

# LES FAKE NEWS PEUVENT-ELLES DÉTRUIRE LA RÉPUTATION DES MARQUES? LA “SECTE DES ANTI-SECTES” ET LE CAS “GENIO NET”



*Traduction française de l'article original en italien, disponible [sur ce lien](#)*

Après le succès de notre [récente enquête à l'échelle nationale sur BioOn](#), la start-up verte spécialisée dans le plastique biodégradable, qui a atteint une capitalisation de plus d'un milliard d'euros à la Bourse de Milan avant d'être détruite par une spéculation financière malveillante incluant une vidéo de fake news visant à provoquer la panique sur le marché et à tirer profit de l'effondrement des actions, [et après notre enquête sur le conflit entre le Parquet de Milan et la Mairie de Milan](#) concernant les projets de régénération urbaine, avec des centaines de chantiers paralysés et des dommages s'élevant à des milliards d'euros en raison d'une nouvelle, non

authentique et démentie par des vérifications, sur des relations peu claires entre des administrateurs publics et des promoteurs immobiliers, nous abordons maintenant, avec cette nouvelle analyse – en élargissant notre perspective sur le thème de la désinformation – **la question de la réputation des entreprises mise en danger par les fake news et les campagnes de Black PR**, en examinant en particulier – entre autres – le cas de la multinationale de l'apprentissage, Genio Net, la célèbre entreprise de formation dont la continuité commerciale a été sérieusement compromise en raison d'une campagne de diffamation et de haine en ligne. Une affaire qui, cependant, s'inscrit – comme nous le verrons – dans un phénomène inquiétant et, à bien des égards, beaucoup plus large.

## ***Les fake news sont-elles liées à l'analphabétisme fonctionnel?***

Selon de nombreuses recherches, la réponse à cette question est OUI, mais procédons par étapes et définissons d'abord le profil d'un analphabète fonctionnel : alors qu'une personne complètement analphabète n'est pas capable de lire ni d'écrire, une personne victime de l'analphabétisme fonctionnel possède, quant à elle, une maîtrise de base de l'alphabétisation (elle peut lire et écrire, s'exprimer avec un degré variable de correction grammaticale et de style, et effectuer des calculs arithmétiques simples) ; en résumé, elle peut comprendre le sens des mots individuels, mais elle ne parvient pas à atteindre un niveau adéquat de compréhension et d'analyse, ni à relier et donner un sens correct aux contenus dans le contexte d'un discours plus complexe. Quel est le lien avec les fake news?

Selon le rapport Ital Communications-Censis [“Désinformation et fake news en Italie. Le système d'information à l'épreuve de l'intelligence artificielle de 2023”](#), 20,2 % des Italiens estiment ne pas avoir les compétences nécessaires pour reconnaître une fake news, 61,1 % pensent les posséder

seulement en partie, mais – encore plus inquiétant – il est important de souligner que 29,7 % nient l'existence des fake news et pensent qu'il ne faut pas en parler, mais plutôt – avec un ton à peine dissimulé de conspirationnisme – “de véritables informations délibérément censurées par les médias” (!). Ainsi, non seulement presque 1 Italien sur 3 ne sait pas comment se protéger du problème, mais il n'est même pas conscient de son existence.

En pratique, ce qui peut arriver, c'est qu'une information non vérifiée soit mise en circulation par quelqu'un qui n'a pas été suffisamment responsable pour vérifier ses sources, et qu'elle ne soit ensuite pas évaluée de manière critique par le lecteur, qui à son tour – la plupart du temps de bonne foi – diffuse encore davantage la fausse information.

La preuve ? Combien de fois avons-nous entendu la phrase “Moi, par précaution, je l'ai partagé, à vous de voir si c'est vrai”?

De plus, le phénomène des fake news provoque depuis quelque temps de fortes turbulences dans le domaine de l'entreprise : “Les fake news assiègent les marques et mettent en péril la réputation”, titrait récemment le grand **Giampaolo Colletti** dans *Il Sole 24 Ore*. Il y a quelques mois, les actions du géant pharmaceutique Eli Lilly ont chuté de 4,37 % après qu'un faux compte Twitter, usurpant l'identité de l'entreprise spécialisée dans l'insuline pour diabétiques, ait diffusé la fausse information selon laquelle le produit serait distribué gratuitement par l'État ; Starbucks, quant à elle, s'est retrouvée au centre d'une tempête de haine en ligne après que de faux comptes aient propagé sur les réseaux sociaux la nouvelle selon laquelle l'entreprise distribuerait des frappuccinos gratuits aux immigrants irréguliers et sans papiers.

Parfois, donc, les fake news “profitent” à quelqu'un : elles sont délibérément construites et peuvent même prendre la forme

de véritables campagnes de diffamation organisées.

## ***Qu'est-ce qu'une campagne de "propagande noire"?***

Le mécanisme décrit précédemment est, la plupart du temps, alimenté de manière inconsciente. Cependant, il existe des cas plus rares où quelqu'un pourrait tirer profit de la diffusion de fausses nouvelles.

**Luca Poma**, estimé auteur de notre rédaction et Professeur de Gestion de la Réputation à l'Université LUMSA de Rome et à l'Université de la République de Saint-Marin, qui a suivi de près, de manière professionnelle, le cas d'étude dont nous allons parler, décrivait dans l'une de ses analyses une campagne de "black PR", ou propagande noire, de la manière suivante :

- une source cachée diffuse dans l'opinion publique des nouvelles diffamatoires et des mensonges sur une certaine organisation;
- ces nouvelles peuvent être totalement inventées, mais très souvent, elles seront des exagérations de faits réels, ou des conclusions artificielles et déformées qui, bien qu'elles reposent sur quelques éléments de vérité, les exagèrent de manière tendancieuse, dans le but de dépeindre des scénarios globalement inexistants;
- la campagne met l'organisation sous un fort stress, non seulement parce qu'elle ne comprend pas où/quelle est la source de l'attaque, mais aussi parce qu'elle ne saisit pas les raisons derrière celle-ci. Une campagne de ce type finit par miner la continuité des activités de l'organisation et réduire sa capacité à générer des revenus et à créer de la valeur;
- en se basant souvent sur des faits en partie vrais, la campagne pousse l'organisation à se "rétracter", victime – de bonne foi – de ses propres sentiments de

culpabilité (“Nous savons que nous avons commis des erreurs, mais est-il possible qu’elles aient été aussi graves ?”). L’organisation elle-même réduit alors – par ses propres moyens, de manière incroyable – sa licence pour opérer, son champ d’action, sa capacité d’influence sur le marché (...)

En résumé, en décontextualisant la réalité ou en prenant des faits réels mais en les exagérant, n’importe quelle personne ou entreprise pourrait être victime de ce type d’attaques : des erreurs physiologiques dans la gestion des clients peuvent devenir des “escroqueries” ; l’insatisfaction d’un ancien collaborateur, peut-être passé à la concurrence, devient une “exploitation des personnes” ; un ancien employé licencié pour des raisons valables devient une “victime d’un système toxique”, et ainsi de suite.

Un cas typique de “campagne de black PR”, sur lequel on a écrit et débattu même dans une [thèse de fin d’études universitaires](#), est celui de l’entreprise Genio Net, qui commercialise le cours de formation pour étudiants “Genio in 21 Giorni” (Génie en 21 jours). Voyons brièvement ce qui s’est passé.

## ***Le cas “Genio in 21 giorni”***

Genio Net est une entreprise italienne présente dans 6 pays (Italie, Espagne, Suisse, Angleterre, États-Unis et Ghana) qui propose des cours de formation pour accélérer l’apprentissage, tant pour les étudiants que pour les professionnels. Le plus connu de ces cours est intitulé “Genio in 21 giorni”, un nom choisi pour des raisons de marketing, car c’est également le titre d’un best-seller écrit par deux des fondateurs de l’entreprise, publié en 2012 par Sperling & Kupfer (groupe Mondadori).

L’entreprise est [partenaire de TuttoScuola](#), le premier

magazine du secteur en Italie, où elle offre une formation gratuite aux enseignants et aux directeurs d'école pour les aider à réussir les concours. De plus, elle collabore avec le magazine sur des projets visant à lutter contre le décrochage scolaire.

