

L'anticipation géopolitique aidée par l'intelligence collective



La mesure systématique de l'intelligence collective pour anticiper des événements, même de nature géopolitique, permet de réduire l'incertitude grâce à la décentralisation des sources, la diversité des opinions et l'indépendance d'esprit.

C'est ce qu'a expliqué Emile Servan-Schreiber, directeur général de Lumenogic, lors d'une conférence-débat organisée le 8 octobre 2013 à Paris par l'Association nationale des auditeurs jeunes de l'Institut des hautes études de défense nationale.

Les bases théoriques. Le philosophe grec Aristote (384-322 avant J.C.) définit l'intelligence collective comme le rassemblement de nombreux individus

ordinaires mais capables, ensemble, d'être meilleurs que les quelques meilleurs d'entre eux. En 2010, une étude américaine met en évidence que le quotient intellectuel (QI) d'un groupe, tangible et mesurable, se détermine non par la moyenne des QI individuels ni l'âge moyen, mais par la proportion des femmes en son sein. En outre, l'égalité du temps de parole et la sensibilité sociale (capacité de se mettre à la place de l'autre) rendent le groupe plus performant. Dans son livre « La sagesse des foules », James Surowiecki démontre que l'intelligence d'un groupe repose sur le savoir cumulatif de chacun des membres, dont les « subsidiarités » s'annulent. L'intelligence du groupe se détermine par la qualité des communications entre ses membres et sa diversité cognitive, à savoir les différentes approches d'un problème. Les sociétés les plus innovantes sont celles qui impliquent le plus de monde et non le plus d'argent. L'agilité à s'associer intellectuellement à d'autres personnes améliore l'intelligence collective. Il convient d'y ajouter un autre élément : le pari ! En effet, le fait de parier mobilise, dans le cerveau, des neurones spécialisés dans l'évaluation des risques et des récompenses. De plus, l'émotion est refoulée et le raisonnement privilégié. Parier encourage la confrontation d'idées plutôt que la conformité. Les parieurs prennent en effet des risques avec leur argent ou leur réputation si le pari n'est pas monétaire. Ainsi motivés, ils recherchent la « bonne » information. Pour eux, il s'agit d'avoir raison avant les autres. L'organisation de paris sur des pronostics d'événements constitue un véritable marché « prédictif », où la question posée aux parieurs est directement liée à l'objet de la prédiction. Tous les parieurs essaient de maximiser leurs gains et modifient leurs options d'achat ou de vente s'ils y trouvent un intérêt, rendant ainsi leur pronostic équilibré. Celui qui ne connaît rien du domaine concerné ne va pas jouer en bourse. Par contre, celui qui le connaît bien va jouer de plus en plus gros et son opinion va peser plus lourd. Selon des études américaines, les prévisions du marché se vérifient dans le monde réel : actualité, politique, économie, sciences et technologies. Dans son livre « Expert Political Judgement », Philip Tetlock donne les résultats d'une enquête réalisée entre 1985 et 2005 sur 82.000 prévisions et 284 experts américains. Il dresse une typologie des « renards » et des « hérissons ». Le « renard » apparaît comme « visionnaire », ouvert à tout et connaissant beaucoup de petites choses. L'écrivain Michel de Montaigne (1533-1592) correspond à ce type. Le « hérisson », qui ne connaît qu'une chose ou un principe très important, apparaît comme un « idéologue ». Le philosophe et mathématicien Blaise Pascal (1623-1662) et le président George W. Bush s'approchent de ce type. Philip Tetlock conclut que les experts ne sont pas meilleurs que les amateurs avertis et

que les « renards » sont bien meilleurs que les « hérissons ». Pourtant, les médias préfèrent les gens bardés de certitudes : c'est plus divertissant et plus convaincant ! Les décideurs font naturellement confiance aux experts... qui savent très bien se justifier.

Les applications opérationnelles. Dans le domaine géopolitique, personne ne peut prétendre avoir toutes les connaissances nécessaires, rappelle Emile Servan-Schreiber. La mise à jour en temps réel des données se fait au fil de l'information auprès de ceux qui sont sur le terrain. Par exemple, les prix des produits laitiers ont été multipliés par 3 en quelques mois, car les pays émergents ont perturbé ce marché. Les principales données doivent être calibrées, numérisées et « discriminantes ». Quand elles deviennent floues, elles sont mieux analysées par plusieurs cerveaux travaillant ensemble que par un ordinateur. Les marchés « prédictifs » se sont avérés plus déterminants et surtout plus rapides (quelques minutes) que les sondages (deux jours). Les premiers donnent une prévision du résultat final, en continu, auprès de participants auto-recrutés par la connaissance du sujet et interactifs. Les sondages indiquent une préférence à un jour donné et une photographie ponctuelle d'un échantillon représentatif, mais aucunement impliqué. Ainsi, une étude des marchés des élections présidentielles américaines de 1884 à 1940 révèle qu'ils ne se sont trompés qu'une seule fois en 1916 (réélection de Woodrow Wilson). Ces paris, interdits depuis aux Etats-Unis, sont autorisés en Grande-Bretagne où la presse a plutôt tendance à regarder les marchés « prédictifs » que les sondages de moins en moins représentatifs. De son côté, la CIA a lancé une étude sur 4 ans (2011-2015) pour améliorer considérablement l'exactitude, la précision et la rapidité des agences de renseignement américaines. Il s'agit de : développer des techniques de pointe qui suscitent, pondèrent et combinent les jugements de nombreux analystes ; mesurer systématiquement la justesse des prévisions à l'aune d'événements géopolitiques réels. Ce projet intitulé « Good Judgement » (bonne évaluation en vue d'une décision) est confié aux universités de Pennsylvanie et de Berkeley et à... Lumenogic ! Cinq équipes université/industrie sont mises en concurrence pour développer les meilleures méthodes. Des dizaines de politologues, psychologues, statisticiens et praticiens analysent les réponses de plusieurs milliers de participants (payés 200 \$/an) aux 100 à 200 questions annuelles de la CIA. En 2013, un premier résultat montre que les meilleurs parieurs sont capables de faire mieux que les professionnels à plein temps de la CIA qui disposent d'informations « sensibles » !

Loïc Salmon

Le cyberespace : enjeux géopolitiques

Diplômé de mathématiques appliquées et de psychologie, Émile Servan-Schreiber est le fils de Jean-Jacques Servan-Schreiber, fondateur de l'hebdomadaire « L'Express », et le petit-fils d'Émile Servan-Schreiber, co-directeur du quotidien économique « Les Echos ». Arrivé à 18 ans aux États-Unis, il a obtenu la nationalité américaine en 1993. Il y a créé plusieurs entreprises, dont Lumenogic. Son métier, a-t-il expliqué en avril 2012 à « France-Amérique, le journal français des États-Unis », consiste à mettre en place, dans les entreprises, des systèmes sur Internet qui permettent à l'intelligence collective de s'exprimer pour aider à prendre les meilleures décisions. Ainsi, Lumenogic combine l'expertise en technologies de l'intelligence collective, l'analyse sociale et la gestion des processus.