

Guerre cognitive et stratégies d'influence dans l'Union européenne

Cognitive warfare and influence strategies in the European Union

Nicolas Ravailhe¹

¹ Barreau de Bruxelles, Belgique, École de guerre économique, Paris, France – nicolas.ravailhe@orange.fr

RÉSUMÉ. Les guerres cognitives et informationnelles sont redoutées dans l'Union européenne (UE). L'Europe tente de se protéger contre l'influence étrangère qui porte atteinte à ses valeurs et à ses intérêts économiques. Le Parlement européen a appelé à des réponses face aux attaques cognitives à caractère civil contre l'ensemble de la société. Toutefois, les parties prenantes des processus décisionnels européens pratiquent aussi la guerre cognitive. Ils utilisent une terminologie moins provocatrice sur la scène européenne très politiquement correcte. Ainsi, l'influence de réputation ou le lobbying stratégique permettent de créer des référentiels de pensée qui sécurisent leurs intérêts dans l'UE. Cet article, à l'appui d'exemples concrets, identifie la perception de la guerre cognitive dans l'UE et la manière de la pratiquer pour façonner la conception des décisions européennes.

ABSTRACT. Cognitive and information wars are dreaded in the European Union (EU). Europe is trying to protect itself against foreign influences that undermine its values and economic interests. The European Parliament has called for responses to civil cognitive attacks on the entirety of society. However, the stakeholders in the European decision-making processes also practice cognitive warfare. They use terminology that is less provocative on the highly politically correct European stage. Reputational influence and strategic lobbying are used to create frames of reference that secure their interests in the EU. Using concrete examples, this article identifies the perception of cognitive warfare in the EU and how it is used to shape the design of European decisions.

MOTS-CLÉS. désinformation, Europe, guerre de l'information, guerre cognitive, influence, ingérence, lobbying, think-tank.

KEYWORDS. cognitive warfare, disinformation, Europe, fake news, information warfare, influence, lobbying, think-tank.

1. Guerre cognitive : un concept milliaire, hybride puis civil

Dans l'Union européenne (UE), le concept de guerre cognitive a tendance à être réservé à un usage miliare exclusif. Dans une réponse à l'eurodéputée *Sandra Pereira* du groupe parlementaire de la gauche du Portugal, la Commission européenne a indiqué :

« [N]i la guerre cognitive, ni la recherche et le développement dans ce domaine ne font partie des sept domaines de coopération entre l'UE et l'OTAN ou des 74 actions communes convenues pour leur mise en œuvre » [WEB 01].

Le Parlement européen a néanmoins publié en 2021 une étude intitulée « Meilleures pratiques pour contrer les menaces hybrides dans l'ensemble de la société » afin de montrer l'étendue des menaces qui pèsent sur l'Europe. Cette étude, réalisée par des chercheurs issus de l'Institut finlandais des relations internationales et de l'Université de Tampere, évoque le renforcement de la « résilience cognitive de l'ensemble de notre société » [WIG 21]. Dans sa Résolution d'initiative parlementaire sur l'ingérence étrangère dans l'ensemble des processus démocratiques de l'Union européenne, y compris la désinformation – 2020/2268 (INI) / 9 mars 2022 –, le Parlement européen s'est inquiété de l'usage des données *via* des plateformes ou autres outils numériques « considérant que lesdites données peuvent servir à prévoir les tendances comportementales, à renforcer les biais cognitifs et à orienter la prise de décision ».

À travers le caractère hybride militaire/civil et l'ingérence étrangère, l'Union européenne a donc intégré la notion de risques inhérents aux attaques cognitives pour nos sociétés, c'est-à-dire à caractère global. Cette prise de conscience entre pleinement dans ses compétences consistant à défendre des valeurs fondamentales et des intérêts économiques. On notera d'ailleurs que les techniques civiles de

guerre cognitive (*cf. infra*) ont, en Europe, un impact énorme sur les activités militaires. Elles gouvernent les dispositions juridiques dont seront issus la R&D, les choix technologiques, les procédures et les montants budgétaires afférents.