Genio Net collabore depuis des années avec une équipe de chercheurs du CNR – Consiglio Nazionale delle Ricerche (Conseil National de la Recherche), qui forment les propres enseignants de l'entreprise ([voici un reportage du journal scientifique de la RAI "Leonardo"](#) qui explique le sens de cette collaboration). De plus, elle propose des cours au [Syndicat de la Police d'État](#) et à la [Garde des Finances](#), avec lesquels elle a conclu des accords.

La coordinatrice scientifique de Genio Net est Emilia Costa, ancienne titulaire de la lère Chaire de Psychiatrie de l'Université de Rome "La Sapienza" ([voici son curriculum vitae](#)) et auteure de nombreuses publications scientifiques. L'entreprise elle-même a mené [diverses recherches](#) sur l'efficacité de sa "méthode d'étude personnalisée", présentées lors de plusieurs congrès de l'AIRIPA – l'Association Italienne pour la Recherche et l'Intervention dans la Psychopathologie de l'Apprentissage.

En 2019, Genio Net s'est également doté d'un Comité Éthique externe et indépendant, composé d'experts et de spécialistes, coordonné par un notaire. Ce comité dispose d'un pouvoir d'inspection sur le service client de l'entreprise et veille à ce que toute plainte des clients concernant d'éventuelles non-conformités soit traitée et résolue par l'entreprise dans des délais et des formes appropriés. Le Comité Éthique [publie son propre rapport en ligne tous les 6 mois.](#)

Donc, quel lien pourrait-il y avoir entre une entreprise de ce type, qui a [également bénéficié d'une couverture médiatique nationale favorable](#), et une "dangereuse psychosecte" ?

En théorie, rien, mais cette entreprise a pourtant été la cible d'une attaque assez curieuse : quelqu'un – nous découvrirons qui au cours de cette enquête – l'a accusée, rien de moins, que d'être une secte : gourous, adeptes manipulés, lavages de cerveau, éloignement des familles et cultes abusifs, autant d'étiquettes non seulement diffamatoires et offensantes pour quiconque, mais capables de miner sérieusement, comme il est évident, la continuité des affaires de toute organisation économique.

Mais procédons par étapes et comprenons comment des accusations – aussi fantasques soient-elles – peuvent se transformer en un préjugé dévastateur pour toute une organisation. Nous avons posé la question à Germano Milite, fondateur de la communauté "anti-arnaque" la plus importante et visible d'Italie.

## ***Le point de vue des "anti-faux-gourous" et des experts en réputation numérique***

Germano Milite est un journaliste, l'un des experts italiens les plus influents dans la lutte contre les escroqueries et les "faux-gourous", un terme popularisé par la communauté qu'il a lui-même créé, Fufflix. L'écosystème coordonné par Milite – qui remplit une fonction sociale vitale – repose principalement sur la participation d'environ 60 000 personnes à sa communauté numérique sur YouTube, Twitch et Facebook. Ces membres signalent, lorsqu'il est nécessaire, des publicités potentiellement trompeuses, des pratiques commerciales déloyales, des "schémas de Ponzi" ou de véritables arnaques, dans une perspective de défense des intérêts des citoyens. Le système de signalement est filtré par la rédaction, qui décide quelles publications approuver, permettant ainsi la diffusion, le débat et les commentaires sur les différentes pages sociales. De ces publications naissent des éditoriaux, des enquêtes, des interviews et des témoignages, qui jouent également un rôle dissuasif : être signalé par Fufflix

signifie dans la plupart des cas “ne pas avoir agi correctement”, selon les mots du fondateur. Fufflix est également un système de protection actif : l’outil a permis de récupérer des centaines de milliers d’euros en remboursements de la part de supposés “gourous”, de manière extrajudiciaire, grâce également à la collaboration avec des avocats qualifiés.

Milite explique ainsi le fonctionnement de ces outils :

*“Fuffapedia.com et Fufflix disposent d’un moteur de recherche où l’on peut entrer le nom et le prénom du formateur ou du vendeur de services que l’on souhaite vérifier et recevoir des résultats provenant de sources vérifiées, et non de Google, où la présence de publi-reportages payés d’une part, ou d’accusations non étayées d’autre part, peut malheureusement fausser la perception du contexte relatif à n’importe quel interlocuteur.”*

Fufflix est cependant aussi un indicateur utile pour réfléchir à la situation inverse, c’est-à-dire à ceux qui étiquettent impulsivement pratiquement toute offre de formation comme étant une “escroquerie”.

*“C’est dans la nature humaine – déclare Milite – d’être impulsif dans les paroles et les réactions. Ainsi, même par ignorance, on peut utiliser des termes comme ‘escroquerie’ ou ‘escroc’ ou des termes similaires de manière inappropriée et légère, sans savoir qu’en théorie, et aussi en pratique, on ne devrait pas utiliser ce genre de termes si une personne n’a pas été condamnée par une décision de justice définitive. On devrait être précis et dire : ‘Germano a été condamné pour ce délit il y a dix ans’. Cela a une logique qui, selon moi, est absolument correcte, car si Germano a été condamné il y a dix ans, mais qu’il a payé sa dette envers la société, s’est repenti et réhabilité, et n’a pas récidivé, il n’est pas juste qu’il soit étiqueté ‘à vie’ de manière négative. Nous sommes des êtres émotifs, et nous parlons souvent avec nos tripes, pas avec notre tête.”*



Milite intervient également sur le sujet des plateformes sociales qui exacerbent ce phénomène d'étiquetage facile, pouvant parfois diffamer des opérateurs commerciaux pour n'importe quelle raison portée à l'attention de leur communauté :

*“Si je dois accuser quelqu'un en face à face, c'est plus difficile de le faire ; dire certaines choses en face pèse, et peut-être que nous y réfléchissons à deux fois. En ligne, en revanche, en trente secondes, je peux écrire les pires choses sous n'importe quelle publicité, sous-estimant l'impact que ce commentaire – qui peut être lu par des milliers de personnes – peut avoir. Nous ressentons le besoin de 'donner notre avis', parfois en dépassant les limites de la modération, c'est un mécanisme typique des réseaux sociaux : et nous ne nous rendons pas compte du dommage que nous pouvons causer.”*

Sur la généralisation et le populisme, qui caractérisent souvent certains débats en ligne, Milite ne doute pas :

*“Les maximalismes n'apportent jamais rien de bon, car si nous voulons lutter efficacement contre des phénomènes spécifiques, nous devons être précis et concrets. En ligne, il y a beaucoup de déchets et la tentation de tout définir comme une arnaque est forte, je le comprends bien, mais il faut apprendre à distinguer entre une publicité peut-être agressive pour un service qui a un contenu, et celle qui est vraiment trompeuse ou qui vend des produits sans valeur à des prix élevés.”*

**Matteo Flora**, professionnel reconnu et influent dans le monde numérique italien, récemment interviewé par notre média, répond à Milite :

*“Le problème, c'est que le gatekeeper est mort”, soutient Flora. “Les gatekeepers étaient traditionnellement ces entités chargées de s'interposer entre l'utilisateur qui reçoit une information et l'information elle-même : en général, par le passé, c'était les journalistes. Cela permettait de filtrer*

les informations qui arrivaient dans les journaux avant de leur donner de l'importance : on donnait de l'espace à ce qui était présélectionné en fonction de la qualité de l'information. Avec les réseaux sociaux, cela n'arrive plus. Ce n'est pas nécessairement une mauvaise chose, mais une conséquence négative de cela est que les attaques diffamatoires, les black PR, et la lapidation médiatique deviennent plus fréquentes. De nos jours, n'importe qui est capable, avec très peu d'effort, de publier du contenu, et aussi – de manière anonyme ou sous une fausse identité – de dire : 'Je suis le psychothérapeute le plus célèbre du monde et je vous raconte que...', et il est devenu facile d'acheter de la visibilité sur des milliers de blogs différents, qu'il s'agisse de 'Cuisineraveclesamis.com' ou 'Financesetchevaux.com', et d'obtenir de la visibilité. Le problème est qu'à mesure que les gatekeepers 'mouraient' ou perdaient de leur importance, les utilisateurs se sont désaccoutumés à rechercher des sources de qualité. Le résultat est que 'Le Journal Sirotant' ou 'Hier, aujourd'hui et demain avec les lapins' et 'La Gazette Farceuse' ont, dans l'esprit des gens, la même validité, et il devient donc beaucoup plus facile de faire circuler une information. Peut-être fausse."

