

NAISSANCE DE STROÏKA

l'agence de propagande anti-bullshit

Stroïka est une agence de propagande qui se donne pour mission d'en finir avec le bullshit qui a colonisé les discours d'entreprise. "Innovation", "digital", "impact"... pour Diana Filippova, Antonin Léonard, Arthur De Grave et Edwin Mootoosamy, ces termes se sont vidés de leur substance. Concevoir des mythologies, fabriquer des discours qui résonnent, orchestrer des mobilisations : telles sont les missions de cette agence d'un genre nouveau.

Le positionnement stratégique de Stroïka : « zéro bullshit »

Le coeur du positionnement stratégique de Stroïka est d'appliquer à l'accompagnement de ses clients (directions générales, d'innovation ou de communication de grandes entreprises et d'ONG ainsi que fondateurs de startups) la règle stricte du "zéro bullshit". *"Nous voulons équiper les entrepreneurs, dirigeants et activistes de dispositifs de mobilisation massive en remettant le mythe au coeur du discours"*, explique Antonin. Un travail qui nécessite de comprendre et d'anticiper les transformations socio-économiques contemporaines, mais aussi d'accorder un soin particulier aux passions et aux affects qui les guident en premier lieu. *"Aucune société ne peut se passer de mythes"*, précise Diana, *"et nous sommes entrés dans cette période fabuleuse et terrifiante où les mythes ne naissent plus uniquement dans la bouche des romanciers et politiciens, mais des entreprises et des gens comme vous et moi."*

Cette conviction constitue la toile de fond des articles, interventions et essais des fondateurs de l'agence, tout en nourrissant la ligne éditoriale des médias qu'ils conçoivent et animent pour le compte de leurs clients : KissMyFrogs (Microsoft France), consocollaborative.com, Amédée ou encore Turfu Express (MAIF). *"Nous assumons une certaine forme de conflictualité comme partie intégrante de notre activité, précisément parce que nous ne sommes pas là pour caresser tout le monde dans le sens du poil"*, remarque Diana. *"Plus que de la production de discours, notre métier est d'aider nos clients à accoucher des mythes et des visions dont il sont porteurs sans toujours en être conscients, et de concevoir des stratégies discursives qui leur permettent de mobiliser et d'organiser la multitude"*, conclut Antonin. Stroïka accompagne aujourd'hui des fondateurs de startups telles que La Ruche qui dit Oui (circuit court alimentaire), WeMind (services pour les travailleurs indépendants), ou encore Yoyo (recyclage collaboratif).

Les fondateurs de Stroïka en quelques mots

C'est en 2013 que les fondateurs se rencontrent et se lient d'amitié. Ils participent à la création du think tank OuiShare, et contribuent notamment à faire du OuiShare Fest une conférence de renommée internationale. Ils sont aussi les co-auteurs de *Société Collaborative*, parue aux éditions Rue de l'Echiquier en 2015, et parmi les premiers à alerter sur les conséquences ambivalentes de la plateformesation de l'économie. Antonin Léonard, initiateur de OuiShare et moteur du développement du réseau en France et dans le monde, a accompagné la transformation d'entreprises et startups de premier plan. Diana Filippova, auparavant responsable de l'écosystème startup de Microsoft France et écrivain, a développé un regard aiguisé et critique en matière d'innovation et de technologie. Rédacteur en chef du magazine de OuiShare pendant deux ans, Arthur De Grave est la plume et le propagandiste de l'agence. Edwin Mootoosamy, qui vient de terminer un travail de thèse sur l'intégration par le capitalisme des mythes de l'innovation, assure la liaison entre Stroïka et le monde de la recherche.