La « *doxa* » de l'analyse des dépenses publiques des États – une interprétation juridique des traités à finalité économique – procède également d'une guerre cognitive sur la manière de penser ces questions en Europe. Ce référentiel interprétatif n'a pu être consolidé que par l'usage de techniques de guerre cognitive appliquées à l'influence. L'impact est, par exemple, très important sur les choix opérés par les états membres en matière de dépenses militaires [HAR 22]. La France, afin d'éviter d'opérer des arbitrages trop conséquents en l'espèce a toujours demandé la « neutralisation » des dépenses inhérentes à la défense des règles européennes de calcul des déficits publics [WEB 02].

De plus, l'UE s'intéresse également aux « lois de la guerre » notamment dans le domaine cyber et dans le cadre de l'interprétation des valeurs fondamentales. En tout état cause, par une reconnaissance d'un intérêt mutuel, les pratiques civiles et militaires de la guerre cognitive ont vocation à être travaillées en complémentarité. Il est nécessaire de les distinguer clairement sans pourtant les opposer dans l'usage.

2. Une approche européenne défensive fondant la guerre cognitive dans celle de l'information

Aux États-Unis, la guerre cognitive et la guerre informationnelle semblent bien définies et font l'objet de travaux universitaires [ORE 24]. Dans l'Union européenne, la guerre informationnelle est connue alors que la guerre cognitive semble moins bien appréhendée. Une réponse, esquissée par l'UE, est défensive et principalement centrée sur la notion de désinformation générée par une communication de masse sur les réseaux sociaux. L'Europe peine à dissocier les usages de la guerre cognitive de celle de l'information. L'UE s'est d'ailleurs dotée d'un code contre la désinformation. Il s'agit de débusquer les « *fake news* » et les contre-vérités portant atteinte à ses valeurs et à nos démocraties [WEB 03].

Si l'Europe reconnaît les attaques cognitives, elle les analyse principalement comme des messages spécifiques, « nichés » dans des attaques informationnelles répétées et diffuses en ligne, dans l'objectif d'introduire des biais cognitifs durables auprès d'un maximum de citoyens. Or on sait que la difficulté provient souvent de l'association entre techniques de manipulation, de dissimulation ou de mensonge pouvant relever de la notion de guerre de l'information avec celle de la guerre cognitive consistant en « la manière d'utiliser la connaissance dans un but conflictuel » [HAR 22]. La guerre de l'information consiste à influencer par tout moyen en vue d'une prise de décision à court / moyen terme quant la guerre cognitive oriente la manière d'appréhender une thématique dans le moyen / long terme à partir de connaissances établies.

Ainsi, l'art de la guerre cognitive serait, pour être efficace, renforcé par des préparations d'artillerie d'un genre nouveau, « des tapissages de bombes numériques », relevant de la guerre de l'information. Autrement exprimée, la guerre de l'information serait la pratique courante et la guerre cognitive serait insidieusement connexe. Cette logique de combinaison de guerres informationnelles et cognitives rendrait la guerre cognitive plus efficace au milieu de *fake-news* et autres tromperies informationnelles. La guerre cognitive procède alors d'une multiplication de messages exacts et sciemment choisis dans une optique conflictuelle afin de provoquer une réaction de nature à créer des biais cognitifs à l'appui de guerres informationnelles.

3. Le Brexit : un cas d'école

Les décideurs européens n'ont jamais été naïfs. Depuis des décennies, ils utilisent des techniques d'influence afin de justifier de l'intérêt du projet européen. Toutefois, un de leurs premiers traumas en matière de guerres multiples, cognitives et informationnelles, aura été le Brexit.

En l'espèce, de très nombreux décideurs européens ont été obnubilés par le phénomène « *Cambridge Analytica* » qui porterait une responsabilité majeure dans le vote en faveur du départ de l'UE « *Leave* ». Le discernement des électeurs aurait été altéré par des guerres informationnelles. Le camp du départ « *Leave* » avait, par exemple, annoncé un chiffre gonflé sur la contribution britannique au budget de l'UE. Le camp du maintien dans l'UE « *Remain* » a immédiatement dénoncé le mensonge. Malgré d'importants moyens de communication, il a perdu la bataille.