Cela peut-il affecter la réputation d'une entreprise, en la nuisant ? Flora n'a aucun doute :

"Oui, car la réalité est un sujet 'négociable socialement'. Il n'existe pas de concept unique de la réalité, mais il existe celle que beaucoup de personnes décrivent comme 'la réalité'. Et si vous parvenez à convaincre un nombre suffisamment important de personnes au sein d'un groupe spécifique, d'un certain groupe d'intérêt, que les choses sont d'une certaine manière, vous créez en fait une réalité parallèle, qui deviendra peut-être 'la réalité' pour beaucoup."

**Kenan Malik** partage également cet avis, rappelant récemment dans le prestigieux Guardian que "par le passé, seuls les gouvernements et les puissants pouvaient manipuler l'opinion

*publique en présentant des mensonges comme des vérités, aujourd'hui, n'importe qui ayant accès à Internet peut le faire, car la notion même de vérité s'est fragmentée*". Malik rappelle également le premier cas connu d'intervention institutionnelle contre les fausses nouvelles : au XVIIe siècle, la panique a envahi la maison royale anglaise parce que les cafés étaient devenus des foyers de dissidence politique qui, entre autres, fabriquaient des nouvelles scandaleuses et non authentiques sur la Couronne ; Charles II a alors émis un décret pour contenir la diffusion de fausses nouvelles, et c'est la première intervention dont on a mémoire contre les fake news.

Giampaolo Colletti, dans *Il Sole 24 Ore*, cite également le Financial Times, qui a récemment lancé la campagne *Fake Hits*, dont le symbole est constitué des logos des réseaux sociaux les plus connus en morceaux, sous le titre "*Les entreprises luttent pour combattre les fake news*". Colletti rappelle que la International Communication Consultancy Organisation (ICCO), un réseau regroupant 3 000 entreprises de relations publiques dans 70 pays, a lancé des initiatives incisives contre les fake news, y compris au détriment des marques : "*Ces dernières années, la désinformation est devenue une menace également pour les entreprises et les personnes, car en Amérique, 77 % des utilisateurs âgés de 18 à 25 ans s'informent via les réseaux sociaux*", a déclaré Massimo Moriconi, Président de l'ICCO Europe.

Jusqu'ici, nous avons mis en lumière, à travers la voix de trois protagonistes du débat national et international sur ces sujets, les risques de "dérive" du débat légitime contre les escroqueries et les fraudes, et comment la réalité peut être exagérée et manipulée pour générer du "hype" ou même comme une forme de défoulement personnel en ligne.

Mais il y a plus, car certaines campagnes de diffamation peuvent – et c'est inquiétant – être aussi minutieusement planifiées, comme nous le découvrirons bientôt. Mais avant

cela, nous devons clarifier un concept clé dans ce contexte : qu'est-ce qu'une "secte" ?

## **Que dit l'expert en sectes?**

Le phénomène des « sectes », ou plus généralement de la manipulation à des fins lucratives ou pour construire des leaderships absolus, est un sujet très sérieux, dont la Dr. **Raffaella Di Marzio**, présidente du [Centre Studi LIREC](#), est l'une des expertes les plus reconnues en Italie, tant dans le milieu académique qu'en dehors de celui-ci. Nous avons demandé à la docteure quels sont les dangers auxquels est confrontée une personne cooptée par un véritable groupe sectaire.

*«Donner une définition univoque de 'groupe sectaire' est impossible, car les types de groupes, appelons-les sectaires, dans le sens où ils présentent des caractéristiques de fermeture au monde extérieur et une autorité très autoritaire, sont très différents les uns des autres. Ce sont des groupes qui parviennent à manipuler de diverses manières les personnes qui en font partie : certains de ces groupes s'inspirent d'une forme de religion, tandis que d'autres sont laïcs, où Dieu n'a rien à voir. Dans ces derniers, l'autorité qui est à la tête du groupe ne croit probablement même pas en l'existence de Dieu. Cependant, une caractéristique commune à tous ces groupes est la conviction que ceux qui sont à l'intérieur ont raison, dans la perfection de la vérité, tandis que ceux qui sont à l'extérieur sont dans le mensonge et sont le mal. Ainsi, dans ces groupes sectaires et fermés, ceux qui sont à l'intérieur sont dans le bien, ceux qui sont à l'extérieur sont dans le mal. Une opposition 'intérieur-extérieur' est ainsi créée, ce qui peut être dangereux.»*

Mais la docteure nous alerte également contre un phénomène très similaire mais opposé : le maximalisme de ceux qui – parfois par intérêt, d'autres fois par une vision déformée de la réalité – affirment lutter contre les mouvements sectaires, peut-être sans aucune compétence spécifique certifiée

académiquement, et finissent par adopter les mêmes langages et méthodes manipulatrices.

*«Je m'occupe de ces questions depuis presque 30 ans, et je confirme qu'au cours des dernières années, les prétendus experts en phénomènes sectaires ont intensifié leurs activités pour dénoncer des 'sectes partout' : c'est une forme d'alarmisme qui génère une panique morale dans la société, c'est à dire qu'il se crée une peur autour d'un phénomène grave qui, en réalité, n'existe pas. Non pas parce qu'il n'y a pas de problèmes liés aux groupes sectaires, bien sûr qu'il y en a, mais parce qu'il n'existe pas dans la mesure où il est propagé par des individus réellement 'possédés' par la 'fièvre' de dénoncer l'existence de manipulations, même là où elles n'existent pas. Souvent, ces personnes visent le mauvais objectif. Dans une publication relativement récente, un couple de journalistes a écrit qu'il y avait cinq millions d'Italiens 'dans le réseau des sectes'. Si l'on considère que, selon des données fiables, il y a environ deux millions et demi de personnes en Italie qui ne sont pas catholiques, mais appartiennent au monde musulman, protestant, bouddhiste et à divers groupes de la nouvelle ère, répartis en environ 860 groupes au total, dire qu'il y a cinq millions d'Italiens qui appartiennent aux sectes est une absurdité statistique absolue, sans aucun sens. C'est une invention totale qui, cependant, est continuellement rapportée par la presse.»*

La Dr. Di Marzio poursuit :

*«Malheureusement, cette invention est également propagée au sein des institutions publiques, où ces prétendus experts sont crédibilisés en stimulant des questions parlementaires et des demandes d'enquêtes. Ceux parmi les parlementaires, presque toujours de bonne foi, qui prennent ces données et demandent, par exemple, la création d'une commission d'enquête sur le phénomène, ne se posent souvent pas le problème de vérifier 'la source' de ces données. Ainsi, ceux qui lisent en ligne la demande d'une commission d'enquête croient réellement que le*

*problème existe. Il n'y a pas de vérifications sérieuses et appropriées, car si l'on recherchait la véritable source, on trouverait des groupes et des personnes qui orientent leurs activités vers la 'guerre contre les sectes' à tout prix.»*

Et si quelqu'un demandait à ces individus la confirmation d'une source ou une certitude académique qui soutienne leurs affirmations, que se passerait-il ?

*«Dans ces cas, explique Di Marzio, des actions systématiques sont lancées pour miner la crédibilité de la personne qui a exprimé une opinion différente ou qui a émis un doute, ce qui est contraire au pluralisme et à l'esprit scientifique.»*

Pourrait-on définir ces personnages comme faisant partie d'une «secte anti-sectes»?

