

## Internet comme source d'éléments biographiques : Problèmes et préconisations méthodologiques

Nicolas Moinet

*Maître de conférences à l'Institut de la Communication et des nouvelles technologies*

*Université de Poitiers\**

*Responsable de l'équipe de recherche Intelligence Economique du Cerege\*\**

Parmi les besoins des décideurs figure la connaissance des acteurs avec lesquels ils vont devoir traiter. Pour ce faire, ils peuvent demander aux spécialistes de l'information de leur fournir des éléments biographiques. Leur objectif est alors d'avoir un curriculum vitae le plus détaillé possible et un aperçu de l'environnement de la « cible ». Bien entendu, une telle demande s'effectue très souvent en flux tendu et demande donc une capacité de recueil et de traitement liant qualité et célérité. Outre les outils de documentation classiques (comme le Who's who) ou les sources humaines, Internet offre des possibilités croissantes, tant en terme de volume d'informations que de traitement.

Nous appuyant sur une recherche-action de plusieurs années réalisée sur le même acteur (Christian Harbulot, Directeur de l'Ecole de Guerre Economique), ce travail propose des réflexions méthodologiques sur cette question. Comment procéder pour trouver, en un temps limité, des éléments biographiques pertinents sur une personne donnée ? Quels outils utiliser et dans quel ordre ? Comment éviter la désinformation ? Comment ne pas rater les informations à haute valeur ajoutée ? En discutant la méthode préconisée, nous voyons que surgissent des problèmes fondamentaux sur la nature et la qualité des sources, à commencer par la confusion entre information et communication, entre source primaire et source secondaire. Cette recherche montre, aussi et surtout, que l'analyse est souvent superficielle en raison du peu de sources consultées et du conformisme des informations recueillies dont la cible ou son entourage sont souvent à l'origine. D'autant que le web dit invisible est superbement ignoré...

---

\* Institut de la COMMunication et des nouvelles TEChnologies  
Avenue du Parc du Futur – BP 30064 – 86132 Jaunay-Clan cedex  
Port. 06 12 23 68 41  
nicolas.moinet@univ-poitiers.fr

\*\* Centre de Recherche en Gestion de l'Institut d'Administration des Entreprises de l'université de Poitiers. L'équipe Intelligence Economique est une équipe pluridisciplinaire : sciences de l'information et de la communication, sciences de gestion, économie.

# 1. « Qui est Christian Harbulot ? »

Depuis 2004, le même travail de recherche d'information sur internet est donné à des étudiants de Master professionnel (niveau maîtrise), d'école d'ingénieur et de commerce. En un temps limité (deux à trois heures le plus souvent, une semaine parfois), ils doivent réaliser une fiche de renseignement sur un personnage clé de l'intelligence économique : Christian Harbulot, Directeur de l'Ecole de Guerre Economique. En quelques pages, il leur est demandé une présentation synthétique de la « cible » ainsi qu'une cartographie des réseaux relationnels de la cible (alliés mais aussi opposants). Parmi les critères d'évaluation figurent la qualité de l'information, la profondeur d'analyse et le respect des délais.

Pourquoi avoir choisi pour exercice « Qui est Christian Harbulot ? ». Parce que travailler sur cette cible présente de nombreux avantages :

- Christian Harbulot est populaire sur le net. Pas moins de 20.000 résultats lorsque l'on réalise une recherche simple en français sur Google. Nous nous trouvons donc bien dans une situation de « surinformation ». Et les sources ne manquent pas.
- Il n'a pas d'homonymes significatifs risquant de polluer fortement la recherche (remarquons qu'une telle difficulté peut être intéressante mais dans un second temps).
- La cible sait communiquer et toute la question va être de savoir quand il est à l'origine de l'information. Qu'il soit lui-même la source de certaines informations peut évidemment être un avantage. Mais pour ce qui est de l'analyse de sa pensée ou de ses réseaux, il est évident que des informations extérieures sont indispensables. « L'œil ne peut se voir lui-même » disait Auguste Comte.
- La pensée de Christian Harbulot est beaucoup plus complexe que le concept de « guerre économique » pourrait le laisser croire<sup>1</sup>. Aussi ne peut-on l'appréhender dans toute sa profondeur si l'on ne connaît pas le passé de son auteur. Or, si Internet offre des informations à son sujet, celles-ci ne sont pas facilement accessibles. C'est évidemment là que les méthodes vont faire la différence.
- Comprendre Christian Harbulot nécessite de prendre du temps pour l'analyse alors que l'on est noyé sous l'information. L'intérêt pédagogique est fort : transformer l'information en connaissance pour comprendre demande un effort qui va à l'encontre des habitudes prises jusque-là (Muzet, 2006). Il faut se décoller de l'écran et de son pouvoir attractif.
- Le commanditaire de cet exercice connaît bien la cible, ce qui lui permet de trier assez facilement les informations. Néanmoins, la cible est régulièrement mise à contribution par le commanditaire au sujet des informations non connues par lui (récentes ou non) et qui pourraient porter à caution.