En effet, des pratiques de guerre cognitive avaient bien ancré le fait objectif que le Royaume-Uni contribuait davantage qu'il ne recevait du budget de l'UE. Cet enjeu est installé dans les débats depuis la fameuse phrase de Margaret Thatcher : « *I want my money back* » [WEB 04]. Dénoncer un mensonge inhérent à une contribution au montant exagérément augmenté a été inopérant. Concomitamment aux attaques informationnelles, celles à finalité cognitive ont été principalement utilisées par le camp du départ « *Leave* ». Moins observées, et fondées sur des faits réels, même si ceux-ci peuvent procéder d'analyses partielles, les techniques de guerre cognitive ont imprégné les opinions.



Figure 1. Exemple d'information diffusée au Royaume Uni par le camp du « *Leave* » lors de la campagne du Brexit.

Si Cambridge Analytica a pu amplifier les messages du camp du départ « *Leave* » par des techniques de manipulation, il semble trop réducteur de leur attribuer ce succès sur bases de guerres uniquement informationnelles [WEB 05]. La manipulation des réseaux sociaux représente effectivement une menace pour la démocratie. Cette analyse est même davantage à prendre en considération quand les réseaux sociaux agissent comme une « caisse de résonance » des guerres cognitives.

Bien avant les exagérations inhérentes à la campagne électorale, le camp du départ « *Leave* » a travaillé les faiblesses britanniques dans l'UE à partir de sources européennes incontestables :

- une contribution au budget de l'Union européenne nette, le Royaume-uni payait plus qu'il ne recevait ;
- l'effondrement montré par Eurostat du PIB de plusieurs régions britanniques (cf. figure 2) ;
- un déficit commercial record du Royaume uni avec l'UE (plus de 124 milliards d'euros par an) [WEB 06] (cf. figure 3) ;
- le fait que les fonds européens disponibles en Grande-Bretagne servaient davantage les relais de croissance d'entreprises de pays tiers et - l'incapacité de la gouvernance britannique à peser sur les choix européens. Ainsi, faute de pouvoir créer des majorités en Europe autour de choix voulus par le Royaume-Uni, ce dernier a dû pratiquer la politique des « *opt out* » [WEB 07].

Change of gross domestic product (GDP) per inhabitant, by NUTS 2 regions, 2007-2016 (percentage points difference for 2016 minus 2007; based on data in purchasing power standards (PPS) in relation to the EU-28 average, EU-28 = 100)