*«Oui, car à l'intérieur d'eux se manifestent les mêmes dynamiques psychologiques qu'ils attribuent aux sectes : ils manipulent l'information et les personnes dans le but d'essayer de démontrer la validité de leur approche, désinforment sur le web, accusent avec violence ceux qui pensent différemment d'eux. Paradoxalement, ils utilisent des méthodes sectaires, sans se rendre compte du mal qu'ils créent aux personnes et, parfois, aussi aux organisations économiques.*

*Il y a environ un mois et demi, poursuit Di Marzio, j'ai reçu un appel d'une personne qui voulait me raconter son expérience. Cette personne avait été dans un groupe religieux qui, selon elle, présentait des caractéristiques sectaires. À un moment donné, n'étant pas d'accord avec certaines doctrines, elle est partie et a trouvé un groupe anti-sectes où elle a cherché du soutien et de l'aide. Après environ six mois dans ce groupe anti-sectes, pendant lesquels elle a donné plusieurs interviews racontant son expérience négative précédente, elle a eu quelques critiques sur le comportement des membres du groupe : à ce moment-là, elle a subi le même*

*type d'actions et de pressions au sein du groupe anti-sectes. Elle m'a contacté pour me dire : 'j'ai trouvé dans le groupe anti-sectes les mêmes dynamiques que celles que j'avais trouvées dans la secte que j'ai quittée, alors je suis également partie de là'.*

*Il convient de noter, conclut la spécialiste, que la préparation scientifique que l'on trouve généralement chez les personnes qui combattent cette activité 'anti-sectaire' singulière et dangereuse est rarement adéquate. Certaines de ces personnes ont une formation psychologique et sont psychologues ou psychothérapeutes, elles s'occupent – souvent contre rémunération – du traitement des personnes qui sortent de ces groupes et qui peuvent se retrouver en difficultés psychologiques. Cependant, au niveau de la production scientifique, des études de terrain et du débat académique, nous sommes au niveau zéro. Ils se basent uniquement sur les cas de personnes qui se sont mal trouvées ou qui ont souffert (réellement ou présumément), et construisent leur théorie anti-sectes uniquement sur ces expériences, prisonniers d'un énorme biais de confirmation. Ainsi, il ne s'agit pas de science, mais de propagande. Et ces approches anti-scientifiques peuvent avoir des conséquences graves dans un pays démocratique. »*

*Enfin, nous avons demandé à la docteure quelles pourraient être – s'il y en a – les conséquences pour ceux qui sont incorrectement étiquetés comme 'membres d'un groupe sectaire':*

*«Ceux qui sont accusés de faire partie d'un groupe de ce type perdent automatiquement le droit d'être considérés comme des personnes crédibles, on suppose qu'ils sont manipulés et, en conséquence, tout ce qu'ils disent perd complètement sa valeur. Même leur propre expérience, peut-être rien de sectaire, ne peut être rapportée, car 'de toute façon il est manipulé', donc la thèse de la 'secte' ne peut être réfutée, car tout élément différent, qui contredirait l'accusation, n'est jamais pris en compte. Ces personnages de l'accusation*

*facile se nourrissent donc de leurs propres convictions et déductions, qu'ils ne sont jamais prêts à remettre en question, et quiconque dit quelque chose de différent d'eux est étiqueté comme une personne qui 'est du côté des sectes' : ce qui est évidemment l'attitude maximaliste qu'ont les sectes envers l'extérieur.*

*Sans parler, en outre, des dommages émotionnels subis par les personnes individuelles, des dommages financiers et de réputation lorsque l'accusation infondée s'adresse à une organisation économique comme une entreprise. Lorsque quelqu'un recherche des informations sur un groupe et trouve des étiquettes comme 'secte' ou d'autres termes complètement inexistantes du point de vue scientifique comme 'psychosectes', il est évidemment effrayé et se distancie. De plus, ceux qui connaissent peu l'organisation au début et voient ces étiquettes peuvent décider de s'éloigner pour éviter les problèmes. Les dirigeants, qui peut-être travaillent dans le secteur depuis des années et ont obtenu des résultats positifs, voient leur réputation et leur travail détruits, et même s'ils effectuent une auto-analyse et améliorent leur propre organisation, ils n'obtiennent pas de réponses de ceux qui les critiquent, car l'objectif de ces groupes n'est pas d'aider ou d'améliorer le panorama, mais au contraire, d'amplifier les problèmes pour obtenir une résonance médiatique.»*

Si ce que la docteure affirme est vrai – et, étant donné sa préparation et la réputation qu'elle a dans le milieu scientifique et académique dans ce secteur, nous n'avons pas de raison d'en douter – voici, rien de moins que le 'crime réputationnel parfait'.

***La réaction « contre-intuitive » de Genio Net face aux attaques : laisser regarder***



## à l'intérieur

La première réaction, bien connue et décrite aussi bien dans les études que dans la pratique professionnelle, des individus et organisations visés par des campagnes de black PR est presque toujours de « se retirer », en adoptant une posture défensive et en s'engageant souvent dans un face-à-face peu productif.

Genio Net, lorsqu'elle a été bizarrement mais destructivement accusée en ligne d'être un « groupe manipulateur » et une « psychosecte », a opté pour une approche différente, peut-être influencée par une « culture de l'erreur » dont nous parlerons plus loin dans cette enquête : en réponse aux accusations, l'entreprise a contacté l'un des experts européens les plus connus en mouvements sectaires et groupes abusifs (qu'ils soient religieux ou non), le **Dr Pepe Rodríguez**, directeur scientifique du centre d'études EMAAPS à Barcelone, et s'est soumise volontairement à un examen rigoureux, qui a duré plusieurs mois, afin d'évaluer de manière objective et indépendante la nature, les objectifs et les modalités opérationnelles de l'organisation et des bureaux à travers lesquels elle opère. Le résultat de l'audit, [rapporté dans un rapport détaillé et consultable en ligne par quiconque](#), affirme que toute association entre l'activité du réseau **Genio Net** et celle des mouvements sectaires et manipulateurs « représente une accusation absolument dépourvue de tout fondement et totalement fausse ». La position de Rodríguez se résume en une phrase de sa part, répétée plusieurs fois dans le long rapport final de l'audit, phrase qui semble ne laisser aucune place au doute:

*«Il est catégoriquement affirmé que l'entreprise du Genio in 21 giorni (Genio Net, note de l'éditeur) ne correspond absolument pas, ne serait-ce qu'en partie, à l'un des critères définissant les paramètres d'une 'secte'.»*

*Dr. Pepe Rodríguez*

Rodríguez a également suggéré à l'entreprise Genio Net d'engager des poursuites pénales contre quiconque utiliserait de manière abusive cette étiquette diffamatoire au détriment de l'entreprise.

Ce que le Réseau Genio Net a fait : mais avec une certaine surprise.

## ***La "source" derrière les accusations contre le Genio in 21 giorni***

Qui est celui qui – initialement – a promu l'accusation contre Genio in 21 giorni, et a donné naissance à la rumeur qui a humilié et mortifié les travailleurs de l'entreprise et leurs familles, mettant en péril l'effondrement et la destruction de toute une organisation entrepreneuriale ?

Les mots de l'avocat **Massimo Bajma Picit**, qui s'est occupé de ce cas et a envoyé un témoignage écrit à notre rédaction, sont éclairants pour tenter de répondre à cette question :

*« L'entreprise Genio Net et ses représentants et collaborateurs ont été l'objet d'attaques, à travers de multiples canaux médiatiques, tant traditionnels (presse, télévision) que par les nouveaux médias (internet, e-mail, réseaux sociaux), qui, avec leur capacité incontrôlable à diffuser des messages diffamatoires, potentiellement capables de nuire à la valeur de l'entreprise, ont rendu absolument indispensable une réaction énergique et la préparation d'un plan pour réprimer, contrer et prévenir ces agressions illicites, comparables à une véritable 'machine de boue'. Il est intéressant de noter comment les enquêtes de la Police Nationale ont révélé que plusieurs pseudonymes sur le réseau, via des publications sur les réseaux sociaux, des commentaires dans divers forums, mailbombing, etc., attaquant et critiquant l'entreprise, se référaient à des identités fausses liées au même fournisseur suisse, qui offre la possibilité de créer des identités fictives en protégeant l'anonymat de l'utilisateur.*

»

On peut se demander, c'est-à-dire, pourquoi cette persécution et quels sont les bénéfices que ces individus ou groupes obtiennent en dénonçant comme « sectaires » de nombreux groupes qui en réalité ne le sont pas ? À ce sujet, nous répond la Dr. Di Marzio :

*« Souvent, des alarmes sont créées lorsqu'il y a des intérêts personnels ou de groupe : si quelqu'un a créé une organisation pour combattre les sectes, les sectes doivent exister, car si elles n'existent plus, cette organisation n'a plus raison d'être, ne peut plus demander des fonds, ne peut plus poursuivre ses activités. Il y a donc des intérêts organisationnels et économiques en jeu. Ce large cercle d'experts et de consultants vit de l'impact économique créé au fil des années autour de leur activité, et obtient surtout un retour d'image personnel. Ces personnes sont perçues par certains comme des saints, comme ceux qui « sauvent les gens des sectes », ou comme des persécutés par les sectes, quelque chose dont il n'y a jamais eu de preuve. »*