---

<sup>1</sup> 90% des étudiants s'arrêtent en effet au slogan de « guerre économique » qu'ils définissent en fonction de ce qu'ils en savent déjà et non de ce qu'en dit Christian Harbulot. Ainsi, la notion guerre économique est-elle finalement considérée comme la résultante d'un durcissement de la compétition et l'usage de moyens d'actions non éthiques voire illégaux. Or, la pensée de Christian Harbulot sur cette question est bien plus profonde, abordant la question du lien entre l'économie et la volonté de puissance des nations d'un point de vue géostratégique. Idem pour le concept de « patriotisme économique »

Pour notre population testée, soit environ 200 étudiants, les résultats sont globalement décevants. Si elles ne comportent que quelques informations fausses, le principal problème des fiches biographiques est le caractère superficiel de l'analyse dont la cause première est clairement le peu de sources traitées : non conscience du conformisme (mêmes auteurs) des 5 à 6 sources communément consultées et méconnaissance de la problématique du web invisible où se trouvent des informations à haute valeur ajoutée. En d'autres termes, non seulement l'information l'emporte sur la connaissance et la recherche sur l'analyse mais, de plus, peu d'informations sont exploitées et les méthodes et outils utilisés pour la recherche restent très pauvres. Dès lors, la valeur ajoutée est absente et le renseignement fourni au commanditaire est très loin du potentiel offert par Internet. Et ce, quelle que soit la population : universités ou grandes écoles. Au-delà, est-ce simplement le fait d'étudiants, futurs professionnels de l'information stratégique ou cadres (ingénieurs et commerciaux) amenés également à traiter des masses de renseignement ? D'autres expériences que nous avons réalisées plus succinctement auprès de cadres d'entreprises ou de fonctionnaires vont bien dans le même sens... preuve, s'il en était besoin, de la nécessité de formation aux nouvelles technologies et, au-delà, à la culture du renseignement.

## 2. Peu de sources consultées et une analyse superficielle

Les sources principalement consultées par presque tous les étudiants sont :

- le site de l'Ecole de Guerre Economique dont Christian Harbulot est le Directeur : [www.ege.fr](http://www.ege.fr) ;
- celui de la société Spin Partners ([www.spinpartners.fr](http://www.spinpartners.fr)) dont il est directeur associé ;
- [www.infoguerre.com](http://www.infoguerre.com) dont Christian Harbulot est à l'origine et où il intervient ;
- Le journal du net ([www.journaldunet.com/itws/it\\_harbulot.shtml](http://www.journaldunet.com/itws/it_harbulot.shtml)) où la cible a donné une interview mais dont la force est d'arriver en tête des résultats sur Google (pages France).
- Wikipédia : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Christian\\_Harbulot](http://fr.wikipedia.org/wiki/Christian_Harbulot)

Dans 80% des cas, l'outil unique utilisé est Google et seuls les premiers résultats sont regardés, temps imparti oblige. Si l'on en croît les sources indiquées à la fin de la note de synthèse rendue, ces sources sont celles proposées dans la première page de résultats (avec par défaut 10 résultats par page). Dans 95% des cas, les étudiants qui utilisent Google n'utilisent pas les recherches avancées. Aucun n'a d'ailleurs consulté le mode d'emploi du plus populaire des moteurs de recherche. Le mot clé utilisé est très majoritairement « Christian Harbulot » avec une restriction sur « pages France ». Aucun étudiant n'a consulté le service « Groupes » de Google alors que pour la cible étudiée, les échanges sur les forums sont d'une grande richesse. Cette « googlelisation » (Frion, Moinet et Samier, 2007) non maîtrisée (d'autant plus prononcée que la barre Google est présente dans le navigateur<sup>2</sup>) explique la faiblesse des sources consultées. Mais elle est surtout due, en amont, à un défaut de méthode et à une propension naturelle à aller vers l'information quand il faudrait d'abord collecter des sources. C'est pourquoi les résultats de la première page ne peuvent être dépassés. Il faut, par exemple beaucoup de temps pour