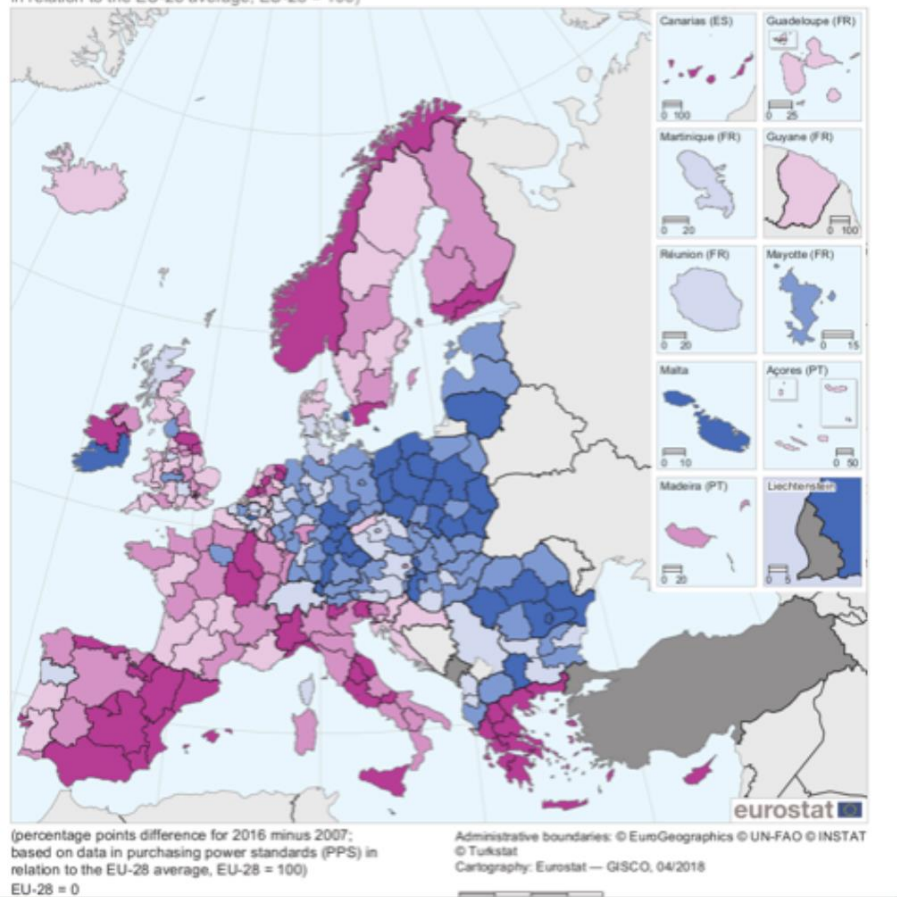


Figure 2. Effondrement montré par Eurostat du PIB de plusieurs régions britanniques

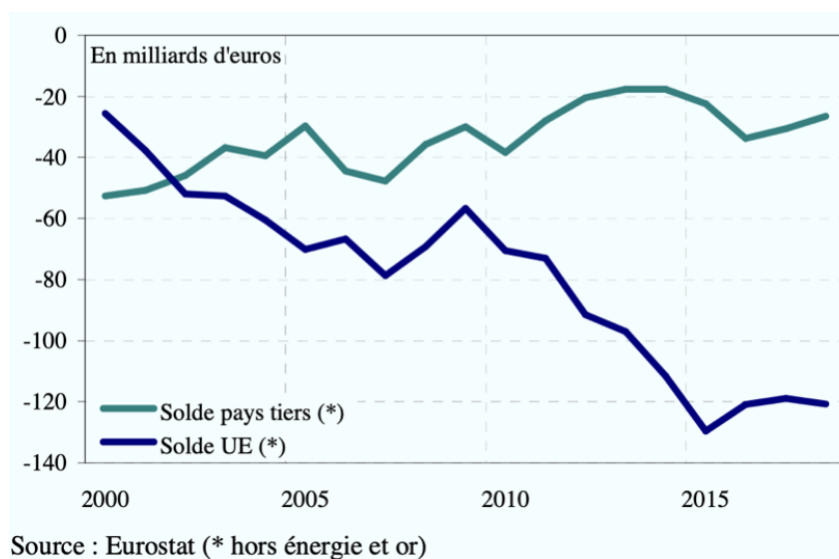


Figure 3. Illustration du déficit commercial record du Royaume uni avec l'UE : évolution du solde du commerce extérieur britannique avec l'UE et hors UE entre 2000 et 2018.

Les principales motivations de responsables politiques promoteurs / financeurs de la campagne du « *Leave* » étaient pourtant ailleurs. Il importait pour eux de sortir la City des règles européennes applicables aux marchés financiers, jugées invalidantes pour leur « *business* » [WEB 08]. Le détournement d'attention à l'appui des techniques de guerres cognitives reposant sur des faits, comme la contribution britannique nette au budget de l'UE dans une optique conflictuelle a donc permis à la City de s'émanciper des règles européennes qu'elle estimait trop contraignantes. Le camp du « *Remain* » s'est contenté de dénoncer les « *fake-news* » au lieu d'analyser les éléments de guerres cognitives, d'apporter des réponses adaptées et de rééquilibrer le projet européen.

