

## Police: la guerre des réseaux (sociaux)

PAR DAVID DUFRESNE

ARTICLE PUBLIÉ LE DIMANCHE 5 JUILLET 2020



Au sein de la police, c'est une libération historique de la parole. Twitter agrège une triple parole : celle de l'institution, qui tente de se moderniser ; celle des syndicats, en proie à la surenchère ; et celle de fonctionnaires souvent jeunes et sous pseudonyme. Le credo de cette génération montante : la « haine anti-flic ».

Au sein de la police, c'est une libération historique de la parole. Pas encore un déferlement mais une lame de fond qui se profile, et qui bouscule la « maison ». Deux dates clés agissent comme des propulseurs : les manifestations nocturnes de policiers non syndiqués (2016) et, plus encore, les « gilets jaunes » (à compter de novembre 2018) – et leur cortège de blessés et de mutilés.

Canal de communication ouvert, objet de séduction, de riposte, Twitter agrège une triple parole côté police : celle de l'institution, qui tente de se moderniser ; celle des syndicats, dont certains se livrent à une surenchère en roue libre ; et celle, sans filet, de fonctionnaires souvent jeunes, et souvent sous pseudonyme. Une utilisation publique des réseaux qui tranche avec celle des groupes privés de Facebook (et leur **bouillon raciste**).

C'est ce phénomène que met au jour notre plateforme **Radio Police**, qui, grâce à un travail sémantique précis, permet d'explorer une vingtaine de thèmes

centraux qui traversent les comptes Twitter les plus influents depuis novembre 2018. Le credo de cette génération montante : la « haine anti-flic » qu'il lui faudrait combattre, pied à pied, tweet après tweet. La grande bataille, surveillée de près Place Beauvau, réside là : c'est moins celle des images que celle de la parole. Revue des troupes.

### • Les « vidéos du jour » du ministère de l'intérieur

Chaque matin, dans les mansardes du 9-15 rue des Saussaies, derrière la place Beauvau, Paris VIII<sup>e</sup>, le pôle « réseaux sociaux » du service d'information et de communication de la police nationale (Sicop) fige sa revue de presse. En bonne place figurent les « vidéos du jour » (qui les poste, qui les produit, leur viralité). Certains comptes Twitter affolent les sous-pentes du ministère : Rémy Buisine, Taha Bouhafs, Gaspard Glanz – et d'autres. Ces noms sont susceptibles de déclencher du buzz. Des « remontées ». De la curiosité. Des problèmes. Et « des questions », selon un ancien du service, qui ajoute, las : « À chaque vidéo virale, le Sicop reçoit un bon nombre d'appels des services de fact-checking des journaux. »

La note matinale est destinée au cabinet du ministre, voire à Christophe Castaner lui-même. Dans les couloirs, Twitter est vécu comme le « champ de bataille numéro 1 ». Où se fabrique l'opinion et où se livre une « guerre asymétrique », aux dires d'un haut fonctionnaire. Signe de la fièvre des lieux, les déclarations répétées de Castaner contre les réseaux sociaux : « Je crois en la justice des tribunaux, pas en celle de Twitter » (8 juin), « la tyrannie des images volées [...] et jetées en pâture sur les réseaux sociaux » (26 juin, **discours prononcé à l'École nationale de la police, à Saint-Cyr-au-Mont-d'Or**).

Tout a commencé dix ans plus tôt, en 2010 – et d'abord sur Facebook (voir [ici](#) une note de la Direction de la police nationale de l'époque). C'est la grande époque des apéros géants, montés via la plateforme. Les services de renseignement sont dépassés, il leur faut investir ce nouveau territoire. Deux ans plus tard, @PoliceNationale s'installe sur Twitter (aujourd'hui 520 257 abonnés). En parallèle, un réseau social

interne au ministère fera long feu : pour s'y exprimer, il fallait aux fonctionnaires entrer leur numéro de matricule... (voir *ici* une note interne de 2013).

