



ISD

Innover contre
l'extrémisme, la haine
et la désinformation

Amplification de voix d'extrême-droite

Étude de cas sur les tactiques
inauthentiques mobilisées par l'équipe
de campagne d'Éric Zemmour

Zoé Fourel & Cooper Gatewood

À propos de ce rapport

Ce rapport présente les résultats d'une enquête portant sur une opération coordonnée en ligne menée par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour, lors des élections présidentielles et législatives françaises de 2022. Cette opération spécifique consistait en douze pétitions, toutes créées par l'organisation Les Amis d'Éric Zemmour. L'ISD a identifié des signes de comportement inauthentique orchestré par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour dans le schéma de partage de toutes ces pétitions sur Twitter en 2021 et 2022. En outre, malgré les restrictions d'accès aux données, l'ISD a identifié des signes indiquant que cette opération a également été déployée sur Facebook, tendant à prouver qu'il s'agissait d'un effort multiplateforme. Les deux plateformes ont des politiques en place pour réglementer l'activité coordonnée. Facebook interdit dans ses standards de la communauté les comportements inauthentiques coordonnés. Twitter dispose également de plusieurs politiques régissant l'activité coordonnée sur sa plateforme.

L'objectif de cette enquête est de comprendre les différentes stratégies déployées avant et pendant les élections présidentielles et législatives par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour. En outre, cette étude cherche à comprendre dans quelles mesures les modèles de partage de ces pétitions peuvent enfreindre les règles/standards de la communauté de Twitter et de Facebook.



Amman | Berlin | London | Paris | Washington DC

Copyright © ISD (2022). Institute for Strategic Dialogue (ISD) est une société à responsabilité limitée par garantie, siège social à l'adresse PO Box 75769, Londres, SW1P 9ER. ISD est enregistrée en Angleterre sous le numéro d'enregistrement de société 06581421 et sous le numéro d'enregistrement d'organisme de bienfaisance 1141069. En France, l'ISD est établi sous la forme d'une association Loi 1901 : l'Institut pour le Dialogue Stratégique sous le numéro d'enregistrement W751256497. Tous droits réservés. Toute copie, reproduction ou exploitation de tout ou partie de ce document ou de ses pièces jointes sans l'autorisation écrite préalable d'ISD est interdite.

www.isdglobal.org

À propos de l'ISD

Fondé en 2006 au Royaume-Uni, l'ISD est aujourd'hui considéré comme la première organisation mondiale de recherche et d'action dédiée au défi de la montée des extrémismes, de la désinformation et de la polarisation à l'ère du numérique. Le think tank combine recherche à l'aide d'outils technologiques de pointe et expertise dans les mouvements extrémistes pour mieux comprendre l'évolution des menaces à la démocratie et proposer des solutions concrètes aux décideurs publics, et aux publics cibles. L'organisation a ainsi développé de nombreux programmes focalisés sur les questions de régulation numérique, ou le développement de formations et de ressources éducatives. Enfin, elle anime et conseille des réseaux internationaux et multi-sectoriels sur ces sujets pour se placer au plus proche des besoins et combler les manques. En France, l'ISD joue depuis plus de dix ans un rôle de conseil auprès de nombreuses institutions dans un contexte de crises successives depuis les attaques terroristes de 2015 en passant par la montée de l'extrême droite, la crise des « Gilets Jaunes » et la pandémie. La branche associative française de l'ISD a été créée en 2020 et siège au sein de l'Observatoire de la haine en ligne et du groupe d'experts sur la manipulation de l'information de l'ARCOM.

Remerciements

Nous adressons nos remerciements aux membres de l'ISD, en particulier Iris Boyer, Jiore Craig, Henry Tuck, Melanie Smith et Sarah Kennedy pour la pertinence de leurs commentaires et révisions, ainsi qu'Eisha Maharasingham-Shah et Krystalle Pinilla qui ont coordonné la réalisation du présent rapport. Nous tenons également à remercier nos partenaires de CASM Technology LLP, en particulier Francesca Arcostanzo et Jeremy Reffin, pour leur soutien apporté à la cartographie du réseau et à l'analyse des données. Nous souhaitons également remercier Dan Shefet pour toutes les contributions apportées à ce rapport d'un point de vue juridique. Enfin, nous remercions Gilles Salomon pour la revue stylistique et Danny Arter pour la conception de cette publication, ainsi que l'agence Viva Voce pour la traduction de ce rapport.

Sommaire

Introduction	4
Principaux Enseignements	5
Glossaire	7
Contexte : les pétitions mises en place par les Amis d'Éric Zemmour	8
Méthodologie	12
Section 1 : Activité sur Twitter	14
Études de cas électoraux	22
Analyse des comptes	28
Analyse de réseau	31
Section 2 : Activité sur Facebook	33
Section 3 : Implications pour les réglementations des plateformes	38
Conclusion et recommandations	40
Notes	44

Introduction

Lors des 18 mois précédant les élections présidentielles françaises de 2022, la sphère publique française a beaucoup spéculé sur la candidature d'Éric Zemmour, polémiste et journaliste¹. La candidature potentielle de Zemmour était omniprésente dans les médias français bien avant les élections de 2022, en particulier dès l'automne 2021. Comme le souligne Action Critique Médias (ou Acrimed) en septembre 2021, Éric Zemmour a été mentionné 4 167 fois dans les médias français (139 mentions par jour).² Condamné pour de multiples infractions à la loi française pour incitation à la haine raciale, Éric Zemmour s'est présenté sur une plateforme promouvant les thèmes traditionnels de l'extrême droite, notamment ceux de la mouvance identitaire.³ Comme l'a démontré l'ISD dans une précédente étude, sa candidature a été largement soutenue par les membres du mouvement identitaire français⁴ dont plusieurs anciens membres ont rejoint son équipe de campagne, tel que Damien Rieu⁵.

Dès l'annonce de sa candidature en novembre 2021, les thèmes centraux de la campagne d'Éric Zemmour, principalement le « grand remplacement⁶ », demeurent omniprésents dans l'espace médiatique français.⁷ En janvier 2022⁸, le candidat d'extrême-droite atteint 14% dans les sondages. Les résultats des élections présidentielles et législatives contrastent clairement avec la représentation disproportionnée de la campagne de Zemmour, tant dans les médias traditionnels que sur les réseaux sociaux, puisque le candidat d'extrême droite n'a au final obtenu que 7% des voix au premier tour de l'élection présidentielle et n'a pas réussi à se qualifier pour le second tour des élections législatives⁹ qui ont suivi. En outre, son parti (Reconquête) n'a obtenu aucun siège aux élections législatives. On constate donc un profond décalage entre l'ampleur de la couverture dont Éric Zemmour a bénéficié dans les médias et sur les réseaux sociaux et le soutien réel de la population française à sa candidature dans les urnes.

Plusieurs enquêtes précédentes¹⁰ ont mis en évidence certaines stratégies numériques suspectes déployées par l'équipe de campagne de Zemmour sur les réseaux sociaux. Certaines de ces stratégies en ligne violent manifestement les règles et standards de la communauté des plateformes, comme l'emploi de « l'astroturfing ». Il s'agit d'une tactique souvent observée dans les opérations de manipulation de l'information à travers laquelle des comptes sur les réseaux sociaux partagent

de manière répétitive le même message en coordination étroite les uns avec les autres, dans le but de faire croire à une mobilisation¹¹ de masse. Des recherches récentes ont révélé que l'équipe de campagne d'Éric Zemmour a utilisé des techniques d'astroturfing à grande échelle tout au long de la campagne. À titre d'exemple, les comptes les plus actifs de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour auraient participé à 3000 opérations d'astroturfing¹². Par ailleurs, Vincent Bresson, un journaliste infiltré dans l'équipe numérique de la campagne Zemmour, a révélé d'autres stratégies déployées, notamment une opération sur Wikipédia¹³ et les publications pléthoriques des militants pro Zemmour sur divers groupes Facebook¹⁴.

La présente étude couvre une campagne en ligne coordonnée menée par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour, composée de pétitionsⁱ toutes créées par l'organisation de soutien « Les Amis d'Éric Zemmour ». L'ISD a identifié des signes de comportement inauthentique orchestré par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour par le biais du partage de ces pétitions sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter en 2021 et 2022. Il est important de noter que les deux plateformes précitées ont mis en place des politiques réglementant les activités coordonnées. Facebook a interdit dans leurs standards de la communauté les comportements inauthentiques coordonnés, définis comme des « actifs » travaillant ensemble « pour adopter un comportement inauthentique »¹⁵. Twitter a mis en place plusieurs politiques régissant l'activité coordonnée sur sa plateforme. À titre d'exemple, dans le cadre de sa politique sur les *activités coordonnées nuisibles*¹⁶, Twitter interdit la « coordination technique », à savoir « l'utilisation de techniques spécifiques et détectables de manipulation de la plateforme pour amplifier ou propager artificiellement un message ou un récit. »¹⁷

L'objectif de cette enquête est de montrer et comprendre les différentes stratégies déployées avant et pendant la période de campagne par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour.

En outre, cette étude cherche à analyser dans quelles mesures les modèles de partage de ces pétitions peuvent aller à l'encontre des règles et standards de la communauté de Twitter et Facebook.

ⁱ Toutes les pétitions ont été créées en tant que sites web.

Principaux enseignements :

- L'ISD a identifié 12 pétitions, toutes créées par la même organisation (« Les Amis d'Éric Zemmour ») entre le 26 janvier 2021 et le 5 juin 2022. Seules deux d'entre elles mentionnent ouvertement leur affiliation à cette organisation qui a opéré dans le cadre de la campagne d'Éric Zemmour. Une majorité de ces pétitions ont été créées en 2022 avec un pic d'activité autour de la période des élections présidentielles (bien que la stratégie se soit poursuivie jusque dans la période des élections législatives).
- Des signes de comportement inauthentique ont été identifiés dans le partage des 12 pétitions sur Twitter : sur les 30 650 tweets originaux (sans compter les retweets) qui ont été partagés 20 205 tweets ont été identifiés comme des cross-posts potentiels, signe d'un comportement inauthentique coordonné (32% des tweets originaux ont partagé une des pétitions dans les 15 secondes suivant un autre tweet contenant le même lien.) La similarité des schémas de partage observée d'une pétition à une autre constitue une preuve supplémentaire d'un comportement inauthentique coordonné.
- Cette stratégie, déployée par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour, a connu un pic en mars et avril 2022, à l'approche des premier et second tours des élections présidentielles. Trois de ces pétitions, créées à l'approche des élections présidentielles, figuraient parmi les plus partagées (en termes de nombre de messages originaux les ayant partagées) et présentaient les niveaux les plus élevés de « cross-posts ».
- Une analyse plus approfondie de cette stratégie révèle des signes de comportement inauthentique visant à accroître la visibilité du candidat sur les réseaux sociaux, en particulier à l'approche des dates des scrutins.
- Le déploiement de ces pétitions a été stratégiquement programmé pour correspondre au mieux à l'agenda de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour, à savoir les moments clés de la campagne présidentielle. À plusieurs reprises, ces pétitions ont été reformatées et partagées sur Twitter de manière coordonnée à un moment jugé stratégique par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour. Par exemple, l'analyse de l'ISD indique des signes d'inauthenticité dans le partage par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour d'une pétition sur l'affaire McKinsey, seulement quelques jours avant le débat d'entre-deux-tours entre Emmanuel Macron et Marine Le Pen, tentant potentiellement de rallier les partisans anti-Macron.¹⁸
- Notamment, une pétition appelant à l'union de la droite pour les élections législatives a été créée le 24 avril et partagée (avec des signes d'inauthenticité) par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour quelques minutes avant l'annonce officielle des résultats du second tour.
- Très peu de comptes sont à l'origine de la majorité des tweets originaux contenant au moins une pétition : seulement 0,57 % des comptes ont posté 50 % des tweets originaux. Par ailleurs, seuls 4 comptes sont responsables du partage de plus de 21% des tweets originaux. À titre d'exemple, le compte de Samuel Lafont, responsable de la stratégie numérique de la campagne d'Éric Zemmour, a été le plus actif à partager ces pétitions (ce même compte étant à l'origine de 10 % des tweets originaux).
- En plus des « Amis d'Éric Zemmour » qui ont créé 12 pétitions, l'équipe de campagne de Zemmour a joué un rôle central dans la diffusion de ces pétitions en utilisant des techniques de comportement inauthentique. En effet, plus de la moitié des pétitions ont été partagées pour la première fois sur Twitter par un compte de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ou un membre de Reconquête, alors que la plupart des pétitions n'étaient pas ouvertement affiliées à la campagne d'Éric Zemmour. Parmi les comptes ayant partagé au moins dix pétitions, un tiers faisait partie intégrante de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ou de Reconquête.
- Les schémas de partage indiquent que les pétitions ont été utilisées pour atteindre des publics autres que les adhérents habituels d'Éric Zemmour. L'une des stratégies déployées par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour consistait à publier des pétitions en réponse à des tweets de comptes n'appartenant pas à sa sphère en ligne afin de gagner en visibilité et de rallier potentiellement de nouveaux soutiens au sein d'autres publics. Pour ce qui est des pétitions partagées à l'approche de l'élection présidentielle, l'ISD a constaté que des comptes dédiés à la promotion des rhétoriques anti-vaccination, anti-restrictions sanitaires et/ou anti-Macron étaient également impliqués dans leur partage.

- De nombreux comptes Twitter actifs dans le partage de ces pétitions ont été créés entre décembre 2021 et janvier 2022. Parmi les 10 comptes les plus actifs, l'ISD a observé qu'au moins la moitié correspondait à la définition des bots politiques, sans pour autant avoir pu déterminer avec certitude l'origine de la création de ces comptes.
- La diffusion de ces pétitions présente un aspect multiplateforme évident : l'ISD a de surcroît constaté des signes de comportements inauthentiques coordonnés dans leur partage sur Facebook. Cela a été particulièrement le cas à l'approche des élections présidentielles, notamment sur les pages officielles du parti d'Éric Zemmour, Reconquête. De plus, l'ISD a observé un exemple de potentiel comportement inauthentique coordonné, orchestré par des acteurs affiliés à l'équipe de campagne d'Éric Zemmour sur Twitter et Facebook moins de deux semaines avant le premier tour des élections présidentielles.
- De nombreux comportements identifiés dans cette enquête vont à l'encontre des règles et standards de la communauté de Twitter et Facebook. Compte tenu des préjudices potentiels causés par l'activité inauthentique et comportements inauthentiques coordonnés, en particulier dans un contexte électoral, l'ISD propose une série de recommandations à l'intention des plateformes et des gouvernements afin d'améliorer la mise en œuvre des règles et standards qui régissent les réseaux sociaux et de veiller à ce que des mesures soient prises à l'encontre des comptes utilisateurs qui y dérogent par le biais de comportements inauthentiques.

Glossaire

Activité coordonnée : ensemble d'entités en ligne (comptes individuels, groupes ou pages) fonctionnant ensemble pour l'atteinte d'un objectif ou d'un but partagé ; celles-ci peuvent (ou pas) être gérées par le ou les mêmes acteurs.

Comportement inauthentique coordonné : terme utilisé par Facebook pour définir les compilations de pages, de groupes ou de comptes qui travaillent ensemble secrètement pour tromper les utilisateurs sur leur identité ou leurs activités. Selon la définition de la plateforme, cette activité implique un ensemble de plus d'une entité (comptes individuels, chaînes, groupes, pages), qui présente un ensemble de caractéristiques d'identité et de comportements inauthentiques, gérées par un même acteur ou un ensemble d'acteurs.

Comportement inauthentique : ensemble de comportements suggérant qu'une entité en ligne opère sous une identité fausse ou trompeuse. Ces comportements comprennent : une inadéquation entre la géolocalisation et le sujet, une mauvaise utilisation de la langue utilisée (fautes d'orthographe et de grammaire), peu ou pas de signes d'activité humaine dans les photos, les photos de profil ou les interactions, l'utilisation de photos d'archives pour les photos de profil, des changements soudains et spectaculaires dans le volume des publications, le sujet ou la langue, ou les deux, sans explication et/ou des modèles de publication ou de partage répétitifs¹⁹. Les signaux utilisés pour détecter un éventuel comportement inauthentique évoluent constamment en raison des tactiques changeantes des acteurs qui utilisent de telles approches pour tromper le public en ligne.