4. Les techniques de guerre cognitives reposent sur des faits établis

Pour une majorité de décideurs européens, la bataille du Brexit devait masquer les succès économiques des États européens au Royaume-Uni. Réduire le Brexit à une vaste opération de communication / manipulation de masse par stratagèmes numériques était important pour juguler un éventuel effet de contagion [WEB 09].

La guerre informationnelle du Brexit a donc été utilisée comme élément de guerre cognitive en Europe. Ce que les pro-UE au Royaume-Uni n'ont pas réussi à opérer, dans leur pays, a été retenu comme leçon en Europe. Souvent spontanément, comme Monsieur Jourdain qui pratiquait la prose sans le savoir, ils ont tenté d'expliquer que le projet européen n'était pas en cause mais que les Britanniques avaient été dupés dans la guerre informationnelle.

Si la contagion du Brexit était redoutée au Danemark, elle n'aurait pas eu beaucoup de sens en France. Français et Britanniques avaient un degré très différent d'intégration dans le projet européen. Les situations des deux pays sont incomparables : Euro, Schengen, Politique agricole commune (PAC), Droits fondamentaux, « *opt out* » dans la législation du marché intérieur... Tout était différent malgré la similitude d'effondrement économique dans le marché intérieur.

Transformer une guerre informationnelle en guerre cognitive sans exploiter des faits établis appliqués à des situations précises est peu opérant. L'efficacité et la possible amplification générée par les outils numériques reposent sur la construction, l'analyse et l'exploitation fine de champs d'expertise. Il s'agit de convaincre des êtres humains qui disposent de nombreux moyens et sources d'information. Toute inexactitude s'expose à des critiques rapides et lapidaires. Il importe de travailler les neurosciences par les différentes « sphères cérébrales ». Les acteurs de l'influence auront alors à s'ouvrir à ces pratiques, voire à celles de la programmation neurolinguistique ou de techniques similaires. Par exemple et, certes un peu schématiquement, pour satisfaire la dimension reptilienne du cerveau, il faut rassurer et dire que le projet européen protège ; pour la sphère limbique, il est souvent utile d'en appeler à l'importance de l'état de droit, aux traités, aux valeurs fondamentales ; et pour la dimension néocortex, il sera recherché le rôle de l'Europe dans un monde complexe, instable et en transition.

5. Maîtriser le champ de l'expertise

Dans l'UE, la guerre cognitive vise surtout à convaincre des décideurs, des élus, des fonctionnaires et leurs environnements. La communication de masse est peu effective. Tout au plus, est-elle instrumentalisée en prenant les citoyens européens à témoin.

La production et l'exploitation de champs d'expertise sont à la base de toute guerre cognitive « made in UE ». Les institutions européennes se sont dotées d'outils en ce sens, le Centre commun de recherche sous l'autorité de la Commission européenne ou l'EPRS (*European Parliamentary Research Service*) du Parlement. Le Parlement européen a également créé un *think-tank*.

Cette expertise est généralement sous-traitée. La légitimité des experts est donc un enjeu. Ainsi, l'UE revendique la dénomination « d'experts indépendants ». Un concept souvent décrié, chaque expert ayant souvent des liens et des convictions très établis. Mais une publication signée, labellisée par les institutions européennes, fera autorité. Elle sera souvent précédée de réunions de travail, colloques... permettant une grande porosité d'influence avec les décideurs institutionnels. *BlackRock* l'aura parfaitement compris. En gagnant un marché d'expertise dans le domaine de la finance et de la transition écologique, cette entreprise américaine n'attend pas de gagner de l'argent avec les montants prévus dans le contrat conclu avec l'UE. Plusieurs parlementaires européens se sont émus de cette attribution de marché au motif que *Blackrock* était en conflit d'intérêts pour conseiller la Commission européenne dans ses orientations. Avec une soumission en proposant un prix inférieur de trente pour cent à celui des concurrents, des députés européens ont suspecté une modération de tarifs afin d'augmenter des chances de gagner l'appel d'offres. Dans la guerre cognitive, plus on agit en

proximité des décideurs, plus on a de chance de façonner l'expertise européenne afin de servir des intérêts privés [WEB 10].

