

## **Avant-propos :**

Ce livre a pour but d'analyser différentes notions, concepts et théories issus du domaine de la Psychologie sociale, cognitive et de la Communication exploitables dans le cadre d'une stratégie offensive de l'entreprise. Il constitue un document de sensibilisation à visée purement pédagogique créé pour permettre au lecteur de savoir anticiper et se prémunir contre des attaques informationnelles et communicationnelles. Il ne constitue en aucun cas une incitation à la pratique de la déstabilisation qui est parfaitement condamnable d'un point de vue éthique et moral. **Connaître ses failles et vulnérabilités psychologiques est le meilleur moyen pour avancer vers sa propre « liberté ».**

# Sommaire

<b>Introduction</b>	1
<b>I) L'étude de la cible et de son environnement</b>	2
L'étude des rôles de notre cible	4
L'étude des valeurs de notre cible	6
<b>II) L'étude de l'environnement de la cible et des leaders d'opinion</b>	8
<b>II) La préparation des messages subversifs et le conditionnement psychologique</b>	9
Etude préliminaire de quelques concepts fondamentaux	10
L'intoxication de l'adversaire	12
La désinformation des acteurs-clés	15
Où et comment diffuser nos messages ?	19
Le Web	20
La presse écrite	27
La radio	28
La télévision	30
La préparation des messages subversifs	31
L'utilisation de la propagande	45
Comment générer des tendances agressives chez les individus ?	55
La manipulation des acteurs-clés	57
Comment anticiper et limiter la contre-attaque	60
<b>III) La gestion de l'offensive</b>	62
La fin de notre plan	72
<b>Conclusion</b>	74
<b>Sources et références</b>	75