Astroturfing : pratique consistant à masquer les expéditeurs d'un message ou d'une organisation (par exemple, politique, publicitaire, religieuse ou de relations publiques) pour faire croire qu'il provient d'un réel soutien.

Désinformation : contenu faux, trompeur ou manipulé, présenté comme un fait, qui vise à tromper ou à nuire. Les auteurs de cette désinformation ont généralement des motivations politiques, financières, psychologiques ou sociales.

Extrême droite : conformément aux travaux du politologue néerlandais et expert de l'extrême droite Cas Mudde et l'universitaire britannique Dr Elisabeth Carter, l'ISD définit l'extrême droite comme un système de valeurs typiquement marqué par plusieurs des caractéristiques suivantes : le nationalisme, le racisme, la xénophobie, le rejet de la démocratie, la défense d'un État fort et l'autoritarisme.

Contexte: les pétitions mises en place par les Amis d'Éric Zemmour

L'ISD a identifié un ensemble de 12 pétitions mises en place par l'organisation « Les Amis d'Éric Zemmour ». Officiellement créée en mai 2021, ce groupe a fait campagne pour la candidature d'Éric Zemmour tout au long de l'année 2021, certains de ses membres ayant ensuite rejoint son équipe de campagne officielle.²⁰ Comme l'organisation de jeunesse Génération Z, cette association n'a pas fonctionné indépendamment de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour. En effet, elle a été reconnue par le Comité national de financement de la campagne comme une entité politique impliquée dans la campagne présidentielle.²¹ Cette organisation a lancé plusieurs actions en ligne avant les élections présidentielles au cours de l'année 2021 pour accroître le soutien à Éric Zemmour.²²

Ces pétitions ont été mises en place du 26 janvier 2021 au 5 juin 2022. Seule la première, lancée le 26 janvier 2021 et la seconde, lancée le 7 juillet 2021, sont ouvertement affiliées aux « Amis d'Éric Zemmour ». Aucune des autres pétitions étudiées n'indiquent ouvertement de lien avec l'équipe de campagne d'Éric Zemmour. Cependant, l'ISD a identifié qu'elles ont toutes été créées par cette organisation en utilisant un outil de base de données de domaines pour identifier les acteurs qui avaient enregistré le domaine de chacune de ces pétitions ainsi que la date à laquelle celle-ci ont été établis. De plus, pour les 12 pétitions, l'organisation « Les Amis d'Éric Zemmour » a enregistré le domaine du lien.

Plus de la moitié de ces pétitions (8) ont été créées en 2022, année de l'élection présidentielle. On constate une activité plus importante à l'approche de la date du premier tour de l'élection présidentielle avec 5 pétitions créées et partagées sur les réseaux sociaux de mars à avril 2022. De plus, 7 des 8 pétitions créées en 2022 adoptent un format et un ton similaires. En outre, la stratégie de pétition déployée par la campagne d'Éric Zemmour semble s'être poursuivie au-delà de l'élection présidentielle ; en réalisant cette analyse, l'ISD a identifié une nouvelle pétition créée le 5 juin 2022, juste avant les élections législatives. Cette pétition, liée aux événements survenus lors de la finale de la Ligue des champions de l'UEFA au Stade de France, a été intégrée de manière limitée dans l'analyse de l'ISD.

Tableau 1: tableau résumant les principales caractéristiques des 12 pétitions.

Lien et nom de la pétition (tel qu'il apparaît dans ce rapport)	Nom	Date de création	Résumé de la pétition
https://www.jesignepourzemmour.fr/ « Je Signe pour Zemmour »	Je veux la candidature d'Éric Zemmour pour 2022	26/01/2021	Il s'agit de la première pétition mise en place. Celle-ci est ouvertement signée par Reconquête et demande la candidature d'Éric Zemmour à l'élection présidentielle française de 2022.
https://jesoutienszemmour.fr/ « Je Soutiens Zemmour »	Je soutiens Éric Zemmour #STOPCENSURE	07/07/2021	Cette pétition vise à soutenir Éric Zemmour tout en accusant la justice française et Twitter de le censurer. Elle invoque la liberté d'expression pour dénoncer les différents procès intentés à Éric Zemmour.
https://www.petition-permis-a-points.fr/ « Permis à Points »	Permis à point	24/10/2021	Cette pétition plaide pour un changement de la politique en matière de permis de conduire. Il semble que cette pétition vise particulièrement un public jeune.
https://www.petition-allocations-etrangers.fr/ « Allocations Étrangers »	Moins d'allos pour les étrangers, plus d'argent pour les Français !	03/11/2021	Cette pétition milite contre l'attribution des aides distribuées par l'État français aux personnes non-Françaises, en lien avec l'un des principaux thèmes de la campagne Zemmour (rhétorique anti-immigration).
https://www.500parrainages.fr/ « 500 Parrainages »	500 parrainages	02/01/2022	Cette pétition plaide pour qu'Éric Zemmour obtienne les 500 signatures d'élus locaux indispensables pour pouvoir se présenter à la présidence. Cette question a fait l'objet d'une discussion centrale jusqu'à la date limite (début mars 2022) car il n'était pas certain qu'Éric Zemmour puisse les obtenir et se présenter à l'élection présidentielle.
https://www.union-des-droites.fr/ « Union des Droites »	Soutenez l'Union des droites pour la victoire en 2022	13/01/2022	Cette pétition appelle à l'union des droites françaises. Elle a été lancée alors qu'Éric Zemmour progressait dans les sondages tandis que Marine Le Pen était en baisse. En parallèle, Valérie Pécresse était assez bien placée dans les sondages pour se qualifier pour le second tour de l'élection. ²³ Cette pétition prône l'union de la droite, présentant Éric Zemmour comme le seul candidat capable de mener cette coalition.
https://www.twitterstopcensure.fr/ « Arrêtez la censure »	Stop à la censure!	04/03/2022	Cette pétition répond à la suppression de certains comptes Twitter associés à la campagne d'Éric Zemmour début mars 2022. Elle dénonce la prétendue censure de Twitter.
https://www.petition-defense-excusable.fr/ « Défense excusable »	Pour que les victimes puissent se défendre	30/03/2022	Cette pétition plaide pour la « défense excusable », réagissant au même fait divers que la pétition « Soutien Agriculteur ».

https://www.soutien-agriculteur-charente.fr/ « Soutien Agriculteur »	Soutien à l'agriculteur cambriolé	30/03/2022	Cette pétition a été lancée en réaction à l'affaire d'un agriculteur charentais ayant tué un cambrioleur dans sa maison, le 25 mars 2022. ²⁴ La pétition s'appuie sur cette affaire pour plaider en faveur du droit à la légitime défense.
https://www.scandale-macron.fr/ « Scandale Macron-McKinsey »	Dénoncez le scandale Macron-McKinsey	01/04/2022	Cette pétition, l'une des plus partagées, lancée par « Les Amis d'Éric Zemmour », a été créée moins de deux semaines avant le premier tour des élections présidentielles françaises. Elle fait référence à l'affaire McKinsey qui révèle que l'administration Macron aurait payé au cabinet de conseil environ un milliard d'euros pour divers services pendant ses 5 années de mandat. ²⁵
https://www.union-nationale-legislatives.fr/ « Union Nationale Législatives »	Soutenez l'union nationale pour les élections législatives	24/04/2022	Cette pétition a été créée le jour du second tour de l'élection présidentielle à 14h19, quelques heures avant l'annonce officielle du résultat de l'élection. Elle visait les élections législatives, appelant à l'union de la droite pour obtenir une majorité de sièges à l'Assemblée Nationale française.
https://www.mensonges-stade-de-france.fr « Chaos au Stade de France »	Chaos au Stade de France : 05/06/2022 stop aux mensonges !	05/06/2022	Cette pétition réagit au chaos qui régna au Stade de France lors de la finale de la Ligue des champions de l'UEFA. Elle promeut un discours anti-Macron et appelle à la démission du ministre de l'Intérieur Gérard Darmanin.

Méthodologie

Questions de recherche

Lors de la veille régulière des réseaux sociaux menée par l'ISD pendant les élections françaises, les analystes ont identifié plusieurs pétitions présentant des schémas de partage similaires. Les opérations de partages de ces pétitions étaient, dans beaucoup de cas, explicitement organisées par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour. Certains des comptes et des schémas de partage indiquaient un potentiel comportement inauthentique coordonné. Les principales questions qui ont guidé cette recherche ont été les suivantes :

- Peut-on observer une activité inauthentique ou un comportement inauthentique coordonné dans le partage de ces pétitions sur les réseaux sociaux ?
- Quelle est l'ampleur de la diffusion de ces pétitions ?
- Qui sont les acteurs qui participent à la diffusion de ces pétitions ? Quels sont, le cas échéant, les liens entre ces acteurs ? Ces mêmes acteurs sont-ils impliqués dans la diffusion de toutes les pétitions ?
- Quelles sont les stratégies déployées pour amplifier la visibilité de ces pétitions sur les réseaux sociaux et dans quelle mesure ont-elles porté leurs fruits ?
- En quoi cela constitue-t-il une violation des politiques des plateformes ?
- Dans quelle mesure ces opérations d'activités inauthentiques ont-elles permis à ces pétitions d'atteindre un public plus large ?

Collecte des données

Pour répondre à ces questions, toutes les publications contenant des liens vers au moins une des 11 pétitions ont été collectés sur Twitter et Facebook. Les données ont été collectées sur Twitter à l'aide de l'interface de programmation d'application (API) de la plateforme pour la recherche universitaire et les données de Facebook ont été collectées à l'aide de l'API de CrowdTangle. L'ensemble de ces données ont été recueillies entre le 26 janvier 2021 (date de création de la première pétition) et le 26 avril 2022.

Ce recueil de données contenait 108 456 tweets provenant de 19 876 comptes uniques sur Twitter et 1 204 messages provenant de 385 groupes ou pages publics uniques sur Facebook. L'ensemble de données Twitter a été filtré pour n'inclure que les tweets originaux

(à l'exclusion des retweets) pour certaines des analyses ; cet ensemble de données de tweets originaux contenait 30 650 tweets provenant de 7 840 comptes uniques.

Analyse quantitative

L'analyse quantitative a été réalisée à l'aide de Beam, un système d'analyse développé par le Center for the Analysis of Social Media (CASM Technology) et l'ISD. L'analyse quantitative initiale a traité les données pour identifier le moment où chaque pétition a été initialement partagée, le volume de partage au fil du temps de chaque pétition et les comptes les plus actifs dans le partage des pétitions. Le nombre de pétitions uniques partagées par chaque compte a également été compilé.

L'analyse qui a suivi avait pour but de déterminer si (et dans quelle mesure) le partage de ces pétitions laissait apparaître un comportement inauthentique coordonné. Dans un premier temps, les comptes partageant les pétitions ont été classés par date de création afin de comprendre s'ils avaient pu être créés de manière coordonnée. Puis, les messages partageant les pétitions ont été analysés afin de déterminer s'ils contenaient des « cross-posts ». On entend par « cross-posts » un message contenant un lien - dans ce cas, une pétition partagée quasi-immédiatement (dans la minute) d'un autre message contenant le même lien, signe d'une activité coordonnée. Pour s'assurer que les retweets organiques soient exclus de cette analyse, l'ISD a retenu seulement les tweets originaux.

Enfin, une analyse du réseau d'acteurs ayant partagé au moins une pétition a été menée pour comprendre les relations entre les différents comptes partageant les pétitions. Pour cette analyse, chaque compte et chaque pétition ont été définis comme des nœuds dans un réseau et les limites ont été définies comme un compte partageant un lien vers une pétition. Cette analyse a également été menée uniquement sur l'ensemble de données de tweets originaux afin d'exclure les retweets organiques.

Analyse qualitative

Afin de mieux comprendre la nature des messages partageant ces pétitions sur les réseaux sociaux, un échantillon choisi au hasard parmi ceux qui ont partagé chacune des 11 pétitions a fait l'objet d'une analyse qualitative. Les comptes les plus actifs dans l'ensemble des données des tweets originaux, ainsi que les comptes

les plus actifs partageant des pétitions particulières, ont également fait l'objet d'une analyse qualitative afin de mettre en exergue les éventuels points communs entre ces comptes.

Après la collecte de données, l'ISD a identifié une autre pétition qui correspondait au même profil que celles constituant l'objet de cette étude. Cette pétition, « Chaos au Stade de France », n'a pas été incluse rétrospectivement dans la collecte de données à grande échelle. Cependant, l'ISD a effectué séparément une analyse qualitative de publications partageant cette pétition sur les réseaux sociaux.

NB : tous les horaires mentionnés dans le présent rapport sont en heures locales françaises.

Section 1 : Activité sur Twitter

Comprendre l'activité derrière ces pétitions

Des trajectoires de partage similaires ont été observées pour les 12 pétitions mises en place par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour en 2021 et 2022 sur Twitter. L'ISD a constaté que les pétitions étaient partagées de manière répétitive dans un laps de temps très court, ce qui suggère un comportement inauthentique orchestré par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour.ⁱⁱ Tout porte à croire que ces pétitions ont fait l'objet d'une promotion inorganique afin d'offrir à Éric Zemmour une plus grande visibilité en ligne et faire croire à un large soutien à sa campagne. Cette stratégie a été déployée notamment en mars et avril 2022, juste avant les scrutins de l'élection présidentielle.

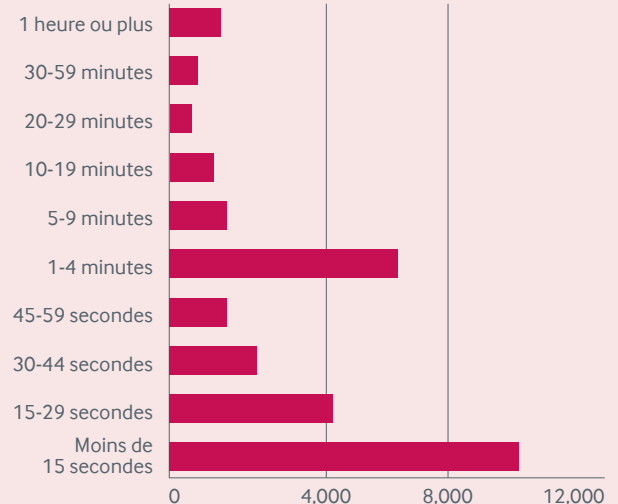
De plus, une autre pétition a été créée en juin 2022, juste après les élections présidentielles et juste avant les élections législatives françaises. Le tableau ci-dessous résume les statistiques concernant le partage de chaque pétition sur Twitter. Celui-ci fournit l'échelle de partage de chaque pétition, y compris le nombre de messages qui incluent une pétition, le nombre de messages originaux (qui excluent les retweets) et le niveau de « cross-posts ».

À titre d'exemple, la pétition « Je Soutiens Zemmour » a été partagée dans 30 870 tweets, dont 7 393 étaient des messages originaux (sans compter les retweets). Le niveau de « cross-posts » pour les tweets originaux était de 65 %, ce qui signifie que 65 % des tweets (sans compter les retweets) qui contenaient un lien vers la pétition « Je Soutiens Zemmour » ont été partagés moins d'une minute après un autre tweet qui faisait de même. Un tel résultat est à souligner car cette pétition a été partagée tout au long de l'année 2021 (voir le tableau 3 présenté ci-dessous).

Un niveau élevé de cross-posts

À partir de l'analyse de ces 11 pétitions, l'ISD a constaté que 30 650 tweets originaux contenaient au moins une des pétitions.ⁱⁱⁱ Parmi cet ensemble de données de publications originales, 20 205 tweets ont été identifiés comme des « cross-posts » potentiels. En outre, toujours concernant ces 11 pétitions, le niveau de « cross-posts » suspecté était supérieur à 50 %, ce qui constitue une indication supplémentaire de l'existence d'un comportement inauthentique.