---

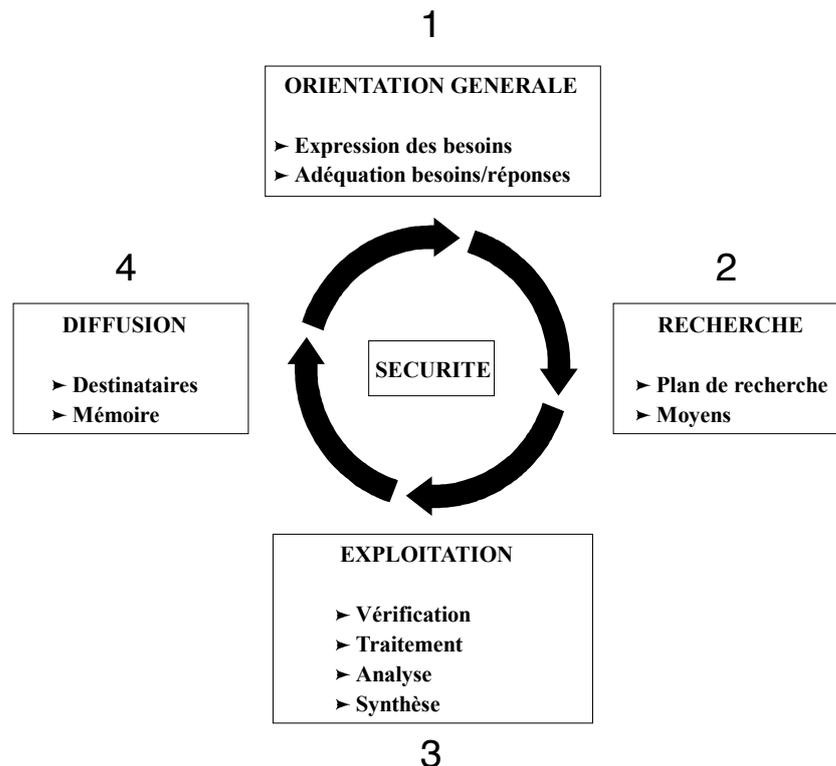
<sup>2</sup> Même chez les rares étudiants qui utilisent plusieurs outils, Google est utilisé en premier. On est donc à 100% Google pour la première recherche.

consulter le site très fourni de l'EGE ([www.ege.fr](http://www.ege.fr)) ou celui d'infoguerre ([www.infoguerre.com](http://www.infoguerre.com)). Ne pas mettre la source de côté et la consulter sans attendre revient nécessairement à y consacrer une grande partie de son temps.

Faute de sources nombreuses et variées, l'analyse proposée est donc relativement pauvre car les étudiants ne sont pas en mesure de prendre du recul sur des informations qui se recourent et semblent cohérentes. Normal quand on sait qu'elles proviennent de sources proches, Christian Harbulot et ses collaborateurs. A noter tout de même que la cible n'est pas à l'origine de la fiche sur Wikipédia et ne sait d'ailleurs pas qui l'a rédigé. Voilà qui laisse songeur ! On obtient donc des synthèses correctes sur la forme mais dont on peut se demander si elles auraient été différentes confiées à des populations plus jeunes ou moins éduquées. Et ce d'autant que le web invisible n'est absolument pas pris en compte.

### 3. Préconisations méthodologiques pour le web visible...

Pour réussir cet exercice, il est nécessaire d'avoir un minimum de méthode, de connaître quelques outils simples mais indispensables et, enfin, de faire preuve d'un peu d'astuce. Suivons pour cela la sagesse des phases du cycle du renseignement : expression des besoins, collecte, traitement et analyse puis diffusion et mémorisation (Marcon et Moinet, 2006).