En fait, toutes ces accusations – fils de discussion hostiles contre Genio Net et ses employés et collaborateurs, articles de blog, etc. – semblent avoir fait, de manière surprenante, les premiers pas, à partir des déclarations – ensuite savamment amplifiées – d'un psychologue, autoproclamé « expert en mouvements sectaires » : autoproclamé comme tel, puisque – contrairement aux formateurs en stratégie d'apprentissage de Genio Net – elle n'a jamais publié une seule étude scientifique sur le sujet sur laquelle elle se présente comme une “experte” (indice d'impact de son nom sur les principales bases de données : tout simplement zéro). L'incohérence du CV de l'expert présumé a déjà été évoquée en ligne, dans un [ouvrage hilarant](#) qui a suscité chez elle tellement d'irritation qu'il l'a poussée à porter plainte devant les tribunaux (mais ses plaintes ont été archivées, accompagnées d'une déclaration de un juge qui [n'a pas considéré qu'il y](#)

[avait quoi que ce soit de diffamatoire](#) dans ces pages). Outre ses déclarations sur son blog, le seul ouvrage populaire jamais publié par cette prétendue experte est un livre intitulé *“Sette e manipolazione mentale”* (Sectes et manipulation mentale), [durement critiqué par le professeur Luigi Berzano](#), membre du CESNUR, l'un des centres d'études italiens les plus célèbres sur le thème des nouveaux mouvements religieux : *“la structure structurelle du livre est dépourvue de tout fondement logique (...) et est viciée par l'absence totale de références adéquates aux sources (...) tandis que les reconstructions (rapportées dans le livre, éd.) sont parsemés d'incohérences nombreuses et graves, de vérités partielles et d'omissions”*.

Pour les besoins de notre analyse, il suffit de souligner que la personne en question ne semble pas être membre de la Société Italienne de Psychologie des Religions (SIPR), qui est l'association nationale de psychologues et de spécialistes des phénomènes sectaires. Elle n'a jamais présenté de recherche lors des nombreux congrès organisés par l'association, ni signé de travail dans des publications scientifiques, des revues à comité de lecture, etc. Elle prétend détenir *« de très nombreuses plaintes de non-conformité »* contre l'entreprise de la part d'anciens clients de Genio Net (bien qu'elle n'en ait jamais divulgué aucune); en revanche, elle a été dénoncée non seulement par l'entreprise auprès du parquet, [comme le confirme ce rapport pro-veritate](#), mais elle a [également été poursuivie à la suite d'autres plaintes déposées](#) par d'autres personnes pour des faits étroitement liés à sa campagne diffamatoire (le procès pénal étant en cours à la date de publication de cette enquête).

Récemment, le Parlement italien s'est également penché sur la question des sectes : une interpellation parlementaire a été présentée dans laquelle une députée a demandé au gouvernement s'il ne devrait pas en faire plus contre ce phénomène, incluant de manière surprenante Genio Net parmi les

éventuelles « psychosectes » (!). [Incidentement, il s'avère que la députée en question était en contact direct, et peut-être pas par hasard, avec la prétendue experte en mouvements sectaires mentionnée précédemment.](#)

La communauté Fufflix susmentionnée a également traité de cette dernière – de manière parfois peu flatteuse, [en lui consacrant un “Live” spécifique](#) ainsi qu'une enquête approfondie, commentant négativement son approche maximaliste du thème des sectes et sa capacité à accuser des groupes de comportements manipulateurs qui ne répondent pas du tout à ces exigences, Live et enquête que nous recommandons de consulter à toute personne souhaitant se forger sa propre opinion et «évaluer» le profil des accusateurs publics de Genio Net.

De plus, le président de la Société Italienne de Psychologie des Religions [s'est exprimé sur ce prétendu mouvement d'experts « anti-sectes »](#), les qualifiant de « *...groupes qui – se proclamant ‘anti-sectes’ – se présentent comme les défenseurs de la religion institutionnelle et des personnes manipulées et de leurs familles* », mais qui en réalité sont « *...absolument inconnus dans le débat scientifique international, et souvent gravitent autour de la manie de protagonisme de prétendus chercheurs, facilitateurs et consultants* ».

Des attaques inconsistantes, donc, promues par des individus sans aucune préparation académique démontrable dans le secteur spécifique de la protection contre les groupes sectaires : des attaques qui, paradoxalement, ont également stimulé certains changements : voyons lesquels.

## ***La crise, du danger à l'opportunité : qu'est-ce qui a changé au sein de Genio Net?***

Comme le montre [tout bon manuel de gestion de crise](#), une crise peut également se révéler être une opportunité. C'est ce que

confirme Mirko Romano, qui, parmi ses responsabilités au sein de l'entreprise, est chargé du service client, c'est-à-dire du bureau qui s'occupe de la gestion des relations avec les clients et de leur niveau de satisfaction.

« Étant donné que notre entreprise n'a jamais reçu de plaintes ou de dénonciations de quelque nature que ce soit, au début, lorsque nous avons lu les affirmations diffamatoires et les accusations en ligne, nous nous sommes demandé : 'Commettons-nous vraiment autant d'erreurs ?'. Bien sûr, toute entreprise a un pourcentage d'anciens clients ou d'anciens employés mécontents pour des raisons variées, mais nous peindre comme une 'psychosecte dangereuse' nous semblait absurde. La vérité est que ces critiques féroces et ces attaques nous ont beaucoup stimulés, presque obligés à 'nous regarder en nous-mêmes', et ce processus d'auto-analyse a été très fructueux : par exemple, il nous a conduits à revoir et à enrichir considérablement le contenu pédagogique de nos cours, le reliant encore plus à des preuves scientifiques, mais pas seulement. Nous avons lancé un projet appelé 'Genius en Œuvres', c'est-à-dire qu'au lieu d'élaborer en tant que direction de l'entreprise un code éthique auquel toute l'équipe devrait adhérer, nous avons réalisé un grand travail de groupe, demandant à chacun – indépendamment de sa position dans l'organigramme – de contribuer à la rédaction d'une charte de valeurs réellement partagée, et qui, idéalement, était alors appliquée plus efficacement, car elle n'a pas été 'imposée de haut en bas'. Ensuite, nous avons activé un bureau de service client, chargé de toute plainte de non-conformité pouvant provenir de l'extérieur, et une équipe des ressources humaines (RH) qui analyse celles qui peuvent provenir de l'intérieur, des employés de l'entreprise. Un Comité Éthique indépendant a été créé, observant comment l'entreprise réagit à chaque dénonciation, et tous les 6 mois, il produit un document, un rapport, que nous publions sur notre site Web avec une transparence totale. En résumé, la pression externe négative a en réalité stimulé un grand saut de qualité aussi

*dans la façon dont nous interagissons avec tous nos publics », affirme Romano.*

À la recherche de confirmations dans le domaine des sujets abordés dans notre enquête, nous avons contacté la doyenne du Comité Éthique de Genio Net, la Notaire **Alessandra Coscia**, pour l'interviewer.

Docteur, vous collaborez depuis plusieurs années au Comité Éthique de Genio Net en tant que professionnelle indépendante, aux côtés d'autres collègues qualifiés qui se sont alternés dans cet engagement réellement central pour l'entreprise. Vous vous occupez, en résumé, de surveiller le standard du service client, c'est-à-dire comment l'entreprise répond aux éventuelles plaintes ou dénonciations de non-conformité de la part des clients et anciens clients, dans quels délais et avec quel degré de satisfaction pour ceux qui font les dénonciations. La première question que je vous pose est la suivante : je suppose que pour éviter les conflits d'intérêts, votre travail est pro bono, alors qu'est-ce qui vous motive à le faire, étant donné que ce n'est pas l'argent?

*« Je confirme l'indépendance absolue et la gratuité de ma prestation, je considère que cela fait partie de ces activités pro bono où il est possible, en tant que professionnelle, de mettre avec plaisir au service des élèves d'une entreprise (des personnes qui, par définition normative, sont également considérées contractuellement comme 'plus faibles') ma compétence, ainsi qu'un équilibre et une neutralité qui sont aussi typiques de ma profession de Notaire. »*

Chaque semestre, vous rédigez un rapport, que l'entreprise doit ensuite publier de manière transparente et accessible à tous sur son site web. Environ combien de plaintes enregistrées sont envoyées à votre attention tous les 6 mois, par rapport aux environ 2 800 élèves que Genio in 21 giorni forme chaque semestre ?

*« Les plaintes sont généralement, par semestre, entre 10 et 15. Parmi celles-ci, environ 60 % sont des demandes de résiliation de contrat pour des personnes qui changent d'avis et ne souhaitent plus terminer le cours de formation, pour les raisons les plus diverses, les autres concernent des questions mineures. »*

Les entreprises ne sont pas parfaites, mais elles sont perfectibles. Au fil des années, quelle idée vous êtes-vous fait de la disposition de cette entreprise à prendre en charge les plaintes de non-conformité et à s'efforcer de les résoudre ?