Tableau 2: graphique montrant l'écart de temps entre les messages originaux (excluant ainsi les retweets) avec le même lien.



Comme l'indique le tableau 2 ci-dessus, 32 % des messages originaux ont été partagés moins de 15 secondes avant la publication d'un tweet contenant le même lien. Bien que ces mesures quantitatives puissent indiquer un comportement inauthentique, une analyse qualitative plus poussée de la trajectoire de partage de chaque pétition est nécessaire pour confirmer un comportement inauthentique présumé.

Une autre tendance, mise en évidence par le tableau ci-dessous, est que le niveau de partage des tweets originaux est plus important pour les pétitions mises en place en mars et avril 2022, juste avant l'élection présidentielle.^{iv} Les pétitions « Scandale Macron-McKinsey », « Soutien Agriculteur » et « Union Nationale Législatives » ont été les plus partagées parmi les tweets originaux (5 363 tweets, 3 156 tweets et 2 271 tweets respectivement^v). Ces pétitions, créées de mars à avril 2022, présentent également les taux de « cross-posts » anormalement élevés (75 % pour « Scandale Macron-McKinsey », 74 % pour « Soutien Agriculteur » et 73 % pour « Union Nationale Législatives »), signe annonciateur d'une stratégie employée, en particulier pendant la période de campagne officielle. L'équipe de campagne d'Éric Zemmour a sans doute déployé ces pétitions sur Twitter afin d'obtenir une plus grande visibilité sur les réseaux sociaux à l'approche de la date du vote.

ⁱⁱ Par équipe de campagne Zemmour, l'ISD entend les personnes qui occupent un poste dans l'équipe de campagne d'Éric Zemmour pour les élections présidentielles et/ou législatives. Dans le contexte de ce rapport, il s'agit en particulier de l'équipe qui supervise les activités liées aux réseaux sociaux pour la campagne.

ⁱⁱⁱ Hors pétition « Chaos au Stade de France » mise en place le 5 juin 2022 ; voir la partie Méthodologie pour plus d'informations.

^{iv} Le premier tour de l'élection présidentielle française a eu lieu le 10 avril 2022 et le second tour le 24 avril 2022.

^v Les seules autres pétitions partagées dans autant de messages originaux étaient les deux premières pétitions mises en place en janvier et juillet 2021 (« Je Signe pour Zemmour » et « Je Soutiens Zemmour ») et promues à de multiples occasions pendant la période de pré-campagne. (Voir la figure 5).

Tableau 3: tableau résumant les informations pour les 12 pétitions.

Pétition	Nombre de messages contenant cette pétition	Nombre de messages originaux	Nombre de comptes ayant partagé chaque lien (articles originaux uniquement)	Niveau de postage croisé (basé sur les tweets originaux) ^{vi}	Date de création de la pétition	Premier compte à partager la pétition ^{vii}
« Je Signe pour Zemmour »	12 331	4 627	1 007	51%	26/01/2021	Compte 1 (pro-Zemmour)
« Je Soutiens Zemmour »	30 870	7 939	1 709	65%	07/07/2021	@Samuel_Lafont
« Permis à Points »	3 348	691	135	79%	24/10/2021	@Samuel_Lafont
« Allocations Etrangers »	4 415	990	221	71%	03/11/2021	Compte 2
« 500 Parrainages »	3 818	564	259	57%	02/01/2022	Compte 3 (pro-Zemmour)
« Union des Droites »	1 851	869	179	69%	13/01/2022	@EleonoreLP
« Stop à la censure »	6.242	655	226	65%	04/03/2022	@Samuel_Lafont
« Soutien Agriculteur »	14 469	3 156	2...340	74%	30/03/2022	Compte 4 (s'identifie comme un membre de Reconquête dans sa bio Twitter)
« Défense excusable »	1.637	427	267	67%	30/03/2022	Compte 5 (s'identifie comme un membre de Reconquête)
« Scandale Macron-McKinsey »	24.383	5 363	3 291	75%	01/04/2022	@Samuel_Lafont
« Union Nationale Législatives »	5 330	2 271	1 852	73%	24/04/2022	@Samuel_Lafont
« Chaos au Stade de France »					05/06/2022	@Samuel_Lafont

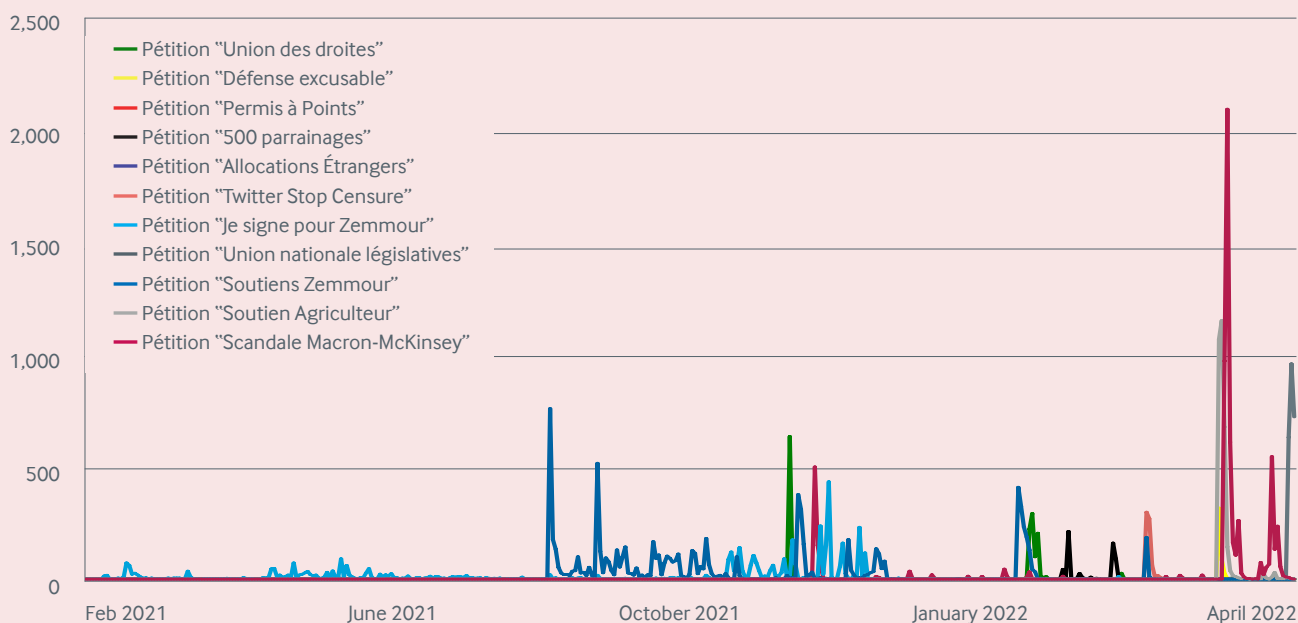
vi Par « cross-post », on entend un message contenant un lien - dans ce cas, une pétition partagée quasi-immédiatement (dans la minute) d'un autre message contenant le même lien, signe d'une activité coordonnée.

vii Les comptes du tableau suivant (et des autres tableaux de cet article) qui n'appartenaient pas à des personnalités publiques ont été anonymisés pour des raisons de confidentialité.

Acteurs impliqués

Comme le détaille le tableau 3, le premier compte à partager chaque pétition est un autre indicateur de l'implication de l'équipe de la campagne d'Éric Zemmour dans le partage de ces pétitions en ligne. Dans 7 cas, le premier compte à partager une pétition était un membre senior de l'équipe numérique de la campagne d'Éric Zemmour (6 fois par Samuel Lafont, 1 fois par Eléonore Lhéritier). En outre, 2 comptes parmi les premiers à partager une pétition se sont identifiés dans leur biographie Twitter comme des membres de Reconquête. Au total, plus de la moitié des pétitions ont été partagées en premier par un compte de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ou un membre de Reconquête.

Figure 5 : graphique montrant le volume dans le temps pour chaque pétition.



Partage des pétitions au fil du temps - examen de la trajectoire des pétitions

La figure 5 ci-dessus présente l'activité de publication de toutes les pétitions sur Twitter (originaux et retweets). La tendance observée par l'ISD montre que les pics se produisent dans les heures ou les jours qui suivent la création d'une pétition par Les Amis d'Éric Zemmour. Par exemples, le pic du 5 novembre 2021 est le résultat du partage de la pétition « Allocations Étrangers », avec 491 posts originaux incluant le lien ce jour-là, le pic observé le 5 mars 2022 qui résulte de la promotion de la pétition « Stop Censure » créée la veille, le pic observé le 2 avril 2022 (2 056 posts originaux partagés) est le résultat de la diffusion de la pétition « Scandale Macron-McKinsey », mise en place la veille. Dans la plupart des cas, les pétitions sont directement liées et/ou s'adaptent à un événement spécifique du cycle médiatique, ce qui explique leurs pics rapides ; c'est le cas des pétitions « Stop Censure » et « Soutien Agriculteur ». Une analyse plus approfondie du comportement inauthentique identifié dans l'activité de partage de ces deux pétitions, en particulier pendant ces pics, est disponible dans les études de cas ci-dessous.

Dans certains cas, l'équipe de campagne d'Éric Zemmour a réutilisé d'anciennes pétitions dans le but de réinjecter l'agenda du candidat dans le débat public français. La pétition « Je Signe pour Zemmour », la première créée,

est un bon exemple d'une pétition réutilisée à plusieurs reprises avant la campagne présidentielle pour rallier le soutien autour de la candidature d'Éric Zemmour. L'équipe de campagne d'Éric Zemmour a initialement créé cette pétition le 26 janvier 2021. Dans un premier exemple d'activité coordonnée, le 5 mai 2021 (l'un des premiers pics), des messages très similaires ont été partagés par différents comptes à quelques secondes d'intervalle (4 sections locales différentes du mouvement de jeunesse Génération Z ont publié des tweets avec un texte très similaire, y compris le lien vers cette pétition, à quelques minutes d'intervalle, de 17h11 à 17h18).

Tout au long de l'année 2021, cette pétition a été partagée à de multiples reprises, notamment lors du second semestre 2021, avant qu'Éric Zemmour n'annonce sa candidature à l'élection présidentielle. De fait, les principaux pics d'activité relatifs à cette pétition ont pu être observés en octobre et novembre 2021 (voir Figure 5), quelques semaines avant qu'Éric Zemmour n'annonce officiellement sa candidature à l'élection présidentielle (le 30 novembre 2021).²⁶

Le principal pic d'activité de cette pétition a eu lieu le 10 novembre 2021. L'ISD a trouvé 427 tweets originaux liant cette pétition, tous provenant de 26 comptes (comprenant des membres de l'équipe de campagne Zemmour –

Figures 6, 7 et 8 : Exemples de messages partagés par trois comptes Reconquête différents dans un laps de temps très limité et utilisant un langage très similaire.



notamment Lafont et Lhéritier et certains membres de Reconquête et Génération Z). Dans plusieurs cas, le même compte a partagé exactement le même message à quelques secondes ou minutes d'intervalle. Par exemple, un compte a partagé le même message 45 fois en moins de dix minutes. Plus tard dans la journée, ce même compte a de nouveau partagé exactement le même texte 116 fois en l'espace de 40 minutes, puis encore 29 fois en l'espace de cinq minutes (voir figures 9 à 12).

Modèle de partage déployé sur différentes pétitions

Les chercheurs de l'ISD sont parvenus à mettre en évidence des schémas de partage similaires et des signes de comportement inauthentique pour les 12 pétitions : plus précisément, ils ont observé que toutes les pétitions étaient partagées de manière répétitive (ce qui indique un comportement inauthentique ou automatisé) afin d'amplifier leur visibilité en ligne. Trois types de comportements ont été identifiés dans les schémas de partage de ces 12 pétitions :

- **Comportement n°1:** Le même compte partage à plusieurs reprises le même message dans un laps de temps limité (à quelques secondes ou minutes d'intervalle),
- **Comportement n°2:** Des comptes différents partagent exactement le même contenu ou un contenu très similaire dans un laps de temps limité (à quelques secondes ou minutes d'intervalle),

- **Comportement n°3 :** Un ou plusieurs comptes partagent exactement le même contenu en réponse aux tweets d'autres comptes. Il s'agit principalement de comptes d'extrême droite ou de comptes appartenant à des personnalités publiques françaises ou à des médias grand public afin d'atteindre une audience plus large.^{viii}

Exemple de comportement n°1 :

Pour la pétition « Défense excusable », l'ISD a démontré que le même compte était responsable du partage du même message (contenant la pétition) à quelques secondes ou minutes d'intervalle. Un compte a partagé le même message 13 fois en moins d'une minute (voir figures 13 et 14). L'activité de ce compte correspond à l'exacte définition que donne l'ISD du comportement de type bot.²⁷

De même, pour la pétition « Allocations Étrangers », un compte a partagé exactement le même post contenant cette pétition 44 fois en 11 minutes le 5 novembre 2021. D'après la bio Twitter, ce compte est détenu par un membre de la campagne Reconquête.

Figures 9, 10, 11 et 12 : tweets partagés par le même compte avec exactement le même message à 12h 47m 17s, 12h 47m 22s, 12h 47m 28s et 12h 47m 34s respectivement.



viii Par « extrême droite », on entend ici les personnalités publiques d'extrême droite, les militants d'extrême droite ou les comptes qui se consacrent à la diffusion de récits d'extrême droite.

Figures 13 et 14 : messages partagés à quelques secondes d'intervalle, respectivement à 17h 15m 46s et 17h 15m 51s le 30 mars 2022.



Figures 15 et 16 : messages partagés par le même compte à quelques secondes d'intervalle, respectivement à 09h 12m 05s et 09h 12m 12s.



Exemple de comportement n°2 :

La pétition « Je Soutiens Zemmour » a été partagée dans 7 939 messages originaux - le pic de partage a eu lieu le 2 août avec 746 messages contenant ce lien. Sur ces 746 messages, 191 contenaient exactement le même texte partagé par 187 comptes uniques.

Figures 17 et 18 : tweets ayant exactement le même contenu et partagés par deux comptes différents à moins d'une minute d'intervalle (respectivement à 08h 58m 50s et 08h 59m 31s le 2 août 2021).



Exemple de comportement n°3

Tous les tweets originaux liés à la pétition « Union des Droites » ont été partagés entre le 21 janvier à 14h 07m 25s et le 22 janvier à 16h 52m 10s. Le compte mis en évidence dans les figures 19 et 20 a été à l'origine de 14 % de tous les tweets originaux liés à cette pétition (123 sur 869). La majorité de ces messages (71) ont tous été partagés en moins d'une heure. Ce compte n'a partagé la pétition qu'en réponse à d'autres tweets, en étiquetant dans certains cas d'autres comptes.

Comme la pétition appelait à l'union de la droite sous la candidature d'Éric Zemmour, celle-ci a été partagée en réponse à des tweets du compte officiel de la candidate des Républicains (LR) Valérie Pécresse (44 fois) ainsi que de la candidate du Rassemblement national (RN) Marine Le Pen (13 fois). Dans de multiples cas, ce compte a également répondu ou tagué d'autres personnalités politiques, telles que Laurent Wauquiez de LR et Jordan Bardella (Président par intérim du RN), ainsi que des comptes Twitter de médias, tels que CNews ou La Chaîne Info (LCI).

Figures 19 et 20 : Tweets incluant la même pétition partagés respectivement à 13h 09m 12s et 13h 09m 06s le 21 janvier 2022. Le même compte partage ici la pétition en réponse à deux tweets différents de la candidate LR à la présidentielle Valérie Pécresse.



Études de cas électoraux

Comme indiqué précédemment, le niveau de « cross-posts » a augmenté au fur et à mesure de l'avancée vers la date de l'élection présidentielle. La pétition appelant à l'union de la droite créée le 24 avril est la pétition avec le plus fort pourcentage de « cross-posting ».