En 2016, c'est un rapport de l'**Inspection générale de l'administration** qui suggère d'« identifier les influenceurs de la société civile pouvant relayer les messages [de la police] sur les réseaux sociaux ». Certains *youtubers* seront mis à contribution (et le sont encore), à coups de vidéos spectaculaires et maladroites, tant elles relèvent du registre manifeste de la propagande. La même année, l'Institut national des hautes études de la sécurité et de la justice, un *think tank* de l'Intérieur, préconise « une présence crédible sur Internet : “îlotage” sur les forums de discussion ou les fournisseurs de service, sollicitation de “police secours” depuis sa session de navigation Internet, diffusion de messages de prévention ciblés [...], suivi des réseaux sociaux pour diffuser des messages d'alerte ou de contre-rumeur ». Deux ans plus tard, **les sénateurs regrettent** que ces « idées séduisantes n'[aient] pas encore reçu d'application ».

Entre-temps, c'est pourtant le big bang : Beauvau s'est décidé à valoriser « la marque police nationale ». Rue des Saussaies, ils sont désormais cinq policiers et contractuels affectés à cette tâche. Leur mission : « répondre aux citoyens qui prennent ces services pour des “appels 17 numériques” », « modérer les ardeurs » de certains fonctionnaires (ce qu'un ancien dirigeant du service appelait : « parler au ventre du policier ») et mener ce qu'en interne on appelle la « contre-offensive ».

Sur Twitter, « trop inflammable », le moindre message du ministère est, selon nos informations, doublement validé : par le chef de service, et par Michel Lavaud, le patron du Sicop (un commissaire venu de Bordeaux, qui a travaillé sous les ordres du préfet Didier Lallement, alors en poste en Gironde, et de Brigitte Jullien, ancienne patronne de la police locale, aujourd'hui cheffe de l'IGPN ; à eux trois, Lallement, Jullien et Lavaud forment un triumvirat qui cadenasait la communication officielle de la police à Paris).

Parfois, la validation remonte jusqu'au ministre, ou plutôt à l'un de ses adjoints, qui tweete pour lui. Quant au directeur général de la police nationale, le choix de s'exprimer sur le réseau est laissé à sa discrétion. Éric Morvan, l'ancien patron, possédait un compte Twitter (supprimé depuis) ; son successeur, Frédéric Veaux, ne s'y aventure pas.

C'est à la fois en interne que le service de com' de la police recrute (principalement des anciens de la PJ et de la Sécurité publique, moyenne d'âge : dans la quarantaine, sans disposition particulière pour le métier) qu'auprès d'écoles de journalisme, comme les réputés Celsa (Paris) ou ESJ (Lille). LinkedIn fait office de Pôle emploi.

En avril dernier, le Sicop y a déniché un « responsable communication digitale ». Dans la petite annonce, qui a trouvé preneur en quelques heures, y était consigné son rôle de « veille des réactions sur les réseaux sociaux ». En 2018, discrètement, la Délégation à l'information et à la communication du ministère de l'intérieur (la Dicom, moins exposée que le Sicop) a également noué des « partenariats stratégiques » avec les Gafa (et Twitter), notamment pour la diffusion d'alertes. Depuis, chaque direction départementale de la sécurité publique est invitée à un grand raout annuel, à Bercy, réunissant à huis clos tous les chargés de com' territoriaux et centraux. Un témoin raconte : « On s'y congratule surtout pour le modernisme de la “maison”, y remontent timidement quelques critiques internes. »

Bientôt, le Sicop va publier *Le Guide du bon usage des réseaux sociaux*. Dans son édition de 2017, il y prodiguait ses conseils, toujours en vigueur : « Restez discret sur vos fonctions, missions ou activités [...]. Privilégiez l'appellation “agent de la fonction publique” [...]. Ne commentez pas les prises de position de votre hiérarchie, du ministre ou du ministère de l'intérieur. »

Des contre-exemples tirés de comptes réels étaient donnés aux 140 000 flics de France et de Navarre. « Français, Chrétien, j'aime mon pays, je hais l'Islam et le terrorisme qui va avec » : pouce en bas. « Désolé, mais malgré le respect que j'ai envers nos



les #manifestations. » C'est la rhétorique du « nous ne sommes pas dans le même camp », par d'autres moyens.



Et comme la Place Beauvau, pour la police nationale, la PP suit de près certains comptes personnels de ses agents. En décembre 2013, elle rappelait dans un vademecum l'importance accordée à sa « e-réputation » et à « la “marque” préfecture de police » : « Évitez de publier des photos ou vidéos compromettantes. Vérifiez les arrière-plans afin de vous assurer qu'il n'y a pas d'informations préjudiciables pour la préfecture de police [...]. N'émettez pas d'opinion publique sur les décisions prises par la préfecture de police. »



Tweet de la préfecture de police de Paris, le 5 mai 2020, supprimé depuis.