*« La disposition de cette entreprise à résoudre les conflits, qu'ils soient initiaux ou déjà existants, est généralement maximale. Et – considérant l'attention de l'entreprise – en tant que Comité Éthique, nous encourageons les clients et/ou les clients potentiels et/ou les anciens clients à manifester sans délai les éventuelles plaintes de non-conformité qu'ils ont pu percevoir, en leur recommandant de détailler clairement et directement ce qui s'est passé, car évidemment le Comité Éthique ne peut pas prendre en charge les plaintes anonymes ou au nom de tiers. En tout état de cause, notre expérience confirme que chaque fois qu'il y a une plainte, il y a aussi une réponse concrète de l'entreprise pour la résoudre. »*

Une dernière question : en réalité, peu de PME se sont dotées d'outils comme celui-ci, un Comité Éthique indépendant avec des fonctions de contrôle. Je vous demande si la raison pourrait aussi être la réticence de nombreuses entreprises à se 'laisser examiner de l'intérieur', s'exposant peut-être à des critiques de la part de l'opinion publique (ou d'autres raisons que vous jugeriez pertinentes) et si, au contraire, nous pourrions considérer cette pratique de transparence comme une 'bonne pratique' à adopter plus largement également pour augmenter la compétitivité des entreprises italiennes, grâce au renforcement de la relation de confiance entre les entreprises et leurs publics...



« Tout outil destiné à garantir la transparence dans la relation entre une entreprise et ses clients, qui démontre une attention et une disposition à affronter de manière constructive les critiques ou dénonciations de ses utilisateurs, mérite d'être encouragé. L'institution d'un Comité Éthique est d'une importance indéniable pour une PME, surtout lorsque le produit offert par l'entreprise n'est pas 'mesurable' en termes strictement 'quantitatifs' et concerne des domaines comme, dans ce cas, la méthodologie d'étude, les techniques de mémorisation ou le développement de compétences transversales et de soft skills. Des propositions qui, justement parce qu'elles sont destinées à un public d'adolescents et de jeunes, nécessitent une attention constante pour que toute divergence avec les Codes Éthiques d'entreprise et les pratiques soit rapidement corrigée, même au détriment des logiques et intérêts purement économiques, considérant que la bonne réputation est un actif commercial irremplaçable. »

**Mirko Romano**, du service client, souhaite préciser : « Comme toute entreprise, nous n'avons pas la prétention d'être parfaits, nous sommes un groupe d'êtres humains et nous commettons aussi des erreurs. »

Vous avez été critiqués dans le passé ?

« Oui, et la raison est très simple – affirme Romano – et évidente pour quiconque agit de bonne foi : les jeunes qui se sont passionnés pour le projet Genio in 21 giorni et le sujet de l'apprentissage, de redonner le goût de l'étude aux gens, et qui ont constitué le noyau initial de l'entreprise, étaient talentueux mais très jeunes, les plus 'matures' n'avaient même pas 30 ans, et aucun d'eux n'avait à l'époque d'expérience dans une grande entreprise structurée. De plus, le projet a décollé rapidement, dans plusieurs pays, d'abord en Italie, puis en Espagne, en Suisse, aux États-Unis, en Grande-Bretagne, et aujourd'hui aussi en Afrique, au Ghana pour être précis. À ce moment-là, ces personnes ont compensé les

évidentes lacunes structurelles et de gestion – dont beaucoup provenaient simplement de ceux qui leur avaient appris le métier dans des entreprises précédentes, peu après avoir terminé leur formation – avec enthousiasme, et il est évident que l'enthousiasme n'est parfois pas suffisant. Ensuite, il y a eu une véritable maturation professionnelle, des programmes de formation intensifs et très stimulants ont été initiés, des accords avec des institutions scientifiques de premier plan ont été établis, en résumé, les divers manques ont été comblés, et une attention a été portée à de nombreux aspects qui font aujourd'hui que l'entreprise est, à mon avis, excellente sous de nombreux aspects. Je précise que le choix de faire appel à des professionnels de renom, avec des curriculums de niveau national et international, qui pouvaient guider l'entreprise dans ce long et ardu processus de gestion du changement, a également eu un grand impact. Cela a inclus de se demander : en quoi pouvons-nous nous améliorer ? Et qui pourrait nous aider à améliorer ce domaine spécifique ? »

Pouvez-vous donner quelques exemples pratiques ?

« Au début, l'entreprise avait un organigramme déséquilibré et vacillant, avec les meilleurs travailleurs occupant principalement deux rôles : l'instructeur, qui était responsable de l'enseignement dans la branche, ou le responsable du service client. De plus, le premier, étant responsable de toute l'enseignement, était la figure clairement la plus visible, celui qui 'était sur scène'. Il ne faut pas s'étonner qu'un jeune de vingt ans enthousiaste se demande comment faire exactement ce travail, demande à être formé pour le faire et rien d'autre. Il est évident que cela a créé un fort déséquilibre au niveau organisationnel, qui a pris des années à corriger. De plus, certaines mauvaises langues affirmaient que l'entreprise promouvait en quelque sorte une sorte de 'culte de l'instructeur'. En réalité, bien que des milliers de jeunes passaient par les bureaux, un instructeur était nommé tous les 2 ans, et chaque année une

dizaine de personnes étaient en formation pour en devenir un. Par conséquent, la narration malveillante de l'instructeur sur le podium comme un demi-dieu est démentie par les faits et les chiffres. Mais comme on le sait : ceux qui veulent penser mal et parler mal regardent rarement les chiffres.

Une erreur colossale – et heureusement résolue par la suite – a également été de ne pas mesurer les résultats des élèves un ou deux ans après la fin du cours d'apprentissage : pour les entreprises structurées, ces choses sont le quotidien, mais pour nous, elles ne l'étaient initialement pas. Aujourd'hui, nous mesurons la persistance des résultats et le fait que les élèves continuent – s'ils le souhaitent – à appliquer la méthode d'étude dans leur travail et leur vie, après 3 mois, 6 mois, 1 an, etc. Et nous avons bien fait de commencer ce projet, car lors de la première mesure, nous avons constaté qu'il y avait une grande satisfaction dans les mois suivant le cours, mais une satisfaction décroissante dans les deux années suivantes. Cette critique nous a conduits à mieux structurer le service de tutorat et la formation des tuteurs, qui est aujourd'hui assurée par des enseignants internes et des professionnels externes à l'entreprise, et passe précisément par notre 'École de Tuteurs', c'est-à-dire un programme de formation pour devenir tuteur – et rester tuteur –, avec des cours, du matériel didactique et un examen final. Ce choix a conduit à une amélioration notable de cette statistique, comme cela est également documenté dans une recherche que nous avons publiée.

Une autre erreur notable – poursuit Romano – a été de communiquer peu en ligne : nous partions du principe que, puisque dans la grande majorité des cas le cours d'apprentissage avait des résultats notables, cela devait nous suffire. Une grande erreur, car nous savons bien combien 'la perception' est importante. Pendant trop longtemps, les espaces en ligne n'ont pas été gérés par l'entreprise : cela a créé un 'vide communicatif', que chacun remplissait comme il

le voulait, et pas toujours de manière positive, laissant place même à des fantasmes assez 'créatifs' sur l'activité réelle de l'entreprise. On sait : ce qui n'est pas bien expliqué peut sembler 'mystérieux', et le 'mystérieux' inspire potentiellement la méfiance. Un énorme malentendu involontaire que nous avons corrigé, je crois, bien ces dernières années, [avec des témoignages de nos élèves](#) et aussi de [leurs parents](#), des interviews de notre équipe d'instructeurs, de collaborateurs externes, et aussi avec la production de quelques documentaires expliquant ce qui se passe dans nos cours, tant ceux strictement liés à l'apprentissage que le plus motivationnel, [l'Eagle](#). »

Un autre aspect qui a suscité beaucoup de malentendus – et qui au début n'était pas sur notre radar – concerne une question apparemment amusante, à cause de la façon dont elle a été mal interprétée : celle du langage. Dans nos établissements, on parlait de 'PAV', de 'loci', de 'cartes', de 'potentiels' et de 'cartelinos'... Le sujet de la sémiotique est immense, et touche aussi l'aspect de la communication quotidienne : les termes que j'ai mentionnés sont absolument routiniers pour quiconque a assisté à ce type de cours ou comprend un minimum d'apprentissage stratégique, mais difficiles à comprendre pour beaucoup d'autres personnes. Chaque groupe fréquenté régulièrement adopte son propre langage ou jargon, cela vaut pour les groupes de jeunes qui sortent ensemble, pour ceux qui font du CrossFit, pour les scouts, et probablement pour toute entreprise dans le monde. Il suffit de se rappeler une conversation entre experts en informatique et geeks pour avoir mal à la tête, c'est un langage complètement incompréhensible. Mais certains observateurs malintentionnés ont immédiatement parlé dans leurs accusations fantaisistes en ligne d'un 'langage pour initiés' : étant donné que nous sommes une secte dangereuse dédiée à faire des sacrifices animaux devant les établissements, nous devons évidemment avoir un langage cryptique... Les blagues mises à part, dit comme cela, ça fait rire, mais chacune de ces naïvetés a alimenté une narration

*toxique que nous ne méritions franchement pas du tout.*

Y a-t-il autre chose dont vous vous repentez ?