Pleins de bon sens (mais ô combien difficiles à mettre en œuvre), les principes de base sont alors les suivants (Samier et Sandoval, 2002 ; Foenix-Riou, 2005) :

- partir du besoin informationnel ;
- identifier les mots clés pertinents ;
- utiliser les annuaires pour identifier des sites ressources ;
- partir des recherches manuelles sur plusieurs moteurs de recherche, pour voir ce que cela donne et pour évaluer le volume d'information
- s'appuyer sur des outils de cartographie
- ne pas oublier le web invisible, pour trouver des sources pertinentes
- Utiliser des outils de traitement
- Limiter le temps de la recherche pour en laisser à l'analyser l'après-midi

La phase d'expression des besoins est évidemment essentielle. Et pourtant... c'est à peine 1% des 200 étudiants testés qui s'en inquiètent : « Que voulez-vous savoir exactement ? », « Pourquoi voulez-vous savoir ? » (Achard et Bernat, 1998)... sont des questions presque jamais posées au commanditaire. Dans la logique scolaire française, il est vrai que le maître donne les directives une fois pour toutes. Pas besoin d'interaction. Il s'agit là d'une faille pédagogique préjudiciable tant pour ce type d'exercice que pour l'intégration professionnelle.

Pour entrer dans une interactivité intéressante, il est nécessaire d'effectuer d'abord une première recherche rapide sur Christian Harbulot. Pour cela, le plus simple est de consulter rapidement un texte de l'auteur ou une interview importante afin d'obtenir des éléments de langage. Ceux-ci se transformeront par la suite en mots-clés pour trouver des sources d'information clés. Il est également utile d'utiliser des outils de cartographie comme [www.kartoo.com](http://www.kartoo.com) ou [www.allplus.com](http://www.allplus.com). Ces métamoteurs permettent, en un clin d'œil, d'avoir une première vision du sujet, des mots-clés et des sites.

Le moteur de recherche [www.exalead.fr](http://www.exalead.fr) fournit une liste de mots-clés permettant d'affiner la recherche. Comparé à Google qui fonctionne sur la popularité des sites, ce moteur fonctionne sur le sens des textes. Résultat : 3.201 résultats pour « christian harbulot » sur les pages en français contre 22.100 sur Google.

Outre l'usage de plusieurs moteurs de recherche, cette phase préalable de collecte de mots-clés est essentielle pour identifier des sites ressources. Ainsi, les différences d'obtention de sources sont importantes dès lors que l'on demande à Google des références sur « christian harbulot » ou sur « harbulot » : rien que sur la première page, le



différentiel est de cinq sources pour dix résultats (cf. tableau). La requête « harbulot » ne renvoie même pas au site de l'Ecole de Guerre Economique dans sa première page de résultats mais relève le site « Outils froids ».

Mais le référencement manuel des sources à partir des moteurs s'avère très rapidement fastidieux et quelques outils très simples mais méconnus des non spécialistes permettent une progression importante. Historiquement précurseurs bien qu'aujourd'hui délaissés, les annuaires ont cette fonction. Yahoo Guide Web, par exemple, donnera quelques références nouvelles pourvu que les mots-clés associés à la cible aient été trouvés auparavant. En effet, recensant des sites et non des pages, il ne donne aucun résultat pour « Christian Harbulot » mais quelques résultats avec « guerre économique ». Mais surtout, l'accès aux rubriques de classement permet de remonter à de nouvelles sources. Ainsi, avec « guerre économique » apparaît la référence suivante :

[Guerreco.com](http://www.guerreco.com) 

Portail consacré aux stratégies d'influence, à la veille et à l'intelligence économique.

Rubrique: [Techniques de l'information](#) > [Guerre de l'information](#)

[www.guerreco.com/](http://www.guerreco.com/)

Si nous cliquons sur « > Guerre de l'information » nous obtenons quelques sources nouvelles pertinentes :

- Infoguerre  Origines, définitions, utilisation de la guerre de l'information dans sa forme civile ou militaire, en France et aux États-Unis.
- École de guerre économique (EGE)  Propose un enseignement sur les méthodes d'attaque et de défense auxquelles sont confrontées les entreprises dans la compétition économique mondiale.
- Guerreco.com  Portail consacré aux stratégies d'influence, à la veille et à l'intelligence économique.
- Guerre de l'information  Ressources Internet sur la guerre électronique rassemblée par Strategic-Road.
- Infowar/Cyberwar  Les ressources sur la guerre de l'information disponibles sur le portail Net4War.
- Guerre de l'information financière (La)  Dossier de Kitettoa sur la guerre électronique.
- **Réseau Échelon (Le)@**