Deux bévues majeures sont pourtant venues heurter sa stratégie. Salement. D'abord, le 5 mai dernier, quand, sur une infographie, un *community manager* épingle une francisque à la casquette du préfet. L'emblème de la collaboration est repérée par un ancien de la maison, lui-même très actif sur les réseaux, @SergePhotos, 34 ans de PJ et de maintien de l'ordre. Son interpellation de la préfecture fait éclater le scandale. Dans les étages du boulevard du Palais, ça grince. Son tweet atteint plus de 330 000 vues (« une édition du Monde, en toute modestie », plaisante-t-il). La préfecture bat en retraite, reconnaît une « erreur » et supprime le tweet.

L'autre incident, c'est le tweet affirmant sans preuve que « les manifestants » du rassemblement pour Adama Traoré (13 juin 2020) scandaient « sales juifs », quand tout au plus un ou deux seulement l'ont fait furtivement, dans des circonstances troubles. De ce que l'on sait, la PP se serait en réalité contentée de relayer une vidéo postée par le journal d'extrême droite *Valeurs actuelles* dont le directeur de la rédaction Geoffroy Lejeune, joint par Mediapart, assure n'avoir reçu aucun appel de la PP pour vérifier ses informations, avant de les propager sur son compte, leur conférant un statut officiel et précipité. L'affaire est dans les mains de la justice, après le dépôt de plainte d'Assa Traoré contre le préfet pour « dénonciation calomnieuse » et « faux en écriture publique ».

Histoire de redorer son image, avant-hier, la préfecture a annoncé sur Twitter l'ouverture de son compte Instagram, réseau réputé plus souriant. En guise de clichés inédits promis, un montage met en scène une Kangoo sérigraphiée « Police » devant la tour Eiffel.



• La « guerre asymétrique » des syndicats

Seconds piliers de la révolution qui se trame actuellement : les syndicats de police. À la fois en tir groupé et en ordre dispersé, certains versent dans

une surenchère véhémente, voire violente, où suinte ici ou là une idéologie plus politique que syndicale, à la droitisation revendiquée.



**Du nouveau sur votre signalement**

Merci encore de nous avoir informés. Nos investigations ont déterminé que ce compte enfreint les Règles de Twitter :



· Infraction à nos règles relatives aux **conduites haineuses**.

Nous apprécions votre participation pour améliorer l'expérience Twitter au bénéfice de tous. Vous trouverez plus d'informations à propos du signalement des comportements inappropriés [ici](#).

8 mai 2020, Twitter France rappelle le compte Synergie à l'ordre :  
"Infractions à nos règles relatives aux conduites haineuses."

Parmi les plus impulsifs, Synergie-Officiers (12 278 abonnés), qui distille sans discontinuer une certaine fascination/aversion pour les « bobos », les « experts de canapé » et... les polices de l'ex-bloc de l'Est, agitées comme un épouvantail. Le compte est géré par son secrétaire général, Patrice Ribeiro, et deux de ses adjoints. « À trois, raconte-t-il, on se met d'accord. On valide ensemble et on tape sur tout le monde. Enfin, un peu plus sur ceux qui s'offrent à nous, comme certains vidéastes, certains militants, ou comme Méluch'. Parfois, on fait un peu de provoc'. Oui, on est taquins. Oui, c'est notre côté maquisard. » Et parfois, Synergie va jusqu'à diffuser des vidéos mal datées et s'arrange avec la loi (en postant des images de vidéosurveillance, dont la diffusion est en théorie encadrée par la loi).

Le but de Synergie : produire de la com' interne auprès de ses adhérents, mais pas seulement. Patrice Ribeiro : « Twitter fait aussi office de com' externe. Même les médias ne nous appellent plus, ils reprennent nos tweets. C'est plus puissant que je ne le pensais. » Et de révéler une conversation, mi-juin, dans le bureau de Christophe Castaner : « Je lui ai décrit à nouveau la guerre asymétrique dans laquelle nous sommes plongés. On fait face à des gars qui ont dix, vingt, trente comptes... et qui font bien leur boulot ; enfin,

qui nous font du mal. Le ministre me disait : "Oui, oui, il faudrait... il faudrait faire mieux." Mais derrière, ça suit pas... La police rame, la police a du mal, la police ne sait pas faire. C'est un handicap, c'est structurel. »