Européens ou non, tous pratiquent ces logiques. De nombreuses puissances étrangères à l'UE les déploient même davantage que des États membres. Elles ont pour cela besoin de chevaux de Troie européens. On les rencontre souvent dans la multitude de *think-tanks* évoluant à Bruxelles avec des États, des entreprises ou des individus complices. Par exemple, la déclaration de *Microsoft* dans le registre de transparence de l'UE montre de nombreux liens avec des *think-tanks*, notamment l'*Institut Bruegel*, très influent en Europe [WEB 11]. Les USA ou la Chine sont experts en la matière, notamment autour des questions de commerce international. Des états du Moyen-Orient ont également investi des moyens très importants allant jusqu'à la capture d'une commission parlementaire à travers le *Qatargate*.

Il est intéressant de noter que c'est la sous-commission « Droits de l'Homme » qui a été ainsi visée. Elle n'a pourtant aucune compétence pour traiter des relations économiques directes, mais ses évaluations de situation de pays pèsent dans la guerre cognitive. L'influence exercée va beaucoup plus loin que les relations bilatérales, par exemple entre l'UE et le Qatar. Cet état du Moyen-Orient peut ainsi peser dans le monde via l'UE et renforcer ses intérêts économiques, culturels, géopolitiques auprès de pays de tiers qui, en retour, auront les faveurs de l'UE.

6. En Europe, la guerre cognitive sert à « gagner la guerre avant la guerre »

Il est manifeste que, dans l'UE, le concept de guerre cognitive offensive n'est pas assumé. Ce refus essentiellement sémantique masque une réalité opérationnelle. Tous les acteurs institutionnels ou non européens la pratiquent.

Le terme de guerre cognitive étant considéré trop politiquement incorrect dans un espace qui promeut la paix – mais ne connaît que la guerre économique –, on préfère utiliser d'autres notions comme le « *lobbying* de réputation » par opposition au « *lobbying* de réglementation », ou comme le « *lobbying* stratégique » différent du « *lobbying* tactique ». Le *lobbying* stratégique est un *lobbying* qui utilise les techniques de guerre cognitive. Il s'agit de faire en sorte que les décideurs pensent comme les auteurs de ce type de *lobbying*. En l'espèce, les *lobbyistes* vont exploiter des compétences scientifico-techniques en sciences sociales comme en sciences cognitives et les utiliser comme des jurisprudences au service d'une prise de décision, un acte toujours à portée juridique.

Un *lobbying* stratégique bien opéré garantit le succès d'un *lobbying* tactique ; lequel consiste à initier et sécuriser un processus d'adoption de décision en aval de la guerre cognitive. En effet, si les décideurs ont la même opinion que vous car vous avez procédé à un « formatage intellectuel » des enjeux en amont de la procédure de décision - un processus juridique alimenté par des expertises -, en expliquant de surcroît que c'est la solution conçue pour répondre à leurs attentes, la victoire est bien amorcée. Tel a longtemps été le cas en matière de politique d'agricole. Pendant des années, les choix européens étaient sécurisés par un référentiel de pensée inventé par la France. Depuis la vache folle, crise pourtant issue du modèle britannique, la tendance s'est inversée. Faute de réinventer un modèle et de pratiquer les techniques civiles de guerre cognitive, la France peine à retrouver le chemin de l'influence en la matière.

7. Réaction de la France

Pour les Français en Europe, la guerre cognitive revêt surtout une dimension culturelle. Elle participe, par exemple, d'une crainte de voir la puissance de l'industrie culturelle américaine formater les esprits. La France est mobilisée sur ces sujets depuis les années 1970, notamment par des ouvrages au titre particulièrement illustratif comme « la France colonisée » [THI 80] qui décrit l'impact du développement de l'informatique couplé avec des produits culturels de masse.

Toutefois, en Europe, les Français sont souvent considérés comme des « irréductibles Gaulois », un brin prétentieux et dans la crainte de voir les cerveaux européens conquis par une sous-culture « made in USA ». La France, accusée de protectionnisme économique culturel, sous couvert de protection de défense de la liberté de penser, a donc cherché depuis des années à porter à l'échelle européenne la notion « d'exception culturelle ».