Cette pétition a été créée le jour du second tour de l'élection présidentielle, quelques heures avant l'annonce du résultat des élections. Cela indique que l'équipe de campagne d'Éric Zemmour a continué à utiliser cette stratégie au-delà de la campagne présidentielle. Elle l'a depuis déployée lors des élections législatives, comme en témoigne la création d'une nouvelle pétition, « Chaos au Stade de France », le 5 juin, partagée dans des posts évoquant l'élection législative.

L'ISD a identifié plusieurs signes indiquant que le déploiement de cette stratégie numérique par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour s'est systématisé à l'approche de l'élection, notamment en mars et avril 2022. En effet, toutes les pétitions créées en mars et avril 2022 ont été conçues dans le même format, utilisant pour ce faire un ton et un langage similaires.

Première étude de cas : la pétition « Scandale Macron-McKinsey ».

La pétition « Scandale Macron-McKinsey », créée le 1er avril, soit moins de deux semaines avant le premier tour des élections présidentielles, est l'une des pétitions les plus partagées. Elle fait référence à « l'affaire McKinsey » portant sur les révélations selon lesquelles l'administration Macron aurait versé à la société McKinsey environ un milliard d'euros pour des services de conseil pendant les cinq années de mandat.²⁸ L'ISD a constaté, dans une enquête précédente, que cette pétition était le lien le plus partagé parmi les groupes marginaux pendant la campagne présidentielle.²⁹ Le pic le plus élevé de messages originaux incluant cette pétition a eu lieu le 2 avril, avec 2 056 tweets originaux partagés ce jour-là (hors retweets).

Cette pétition a été créée le 1er avril à 14h19. Le premier compte Twitter à la partager a été celui de Samuel Lafont, dès 18h 28. Le même texte utilisé dans le premier message de Samuel Lafont a ensuite été partagé 100 fois dans des messages originaux (sans compter les retweets) par 100 comptes différents entre 18h28 et 19h05 le 1er avril.

Les comptes ont soit posté la pétition directement, soit l'ont partagée en réponse à d'autres comptes d'extrême droite et à des comptes hors de l'écosystème d'extrême droite sur Twitter. Il est probable que cette stratégie ait été employée pour pénétrer d'autres écosystèmes et s'adresser ainsi à un public plus large, y compris les médias français.

Figures 21, 22, 23 et 24 : Les quatre premiers tweets qui ont partagé la pétition « Scandale Macron-McKinsey », y compris le tweet de Samuel Lafont, utilisent tous exactement le même texte. Ces messages ont été publiés respectivement à 18h 29m 34s, 18h 29m 44s, 18h 29m 56s et 18h 28m 33s le 1er avril.



Figures 25 et 26 : tweets qui répondent à des messages contenant un lien vers la pétition « Scandale Macron-McKinsey ». Les deux réponses ont été postées par Samuel Lafont : l'une réagit à un tweet posté par Philippe de Villiers, partisan d'Éric Zemmour, l'autre à un tweet du compte du Figaro.



Figures 27, 28 et 29 : tweets de Samuel Lafont incluant la pétition « Scandale Macron-McKinsey » partagés en réponse à ceux d'un compte pro-Zemmour, de la figure souverainiste Florian Philippot et du candidat LFI Jean-Luc Mélenchon.



La pétition a été à la fois partagée en réponse à des tweets qui mentionnent l'affaire McKinsey mais aussi en réponse à des publications sans rapport avec celle-ci et, dans certains cas, dans des messages qui n'étaient même pas politiques (voir les figures 25 et 26 ci-après).

Au mois d'avril, l'ISD a identifié 5 363 messages originaux contenant le lien de cette pétition. Parmi ceux-ci, 3 190 ont utilisé le même texte que le tweet original de Samuel Lafont (voir tableau 4 ci-après).^{ix} Cette pétition a été partagée à nouveau entre les deux tours de l'élection, notamment avant le débat entre Macron et Marine Le Pen qui a eu lieu le 20 avril 2022.

Tableau 4 : tableau détaillant le nombre de tweets en avril 2022 qui ont partagé la pétition «Scandale Macron-McKinsey» en utilisant le texte de Samuel Lafont.

Date	Nombre de tweets utilisant le même texte que le tweet de Samuel Lafont (ne comprend que les messages originaux)
01/04	838
02/04	1275
03/04	404
04/04	113
05/04	45
06/04	125
18/04	159
19/04	54
20/04	78
21/04	14
22/04	8
23/04	4
24/04	5

L'explication probable de ce surcroît d'activité, juste avant le débat, serait que l'équipe de campagne d'Éric Zemmour a tenté de s'assurer que l'affaire McKinsey soit un sujet de discussion pendant le débat présidentiel. Le 18 avril 2022, on a compté 537 tweets originaux comprenant la pétition « Scandale Macron-McKinsey » émanant de 337 comptes.

Plusieurs signes de comportement inauthentique ont alors été observés au cours de l'activité de cette journée : dans de multiples cas, l'ISD a trouvé des

comptes partageant la pétition en réponse à de multiples tweets à quelques secondes d'intervalle. De plus, l'ISD a identifié de nombreux messages contenant exactement le même texte et partagés par des comptes dans un court laps de temps. À titre d'exemple, 9 comptes ont posté le même texte à quelques secondes/minutes d'intervalle (voir Tableau 5). Tous les comptes, sauf un, provenaient des membres de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ou de comptes affiliés aux sections locales du parti/mouvement de jeunesse d'Éric Zemmour.

Cette stratégie numérique mise en œuvre par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour s'est poursuivie à l'approche du débat. Le jour du débat d'entre-deux-tours, le 20 avril 2022, le compte de Samuel Lafont a partagé cette pétition 24 fois en moins de cinq minutes.

En l'occurrence, Samuel Lafont a partagé la pétition en réponse à des comptes affiliés à la figure souverainiste Florian Philippot ainsi qu'au candidat de La France Insoumise (LFI) Jean-Luc Mélenchon. Il a également tagué Marine Le Pen et Jean-Luc Mélenchon dans plusieurs commentaires, ce qui pourrait suggérer que la campagne d'Éric Zemmour tentait de rallier tous les partisans anti-Macron des deux côtés du spectre politique avant le débat présidentiel.

^{ix} Plusieurs variations minimales ont été observées (par exemple, un emoji ajouté).

Tableau 5 : Tableau présentant des exemples de tweets originaux qui ont partagé la pétition « Scandale Macron-McKinsey » le 18 avril 2022 en utilisant exactement le même langage. Il présente plusieurs comptes de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ou de Reconquête/ Génération Z.

Identifiant du compte	Heure du post	Texte du tweet	Identité
@EleonoreLP	18/04/2022 10h 28m 35s	📢URGENT : Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Membre de la campagne d'Éric Zemmour en charge de la « mobilisation des réseaux sociaux ».
@tomcwz	18/04/2022 10h 29m 33s	📢URGENT : Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Responsable national Génération Z, membre de l'unité numérique de Reconquête.
@GenerationZ_30	18/04/2022 10h 29m 40s	📢URGENT: Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Section locale du mouvement de jeunesse d'Éric Zemmour, Génération Z.
@GenerationZOc	18/04/2022 10h 29m 46s	📢URGENT: Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Section locale du mouvement de jeunesse d'Éric Zemmour, Génération Z.
@GenerationZPACA	18/04/2022 10h 29m 52s	📢URGENT: Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Section locale du mouvement de jeunesse d'Éric Zemmour, Génération Z.
Compte 7	18/04/2022 10h 29m 54s	URGENT : Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	compte suspect, créé en février 2022, qui correspond à la définition d'un bot selon l'ISD. La majorité de son activité consiste à diffuser du contenu pro-Zemmour.
@GenerationZ_off	18/04/2022 10h 29m 58s	📢URGENT : Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Mouvement de jeunesse d'Éric Zemmour.
Compte 8	18/04/2022 10h 31m 01s	À partager : 📢URGENT: Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	S'identifie comme un militant de Génération Z. Lors des élections législatives, il a participé à la campagne de Jérémie Piano, ancien militant de Génération Identitaire, qui a été condamné en vertu des lois françaises sur les discours de haine ³⁰ .
@ReconqueteRUS	18/04/2022 10h 32m 04s	URGENT : Signez la pétition pour que Macron rende des comptes sur le scandale McKinsey 📢 https://scandale-macron.fr #MacronBenVoyons #McKinseyGate	Compte de la section russe du parti.

Deuxième étude de cas : la pétition « Soutien Agriculteur ».

La pétition « Soutien Agriculteur » a été lancée le 30 mars 2022 en réaction au cas d'un agriculteur en Charente qui a tué un cambrioleur dans sa maison la nuit du 25 mars.³¹ Elle utilise cette affaire pour défendre le droit à la légitime défense, tout en visant probablement à occuper plus largement le cycle médiatique avec des récits sur la sécurité et l'ordre public, au cœur de la campagne d'Éric Zemmour.³² Créée le 30 mars 2022 à 15h 06m, cette pétition a été partagée, moins de deux heures plus tard, par des comptes pro-Zemmour, la majorité d'entre eux utilisant le même texte.

Le premier message partageant un lien vers cette pétition identifié par les chercheurs de l'ISD date de

16h 48m 14s le jour même. Le détenteur de ce compte se décrit lui-même dans sa biographie comme un militant Reconquête. Dans la même minute, Samuel Lafont et deux comptes Twitter différents Génération Z ont également partagé cette pétition (en utilisant le même texte). Sur les 3 156 messages originaux contenant un lien vers cette pétition, 288 ont utilisé le même texte, y compris les 29 premiers messages - partagés en moins de 15 minutes (plus de la moitié ont été publiés par le compte de Samuel Lafont). Là encore, cette pétition a souvent été partagée en réponse à d'autres tweets, répondant à des acteurs d'extrême droite ainsi qu'à des comptes extérieurs aux écosystèmes d'extrême droite, comme le compte du député LFI François Ruffin (voir figure 30).

Figures 30 et 31 : tweets de Samuel Lafont partageant un lien vers la pétition « Soutien Agriculteur » en réponse à des tweets émanant de comptes situés à l'opposé du spectre idéologique. Ces tweets ont été partagés respectivement à 16h 51m 27s et 16h 51m 35s le 30 mars 2022.



Étude de cas n° 3 :

la pétition de l'Union Nationale Législative

La pétition « Union Nationale Législative » a été créée le 24 avril 2022 à 14h19, quelques heures seulement avant que le résultat du second tour de l'élection présidentielle française ne soit officiellement annoncé au public. Elle faisait référence à l'élection législative à venir en appelant à l'union de la droite pour obtenir une majorité de sièges à l'Assemblée Nationale française. Le premier message partageant cette pétition a été publié par le compte de Samuel Lafont à 19h 54m 33s, quelques minutes avant l'annonce des résultats et alors que plusieurs sondages publiés dans des pays francophones (Suisse et Belgique) prédisaient la future défaite de Marine Le Pen.^x

Au total, 2 271 messages originaux contenant un lien vers cette pétition ont été publiés entre le 24 et le 26 avril 2022. Parmi ceux-ci, 1 731 (76 %) reprenaient exactement le même texte (voir figures 33 et 34). Ce fut notamment le cas la nuit de l'annonce du résultat du second tour de l'élection présidentielle française : 394 des 610 tweets (64 %) partagés le 24 avril 2022 entre 19h 55m 54s et 23h 59m 22s utilisaient exactement le même texte.

Figure 32 : premier tweet de Samuel Lafont incluant la pétition « Union Nationale Législative ».



Figures 33 et 34 : tweets avec le même texte partagés à 19h 55m 54s et 19h 56m 06s respectivement le 24 avril 2022.



^x En vertu de la loi française, les médias français ne peuvent pas communiquer le résultat des élections avant 20h00 ; cette réglementation ne s'applique pas aux autres pays francophones qui communiquent habituellement les premières tendances avant 20h00. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site suivant: Présidentielle 2022 : pourquoi les médias belges et suisses peuvent-ils donner les résultats avant 20h ? | TF1 INFO

Analyse des comptes

Cette section vise à comprendre le type d'acteurs sur Twitter qui ont été actifs dans la diffusion de ces pétitions. Cette analyse est basée sur l'ensemble des comptes (7 840 comptes au total) qui ont partagé au moins une des 11 premières pétitions dans un tweet original (en excluant les comptes qui ont retweeté un post incluant une pétition).

Très peu de comptes ont été à l'origine du partage de la plupart des tweets originaux. Sur le nombre total de comptes, 0,57 % ont posté 50 % des tweets originaux. 4 comptes sont ainsi responsables d'une très grande partie des tweets originaux, soit 21,5 % ou 5 992 sur les 27 876 tweets originaux. 30 autres comptes ont publié 40 % de tous les tweets originaux de cet ensemble de données.

Tableau 6 : liste des 4 comptes à l'origine de plus de 20% des tweets originaux partageant les 11 pétitions.

Identifiant du compte	Description	Auteur du % de tweets originaux dans l'ensemble
@Samuel_Lafont	Responsable de la stratégie numérique de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour.	9,88%
Compte 1	Compte dédié au partage de contenu anti-Macron et pro-Zemmour.	3,65%
Compte A ^{xi}	S'identifie comme un membre de Génération Z, niveau élevé de publication de messages, ce qui peut indiquer un comportement de type bot.	3,49%
Compte B	S'identifie comme un membre de l'équipe de la campagne Reconquête chargé de créer du contenu pour les réseaux sociaux.	8,60%

Parmi ces 4 comptes, 3 font partie de l'écosystème d'Éric Zemmour, 2 se revendiquent membres de Reconquête ou de Génération Z, le dernier appartenant à Samuel Lafont. On peut noter que 2 de ces comptes (@Samuel_Lafont et le compte A) font partie des 4 comptes ayant partagé les 11 pétitions.

Un très petit nombre de comptes ont stimulé activement la diffusion des pétitions en les retweetant à grande échelle, avec environ 80 854 retweets par 15 898 comptes uniques. Il est à noter que 2 des 4 comptes les plus actifs mentionnés ci-dessus figuraient également parmi les comptes « retweeteurs » les plus prolifiques (compte A et compte B).

Tableau 7 : tableau détaillant le nombre de comptes qui ont partagé différentes pétitions.

Nombre de pétitions partagées par un compte	Nombre de comptes ayant partagé le nombre spécifique de pétitions (tweets et retweets)	Nombre de comptes ayant partagé le nombre spécifique de pétitions (tweets originaux uniquement)
1	11 535	5 536
2	3 715	1 366
3	1 819	497
4	1 035	194
5	681	73
6	401	42
7	238	16
8	163	7
9	110	8
10	66	5
11	37	4

Comme le montre la Tableau 8, 4 comptes ont partagé les 11 pétitions (dans l'ensemble de données des messages originaux) et 5 ont partagé 10 pétitions.

Le tableau ci-après fournit de plus amples informations sur ces 9 comptes au cœur du partage des pétitions.

xi Les comptes qui apparaissent plusieurs fois dans la section d'analyse des comptes ont été nommés avec des lettres et seront référencés comme tels dans toute la section.