Même ambiance du côté des représentants des gardiens de la paix, notamment chez Alliance (13 589 abonnés), en pointe sur le lobbying pour tenter d'imposer le **floutage des visages des forces de l'ordre** sur les réseaux sociaux. Ses comptes sont gérés par « deux ou trois membres de la com' », pilotée par Stanislas Gaudon, secrétaire général adjoint. Avec un partage net : « Facebook, c'est pour les adhérents. Twitter, ça va au-delà de la population police. Ça ratisse large. »

Gaudon dit récolter des images « du terrain », tournées par ses adhérents et montées à Paris par ses soins. De toutes les organisations, Alliance est celle dont l'identité Photoshop est le plus marquée : « Si vous voulez que ça marche, il faut bien une petite... touche personnelle. Soyons lucides : nous aussi nous sommes à la recherche d'images qui marquent. C'est une guerre de l'image, qui doit se livrer avec les mêmes armes... » SGP Police (10 281 abonnés), concurrent direct d'Alliance, mieux implanté sur le terrain que ce dernier, mais moins bien sur Twitter, tente à son tour le jeu des polémiques. Et y parvient, notamment par l'entremise de sa déléguée Linda Kebbab (« simple gardien de la paix », selon son profil, aux 29 780 abonnés – un record).

À l'inverse, d'autres syndicats refusent d'alimenter la tendance, tel Sud Intérieur (1656 followers) ou la CGT Police (minoritaire, 511 suiveurs sur son compte

Twitter) : « *Toutes ces discussions de comptoirs sur les réseaux, avance Anthony Caillé, son secrétaire national, c'est faire du ventilateur pour exister.* »



Chez les commissaires, on distingue la même ligne de fracture, entre les tenants de la loi du talion (œil pour œil, vidéo pour vidéo, slogan contre slogan) et les autres, plus discrets, comme le Scpn-Unsa (16 760 abonnés), qui a vaguement émis l'idée d'une « *charte de bonne conduite* » et de possibles sanctions en cas de dépassements verbaux (toutes choses qui existent en réalité déjà dans le code de déontologie de la police). Haussement d'épaules chez son concurrent,

le Syndicat indépendant des commissaires de police (Sicp, minoritaire, 5 027 abonnés, qui recrute en bonne partie chez les jeunes commissaires).

UNSA POLICE @UNSA POLICE

Compte tenu du climat actuel où le policier est mis au pilori, l'UNSA Police demande le floutage systématique des collègues dans les médias afin de ne pas les exposer inutilement ainsi que leurs familles.



Le 7 décembre 2019, le Sicp désigne à la vindicte quatre journalistes et un compte Twitter anonyme comme « *les principaux acteurs* » du « *combat anti-police nationale* », chacun ayant droit à son qualificatif (« *imposteur* », « *menteur* », « *harceleur* », « *usurpateur* », « *haineux* ») : « *Il faut reconnaître que sur certains sujets de discorde avec nos contradicteurs, les échanges sont parfois rugueux* », euphémise l'un des porte-parole du Sicp auprès de Mediapart. L'affaire montera jusqu'au **Conseil de l'Europe**, et le syndicat finira par détruire son tweet. Au passage, le Sicp aura gagné en visibilité et n'oublie pas, depuis, de remercier publiquement les journalistes qui relayent sa communication. L'art du buzz assumé.

• **Le soft power des comptes personnels**

Ultimes bataillons, et sans doute les plus mouvants et les plus importants : les policiers eux-mêmes, hors structure. Extérioriser leurs souffrances, dénoncer leurs conditions de travail et laver « *l'honneur bafoué*

*de la maison* » : l'écrasante majorité s'inscrit dans une défense du métier. Totale, idéalisée – et sourde aux critiques. On y lit une prose plutôt excédée, mais pas toujours. Le retournement du stigmat ACAB (*All cops are bastards*, « tous les flics sont des connards ») y est légion : *All cops are brothers* (« tous les flics sont frères »), *All criminals are bastards* (« tous les criminels sont des connards »), *All cops are beautiful* (« tous les flics sont magnifiques »), etc.