Des batailles politico-juridiques ont ainsi été gagnées en Europe, récemment face aux *GAFAM* sur la protection des droits d'auteur dans la diffusion des œuvres. Mais se situer sur le terrain de la guerre cognitive sans en utiliser les techniques est peu opérant.

Ainsi, pour une majorité d'Européens, y compris pour les Belges francophones, il n'est point de menace en provenance des USA, et la guerre cognitive ne procède pas exclusivement d'une influence culturelle de masse ou même ciblée, même si rien n'est négligé. A priori, personne en Europe n'aurait d'ailleurs procédé comme les Émirats Arabes Unis, qui ont financé un film américain, « *the Misfits* », pour porter atteinte au Qatar voisin. Les élites françaises formées à se comporter en bons élèves, « premiers de la classe » qui restituent à merveille le savoir académique, peinent à travailler les techniques civiles de guerre cognitive. Même en matière culturelle, elles défendent la promotion d'un concept, mais sans se donner les moyens de le faire gagner.

Dans les autres dimensions de la guerre cognitive à caractère civil, notamment en géoéconomie, l'exercice est plus complexe. La France s'effondre avec un déficit commercial record dans le marché intérieur faute de peser en amont sur les prises de décisions européennes macro- comme micro-économiques. Un « sauve-qui-peut défensif » sur ses choix en matière de finances publiques est opéré, sans travailler les matrices de pensée en Europe, et sans remettre en cause la guerre économique pratiquée par les partenaires-concurrents européens souvent qualifiés de « frugaux ».

Quant à la dimension sociétale, qui constitue un troisième volet de la guerre cognitive, des lignes de fracture invalidantes sont alimentées par des logiques d'influence. C'est par exemple le cas des controverses sur une « société diverse et inclusive » dont les approches sont souvent reprises et financées par l'UE via un *lobbying* intensif d'ONG à l'instar de l'*Open Society*.

Les valeurs fondamentales de l'UE, bâties sur la vision française de l'universalisme des droits, sont pourtant bien établies et surveillées dans les États membres. Il faut donc voir dans les millions d'euros dépensés en *lobbying* pour le « *wokisme* » et toute forme de communautarisme, des recherches de confrontations cognitives. Il en ressort principalement un détournement d'attention afin de masquer les pratiques de financiers peu scrupuleux.

Conclusion

En matière de guerre cognitive, la France gagnerait à intégrer rapidement les techniques de guerre cognitive civile et à les pratiquer. C'est aussi un équilibre nécessaire au projet européen, lequel subit les pressions de *lobbies* performants en la matière et opposés aux valeurs comme aux intérêts de la République.

Les pratiques de guerres cognitives couplées à celles des guerres informationnelles augmentent en fréquence comme en intensité dans l'Union européenne. Des intérêts publics comme privés sont visés dans l'association de ces deux techniques guerrières. Si une voie est ouverte pour mieux les comprendre, il est manifeste que des travaux de recherches pluridisciplinaires sont nécessaires, principalement en matière de guerre cognitive. La guerre informationnelle afin d'influer immédiatement lors d'une procédure de décision est mieux connue et mieux enseignée, notamment sous l'appellation de *lobbying* tactique. Augmenter une chance de victoire, voire la sécuriser et/ou en amplifier le succès, participe tout autant des techniques de guerres cognitives jusqu'alors trop négligées.

Présentation de l'auteur

NICOLAS RAVAILHE est avocat au barreau de Bruxelles, spécialiste de Droit international et Droit de l'Union européenne, enseignant à l'École de Guerre Économique – Paris.

Les propos tenus dans cet article et les thèses qui y sont soutenues sont publiés sous la seule responsabilité de l'auteur, et n'engagent ni son institution d'appartenance, ni la revue qui les publie.