Tableau 8 : Liste des 9 comptes qui ont partagé toutes les pétitions (11 sur 11) ou 10 pétitions

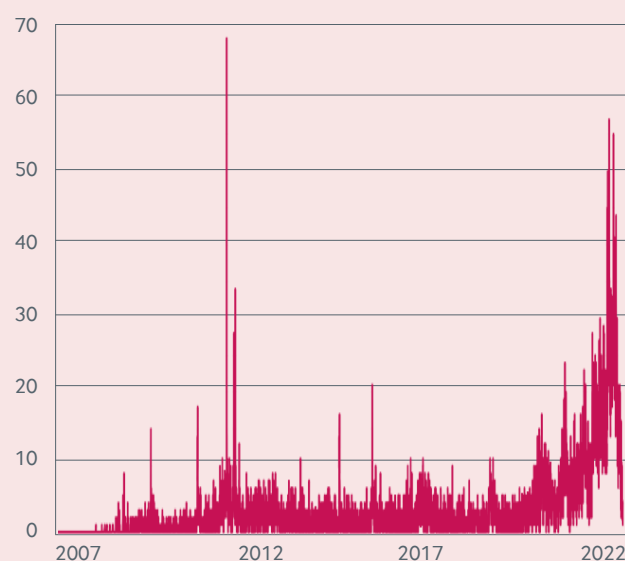
Identifiant du compte	Description	Nombre de pétitions partagées par ce compte
Compte 1	Conseiller municipal qui s'identifie dans sa biographie comme un partisan d'Éric Zemmour.	11
@EleonoreLP	Membre de l'équipe de campagne de Reconquête, en charge de la mobilisation des réseaux sociaux.	11
@Samuel_Lafont	Responsable de la stratégie numérique de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour.	11
Compte A	S'identifie comme un membre de Génération Z, niveau élevé de publication de messages, ce qui peut indiquer un comportement de type bot.	11
Compte 5	Compte dédié au partage de contenus pro-Zemmour. Le nombre élevé de publications est potentiellement révélateur de comportement de type bot.	10
Compte 6	Compte suspendu pour avoir enfreint les règles de Twitter.	10
Compte 7	S'identifie comme partisan d'Éric Zemmour et partage du contenu pro-Zemmour. Il s'agit également d'un compte royaliste et conservateur catholique.	10
Compte 8	Compte créé en septembre 2021 et dédié au partage de contenus pro-Zemmour.	10
@ReconqueteRUS	Compte local de la branche russe de Reconquête. L'activité de ce compte est principalement dédiée au partage des mises à jour de la campagne d'Éric Zemmour et Reconquête pour les expatriés français en Russie.	10

En analysant le profil des comptes mentionnés ci-dessus, l'ISD a établi que les principaux acteurs impliqués dans la stratégie de partage des pétitions sont affiliés à la campagne d'Éric Zemmour. 2 des 4 comptes qui ont partagé les 11 pétitions sont des membres clés de l'équipe numérique de la campagne d'Éric Zemmour (Samuel Lafont et Eléonore Lhéritier). Un autre compte, le compte A, s'identifie dans sa biographie Twitter comme un membre du mouvement de jeunesse d'Éric Zemmour, Génération Z (ce compte correspond à la définition de l'activité de type bot, à savoir qu'il peut être partiellement ou entièrement automatisé³³).

Quand est-ce que ces comptes ont été créés?

Une autre façon de mieux comprendre le type de comptes qui partagent les pétitions est de déterminer leurs dates de création : en effet, le fait que des comptes soient créés au même moment ou à peu près au même moment constitue une indication supplémentaire d'une coordination potentielle. À ce propos, la figure 35 ci-après indique la date exacte de création des comptes Twitter qui ont partagé au moins une pétition. Le premier pic de créations a eu lieu le 15 février 2012 avec 68 comptes ouverts. Le second pic s'est déroulé sur une période plus longue, de décembre 2021 à janvier 2022, quelques mois avant les élections françaises. En particulier, deux hausses sont visibles sur le graphique ci-dessous sur les périodes des 17-18 décembre 2021 (99 comptes ouverts) et le 28 janvier 2022 (55 comptes ouverts).

Figure 35 : graphique montrant la date de création des comptes Twitter qui ont partagé au moins une des 11 pétitions.



Dans l'analyse qui suit, les chercheurs de l'ISD ont tenté d'établir si certains de ces comptes, en particulier ceux créés à l'approche de l'élection présidentielle, étaient des bots politiques ou bien des comptes inauthentiques. À ce propos, du fait qu'il n'existe pas de définition unanime de l'activité d'un bot, démontrer avec certitude l'authenticité d'un compte est une tâche ardue. Pour cette recherche, l'ISD a utilisé la définition du Digital Forensic Research Lab (DFRLab), adoptant les trois critères (ou indicateurs) décrits dans leur travail pour établir si un compte est suspecté d'être un bot politique³⁴:

- **Activité** : les bots politiques présentent un niveau d'activité élevé.³⁵
- **Amplification** : les bots politiques sont dédiés à l'amplification du message d'un camp spécifique.
- **Anonymat** : selon la définition du DFRLab, « les bots politiques peuvent être repérables par leurs identités, ou leur manque d'identité. En règle générale, plus l'identifiant, le pseudonyme, la biographie et l'avatar d'un compte sont impersonnels, plus il est probable qu'il s'agisse d'un faux compte ».³⁶

Comme déjà mentionné, le pic de création de comptes le plus élevé parmi tous ceux qui ont partagé au moins une pétition a été constaté le 15 février 2012 : au total, 68 comptes ont été créés ce jour-là. Or, ce même 15 février 2012 est la date à laquelle le Président de la République de l'époque, Nicolas Sarkozy, a ouvert son compte Twitter et annoncé qu'il se présentait pour un second mandat aux élections présidentielles de 2012 (où il sera finalement battu par François Hollande). Il est important de savoir que, lors d'événements politiques importants (tels que des élections), il est courant d'observer une augmentation du nombre de créations de comptes sur Twitter pour de multiples raisons (accès à l'information, participation au débat, etc.). Une analyse détaillée des biographies Twitter de ces 68 comptes a permis à l'ISD d'établir que 11 d'entre eux ont soit ouvertement manifesté leur soutien à Nicolas Sarkozy, soit utilisé une rhétorique de droite. En outre, 16 comptes contenaient un message de soutien à Éric Zemmour dans leur bio. Parmi les 30 tweets publiés par ces 68 comptes le 15 février 2012, plus de la moitié soutenaient Nicolas Sarkozy lorsqu'il a annoncé sa candidature pour un second mandat. L'activité de ces comptes a connu un pic au cours du mois de mars 2022, juste avant les élections

présidentielles françaises. Parmi les 20 tweets les plus partagés, plus de la moitié soutenaient ouvertement la candidature d'Éric Zemmour tandis que plusieurs publications étaient critiques à l'égard de la candidate LR, Valérie Pécresse. L'analyse des 10 comptes les plus actifs a permis à l'ISD d'établir que ces comptes n'étaient probablement pas des bots politiques.

L'autre pic important de création de comptes a eu lieu les 17 et 18 décembre 2021, avec 99 comptes créés pendant ces deux jours. Les chercheurs de l'ISD ont analysé les 10 comptes les plus actifs créés pendant cette période (en observant leur activité depuis leur date de création jusqu'au 1er juin 2022) et ont déterminé que plus de la moitié d'entre eux (6 sur 10) correspondent à la définition de bots politiques décrite ci-dessus. De fait, l'activité de ces comptes correspond à au moins deux des trois critères énoncés ci-dessus, 4 d'entre eux se consacrant à l'amplification de contenus spécifiquement pro-Zemmour.

Le dernier pic en termes de création de comptes a été observé le 28 janvier 2022, avec 56 comptes créés ce jour-là. L'ISD a de nouveau analysé les dix comptes les plus actifs (en observant leur activité depuis leur date de création jusqu'au 1er juin 2022) et a déterminé que la moitié d'entre eux sont potentiellement des bots politiques, correspondant à au moins deux des trois critères du DFRLab (avec, dans tous les cas, des niveaux particulièrement/anormalement élevés de publications de contenus et des signes d'anonymat).

Analyse de réseau

La cartographie des acteurs présentée ci-dessous met en lumière les liens entre les différents acteurs impliqués dans le partage d'au moins une des 11 pétitions. Cette cartographie comprend les comptes Twitter liés à tous les messages originaux (à l'exclusion des retweets) qui ont partagé au moins une des 11 pétitions (hormis la dernière pétition, « Chaos au Stade de France »).

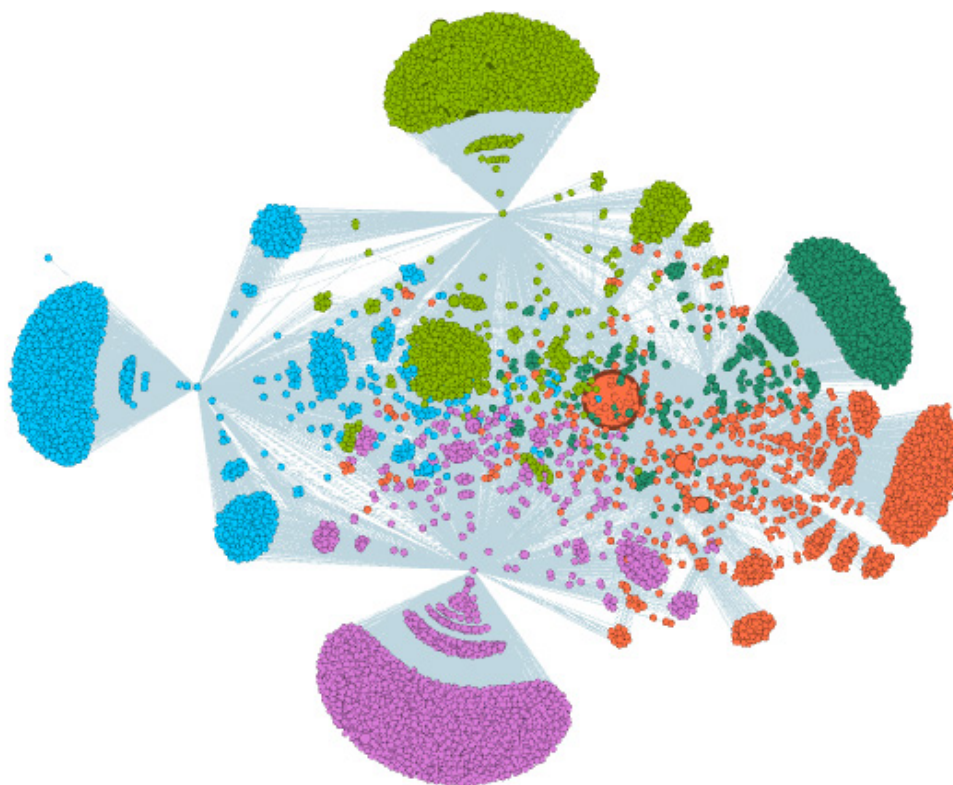
Chaque nœud^{xii} (point sur le graphique) représente soit un compte Twitter, soit un lien vers une pétition. Chaque bord (ligne sur le graphique) indique un compte Twitter partageant un lien de pétition dans un tweet original. Enfin, le regroupement (ou cluster) et le codage couleur sont basés sur les comptes qui ont partagé des pétitions similaires.

Cinq clusters principaux apparaissent sur cette cartographie, chacun d'entre-eux étant lié à une pétition particulière, à l'exception des clusters orange et vert clair.

La classification des clusters est la suivante :

- Le cluster violet (28,38% des comptes) est lié à la pétition « Scandale Macron-McKinsey »,
- Le cluster bleu (18,72% des comptes) est lié à la pétition « Union Nationale Législatives »,
- Le cluster vert clair (24,04% des comptes) est lié aux pétitions « Soutien Agriculteur » et « Défense Excusable ». Ces deux pétitions ont été créées le même jour et font référence au même événement,
- Le groupe vert foncé (13,29% des comptes) est lié à la pétition « Je Soutiens Zemmour » et
- Le cluster orange (15,38% des comptes) est lié principalement à la première pétition mise en place, « Je Signe pour Zemmour ». Notons que ce cluster a également été à l'origine du partage des autres pétitions.

Figure 36 : Cartographie des comptes ayant partagé au moins une des 11 pétitions (dans des tweets originaux).



xii La taille d'un nœud sur la figure 36 reflète le nombre de followers de chaque compte.

L'analyse des différents clusters a permis à l'ISD de mieux comprendre les liens entre les comptes générateurs du partage d'au moins une des 11 pétitions. Le cluster orange contient les principaux comptes pro-Zemmour ainsi que les comptes des membres clés de la campagne d'Éric Zemmour. Le gros point dans le cluster orange au milieu du graphique représente le compte officiel d'Éric Zemmour. En outre, Samuel Lafont et Eléonore Lhéritier, qui ont tous deux partagé les 11 pétitions en tant que figures clés de l'équipe numérique de la campagne d'Éric Zemmour, en font partie. De plus, tous les comptes qui ont partagé les 11 pétitions font partie de ce cluster ainsi que tous les comptes (sauf un) à l'origine de 20% de tous les tweets originaux. Les comptes de ce cluster ont par ailleurs tous partagé la première pétition, lancée par « Les Amis d'Éric Zemmour » en janvier 2021, ont également été les principaux comptes à partager les pétitions suivantes créées dans la seconde moitié de 2021 et au début de 2022 (toutes axées principalement sur des thèmes de la campagne d'Éric Zemmour ou visant à renforcer le soutien à sa candidature). Malgré des signes de comportement inauthentique, ces pétitions étaient les moins partagées, probablement parce qu'elles étaient principalement partagées par un groupe limité d'acteurs assez intégrés dans l'écosystème en ligne de Reconquête.

Les clusters violet, bleu et vert clair se réfèrent exclusivement aux pétitions mises en ligne à l'approche des élections présidentielles françaises. Dans le cluster violet, 1 792 comptes ont partagé uniquement la pétition « Scandale Macron-McKinsey ». Pour mieux appréhender le profil de ces comptes, l'ISD a analysé les 10 comptes ayant le plus de followers dont ceux de deux personnalités publiques du mouvement conservateur de droite (Paul-Marie Coûteaux et Christine Boutin qui ont tous deux soutenu Éric Zemmour pendant la campagne), 3 d'extrême droite, 3 dédiés au partage de désinformation, de contenus contre les restrictions sanitaires et complotistes COVID-19 avec un fort sentiment anti-Macron, un compte suspendu et un compte qui a posté sur des sujets pas spécifiquement en lien avec cette investigation.

Dans le cluster bleu, 869 comptes ont uniquement partagé la pétition de l'Union Nationale des droites aux Législatives. Une fois de plus, l'ISD a analysé les 10 comptes ayant le plus de followers. Parmi ceux-ci, 8 étaient dédiés au partage de contenus d'extrême

droite avec une position pro-Zemmour et 2 partageaient des contenus anti-Macron (dont un a démontré un comportement de type bot).

Dans le cluster vert clair, 1 206 comptes ont partagé uniquement la pétition « Soutien Agriculteur ». Parmi les 10 comptes ayant le plus de followers, 2 étaient des comptes d'extrême droite anciennement associés à Marine Le Pen avant de rejoindre Reconquête pour la campagne présidentielle de 2022 (Marion Maréchal Le Pen et Stéphane Ravier), 3 pro-Zemmour, 1 dédié au partage de contenus d'extrême droite, 2 partageant des contenus anti-Macron et anti-restrictions sanitaires et 2 partageant du contenu sur des sujets pas spécifiquement en lien avec cette investigation.

Dans une certaine mesure, les comptes pro-Zemmour n'ont pas été les seuls à l'origine du partage des pétitions mises en place juste avant les élections présidentielles. En effet, des comptes dédiés à la diffusion de contenus anti-Macron et anti-restrictions sanitaires ont également participé à la diffusion de ces pétitions, preuve que **l'équipe de campagne d'Éric Zemmour est parvenue à pénétrer les sphères en ligne au-delà des seuls écosystèmes pro-Zemmour sur les réseaux sociaux**. L'analyse des chercheurs de l'ISD indique que ce phénomène de propagation est surtout dû à la mise en ligne de la pétition liée à l'affaire McKinsey qui a attiré l'attention de comptes investis dans des discussions anti-Macron et anti-restrictions sanitaires avant les élections présidentielles. Une analyse plus approfondie serait nécessaire pour détailler, établir et analyser l'ampleur de cette tendance.

Section 2 : Activité sur Facebook

L'ISD a constaté que cette même stratégie de partage des pétitions a été également déployée sur Facebook, avec 1 204 messages identifiés partageant au moins une des 11 pétitions.

Il convient de noter ici que l'ampleur de ce phénomène sur Facebook semble plus limitée que sur Twitter. Ce chiffre doit être lu avec prudence en raison des limites d'accès aux données de Facebook : les chercheurs de l'ISD n'ont, en effet, eu accès qu'aux publications partagées par les pages et dans les groupes publics. De plus, les occurrences dans lesquelles ces pétitions ont été partagées dans la section « commentaires » n'ont donc pas pu être analysées de manière programmatique.

Quels types d'entités ont été actives dans la diffusion de ces pétitions sur Facebook ?