Sous pseudonymes dans 99 % des cas, ces comptes appartiennent souvent à de jeunes recrues, évoluant au bas de l'échelle, quand elles ne sont pas encore à l'école de police. Enquêteurs scientifiques et judiciaires sont plus rares qu'agents de la sécurité publique et de l'ordre public. Beaucoup travailleront à Paris ou dans la petite couronne, d'autres à Lyon, à Nantes, le plus souvent dans les BAC ou les compagnies d'intervention (CI).

Ces *twittos* fournissent le gros de la #Team22 (le groupe autoproclamé des policiers). Ce n'est pas par hasard : BAC et CI sont parmi les plus exposées sur la voie publique... aux vidéos de témoins, qui documentent leurs pratiques. Un officier de la BRB, loin du maelström : « *Faut les comprendre, les collègues... Ils se font chier dans leur bagnole, ils n'ont que ça à foutre, passer leur temps sur les réseaux, en attendant une intervention. Aujourd'hui, ils sont trop nombreux pour que la PP ou la DGPN puissent lutter contre...* »

Une solution – timide – a été tentée : la DGPN incite ses agents à suivre des stages « réseaux sociaux ». Ceux-ci sont dispensés à l'Institut national de la formation de la police nationale, à Clermont-Ferrand. Un gardien de la paix passé sur ses bancs n'en garde pas un grand souvenir : « *Franchement, on n'y apprend pas grand-chose.* »

Dans sa biographie, @JulietteAlpha17, 30 ans, gardienne de la paix, figure de Twitter (16 214 abonnés, un écusson à son effigie est vendu au profit d'associations caritatives), donne une des clés du mouvement : « *Un point de mécontentement pour nous autres, les flics de base : le silence. Ce silence qui tue l'institution à petit feu.* »

La même salue dans un tweet la préfecture de police pour sa « *volonté de communication moderne et dans l'air du temps. Tâche ardue mais ô combien nécessaire* », illustration du *gentlemen agreement* qui unit les parties : les comptes les plus influents relaient parfois la com' officielle, qui, à son tour, répercute les prises de position des premiers. C'est *win-win*. Les policiers gagnent en visibilité, l'institution en crédibilité – et tout le monde affiche une solidarité de façade et de bon aloi.

Ainsi, le 16 mai dernier, quand la PP reprend le **petit livre du manifestant** par @FemmeD1Flic (une gestionnaire de crédits, mariée à un policier, 20 ans de service), dans lequel elle-même remercie... la Direction de l'ordre public et de la circulation de la préfecture et son service de communication.

Fait notable : plusieurs comptes influents sont tenus par des femmes, dont certaines se sont retrouvées autour du mouvement des policiers en colère, il y a quatre ans. Un mouvement hors syndicats établis, orchestré en partie sur Facebook, et qui a vu l'émergence de voix non institutionnelles (« *pour le meilleur comme pour le pire* », selon @Gpx\_Jules, Gpx pour gardien de la paix, en poste à Paris depuis dix ans et *twittos* régulier).

Outre le compte Juliette Alpha, on retrouve celui de @Femmed1flic (4541 abonnés) ou de Perrine Sallé, également épouse de policier (3 104 abonnés). La première est arrivée sur Twitter à la suite de l'incendie de l'appartement d'un fonctionnaire de police : « *J'ai clairement fait un transfert. Pour certains, cette haine sur les réseaux sociaux a l'air d'être un jeu mais pour les forces de l'ordre, ça se transforme en une réalité dramatique. Je n'ai pas envie que, demain, mon mari*

*soit gratuitement blessé ou, pire, tué juste à cause de la haine de l'uniforme ! Bordel, on a des enfants ! C'est notre vie qui sera détruite ! »*



L'association Femmes des forces de l'ordre en colère, dont Perrine Sallé est porte-parole. Perrine Sallé, porte-parole de l'association Femmes des forces de l'ordre en colère, envisage, elle, sa présence sur Twitter comme une manière d'« incarner l'insoumission au devoir de réserve ». Dans les hautes sphères de la police nationale, cette libération de la parole « d'en bas » produit des effets contradictoires. Elle plaît et elle inquiète. « Tant que ça reste dans le débat contradictoire, ça passe. Mais il faudrait pas que ça aille plus loin... »

Twitter sert également de marchepied aux plateaux télé. C'est le cas pour Abdoulaye Kanté, 20 ans de service (BAC, maintien de l'ordre, stupéfiants), un des rares fonctionnaires à publier en qualité. On l'a vu chez Ardisson, aux « Grandes Gueules », tenir tête à Yann Moix et aux injures racistes. Sa notoriété (24 337 abonnés, en deux ans de présence, bien plus que le syndicat le plus suivi) l'amène désormais à distribuer la bonne parole policière dans les collèges et lycées. « On peut parler de manière officielle... officiellement », lâche-t-il.

