instrumentalisé par un groupe de blogueurs et de hackers pro-Erdogan et adepte d'une vision conservatrice de l'Islam. Ces derniers continuent de bénéficier d'un soutien que nous estimons à plusieurs centaines de milliers d'euros, sur plusieurs années.

Le boycott d'avril n'est pas un mouvement spontané. Il a été prémédité et a utilisé des moyens professionnels, sur le plan technique et narratif. Il n'est donc pas le fait d'individus isolés et ne reflète pas un véritable engouement populaire : **il s'agit d'une authentique campagne de manipulation de l'information qui a frappé le Maroc.**

Les potentiels donneurs d'ordre d'une telle action peuvent être **un parti politique** aux finances solides ou occultes, **un individu isolé** disposant de moyens importants ou encore **un État étranger**. Les soupçons se tournent naturellement vers le parti **Al Adl Wa Ihssan**, qui dispose d'une cohérence de vision avec les membres du réseau, d'un vivier de militants suffisants pour se lancer dans un activisme digital de masse et dont l'opacité des membres est connue. Un État étranger, qui dispose des moyens financiers nécessaires et d'un réseau de hackers chevronnés, pourrait avoir soutenu cette opération activement. En revanche, il semble peu probable que les partis politiques classiques comme le PAM soient derrière cette attaque. Ces derniers sont tout autant victime du réseau des boycotteurs, et si l'opportunisme les a poussés à soutenir le boycott, le réseau ne semble toujours pas les considérer comme des alliés.

Dès lors, l'objectif de ces attaques est plus facile à déterminer. Avec la venue des élections législatives en 2021, il semble que le réseau cherche à établir des liens puissants avec la population afin d'influer sur le résultat des élections — comme cela a été tenté, et parfois réussi, aux États-Unis, en France, en Allemagne et beaucoup d'autres régimes démocratiques dans le monde. Cette hypothèse paraît crédible : nous avons pu constater la force d'attraction d'un réseau activiste en forte expansion, capable dans un temps très court de déstabiliser tout un pays. Nous soutenons l'hypothèse que dans les mois et années à venir, le réseau va continuer de croître, saper l'autorité des pouvoirs publics et s'attaquer aux probables candidatures du RNI, mais aussi du PJD et du PAM, pour favoriser le chaos ou le recours à de nouvelles forces politiques extrémistes.