Rappelons que nous sommes toujours là dans une phase de collecte de sources et non d'analyse. Et il faut insister. Travaillant en temps limité (situation professionnelle), il faut s'astreindre à ne pas aller consulter les sources mais simplement à en relever les adresses. Et les outils ne manquent pas pour étoffer la liste. Par exemple, Visiref ([www.visiref.com](http://www.visiref.com)) indique instantanément les 15 sites où Christian Harbulot est le mieux référencé. Un résultat obtenu par la consultation de plusieurs moteurs francophones : Google France, Yahoo France, Msn France, Aol France, Voila Moteur.

Travaillant à partir de Google, l'outil [www.touchgraph.com](http://www.touchgraph.com) présente les principaux sites qui parlent de la cible et qui se citent. L'interface graphique permet d'avoir une vision globale de la question. Comme souvent, des fonctions avancées offrent la possibilité de supprimer les sites jugés non pertinents ou d'en développer d'autres.

#### Les 15 sites les plus visibles :

(scores en visipoints)

1.	<a href="http://journaldunet.com">journaldunet.com</a>	2220
2.	<a href="http://ege.fr">ege.fr</a>	2146
3.	<a href="http://actes.sstic.org">actes.sstic.org</a>	1998
4.	<a href="http://infoguerre.com">infoguerre.com</a>	1924
5.	<a href="http://voxlatina.com">voxlatina.com</a>	1776
6.	<a href="http://infosentinel.com">infosentinel.com</a>	1702
7.	<a href="http://leconomiste.com">leconomiste.com</a>	1628
8.	<a href="http://easybourse.com">easybourse.com</a>	1554
9.	<a href="http://dicodunet.com">dicodunet.com</a>	1480
10.	<a href="http://transfert.net">transfert.net</a>	1406
11.	<a href="http://vtech.canalblog.com">vtech.canalblog.com</a>	1258
12.	<a href="http://outilsfroids.net">outilsfroids.net</a>	1184
13.	<a href="http://spyworld-actu.com">spyworld-actu.com</a>	1110
14.	<a href="http://mag-secur.com">mag-secur.com</a>	962
15.	<a href="http://www4.fnac.com">www4.fnac.com</a>	888

« christian harbulot » visualisé par touchgraph



Dans notre expérimentation, seuls deux étudiants sur 200 ont trouvé cette référence mais... aucun ne se l'est approprié. Et ce malgré une somme plutôt modique, soit 1,50€.

---

## Archives

La Tribune - 04/03/03 - 734 mots

HOMMES ET IDÉES

### Christian Harbulot - Patriote en col Mao

Le directeur de l'Ecole de guerre économique se démène pour sensibiliser les élites nationales aux...

🔗 Pour lire la suite de cet article, [cliquez ici](#).

Pour acheter cet article pour 1,50 euro, [cliquez ici](#)

Lien permanent vers cet article : <http://www.latribune.fr/info/20030304206032>

Bien que plus onéreuse, la lettre spécialisée sur le monde du renseignement [www.intelligenceonline.fr](http://www.intelligenceonline.fr) propose aussi des articles sur la cible fort intéressants pour nos chercheurs<sup>3</sup>. Si nous admettons que la barrière financière est ici bien réelle (souvent 4€ l'article), la seule lecture des 24 résumés offre néanmoins déjà des informations qui vont au-delà des premières informations trouvées sur Google. D'ailleurs, ce dernier ne nous conduira pas facilement à cette source. Pour y arriver, il aurait fallu taper « renseignement » ou « intelligence économique » sur un annuaire comme Yahoo Guide Web (voir précédemment).

---

<sup>3</sup> On découvrira également qu'il existe une fiche sur Christian Harbulot dans le Top 100 de l'IE édité par Indigo Publications (IntelligenceOnLine) mais celui-ci coûte 590€ et les fiches ne sont pas accessibles via internet. Notons néanmoins que savoir que la cible est dans ce top 100 constitue en soi une information.