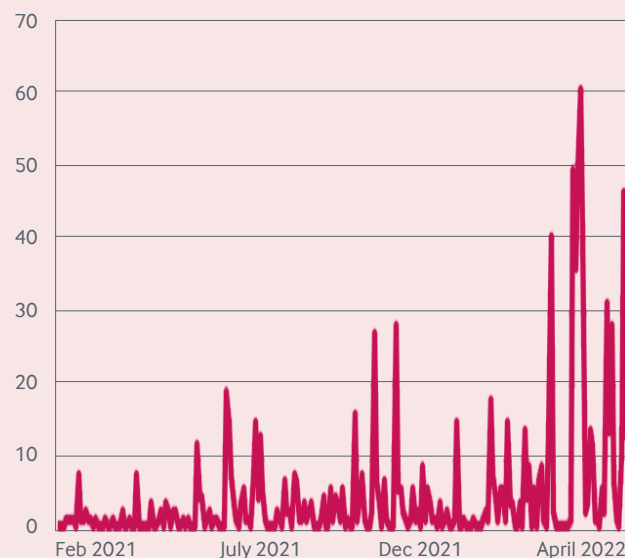
Au total, 385 pages Facebook (184) et groupes publics (201) ont été à l'origine du partage d'au moins une pétition. 26% de ces groupes ou pages publiques contenaient Zemmour et/ou Reconquête dans leur nom. L'ISD a examiné les 54 entités qui comprenaient « Zemmour » dans leur nom et a établi que plus de la moitié (57%) ont été créées en 2021 (sans pic clair identifiable en termes de date de création durant 2021. Cependant, octobre et décembre 2021 ont été les mois au cours desquels le plus grand nombre d'entités ont été créées (sur les 31 entités créées en 2021, 6 l'ont été en octobre et 6 en décembre). Il est donc clair qu'une base de soutien à Éric Zemmour existait sur Facebook avant qu'il ne lance sa campagne puisque certaines entités de cet échantillon ont été créées dès 2010 et que beaucoup d'entre elles ont partagé au moins une pétition.

Parmi les autres entités actives dans le partage d'au moins une pétition, l'ISD a analysé un échantillon aléatoire de 20 comptes afin de mieux comprendre les types d'autres contenus partagés dans cet écosystème. Une majorité d'entre eux ont participé au partage de contenus d'extrême droite (opposition au multiculturalisme, discours anti-islam, eurosceptique et anti-réfugiés par exemples). Enfin, 2 de ces comptes étaient dédiés au partage de contenu anti-Macron.

Activité de ces acteurs

À l'instar de l'analyse menée sur Twitter, les observations suivantes sont basées sur les messages originaux (à l'exclusion des reposts), pour les mêmes raisons que celles exposées dans la section consacrée à Twitter. Pour les 11 pétitions, 334 des 1 127 messages originaux

Figure 37 : graphique montrant le volume dans le temps des publications incluant une pétition sur Facebook.



(soit environ 30 %) contenant une pétition étaient des « cross-posts ». Cette observation semble être l'indicateur caractéristique d'un éventuel comportement inauthentique. Néanmoins, comme indiqué dans la première section de ce rapport consacrée à Twitter, une analyse qualitative plus approfondie est nécessaire pour savoir avec certitude si ces pétitions ont été partagées de manière inauthentique sur Facebook.

Le graphique ci-dessus représente le nombre de messages partageant au moins une pétition en 2021 et 2022. Une hausse du volume de publications est constatée à partir de la fin du mois de février 2022 : en effet, les trois principaux pics de cet ensemble de données ont eu lieu en mars et avril 2022 (les 5 mars, 2 avril et 25 avril). Comme déjà observé sur Twitter, notre graphique montre une plus grande mobilisation à l'approche de la date de l'élection présidentielle française de 2022. Par ailleurs, chacun de ces pics de discussion est lié à une pétition spécifique. Ces trois pétitions sont également celles qui ont été les plus partagées sur Twitter (et présenté les plus forts niveaux de cross-posting sur Facebook).

Le pic de discussion du 5 mars 2022 est lié à la pétition « Stop Censure », lancée par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour quelques heures après que Twitter a supprimé les comptes de plusieurs membres de l'équipe

de campagne d'Éric Zemmour et de Marine Le Pen.^{xiii}

Ce même jour, 40 messages contenant la pétition « Stop Censure » ont été partagés.

Même si le nombre de posts a été limité, les chercheurs de l'ISD ont observé des signes d'une activité inauthentique coordonnée, plusieurs comptes diffusant exactement le même post sur différents groupes à quelques minutes d'intervalle. Par exemple, en l'espace de 7 minutes, le compte privé des figures 38-41 ci-après a partagé le même message dans 8 groupes publics différents, la plupart d'entre eux soutenant ouvertement Éric Zemmour et/ou diffusant des contenus d'extrême droite.

Le second pic de discussion a eu lieu le 30 mars 2022, avec 48 messages originaux partagés ce jour-là. Tous les messages comprenaient soit la pétition « Soutien Agriculteur » (31), soit la pétition « Défense Excusable » (17), toutes deux lancées le même jour en référence au même événement. L'ISD a identifié des signes d'une activité inauthentique coordonnée dans la promotion de la pétition « Soutien Agriculteur » : parmi les 31 posts qui ont inclus ce lien partagé le 30 mars, 12 ont utilisé exactement le même texte. Un seul compte est à l'origine de 11 de ces messages, dont l'immense majorité (9) ont été partagés en moins d'une heure (certains à quelques secondes d'intervalle). Le même message a également été partagé à quelques secondes d'intervalle par la page locale de Reconquête dans l'Ain (voir figure 45).

Figures 38, 39, 40 et 41 : Exemples d'un même compte partageant la même pétition dans différents groupes sur Facebook dans un laps de temps très limité.



Figures 42, 43, 44 et 45 : messages, tous datés du 30 mars 2022, contenant exactement le même texte (les 3 premiers ont été postés par le même compte à différents groupes à 17h 09m 10s, 17h 45m 11s et 17h 45m 39s respectivement - le dernier a été posté par la page de la faction locale de Reconquête dans l'Ain à 17h 09m 07s).



xiii L'ISD a observé que, lorsque cet incident s'est produit, les comptes Twitter de l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ont condamné le gouvernement français et Twitter, dénonçant la censure supposée des porte-paroles d'Éric Zemmour. Même quand les comptes suspendus de l'équipe d'Éric Zemmour ont été réactivés, ils ont continué à diffuser ce récit de censure pendant plusieurs jours. Pour plus d'informations, voir l'article « Des comptes Twitter militant pour Éric Zemmour et Marine Le Pen suspendus par erreur » : Le Monde, 4 mars 2022, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/03/04/des-comptes-twitter-militant-pour-eric-zemmour-suspendus-par-erreur_6116217_4408996.html.

Ce compte a par ailleurs partagé la pétition dans différents groupes non liés à l'écosystème Zemmour (agriculteurs, gilets jaunes et soutien à Marine Le Pen). Cette stratégie a sans doute été mise en œuvre pour rallier des partisans (et des électeurs potentiels) d'Éric Zemmour parmi les communautés susceptibles d'adhérer à son message. De plus, ce même compte s'est engagé dans cette stratégie à plusieurs autres reprises, partageant du contenu de campagne de Reconquête/Zemmour à de nombreuses reprises entre la mi-mars et le début du mois d'avril 2022 (voir figures 42-44 et 46-48).

Un autre pic de discussion a eu lieu du 1er au 3 avril 2022, avec 149 messages partagés pendant ces trois jours.

Ce pic de discussion était lié aux pétitions « Soutien Agriculteur » et « Scandale Macron-McKinsey ». Comme pour le pic de discussion analysé ci-dessus, les chercheurs de l'ISD ont identifié des signes clairs d'activité inauthentique dans le schéma de partage des deux pétitions : le 1er avril, le même compte individuel (également impliqué dans le partage inauthentique d'autres pétitions) a publié le même message 8 fois en une minute, ne changeant que l'image associée au texte. Les messages contenaient tous un texte très similaire s'attaquant à Emmanuel Macron et présentant Éric Zemmour comme le candidat axé sur les questions sécuritaires (voir figures 49-51). Cette stratégie, consistant à utiliser le même texte et à ne changer que

Figures 46, 47 et 48 : contenus de promotion de la campagne d'Éric Zemmour partagé par le même compte individuel que celui des copies d'écrans 42-44. Ces messages ont été postés dans les mêmes groupes le même jour (le 6 avril, quelques jours seulement avant le premier tour de l'élection présidentielle).



Figures 49, 50 et 51 : posts liés à la pétition « Soutien Agriculteur » tous partagés à une minute d'intervalle avec le même texte (seul le graphique diffère d'un post à l'autre).



l'image d'un post, a été utilisée par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour sur Twitter dans des tweets présentant également des signes de comportement inauthentique. De fait, ce compte individuel sur Facebook présente des signes potentiels d'inauthenticité.

Le 1er avril 2022, le schéma de partage de la pétition « Scandale Macron-McKinsey » présente des signes d'une activité inauthentique coordonnée multiplateforme. Comme déjà établi dans la section précédente de cette enquête, cette pétition a été partagée pour la première fois sur Twitter par Samuel Lafont à 18h 28m 33s le 1er avril 2022. Des signes forts d'un comportement inauthentique orchestré par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour ont été décelés dans le schéma de partage de cette pétition sur Twitter : en effet, 805 des 916 tweets originaux partageant cette pétition

ont utilisé exactement le même texte que le premier tweet de Samuel Lafont et ont tous été partagés dans un laps de temps très limité. Les chercheurs de l'ISD ont constaté que cette pétition a commencé à être partagée à peu près au même moment sur Facebook (le premier message incluant ce lien a été publié à 18h 38m 31s.^{xiv}). De fait, les 9 premiers messages partageant cette pétition sur Facebook ont tous été publiés dans un laps de temps d'une heure, avec exactement le même texte - celui du premier tweet de Samuel Lafont partageant la pétition. Ces mêmes 9 messages étaient tous des « cross-posts » - 4 d'entre eux ayant été partagés en moins d'une minute. Parmi les acteurs qui ont partagé cette pétition sur Facebook en utilisant le même texte, on comptait 2 pages locales de Reconquête (Reconquête - Haute-Marne et Reconquête Haute-Garonne), ce qui semble indiquer la présence potentielle

Figures 52, 53, 54 et 55 : posts ayant partagé la pétition « Scandale Macron-McKinsey » le 1er avril 2022.



Figures 56, 57 et 58 : Exemples (issus d'un même compte) partageant la pétition « Scandale Macron-McKinsey » dans 3 groupes différents dans un laps de temps limité.



xiv Encore une fois, il s'agit d'une première publication dans des groupes/pages publics.

d'un comportement inauthentique coordonné mené par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour et pourrait suggérer un déploiement multiplateforme concerté de cette stratégie.

Concernant la pétition « Scandale Macron-McKinsey », un compte l'a partagé avec des groupes sénégalais qui étaient pro-Sonko³⁷, connus pour leur rhétorique anti-française/anti-Macron. Il s'agit là d'un autre cas où la campagne d'Éric Zemmour a réussi à pénétrer des pétitions dans d'autres écosystèmes en ligne, au-delà des groupes pro-Zemmour et d'extrême droite française.

Le pic du 25 avril est, quant à lui, le résultat de 46 messages, tous contenant la même pétition appelant à l'union de la droite aux élections législatives. Comme mentionné précédemment, l'ISD a observé à plusieurs reprises le même compte partageant dans un court laps de temps (à quelques minutes d'intervalle) le même message incluant le lien vers cette pétition à travers différents groupes. À titre d'exemple, ce même compte, qui a également participé au partage d'autres pétitions sur Facebook, a rediffusé 4 fois le même message dans différents groupes en moins d'une minute.

Dans le cadre de l'analyse du schéma de partage de plusieurs pétitions sur Facebook, les chercheurs de

l'ISD ont constaté que, dans plusieurs cas, les mêmes comptes étaient impliqués dans cette stratégie : par exemple, un compte individuel était à l'origine du partage de plusieurs pétitions (« Chaos au Stade de France » et « Soutien Agriculteur ») dans différents groupes dans un laps de temps anormalement court.

L'équipe de campagne d'Éric Zemmour a continué à utiliser cette stratégie pendant les élections législatives : ainsi, la pétition « Chaos au Stade de France » a été partagée 23 fois en moins de 24 heures (juste après la mise en place de la pétition). Tous les posts partageant cette pétition les 6 et 7 juin 2022 ont utilisé un texte similaire, et un même compte a partagé exactement le même post à quelques secondes/minutes d'intervalle dans plusieurs groupes.

Malgré les restrictions d'accès aux données sur Facebook, les chercheurs de l'ISD sont parvenus à identifier plusieurs signes indiquant potentiellement que la stratégie de partage de la pétition mise en œuvre par la campagne d'Éric Zemmour constituait un effort multiplateforme.

Figures 59 et 60 : posts partagés à quelques minutes d'intervalle par le même compte partageant le même lien avec un texte très similaire.



Section 3 : Implications pour les règlementations des plateformes

Sur Twitter

L'activité décrite dans cette étude est attentatoire à la politique de Twitter *en matière de manipulation des plateformes et de spams*. Selon la définition de Twitter, la manipulation de la plateforme consiste à « se livrer à une activité massive, agressive ou trompeuse qui induit les autres en erreur et/ou perturbe leur expérience ». ³⁸ Twitter définit ci-après les comportements interdits qui relèvent de la manipulation de plateforme (citation traduit de l'anglais) :

- Le spam à motivation commerciale, qui vise généralement à attirer le trafic ou l'attention d'une conversation sur Twitter vers des comptes, des sites web, des produits, des services ou des initiatives,
- Les engagements inauthentiques qui tentent de faire apparaître des comptes de contenus plus populaires ou actifs qu'ils ne le sont,
- L'activité coordonnée qui tente d'influencer artificiellement les conversations par l'utilisation de comptes multiples, de faux comptes, d'automatisation et/ou de scripts et
- L'activité nuisible coordonnée qui encourage ou promeut un comportement qui viole les règles de Twitter. ³⁹

Les règles de Twitter donnent une définition claire de la coordination - qui doit être comprise comme « la création de plusieurs comptes pour poster du contenu dupliqué ou créer un faux engagement ». Selon Twitter, ces comportements comprennent (citation traduit de l'anglais) :

- Publier des Tweets ou des hashtags identiques ou substantiellement similaires à partir de plusieurs comptes que vous gérez,
- Engager (Retweets, Likes, mentions, votes Twitter Poll) de manière répétée avec les mêmes Tweets ou comptes à partir de plusieurs comptes que vous gérez,
- Se coordonner avec d'autres personnes ou les rémunérer pour qu'elles se livrent à un engagement ou à une amplification artificielle, même si les personnes concernées n'utilisent qu'un seul compte

- Se coordonner avec d'autres personnes pour commettre ou promouvoir des violations des règles de Twitter, y compris des violations de la politique de Twitter de comportement abusif. ⁴⁰

Les chercheurs de l'ISD ont constaté, dans le cadre de cette présente enquête, que l'équipe de campagne d'Éric Zemmour s'est coordonnée avec des comptes de l'écosystème Zemmour, amplifiant faussement la portée des pétitions mises en place par Les Amis d'Éric Zemmour de manière potentiellement automatisée. Dans de multiples cas, l'équipe de campagne d'Éric Zemmour a également pris part à un engagement inauthentique en partageant de manière répétitive des pétitions en réponse à différents comptes afin de donner artificiellement une plus grande visibilité à ces pétitions.

Par ailleurs, de faux comptes (bots politiques) ont fait la promotion de certaines pétitions. Si ces comptes ont fortement soutenu Éric Zemmour et que des enquêtes précédentes ont démontré que l'équipe de campagne d'Éric Zemmour a créé des comptes pour promouvoir de manière inauthentique des contenus sur Twitter, ⁴¹ l'ISD ne peut cependant pas affirmer avec certitude dans cette enquête que les bots politiques qui ont fait la promotion de ces pétitions ont été créés par les membres de la campagne d'Éric Zemmour. Néanmoins, les comptes créés et gérés par la campagne d'Éric Zemmour (comptes Reconquête notamment) ont clairement participé à l'amplification inauthentique de ces pétitions sur Twitter.