Du *soft power* pour l'uniforme, en quelque sorte, mais qui a aussi ses limites. Quand l'association Femmes des forces de l'ordre en colère organise, à grand renfort de tweets, et de relais sur CNews ou BFMTV, une manifestation de soutien aux policiers, samedi dernier,

à Paris, la bulle Internet ne parvient pas à éclater : moins d'une centaine de personnes se sont jointes au rassemblement.

@SergePhotos, l'ancien de la PJ qui a débusqué la francisque sur le compte Twitter de la préfecture de police, 1 999 suiveurs au compteur, jette d'ailleurs un regard plutôt réservé sur ces prises de parole tous azimuts. S'il salue le phénomène, il s'inquiète de voir s'afficher, au sein du corps policier, un refus frontal opposé à tout débat.

Celui qui critique la police serait nécessairement un anti-flic, un ennemi de la République, un séditieux. Selon @SergePhotos, ce discours s'explique par « l'américanisation » des policiers : « Dans le sens qu'ils se "communautarisent". Lors des attentats de 2015, la police a été perçue comme l'ultime recours. Beaucoup de gardiens de la paix y ont vu l'absolution pour tout le passé ancien et récent. Ils sont montés au front au Bataclan. Ils ont arrêté des terroristes, certains ont été tués "au combat". On oubliait les émeutes de 2005, Zyed et Bouna, etc. La banlieue, et son système d'occupation policier, disparaissait derrière des actions héroïques. Le Débarquement faisait oublier Verdun... Pour la police, 2015 a fait oublier 1968 et Charonne... Mais depuis 2015, les conneries font oublier 2015. » Et Twitter, en surchauffe, savoure les coups et compte les clics.

## Boite noire

Laëtitia Vallard, porte-parole de la préfecture de police de Paris, a décliné toutes les demandes d'entretien de Mediapart. Sa citation est extraite d'un **reportage de BFMTV**, à la gloire de son service, daté du 6 février 2020.

Michel Lavaud, responsable du Sicop, a annulé la veille de notre rendez-vous (pris de longue date), en affirmant contre l'évidence qu'il ne s'agissait pas d'« un refus de dialoguer ».

@JulietteAlpha17 a publié *Vis ma vie de flic*, avec Mathieu Zagrodzki (Hugo & Co, 2020).

Tous les entretiens se sont déroulés entre avril et juin 2020. Le nombre d'abonnés indiqué est celui relevé en date du 29 juin 2020.

Le devoir de réserve des policiers est rappelé dans l'article **R434-29 du code de déontologie**: « *Le policier est tenu à l'obligation de neutralité. Il s'abstient, dans l'exercice de ses fonctions, de toute expression ou manifestation de ses convictions religieuses, politiques ou philosophiques. Lorsqu'il n'est pas en service, il s'exprime librement dans les limites imposées par le devoir de réserve et par la loyauté à l'égard des institutions de la République.* »

Un second article, moins connu, du même code de déontologie, est souvent rappelé par la hiérarchie, l'article R. 434-12, portant sur le crédit et renom de la

police nationale et de la gendarmerie nationale : « *Le policier ou le gendarme ne se départ de sa dignité en aucune circonstance. En tout temps, dans ou en dehors du service, y compris lorsqu'il s'exprime à travers les réseaux de communication électronique sociaux, il s'abstient de tout acte, propos ou comportement de nature à nuire à la considération portée à la police nationale et à la gendarmerie nationale. Il veille à ne porter, par la nature de ses relations, aucune atteinte à leur crédit ou à leur réputation.* »

**Directeur de la publication** : Edwy Plenel

**Direction éditoriale** : Carine Fouteau et Stéphane Alliès

**Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).**

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, François Vitrani. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart, Société des salariés de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

**Courriel** : contact@mediapart.fr

**Téléphone** : + 33 (0) 1 44 68 99 08

**Télécopie** : + 33 (0) 1 44 68 01 90

**Propriétaire, éditeur, imprimeur** : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.