Il y a 24 articles correspondant à votre recherche. Page 1/5

INTELLIGENCE ONLINE - Edition française - 23/02/2007

### Paris - Contre-influence au service de MBDA

Alain Juillet, le haut responsable à l'intelligence économique (HRIE), a supervisé durant le premier semestre 2006 un groupe de réflexion interministériel sur "les manipulations de l'information stratégique dans le domaine économique et financier", et a publié un rapport sur ce sujet le 2 octobre. (...). [Total : 420 mots].

Lire la suite [ 420 mots ] [ 4€ ]



INTELLIGENCE ONLINE - Edition française - 26/05/2006

### Paris - Une nouvelle école

Co-fondateur avec Christian Harbulot de l'Ecole de guerre économique (EGE) en 1997, Benoît de Saint-Sernin va lancer en octobre une Ecole européenne d'intelligence économique (EEIE). (...). [Total : 199 mots].

Lire la suite [ 199 mots ] [ 4€ ]



FRANCE: LE TOP 100 DU LOBBYING D'ENTREPRISE - 20/01/2005

### SpinPartners - Responsable des affaires publiques

Créateur de Lobbying-Europe.com - Après avoir lancé en 1999 le premier site web en France sur le lobbying, Bruno Gosselin a créé deux ans plus tard sa propre société de conseil dans ce domaine, Aciel.[Total : 1080 mots].

Lire la suite [ 1080 mots ] [ 30€ ]



INTELLIGENCE ONLINE - Edition française - 03/12/2004

### PARIS - Risque informationnel

Dans une formule inédite associant acteurs privés et publics, l'ADIT, société d'intelligence économique détenue à 100% par l'Etat français, l'Ecole de guerre économique, centre de formation privé animé par Christian Harbulot, et l'agence de communication Caractère associé, dirigée par Manuel Lagny et Vincent Lamkin, viennent de signer un accord de partenariat pour proposer aux entreprises une offre commune de maîtrise du risque informationnel. (...). [Total : 94 mots].

Dernier exemple concernant le web invisible, celui de l'annuaire des anciens de sciences po. Toutes les biographies, à commencer par celle de Wikipédia, indiquent que notre cible est diplômée de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris. Une première recherche sur la base de données nous permettra de le vérifier et de trouver l'année exacte et la filière (P.E.S. 1975). Enlevons maintenant le nom et gardons l'année et la filière. Des noms de personnes, connues ou non, apparaissent. N'est-ce pas intéressant dès lors qu'il s'agit de découvrir les réseaux du directeur de l'Ecole de Guerre Economique ? Du moins, cela ouvre bien des pistes...

## Pour conclure :

Avec, selon les estimations (changeantes) des experts 12 milliards de pages visibles (10 millions de nouvelles pages par jour) et un web invisible qui représenterait près de 80 % du volume, la principale fracture n'est tant technologique (internet à grande vitesse) que cérébrale. Le principal fossé est celui qui sépare et va séparer de plus en plus ceux qui sauront se servir de l'information et ceux qui ne sauront pas... Ainsi que le note Manuel Castells, Professeur à l'université de Berkeley : dans ces conditions, le principal problème est d'avoir les capacités éducatives et mentales nécessaires pour sélectionner l'information, la transformer en connaissances et appliquer ces connaissances aux objectifs que nous nous donnons dans la vie, à la fois collectivement et individuellement (Castells, 2000).

## Sources bibliographiques :

Achard, P., Bernat J.-P. (1998). *Intelligence économique : mode d'emploi*. Paris : ADBS.

Castells, M. (2000). *The rise of the network society*. Oxford : Wiley. (2<sup>nd</sup> édition).

Courrier, S. (2004). *Internet pour les journalistes*. Paris : Victoires Editions.

Foenix-Riou, B. (2005). *Guide de recherche sur internet*. Paris : Armand-Colin.

Frion, P., Moinet, N., Samier, H. (2007). *Le phénomène de googlelisation dans les recherches d'informations sur internet. Colloque international Veille Stratégique Scientifique et Technologique (VSST)*. Marrakech, 22 octobre 2007.

Long, J (2005), *Google Hacking*. Paris : Dunod.

Marcon, C., Moinet, N. (2006). *L'intelligence économique*. Paris : Dunod. Coll. Les Topos.

Muzet, D. (2006). *La Mal Info (Enquête sur des consommateurs de médias)*. Paris : Editions de l'aube.

Samier, H., Sandoval, V. (2002). *La veille stratégique sur l'internet*, Paris : Hermès Sciences.