De plus, le comportement déployé par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour dans la promotion de ces pétitions enfreint clairement les règles de Twitter en matière *d'activité nuisible coordonnée*. ⁴² Twitter définit deux formes de coordination : la « coordination technique » et la « coordination sociale ». Les activités qui relèvent de la définition de la coordination technique sont interdites par Twitter, mais toute coordination sociale ne constitue pas nécessairement une violation des règles de Twitter.

L'ISD estime néanmoins que le comportement décrit ci-dessus correspond à la définition de coordination technique, qui « fait référence à l'utilisation de techniques spécifiques et détectables de manipulation de la plateforme pour se livrer à une amplification artificielle ou la propagation d'un message ou d'un récit

sur Twitter ». ⁴³ De plus, la définition de coordination technique fait référence aux règles établies dans la *politique de manipulation de la plateforme et des spams*, indiquant que la coordination technique implique les formes interdites de coordination décrites dans cette politique.⁴⁴ De ce fait, l'ISD estime que les règles de coordination décrites dans la *politique de manipulation de la plateforme et de spam* ont été enfreintes par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour.

L'élément de préjudice dans la politique de *coordination des activités nuisibles* est défini sous trois formes : physique, psychologique et informationnelle. L'ISD estime ainsi que l'activité liée à ces pétitions sur Twitter constitue une forme de préjudice informationnel.⁴⁵ En effet, l'amplification de ces pétitions à l'aide de coordination inauthentique pose un préjudice informationnel, tout particulièrement à l'approche des élections, période pendant laquelle des niveaux de coordination plus élevés ont été observés.

Plusieurs solutions sont décrites dans les règles de Twitter, dont la suppression d'un compte ou d'un tweet.⁴⁶ Tout au long de cette recherche, l'ISD a noté plusieurs cas où des comptes ont été suspendus pour avoir enfreint ces règles.^{xv} Néanmoins, les comptes les plus actifs dans l'amplification de ces pétitions sont toujours actifs.

Sur Facebook

Meta fait référence au concept de comportement inauthentique coordonné dans ses standards de la communauté pour restreindre les activités coordonnées sur ses différentes plateformes. Comme mentionné dans une recherche précédente menée par l'ISD avant les élections américaines de 2020, ce concept est mal défini et sa compréhension demeure vague en pratique.⁴⁷ Les standards de la communauté de Meta définissent le comportement non authentique, lui-même également interdit sur la plateforme, comme l'utilisation d'actifs Facebook ou Instagram, pour « induire en erreur » les utilisateurs sur ce qui suit (citation traduit de l'anglais):

- Sur l'identité, l'objectif ou l'origine de l'entité qu'il représente,
- Sur la popularité des contenus ou d'éléments Facebook ou Instagram,

- Sur l'objectif de l'audience ou de la communauté,
- Sur la source ou l'origine du contenu et
- Pour contourner des dispositions de nos standards de la communauté.⁴⁸

Le comportement inauthentique coordonné, proscrit par Meta, est défini comme de multiples « actifs [qui travaillent de] concert pour adopter un comportement inauthentique », en référence à la définition présentée ci-dessus.⁴⁹ En outre, le responsable de la politique de cybersécurité de Meta, Nathaniel Gleicher, a expliqué en 2018 qu'un « comportement inauthentique coordonné se produit lorsque des groupes de pages ou de personnes travaillent ensemble pour tromper les autres utilisateurs sur qui ils sont ou ce qu'ils font ».⁵⁰

L'ISD estime que, malgré les restrictions d'accès aux données, cette enquête met en évidence des signes de comportements non authentiques et de comportements inauthentiques coordonnés qui enfreignent les standards de la communauté de Facebook. En effet, à de multiples reprises, les chercheurs de l'ISD ont constaté des signes de comportements non authentiques de la part d'acteurs amplifiant exactement le même contenu dans plusieurs groupes et sur une courte période, ces mêmes acteurs étant impliqués dans le déploiement de cette stratégie pour plusieurs pétitions. L'ISD a également mis en évidence de forts signes de comportements inauthentiques coordonnés menés par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour dans le cadre de la promotion de ces pétitions.

L'ISD considère ces phénomènes comme particulièrement inquiétants du fait même que ces signes de comportements inauthentiques coordonnés potentiels ont été trouvés moins de deux semaines avant le premier tour de l'élection présidentielle française de 2022.

xv Il convient toutefois de noter que l'ISD ne peut pas établir avec certitude si ces comptes ont été suspendus pour avoir violé ces règles ou pour d'autres types de comportement.

Conclusion et recommandations

Cette enquête a mis en évidence de multiples preuves de comportements inauthentiques orchestrés par l'équipe de campagne du candidat d'extrême droite Éric Zemmour lors des élections présidentielles et législatives de 2022. Concernant les 12 pétitions identifiées par l'ISD, toutes créées par Les Amis d'Éric Zemmour, des signes évidents d'activité inauthentique sur Twitter ont été observés. De multiples signes indiquent que cette stratégie a été particulièrement déployée à l'approche des élections présidentielles. Les acteurs affiliés à l'équipe de campagne d'Éric Zemmour, notamment Samuel Lafont, le responsable de la stratégie numérique de la campagne d'Éric Zemmour, se sont trouvés au cœur même du déploiement de cette stratégie en ligne. De plus, malgré les restrictions d'accès aux données, les chercheurs de l'ISD ont noté de nombreux signes tendant à prouver qu'il s'agissait d'un effort multiplateforme, avec des signes de comportements inauthentiques coordonnés identifiés sur Facebook également.

Les discussions sur l'aspect problématique des comportements inauthentiques coordonnés et de l'astroturfing par des acteurs nationaux peut parfois être considéré comme une question purement technique difficile à saisir, voire d'une distraction des discussions systémiques plus larges sur les manipulations de l'information en ligne. Néanmoins, il est essentiel de faire la lumière sur ces distorsions au sein de l'écosystème en ligne, en particulier sur ces comportements qui menacent l'intégrité électorale. Cette enquête est un nouvel exemple de la nécessité de sensibiliser le public aux comportements inauthentiques et autres techniques d'amplification opaques en ligne.

À première vue, cette étude peut sembler être une question marginale étant donné que la campagne d'Éric Zemmour a finalement eu du mal à mobiliser un nombre important d'électeurs. Pourtant, l'élection présidentielle française de 2022 s'est déroulée dans un contexte extraordinaire de la montée de deux candidats d'extrême droite. Éric Zemmour, le nouveau « challenger », a non seulement contribué au succès de Marine Le Pen lors de ce scrutin mais a également réussi à obtenir plus de voix que deux partis traditionnels (LR et Parti socialiste [ou PS]) du paysage politique français.⁵¹ Plus que jamais, il est, de notre point de vue, crucial de comprendre en profondeur les tactiques au centre de la présence en ligne du tout nouveau parti populiste français.

De plus, il convient de souligner le déploiement systématique de ces comportements inauthentiques par les acteurs politiques autour et au-delà des élections. Bien que les plateformes aient mis en place des politiques pour contrer les comportements inauthentiques, il est problématique de voir que ces comportements restent tolérés par les principales plateformes de réseaux sociaux⁵².

Cette enquête ayant mis en évidence des violations manifestes des règles/ standards de la communauté de Twitter et Facebook, sans qu'aucune mesure claire ne soit prise à l'encontre des comptes qui ont contribué au déploiement d'activité non authentique, l'ISD estime que les plateformes mentionnées doivent déployer davantage d'efforts pour faire respecter leurs propres règles.

Au cours des dernières années, alors que d'importantes campagnes nationales et internationales d'activités inauthentiques ou comportements inauthentiques coordonnés ont fait surface au cours de cycles électoraux, les plateformes ont déployé plus d'efforts pour lutter contre l'activité inauthentique coordonnée. À ce propos, notons que le code de bonnes pratiques de l'UE *en matière de désinformation*^{xvi} a joué un rôle déterminant en incitant les entreprises technologiques à rendre davantage de comptes. Néanmoins, ces développements ont été largement basés sur l'autorégulation, l'auto-déclaration. Les efforts de transparence des réseaux sociaux en matière d'activités inauthentiques coordonnés ont notoirement été moins examinés, moins solides et moins cohérents que, par exemple, leurs efforts en matière de publicité politique.

Avant le scrutin français de 2022, Meta avait annoncé une série de mesures⁵³ pour protéger l'intégrité des élections et promouvoir la participation au scrutin. L'une d'entre elles était la création d'un centre opérationnel virtuel sur les élections⁵⁴. À ce propos, l'ISD n'a trouvé aucune mise à jour sur cette initiative et ses résultats depuis les multiples articles dans les médias français partagés en février 2022. Meta avait déjà communiqué avec assurance sur l'absence de grandes campagnes d'influence visibles avant les élections françaises dès février. Leur communication sur cette question a, depuis, été très limitée. Twitter a notoirement supprimé plusieurs

xvi Pour de plus d'informations, veuillez consulter : [Code de pratique renforcé sur la désinformation \(europa.eu\)](#)

comptes associés aux campagnes d'Éric Zemmour et de Marine Le Pen pendant quelques heures le 4 mars 2022 puis rapidement réactivé les comptes bannis en invoquant un « problème technique ». Ces exemples illustrent indubitablement le manque chronique et significatif de transparence des mesures proactives prises par les plateformes concernant l'identification des activités de réseau inauthentiques, ainsi que la question connexe de la rétrogradation du contenu et de la suppression des comptes.

Bien que la coopération multipartite se soit accrue et que les plateformes aient fait des annonces publiques sur la transparence de leurs initiatives en matière d'intégrité électorale concernant les comportements inauthentiques coordonnés, des efforts supplémentaires sont donc nécessaires pour favoriser une coopération significative avec les chercheurs, les médias, les organisations de fact-checking ou d'investigation et les régulateurs. Plusieurs défis restent ainsi à relever pour mieux comprendre l'activité inauthentique, notamment le manque d'accès aux données en ligne, l'absence de communication transparente, opportune et exhaustive des plateformes de réseaux sociaux sur leurs propres efforts de détection.

Cette situation, bien loin d'être optimale, est entravée de manière cruciale par les restrictions d'accès aux données et par l'absence de véritables sanctions pour non-respect des règles/ standards de la communauté de Twitter et Facebook sur la question de l'activité inauthentique coordonnée. L'absence de visibilité et la pression minime exercée sur les plateformes pour qu'elles fournissent davantage de transparence dans ce domaine sont exacerbées par le manque de compréhension du public pour ces questions hautement techniques. Les impacts potentiels sur le débat public et, par la suite, sur les résultats électoraux restent également peu clairs pour le grand public. Il semble important de mettre en place une intégration plus ambitieuse et plus vertueuse de ces questions (activités inauthentiques d'amplification et comportements coordonnés) dans l'agenda réglementaire actuel des parties prenantes concernées.

À cette fin, l'ISD formule **trois recommandations principales** :

Déployer plus de moyens pour sensibiliser le public aux problèmes d'activités coordonnées

inauthentiques d'une manière non sensationnaliste, pédagogique et responsabilisante.

La question de l'activité inauthentique coordonnée en ligne est principalement couverte de manière très cloisonnée et rarement exhaustive. Elle est abordée par les gouvernements qui se concentrent sur les opérations d'influence affiliées à des États étrangers, par les plateformes elles-mêmes qui cherchent à rendre compte positivement de leurs activités et par les médias, désireux de faire la lumière sur des faits certes fascinants mais opaques.

Le grand public est encore relativement peu conscient des tactiques déployées au cours d'opérations numériques trompeuses visant à soutenir ou à attaquer les partis et/ou les personnalités politiques. Cette approche cloisonnée pose problème : aucun des contenus partagés sur le sujet ne réfléchit à des approches pratiques et sociétales qui rendraient ces comportements plus faciles à appréhender pour le public, ni ne rend plus difficile pour les acteurs malveillants de déployer ce type d'activité. Chaque partie prenante s'adresse à son propre public après le déploiement d'activités inauthentiques et les utilisateurs en ligne ne sont toujours pas en mesure d'identifier ou de signaler facilement ces activités frauduleuses.

Les commissions électorales, telles que la Commission Nationale de Contrôle de la Campagne Electorale en vue de l'Election Présidentielle (CNCCEP) en France doivent jouer un rôle dans la sensibilisation du public aux tactiques d'amplification, de microciblage et de profilage des électeurs en ligne.

Les plateformes devraient également investir dans des campagnes internes de sensibilisation à l'activité inauthentique, par exemple en concevant des systèmes d'identification, de signalement et d'étiquetage plus transparents pour l'utilisateur.

En plus de consigner leurs activités d'identification dans les rapports qu'elles adressent à l'autorité de régulation ainsi que dans les rapports et les chiffres qu'elles publient sur leurs blogs, les plateformes devraient être auditées par un groupe d'organisations de recherche tiers et par l'autorité de régulation (l'Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique [ARCOM] en France). Ces audits pourraient alors se concentrer sur

d'autres cas identifiés par des organisations externes. Un tel processus aiderait à comprendre pourquoi et comment ces dysfonctionnements ont pu passer à travers les mailles du filet et s'ils constituent réellement des violations des politiques des plateformes.

Avec le soutien des ministères concernés (ministère du numérique, ministère de la culture et ministère de l'éducation nationale), de l'ARCOM et du Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information (CLEMI), les organismes de fact-checking et d'éducation aux médias devraient également s'investir davantage dans la création de ressources interactives et de vidéos pédagogiques pour sensibiliser le grand public à ces questions.

Investir de manière significative pour soutenir une recherche collaborative indépendante afin de mieux comprendre ces phénomènes et identifier des solutions, augmentant ainsi la résilience de la société aux manipulations de l'information.

La loi sur les services numériques (Digital Services Act, DSA) prévoit une approche plus systémique de la réglementation des préjudices en ligne et des manipulations de l'information, ainsi qu'un passage plus net des approches d'autorégulation à un régime plus strict de sanctions en cas de non-respect.

Dans ce contexte, les organismes de réglementation nationaux (ARCOM) et régionaux du groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA) devraient travailler de concert pour favoriser de manière significative une coalition d'experts dotée de ressources et de pouvoirs suffisants et dirigée par la société civile. Cette coalition pourrait échanger afin de mieux appréhender l'ampleur et la nature changeante de l'activité inauthentique en ligne. Cette même coalition pourrait exposer, atténuer en temps réel les risques pour l'intégrité électorale et les menaces pour la démocratie associée à l'astroturfing ou à d'autres opérations d'activités inauthentiques.

Ce « conseil d'administration international », composé d'universitaires, d'analystes et d'experts pédagogiques de premier plan travaillant sur des questions liées à l'impact de la technologie sur la démocratie, pourrait s'appuyer sur le travail et le modèle de l'Observatoire européen des médias numériques (ou EDMO)⁵⁵ et son programme existant. En plus de fournir une plateforme européenne

qui représenterait le travail et les besoins de la société civile européenne et effectuerait un travail important, ce groupe (qu'il s'agira de suffisamment financer) établirait un véritable, crédible et tangible contre-pouvoir face aux efforts de lobbying déployés par les plateformes technologiques au niveau européen.

Induire un nivellement vers le haut pour les régimes réglementaires nationaux et régionaux afin de faire passer leur approche d'une observation passive de l'autorégulation des plateformes à un véritable instrument du DSA en action.