*« Oui, il y a quelque chose qui me tient particulièrement à cœur et que je veux dire, si vous me le permettez. Imaginez un jeune enseignant de vingt-cinq ans ou un peu plus, tout juste diplômé, qui plaisante à la fin d'un cours avec des élèves de dix-neuf ou vingt ans. Il est facile d'imaginer combien de 'phrases mal interprétables' ont pu être prononcées dans les premières années d'activité de l'entreprise, des phrases qui ont sûrement pu blesser – compréhensiblement – la sensibilité de certains, et je pense que l'entreprise doit s'excuser sans réserve auprès de ces personnes, et en fait, elle l'a sincèrement fait auprès de quiconque a eu la force et la franchise de signaler cette possible non-conformité. Ce que je veux dire, c'est que ce qui pour certains de nos très jeunes collaborateurs était une blague innocente, a pu offenser un client dans le passé, et des membres de notre personnel, désireux d'aider d'autres jeunes ayant des difficultés dans les études, à peine un peu plus jeunes qu'eux, ont également entretenu des conversations à la limite du privé, ou excessivement informelles, risquant de transformer une relation professionnelle en une relation 'd'amitié', ce qui peut prêter à malentendus et n'est de toute façon ni correct ni fonctionnel pour offrir efficacement un service de formation où la relation entre enseignant et élève doit être éloignée de toute suspicion de 'familiarité' excessive. Avec le temps, cet aspect a été corrigé grâce à une formation adéquate : je ne dis pas qu'un enseignant ne peut pas après le cours aller boire une bière avec les élèves, mais le périmètre de ces relations professionnelles doit être bien clair et délimité, précisément pour éviter tout malentendu. En tout cas, la direction de l'entreprise et toute l'équipe ont grandi, mûri et pris conscience de ces sujets, mais pas seulement : la critique a également été un point de départ pour l'amélioration.\*\**

*Par exemple, je me souviens bien quand un de nos élèves a communiqué avoir entendu de la part d'un autre membre du personnel des phrases parfois vulgaires, accompagnées d'attitudes qui pouvaient dénoter des préjugés – c'était la perception de notre collègue – envers la communauté LGBTQ+. Nous en avons pris conscience et avons demandé à l'équipe de réfléchir à ce sujet, et dans notre Code Éthique de l'entreprise a été également incluse – quelque chose d'évident, mais avant ces faits non 'codifié' – la nécessité de respecter fermement ces identités et sensibilités. Par la suite, l'entreprise a organisé et financé pour tous les collaborateurs un cours sur le DEI – Diversité, Équité et Inclusion – pour sensibiliser encore plus profondément toute l'équipe à ce sujet. J'ai beaucoup apprécié cela : c'est la confirmation que nous ne sommes pas parfaits, mais que nous sommes améliorables, et que l'entreprise est une entité en continuel – et j'espère positif – changement.*

Pensez-vous qu'il y ait encore une marge d'amélioration ?

*« Je pense que lorsque la marge d'amélioration sera inexistante, l'entreprise sera morte. Il y aura toujours, très simplement. Une fois les lignes directrices établies, en fait, il faut s'assurer que tout le monde les connaisse, les respecte, et que lorsque cela ne se produit pas pour une raison quelconque, il faut agir rapidement et faire tout ce qui est possible pour former et éduquer les personnes, et optimiser les systèmes et procédures. Mais je crois que ces processus touchent tout groupe humain, et je reste convaincu que cette disposition à se regarder à l'intérieur, à se laisser regarder à l'intérieur, à admettre nos carences et à agir concrètement pour les résoudre, est une démonstration, permettez-moi de le dire, de bonne foi : c'est aussi pour cela que j'ai trouvé certaines accusations que nous avons reçues en ligne humiliantes, non sincères et franchement injustes. Mais nous regardons vers l'avenir avec optimisme : nous avons plus de 50 établissements actifs dans 6 pays, et ce projet, je*

*crois, vient à peine de commencer. »*

## **La “tête” de Genio Net : le point de vue des dirigeants de l’entreprise et la culture de l’erreur**

Massimo De Donno, Président de Genio Net, est également l’un des experts les plus reconnus en stratégies d’apprentissage en Europe, auteur à succès du groupe Mondadori. Et il n’hésite pas à décrire ce qui s’est passé : *« Les groupes et personnages anti-sectes semblent vouloir ‘sauver le monde’ avec leur croisade contre les mouvements sectaires, mais en réalité, ils adoptent une attitude purement destructrice, et leur propagande, surtout en ligne, se mélange avec le désir de commérages et d’accusations sans fondement, sans aucune vérification, typique des réseaux sociaux, qui sont des écosystèmes numériques de ‘lynchage facile’. »*

De Donno adopte toutefois une attitude positive, soulignant comment ce qui est arrivé a été utile pour consolider ce qu’il définit comme la « culture de l’erreur » au sein de l’entreprise:

*« Tout entrepreneur sait que ce qu’il y a de plus important dans son entreprise est le capital humain : les entreprises peuvent devenir réellement productives lorsque les personnes qui y travaillent sont enthousiastes et convaincues de passer une partie de leur temps à échanger de la valeur avec les clients. Créer un environnement où les personnes sentent qu’elles peuvent développer au maximum leur talent et leur créativité, où elles ont envie d’atteindre quelque chose pour lequel il vaut vraiment la peine de faire des efforts, n’est pas facile, mais c’est très important. Et c’est quelque chose que d’autres entrepreneurs me reconnaissent souvent, qui – lorsqu’ils rencontrent un salarié de Genio in 21 giorni, un instructeur, un préparateur personnel – trouvent des êtres humains exceptionnels qui ont très bien compris quelle est*

notre mission d'entreprise, c'est-à-dire – comme nous l'écrivons et le disons partout – de faire redécouvrir le plaisir d'apprendre aux gens. On dit que 'l'on apprend de ses erreurs', et l'erreur fait partie du processus naturel d'apprentissage, dans tous les domaines. Donc, l'erreur en soi n'est pas un problème : se tromper est absolument normal, celui qui ne fait jamais d'erreurs, c'est simplement parce qu'il ne fait rien.

Pour nous – poursuit De Donno – il a été fondamental de transmettre à toute l'équipe cette 'culture de l'erreur' en montrant à ceux qui se trompent qu'il n'y a jamais de jugement ou de critique sur l'erreur elle-même ; si jugement ou critique il y a, c'est sur la manière dont on réagit à cette erreur, dans le pire des cas en la cachant, en ne prenant pas la responsabilité ou en faisant comme si de rien n'était. En revanche, si face à l'erreur, la personne comprend et accepte qu'elle a commis une erreur, prend conscience, assume la responsabilité, et commence à se demander comment et ce qu'elle peut apprendre de cette erreur pour qu'elle ne se répète pas, c'est fantastique : c'est une personne qui a dépassé le stade où il faut prouver qu'on est parfait. »

C'est également pour cette raison qu'au cours des dernières années – 2022, 2023 et 2024 – nous avons initié et réalisé plusieurs 'enquêtes', certaines avec le soutien d'entités de vérification externes, [pour contrôler la qualité du climat interne parmi les collaborateurs](#), le degré de satisfaction des clients concernant l'activité de Genio Net en général, [et également plus spécifiquement l'opinion des élèves ayant participé à notre cours motivant 'Eagle'](#), qui est assez exigeant et challenging : les résultats ont été publiés en ligne, accessibles à tous, et les retours ont été très utiles pour améliorer encore davantage notre offre de formation.

