

À court d'idées, la DGAP semble désormais chercher sa crédibilité par procuration.

Et quoi de mieux qu'un influenceur aux 26 millions d'abonnés pour diffuser la bonne parole institutionnelle, du culte du dépassement de soi, de la force et du patriotisme consensuel. Une sorte de VRP idéal pour une administration davantage préoccupée par son image que par l'état réel de ses établissements, de ses services et des personnes prises en charge.

Le symbole est presque caricatural : après Macron tout en biceps et en poils qui cogne dans un sac de frappe, voilà maintenant la communication pénitentiaire version YouTube.

Quand la politique manque de souffle, on muscle la mise en scène.

Car derrière cette prétendue "immersion" sous couvert de présentation des métiers de l'AP, se cache surtout **une opération de communication soigneusement calibrée.**

Une communication qui en dit long sur la véritable vision portée aujourd'hui par notre administration : **valorisation de l'autorité, fascination pour les figures viriles et storytelling émotionnel plutôt que réflexion de fond sur les missions du service public pénitentiaire.**

Ironique également de voir ce youtubeur accueilli dans un établissement exclusivement féminin, lui qui s'est illustré par le passé avec des blagues sexistes. Rappelons, à titre d'exemple, que le député Ugo Bernalicis s'est vu refuser tout échange avec les personnes détenues au quartier disciplinaire lors de sa visite à la maison d'arrêt de Bourges ...

Tibo InShape est aussi connu pour ses commentaires douteux visant homosexuels et musulmans, ce dont il se défend sans vraiment convaincre.

Certes, depuis, l'image a été lissée. Le personnage est devenu plus "grand public", plus consensuel, plus fréquentable médiatiquement. Mais les algorithmes ont de la mémoire. Nous aussi.

Pour illustrer notre propos, voici quelques exemples de ses contributions et autres saillies :

- Il a interviewé Thérèse Hargot, sexologue et accessoirement pro « Manif Pour Tous » (on n'est plus à une contradiction près !). Cette dernière préconise des « rendez-vous sexe » et ce « *même si l'un des partenaires n'en a pas envie* » (Quid sur le consentement, y compris dans la sphère conjugale ???) et décrit le Mouvement « Me too » comme une « guerre des sexes »
- Il a réalisé, en toute pédagogie et bienveillance, une vidéo à destination des personnes souffrant de dépression en leur assénant : « *"Réveille-toi p**** de m****!" "Rien à foutre de ta dépression, rien à foutre de ton petit cœur brisé, rien à foutre de ta pression mentale (...) arrête d'être une m****, d'être une personne sans aucune motivation (...) lève-toi maintenant, tout de suite !"* »



- Pour tenter de briser son image misogyne, il a diffusé une vidéo de mise au point ayant valeur de démenti. Il conclut pourtant en déclarant qu'il existe des « bons » et des « méchants » masculinistes. Il relaie un message de « crise de la masculinité », laissant entendre que les féministes seraient allées trop loin

Le problème n'est d'ailleurs pas seulement Tibo InShape lui-même. **Le problème, c'est ce qu'il représente dans le contexte actuel.**

À l'heure où les tensions explosent, où les discours autoritaires progressent partout, où certains dirigeants pensent davantage avec le contenu de leur slip qu'avec leur tête, **nous avons besoin d'apaisement, de réflexion et de politiques publiques ambitieuses — pas d'une communication reposant sur des figures virilistes vantant en permanence les mérites de la force, de la performance et de la discipline individuelle.**

Pendant ce temps, la réalité pénitentiaire demeure :

- **Une surpopulation carcérale historique**
- **Un Etat français condamné à plusieurs reprises par la CEDH pour les conditions de détention indignes dans nos prisons**
- **Des personnels épuisés**
- **Un manque chronique de moyens**
- **Des filières professionnelles peu attractives**

Les prisons françaises n'ont pas besoin de coups de communication.

Elles ont besoin :

- **De personnels formés et reconnus**
- **De moyens humains et matériels**
- **D'une politique pénale cohérente**
- **D'une véritable réflexion sur le sens de nos missions**

Sous couvert de modernité numérique et "d'immersion", cette opération s'inscrit surtout dans une logique désormais bien connue : **faire oublier les difficultés structurelles derrière des séquences médiatiques calibrées pour les réseaux sociaux.**

A l'heure de l'austérité budgétaire, on se demande aussi combien cette vidéo a coûté aux contribuables ??

Le service public pénitentiaire mérite clairement mieux qu'une thumbnail YouTube.

Plus qu'un manque de sens des priorités, notre administration semble avoir perdu tout sens commun.

A Lille, le 29/05/26