Bibliographie

- [HAR 22] HARBULOT C., LUCAS D. (éd.), *La guerre cognitive, l'arme de la connaissance*, Paris (FR): éditions Lavauzelle, 2002.
- [ORE 24] ORESKES N., CONWAY E.M., *Le grand Mythe : Comment les industriels nous ont appris à détester l'État et à vénérer le Libre Marché*, Paris (FR): Les Liens qui libèrent, 2024.
- [THI 80] THIBAUT J., *La France colonisée*, Paris (FR): éditions Flammarion, 1980.
- [WIG 21] WIGELL M., MIKKOLA H., JUNTUNEN T., *Best Practices in the whole-of-society approach in countering hybrid threats*, S.I. : Policy Department for External Relations Directorate General for External Policies of the Union, 2021.

Sites internet

- [WEB 01] *Answer given by High Representative/Vice-President Borrell i Fontelles on behalf of the European Commission*, Strasbourg (FR): Parliamentary question, 05 mai 2022 – https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2022-001093-ASW_EN.html – consulté le 22 janvier 2024.
- [WEB 02] VISOT M., “Exclure les dépenses de défense du déficit, une vieille demande française”, *Le Figaro*, publié le 23/11/2015 – <https://www.lefigaro.fr/conjoncture/2015/11/23/20002-20151123ARTFIG00247-sortir-les-dépenses-de-defensedu-deficitune-vieille-demande-francaise.php> – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 03] EUROPEAN COMMISSION, *Tackling online disinformation, Shaping Europe's digital future*, European Commission, Bruxelles (BE): 2020 – <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation> – consulté le 22 janvier 2024.
- [WEB 04] GRESSANT C.-C., “Le chèque britannique : Comment ça marche ?”, *Euractiv.fr*, mis en ligne le 15 septembre 2010 – <https://www.euractiv.fr/section/politique/news/le-cheque-britannique-comment-ca-marche/> – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 05] PELTIER M., “L'affaire Cambridge Analytica : les réseaux sociaux, ces objets (géo)politiques mal identifiés”, in A. MHALLA (ed.) *CyberPouvoirs* (Podcast), Paris (FR): France Inter – <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/cyberpouvoirs/cyberpouvoirs-du-dimanche-16-juillet-2023-2289227> – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 06] DIRECTION GENERALE DES DOUANES ET DES DROITS INDIRECTS, “Le commerce extérieur avec le Royaume-Uni à l'orée du Brexit”. *Etudes et éclairages* (en ligne), n°83, avril 2019 – http://lekiosque.finances.gouv.fr/fichiers/etudes/tableaux/ee_83.pdf – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 07] ANONYME, “Quelles sont les politiques européennes auxquelles le Royaume-Uni ne participe pas ?”, *Toute l'Europe* (en ligne), mis en ligne le 20 juin 2016 – <https://www.touteleurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/quelles-sont-les-politiques-europeennes-auxquelles-le-royaume-uni-ne-participe-pas/> – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 08] FEUERSTEIN I., “Brexit : la City veut se débarrasser de « centaines » de lois héritées de l'UE”, *Les Échos* (en ligne), mis en ligne le 19 juillet 2022 – <https://www.lesechos.fr/finance-marches/banque-assurances/la-city-veut-se-debarrasser-de-centaines-de-lois-heritees-de-lunion-europeenne-1777432> – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 09] DUCOURTIEUX C., “Brexit : Bruxelles tente d'éviter la contagion”, *Le Monde* (en ligne), mis en ligne le 24 juin 2016 – https://www.lemonde.fr/referendum-sur-le-brexit/article/2016/06/24/brexit-bruxelles-tente-d-eviter-la-contagion_4957334_4872498.html – consulté le 9 février 2024.
- [WEB 10] *Réponse donnée par Mme McGuinness au nom de la Commission européenne*, Strasbourg (FR): Parliamentary question, 15 février 2021 – https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2020-005377-ASW_FR.html – consulté le 22 janvier 2024.
- [WEB 11] LINDE N.-L., *Registre de transparence Microsoft Corporation*, 06 octobre 2023 – <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=0801162959-21> – consulté le 22 janvier 2024.