Selon moi, la base du succès des propositions de Genio Net – précise De Donno – réside également dans cette attitude ouverte aux critiques, qui sont un puissant moteur de



changement. Cela se traduit par une ambiance que l'on ressent, que l'on perçoit en entrant dans l'une de nos agences : les personnes sont heureuses d'y être et sont prêtes à relever de nouveaux défis, elles sont enthousiastes à l'idée de ce qu'elles font, et elles sont membres d'une équipe qui, bien qu'enseignante, aime aussi apprendre, et a clairement fait la paix avec le fait de ne pas être parfaits et de ne rien devoir prouver à personne dans ce sens. Lorsque nous faisons des erreurs, nous avons la capacité de nous excuser, car nous regrettons réellement de ne pas avoir satisfait toutes les attentes de quelqu'un, mais cela reste toujours un encouragement à nous interroger sur comment faire mieux, pour nous améliorer encore davantage. C'est ce qui est également arrivé à toute l'organisation : la Genio Net d'aujourd'hui n'a rien à voir avec l'entreprise d'il y a 10 ans, ou même d'il y a seulement 5 ans. Le processus de changement a été continu, et il est encore en cours, car une entreprise est comme une personne, un organisme vivant en constante évolution.

Une dernière chose – conclut De Donno – que j'aimerais ajouter : précisément parce que nous avons été victimes de campagnes de désinformation qui ont exploité l'attitude superficielle et méfiante et l'incapacité de 'distinction' d'une partie de la population, tous des indicateurs typiques de l'illettrisme fonctionnel, après ces événements, je considère paradoxalement notre mission d'entreprise comme renforcée : notre objectif est de 'raviver l'intelligence des personnes' à travers des projets qui peuvent redécouvrir le plaisir extraordinaire de l'apprentissage. Nous sommes engagés depuis des années à rendre les étudiants plus capables, productifs et dotés d'une méthode d'étude personnalisée, mais aujourd'hui nous sommes encore plus motivés pour contrer les effets dévastateurs des campagnes de fake news qui reposent sur des mécanismes visant à rendre les lecteurs ignorants, effrayés et dépourvus de véritable capacité de jugement critique.

## ***En conclusión: que dit la science sur Genio Net?***

Aucune recherche digne de ce nom ne serait complète sans donner la parole à la science, car c'est de cela qu'il s'agit lorsque nous plongeons dans le fascinant monde de l'apprentissage, des styles cognitifs et des performances cérébrales.

[La bibliographie scientifique](#) utilisée par les formateurs de Genio Net est impressionnante, et les [recherches publiées et présentées avec l'AIRIPA](#), l'Association Italienne pour la Recherche et l'Intervention en Psychopathologie de l'Apprentissage, sont également intéressantes. Mais ce qui est peut-être le plus notable, c'est la collaboration de longue date entre Genio Net et une équipe de recherche coordonnée par le Dr. Ing. **Massimo Arattano**, premier chercheur du CNR de Turin. Le CNR (Conseil National de Recherches) est la plus prestigieuse institution scientifique d'Italie et, [selon la revue scientifique Nature, se classait en 2018 au dixième rang des organismes publics de recherche les plus innovants au monde en termes de nombre d'articles scientifiques publiés.](#)

Les enseignants de Genio Net approfondissent les recherches et suivent les cours des chercheurs du CNR pour apprendre directement et maîtriser les "fondamentaux de l'apprentissage", comme les définit Arattano. Il s'agit de ces gestes cognitifs qui, répétés par chacun de nous, peuvent déterminer le succès dans le domaine des études, et permettre ainsi d'offrir aux participants de leurs cours le meilleur soutien possible dans cette direction.

*« Les changements obtenus sont extraordinaires, » a écrit Arattano dans une récente interview. « [Dans une vidéo réalisée avec Vittorio Bartolini](#), l'instructeur responsable du site de Genio Net à Brescia, nous avons documenté un exemple du profond changement que les Fondamentaux de l'apprentissage*

peuvent apporter à une personne. Un changement qui peut transformer complètement l'attitude envers l'étude et permettre d'acquérir des capacités de compréhension et d'apprentissage extraordinaires. Si une jeune fille ayant de graves difficultés initiales, comme décrites dans l'interview, a pu les surmonter complètement en quelques mois d'étude grâce à l'utilisation des fondamentaux de l'apprentissage, vraiment tout le monde peut y parvenir. Grâce à cette approche, elle a réussi à passer l'examen d'entrée aux cours de soins infirmiers, se classant parmi les 200 premiers candidats sur un total de 3000 participants, puis à obtenir une moyenne de 28 sur 30 lors de sa première année d'études. »

---

Il est impossible de conclure une analyse de cas aussi intéressante que celle de Genio Net et de la campagne de désinformation qu'elle a dû gérer, [sans lire certains témoignages parmi les nombreux disponibles en ligne de la part d'élèves et certifiés par une association de consommateurs](#), en vérifiant les pièces d'identité et les dossiers universitaires de ceux qui les ont fournis, ainsi que ceux des enseignants ou membres des institutions. Cependant, notre attention s'est particulièrement concentrée sur le point de vue des parents, qui ont accepté de prendre la parole avec une approche mûre, typique de leur âge et expérience, en ce qui concerne l'entreprise elle-même et le contenu des cours auxquels leurs enfants ont participé, confirmant que l'organisation est très loin d'être une « machine à faire de l'argent en manipulant de jeunes innocents » :

**Roberta Balduzzi** : « En ayant appris cette méthode d'approche des études, [ma fille] a sûrement gagné du temps pour ses relations et ses activités. Par conséquent, elle a également amélioré d'autres aspects, en plus du scolaire. Je l'ai vue avoir plus de temps pour elle-même et pour la famille, donc si quelque chose doit être fait, elle est présente, moins stressée, moins tendue. »

**Lilly Giglia** : « Les résultats que mon mari et moi avons vus en assistant seulement aux séances d'étude et aux webinaires ont été incroyables. Nous avons été très, très impressionnés, principalement par un changement dans l'approche des études, surtout pour l'une de nos deux [filles] qui avait une attitude plutôt négative envers la quantité et la difficulté des devoirs. Cela entraînait aussi un stress familial, évidemment, car on sait que les parents préoccupés par la performance scolaire de leurs enfants sont affectés par l'état d'esprit avec lequel leurs enfants abordent les études. Il y avait des moments de tension [...]. À notre grande surprise, grâce à ces séances d'étude et à ces webinaires, nous avons vu des résultats vraiment excellents, ce qui nous a poussés à investir de l'argent pour qu'elle assiste ensuite au cours [...]. En ce qui me concerne, je pense que le meilleur investissement que nous pouvons faire en tant que parents est dans leur avenir. »

**Patrizia**, mère de deux filles ayant participé au Génie en 21 jours: « [Mes filles] ont eu beaucoup moins de problèmes non seulement dans les études, mais aussi dans les examens. C'est-à-dire, dans leurs relations avec les enseignants. L'une des deux filles s'est intéressée à l'environnement et a voulu continuer avec la Soft Skills Academy, et j'ai noté des changements personnels très positifs. Des changements très importants ! Aller aux examens a certainement été beaucoup plus facile pour elle, et au niveau familial, elle est beaucoup plus ouverte. »

**Massimiliana**, mère d'une élève ayant participé au Génie en 21 jours: « Ma fille était une jeune fille très fermée, très introvertie. Elle ne parlait jamais à personne, avait une attitude très réservée. Depuis qu'elle assiste à Genio et à la SSA, elle s'est épanouie. Dans ses relations, elle est devenue merveilleuse. Cela nous apporte de grandes satisfactions à elle et à nous, sa famille. Évidemment, nous sommes maintenant très tranquilles de la voir ainsi et surtout nous sommes

*tranquilles pour l'environnement dans lequel elle grandit. »*

Car au fond – en dépit des manipulations flagrantes et déconcertantes de la réalité que nous avons documentées dans cette enquête – c'est la voix des élèves du Génie en 21 jours, ceux qui ont mis les pieds dans ces salles de classe, et surtout celle de leurs parents, qui compte le plus : peu de choses pourraient avoir plus de poids pour déterminer avec honnêteté intellectuelle le profil éthique d'une organisation.