

TABLE DES MATIÈRES

Préface - De quoi Wagner est-il le nom ?	7
Prologue - Requiem pour Wagner ?	15
INTRODUCTION	25
PARTIE I - L'influence comme modèle d'affaires : lancement de la marque Wagner	41
I - Le chef en cuisine	45
II - Le tribun et les hommes qui deviennent Wagner	59
III - Mercenaires russes et déni plausible	73
IV - Colonne vertébrale d'une nébuleuse	105
V - Répétition générale pour les troupes dans le Donbass	117
VI - Les mages de Prigojine	135
PARTIE II - À la conquête du monde	173
I - Un concept à vendre : la Chevauchée de Deir ez-Zor	177
II - L'entrée en Afrique : la marche sur Tripoli	193
III - Des lingots de Khartoum	207
IV - Le laboratoire centrafricain	215
V - Maputo, histoire d'un fiasco	225
VI - Lorgner sur le pré carré malien	233
VII - Grignoter le Sahel à coups d'armes et de rumeurs	245

PARTIE III - Frankenstein ou le Prométhée russe	259
I - L'Hydre s'en met plein les poches	263
II - L'Ours et l'Hydre se battent en Ukraine	285
III - Un modèle qui s'exporte : les armées privées russes	305
IV - D'exaction en exaction, les maux sont nombreux	313
V - L'histoire dessille les yeux de l'Occident	329
CONCLUSION - « Don Prigotine » : l'acte final d'une tragédie russe ?	337
REMERCIEMENTS.....	341
INDEX	343