Lors des prochaines élections, les organismes de régulation ARCOM⁵⁶ et CCNCEP⁵⁷ devraient faire bien davantage pression sur les plateformes et les candidats afin que ces derniers signalent plus systématiquement les préjudices en ligne. En outre, des conditions prédéterminées concernant la représentation du contenu relatif aux candidats et aux partis politiques sur les réseaux sociaux devraient être partagées par les régulateurs afin de faciliter le processus de signalement, comme c'est le cas pour les médias audiovisuels. Bien que les réseaux sociaux ne soient pas régis par le même cadre juridique que les médias traditionnels, de telles enquêtes donneraient au public une plus grande visibilité et permettraient de mieux contrôler si les plateformes ou leurs algorithmes jouent un rôle dans la représentation d'opinions nuisibles en ligne. Elles pousseraient aussi, probablement, les plateformes à être plus proactives en testant et en atténuant les risques associés à leurs systèmes de recommandation. Notons que, dans certains cas, le CCNCEP a contraint les candidats aux élections ayant accumulé un grand nombre de followers à créer de nouvelles modalités dédiées aux réseaux sociaux pour une nouvelle campagne électorale. De même, cet organisme pourrait s'investir davantage dans l'examen de la manière dont les plateformes de réseaux sociaux peuvent pallier la représentation disproportionnée des candidats.

Dans une certaine mesure, le code de bonnes pratiques européen est parvenu à réunir diverses plateformes autour d'une même table et à les pousser à s'engager à respecter des conditions dans un cadre relativement bien défini. Cependant, en pratique, le manque de données rend l'application de ces engagements extrêmement difficile à suivre et à évaluer, tant pour les gouvernements que pour les chercheurs tels que ceux de l'ISD. Lors des dernières élections européennes,

le code de bonnes pratiques européen a eu du mal à induire une amélioration significative des réactions des plateformes technologiques. La suppression des réseaux de comptes inauthentiques et la détection des comptes automatisés sont régies par des processus réactifs et largement opaques. Cela peut expliquer le progrès limité réalisé en matière de transparence des opérations de détection entre les dernières élections européennes et les élections nationales plus récentes en Europe. En dehors des efforts de transparence de Twitter concernant les données publiques des réseaux sociaux, qui ont précédé le code, aucune donnée n'a été mise à la disposition des chercheurs qui étudient la désinformation. Enfin, les récentes annonces de Meta concernant son programme CrowdTangle sont de mauvais augure pour les chercheurs.⁵⁸

Malgré tout, le processus de reformulation du code de bonnes pratiques en matière de désinformation, qui met plus l'accent sur le suivi et l'évaluation, pourrait faire de ce domaine une référence pour pousser les plateformes technologiques à plus de responsabilité, de transparence et de coopération sur les questions de manipulation de l'information, y compris d'activité inauthentique coordonnée. La transition vers ce statut de responsabilité accrue devrait commencer par inciter les entreprises technologiques à adopter un régime de coopération inter-plateformes plus solide et cohérent sur des questions telles que l'astroturfing, qui touche généralement plusieurs plateformes à la fois.

À l'instar de ce qu'elles ont mis en œuvre avec succès dans les secteurs de la lutte contre les contenus terroristes ou les contenus pédopornographiques, les plateformes technologiques se doivent de démontrer de manière tangible et significative qu'elles collaborent pour identifier les réseaux en ligne impliqués dans l'activité inauthentique coordonnée sur leurs services.

Une telle politique garantirait que l'ensemble des opérations coordonnées (multiplateforme) des activités inauthentiques puisse être démantelé. Les recherches montrent que ces opérations d'activité inauthentique coordonnées sont généralement déployées simultanément sur différentes plateformes afin de maximiser leur résultat, à savoir cibler différents publics et/ou contourner l'application des politiques. Conformément à l'esprit du DSA, une telle coopération entre plateformes permettrait aux très grandes plateformes en ligne

disposant de plus de moyens de contribuer également à la formation et à la responsabilisation des acteurs plus petits, ce qui, en définitive, rendrait l'ensemble de l'écosystème plus sûr et plus résilient.

Notes

- 1 « L'ascension d'Éric Zemmour montre à quel point la France s'est déplacée vers la droite », The Guardian, mercredi 1er décembre 2021, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/dec/01/eric-zemmour-france-right-presidential-candidate>.
- 2 Mastrandreas, Sébastien, « Avec Zemmour, les médias français enlisés dans le même piège que celui de Trump », Les Echos, 5 novembre 2021, <https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/avec-zemmour-les-medias-francais-enlises-dans-le-meme-piege-que-celui-de-trump-1361574>.
- 3 « Éric Zemmour définitivement condamné pour provocation à la haine raciale », Le Monde, 20 septembre 2019, https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/09/20/eric-zemmour-definitivement-condamne-pour-provocation-a-la-haine-raciale_6012389_3224.html.
- 4 « Les Identitaires français se mobilisent autour de l'élection présidentielle de 2022 », Institut du dialogue stratégique, 17 février 2022, https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/french-identitarians-are-mobilising-around-the-2022-presidential-elections.
- 5 « L'ancien cadre de Génération identitaire et assistant parlementaire RN Damien Rieu rejoint Éric Zemmour », France info, 20 janvier 2022, https://www.francetvinfo.fr/elections/presidentielle/l-ancien-cadre-de-generation-identitaire-et-assistant-parlementaire-rn-damien-rieu-rejoint-eric-zemmour_4924131.html.
- 6 Davey, Jacob et Ebner, Julia, « The Great Replacement: The Violent Consequences of Mainstreamed Extremism », Institute for Strategic Dialogue, 2019, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-great-replacement-the-violent-consequences-of-mainstreamed-extremism>.
- 7 Simmons, Cécile et Boyner, Iris, « La sur-mobilisation numérique des voix antisystème affaiblit le front républicain et appelle des mesures de régulation ambitieuses », Institute for Strategic Dialogue, 22 avril 2022, https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/la-sur-mobilisation-numerique-des-voix-anti-systeme-affaiblit-le-front-republicain-etappelle-des-mesures-de-regulation-ambitieuses/.
- 8 Selon un sondage réalisé par Harris Interactive du 14 au 17 janvier 2022. Pour plus de détails, voir « Baromètre d'intentions de vote pour l'élection présidentielle de 2022 - Vague 29 », Harris Interactive, 19 janvier 2022, https://harris-interactive.fr/opinion_polls/barometre-dintentions-de-vote-pour-lelection-presidentielle-de-2022-vague-29/.
- 9 Élection présidentielle 2022, Ministère de l'Intérieur et des Outre-mer, 2022, <https://www.elections.interieur.gouv.fr>.
- 10 Boyer, Iris et Lenoir, Théophile, « Élections 2022 : l'écosystème informationnel français à l'épreuve », Institut du dialogue stratégique, 2022, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/elections-2022-the-french-information-ecosystem-put-to-the-test/>.
- 11 Carpentier, Arthur et al, « Comment des militants d'Éric Zemmour gonflent artificiellement la présence de leur candidat sur Twitter », Le Monde, 2 février 2022, https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/video/2022/02/02/comment-des-militants-d-eric-zemmour-gonflent-artificiellement-la-presence-du-candidat-sur-twitter_6112033_6059010.html.
- 12 Boyer, Iris et Lenoir, Théophile, « Elections 2022 : l'écosystème informationnel français à l'épreuve », Institut du dialogue stratégique, 2022, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/elections-2022-the-french-information-ecosystem-put-to-the-test/>.
- 13 Page Wikipédia d'Éric Zemmour : l'encyclopédie en ligne répond aux « tentatives de manipulation », Le Monde, 21 février 2022, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/02/21/page-wikipedia-d-eric-zemmour-l-encyclopedia-en-ligne-repond-aux-tentatives-de-manipulation_6114625_4408996.html.
- 14 Bresson, Vincent, « Me voilà intégré à une équipe fantôme : les extraits d'un récit d'infiltration dans l'équipe de Zemmour », Le Monde, 17 février 2022, https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/02/17/me-voila-integre-a-une-equipe-fantome-les-extraits-d-un-recit-d-infiltration-dans-l-equipe-de-zemmour_6114013_3232.html.
- 15 Comportement inauthentique, Meta, <https://transparency.fb.com/en-gb/policies/community-standards/inauthentic-behavior/>.
- 16 Activité nuisible coordonnée, Twitter, janvier 2021, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/coordinated-harmful-activity>.
- 17 Ibid
- 18 Morinière, Sasha, Craig, Jiore et Boyer, Iris « Ahead of the French Election, Anti-Establishment Sentiment Overshadows Republican Efforts against the Far-Right Online », Institute for Strategic Dialogue, 22 avril 2022, https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/ahead-of-the-french-election-anti-establishment-sentiment-overshadows-republican-efforts-against-the-far-right-online/.
- 19 Miller, Carl et Colliver, Chloe, « The 101 of Disinformation Detection », Institute for Strategic Dialogue, 2020, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-101-of-disinformation-detection/>.
- 20 Annonce JOAFE n°1688 de la parution n°20210018 du 4 mai 2021, Journal-officiel.gouv.fr, 4 mai 2021, <https://www.journal-officiel.gouv.fr/pages/associations-detail-annonce/?q.id=id:202100181688>.
- 21 « Présidentielle : l'association « Les amis d'Éric Zemmour » agréée par la Commission des comptes de campagne », Le Parisien, 1er juillet 2021, <https://www.leparisien.fr/politique/presidentielle-lassociation-les-amis-deric-zemmour-agreee-par-la-commission-des-comptes-de-campagne-01-07-2021-7NWF67J4LRAHNB4L4LPFSXC3TY.php?ts=1654682586913>.
- 22 Untersinger, Martin, « Sur Internet, les proches d'Éric Zemmour ont déjà lancé sa campagne », Le Monde, 15 octobre 2021, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/10/15/sur-internet-les-proches-d-eric-zemmour-ont-deja-lance-sa-campagne_6098548_4408996.html.
- 23 [Résultats du 12/01] Rolling Ifop-Fiducial 2022 pour Paris Match, LCI et Sud Radio - IFOP
- 24 Paillot, Fabien, « Cambrioleur mortellement blessé par un agriculteur : en Charente, le petit village de Longré sous le choc », Le Parisien, 30 mars 2022, <https://www.leparisien.fr/faits-divers/cambrioleur-mortellement-blesse-par-un-agriculteur-en-charente-le-petit-village-de-longre-sous-le-choc-30-03-2022-75S4AVWNYZGMZHDJVSVDHWU2CI.php?ts=1652878575599>.

- 25 Wheeldon, Tom, « L'affaire McKinsey «galvanise» les opposants de Macron, mais leur donne une «arme faible» », France24, 1er avril 2022, <https://www.france24.com/en/france/20220401-mckinsey-affair-galvanises-macron-s-opponents---but-gives-them-a-weak-weapon>.
- 26 « Éric Zemmour officialise sa candidature à l'élection présidentielle », Le Monde, 30 novembre 2021, https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/30/election-presidentielle-eric-zemmour-annoncera-sa-candidature-a-la-mi-journee-selon-son-entourage_6104129_6059010.html.
- 27 Miller, Carl et Colliver, Chloe, « The 101 of Disinformation Detection », Institute for Strategic Dialogue, 2020, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-101-of-disinformation-detection/>.
- 28 Wheeldon, op. cit.
- 29 Adamczyk, Roman et Fourel, Zoé, « Une défiance accrue envers les institutions et le système : Ce que nous disons les liens les plus partagés lors de la campagne présidentielle », Institute for Strategic Dialogue, 28 avril 2022, https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/une-defiance-accrue-envers-les-institutions-et-le-systeme-ce-que-nous-disent-les-liens-les-plus-partages-lors-de-la-campagne-presidentielle/.
- 30 « J'assume tout ce que je fais : qui est Jérémie Piano, le candidat sulfureux fan d'Éric Zemmour », Le Parisien, 22 mai 2022
"J'assume tout ce que je fais" : qui est Jérémie Piano, le candidat sulfureux fan d'Éric Zemmour ? - Le Parisien
- 31 Paillot, op. cit.
- 32 « La conquête numérique des Identitaires : un effort de mobilisation multi-plateformes », Institut pour le dialogue stratégique, 2022, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/la-conquete-numerique-des-identitaires-un-effort-de-mobilisation-multi-plateformes/>.
- 33 Miller, Carl et Colliver, Chloe, « The 101 of Disinformation Detection », Institute for Strategic Dialogue, 2020, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-101-of-disinformation-detection/>.
- 34 @DFRLab, « Human, Bot or Cyborg ? », Medium, 23 décembre 2016, <https://medium.com/@DFRLab/human-bot-or-cyborg-41273cdb1e17>.
- 35 Pour plus d'informations, veuillez consulter Miller, Carl et Colliver, Chloé, « The 101 of Disinformation Detection », Institute for Strategic Dialogue, 2020, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-101-of-disinformation-detection/>.
- 36 Ibid.
- 37 « Qui est Ousmane Sonko, l'opposant sénégalais dont l'arrestation a embrasé le pays ? », France 24, 9 mars 2021
[Qui est Ousmane Sonko, l'opposant sénégalais dont l'arrestation a embrasé le pays ? \(france24.com\)](https://www.france24.com/fr/afrique/20210309-ousmane-sonko-arrestation)
- 38 Manipulation de la plateforme et politique en matière de spam, Twitter, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/platform-manipulation>.
- 39 Ibid. et « The Twitter Rules », Twitter, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>.
- 40 « Manipulation de la plateforme et politique en matière de spam », Twitter, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/platform-manipulation> ;
« Comportement abusif », Twitter, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/abusive-behavior>.
- 41 Carpentier, op. cit.
- 42 « Activité nuisible coordonnée », Twitter, janvier 2021, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/coordinated-harmful-activity>.
- 43 Ibid.
- 44 « Manipulation de la plateforme et politique en matière de spam », Twitter, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/platform-manipulation>.
- 45 « Activité nuisible coordonnée », Twitter, janvier 2021, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/coordinated-harmful-activity>.
- 46 Ibid.
- 47 Colliver, Chloe et al, « Spin Cycle : Information Laundering on Facebook », Institute for Strategic Dialogue, 2020, <https://www.isdglobal.org/isd-publications/spin-cycle-information-laundering-on-facebook/>.
- 48 « Comportement inauthentique », Meta, <https://transparency.fb.com/en-gb/policies/community-standards/inauthentic-behavior/>.
- 49 Ibid.
- 50 Gleicher, Nathaniel, « Coordinated Inauthentic Behaviour Explained », [Vidéo], Meta, 6 décembre 2018, <https://about.fb.com/news/2018/12/inside-feed-coordinated-inauthentic-behavior/>.
- 51 Élection présidentielle 2022 (interieur.gouv.fr)
- 52 Colliver, op. cit.
- 53 À propos de Meta, Meta, Comment Meta se prépare aux élections françaises de 2022 | À propos de Meta ([fb.com](https://www.facebook.com/metafrance))
- 54 Meta (ex-Facebook) va créer un « centre opérationnel virtuel » pour la présidentielle, Le Figaro, 16 février 2022, [Meta \(ex-Facebook\) va créer un «centre opérationnel virtuel» pour la présidentielle \(lefigaro.fr\)](https://www.lefigaro.fr/actualite-france/meta-va-creer-un-centre-operationnel-virtuel-pour-la-presidentielle-2022-02-16)
- 55 EDMO, EDMO publie un rapport sur l'accès des chercheurs aux données des plateformes - EDMO
- 56 Arcom, Arcom | Accueil
- 57 CNCCEP, CNCCEP - Commission nationale de contrôle de la campagne électorale en vue de l'élection présidentielle
- 58 Alba, Davey, « Meta Pulls Support for Tool Used to Keep Misinformation in Check », Bloomberg UK, 23 juin 2022, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-06-23/meta-pulls-support-for-tool-used-to-keep-misinformation-in-check?sref=4e5An91j>.



Amman | Berlin | London | Paris | Washington DC

Copyright © ISD (2022). Institute for Strategic Dialogue (ISD) est une société à responsabilité limitée par garantie, siège social à l'adresse PO Box 75769, Londres, SW1P 9ER. ISD est enregistrée en Angleterre sous le numéro d'enregistrement de société 06581421 et sous le numéro d'enregistrement d'organisme de bienfaisance 1141069. En France, l'ISD est établi sous la forme d'une association Loi 1901 : l'Institut pour le Dialogue Stratégique sous le numéro d'enregistrement W751256497. Tous droits réservés. Toute copie, reproduction ou exploitation de tout ou partie de ce document ou de ses pièces jointes sans l'autorisation écrite préalable d'ISD est interdite.

www.isdglobal.org