

Story Killers : au cœur de l'industrie de la désinformation

1/3

forbidden stories

Cinq ans après le meurtre de la journaliste indienne Gauri Lankesh, le consortium Forbidden Stories a réuni plus de 100 journalistes de 30 médias (dont « Le Soir » et « Knack » en Belgique) pour poursuivre son travail sur le business obscur de la désinformation.

De l'Inde à Israël, en passant par l'Espagne et les Etats-Unis, l'enquête a pu identifier une série d'entreprises et de mercenaires qui vendent des services « clé en main » à des Etats et des hommes politiques pour influencer l'opinion publique, manipuler les élections et détruire les réputations.

Infiltration au cœur d'une agence qui crée des fake news sur com

DÉSINFORMATION

Forbidden Stories révèle l'existence d'une entreprise israélienne ultrasécète, Team Jorge, impliquée dans la manipulation d'élections et le piratage de responsables politiques africains. Une plongée inédite au cœur d'un monde où s'entremêlent armée de trolls, cyberespionnage et jeux d'influence.

« Jorge », déjà derrière le scandale de Cambridge Analytica

Quelle est la vraie identité de celui qui se cache derrière le pseudo « Jorge » ? Ultrasécète, l'homme a construit un mystère autour de son personnage. Nos journalistes infiltrés ont dû passer plusieurs entretiens avec des intermédiaires avant de parvenir à le rencontrer. Durant les différents rendez-vous, il ne laisse rien fuiter, aucun nom, aucun document et ne se montre jamais dans les visios en ligne. Il faudra attendre la dernière visite dans ses bureaux à Modi'in, siège de la high-tech israélienne, pour découvrir son visage. Le président de la société Team Jorge se prénomme en réalité Tal Hanan. Selon la biographie disponible sur le site de son entreprise officielle Demoman, aussi bien spécialisée dans l'anti-terrorisme que dans l'intelligence économique, il a servi dans les forces spéciales israéliennes au sein d'une unité d'élite dédiée à la neutralisation d'engins explosifs. Contacté par Forbidden Stories, Tal Hanan a simplement « nié tout acte répréhensible », ajoutant que « toute divulgation de données personnelles (le concernant) peut tomber sous le coup de diverses lois sur la sécurité nationale ».

Détail piquant : le même Jorge apparaissait déjà dans le scandale Cambridge Analytica. Pour rappel, cette entreprise britannique a utilisé les données personnelles de près de 87 millions d'utilisateurs de Facebook, à leur insu, à des fins de ciblage politique. La société est notamment accusée d'avoir manipulé de nombreuses élections, contribuant à la victoire de Donald Trump en 2016 et au vote en faveur du Brexit. Dans les témoignages anonymes publiés dans la presse britannique en 2018, lorsque ce scandale a éclaté, d'anciens salariés de Cambridge Analytica ont évoqué l'aide de « hackers israéliens ». L'identité de ces mystérieux pirates n'a jamais été divulguée. Lorsqu'il fait référence, dans un mail interne, à des « Israeli back ops », le patron de Cambridge Analytica n'a d'ailleurs ni nom de famille ni nom de société. Il utilise seulement ce qui semble être un pseudo pour désigner le boss de cette structure ultrasécète : Jorge. Et vérification faite, il s'agissait déjà du même Tal Hanan. X.C.

ENQUÊTE

CÉCILE ANDRZEJEWSKI (FORBIDDEN STORIES) AVEC LE MONDE, RADIO FRANCE ET X.C.

Max a le sourire. Ce soir de juillet 2022, il vient d'entrer en contact avec un nouveau client potentiel. Ce dernier se présente comme le conseiller d'un homme d'affaires œuvrant pour le compte d'un dirigeant africain. Lors d'une réunion par Zoom, ce haut conseiller expose sa demande. « Il y a une élection à la fin du mois de septembre. Mais cette élection ne peut pas avoir lieu. » L'ampleur de la mission n'effraie aucunement Max. Normal, cela fait partie du catalogue de prestations fournies par Team Jorge, la société pour laquelle il travaille. Décaler une élection, voire la faire annuler ? Comptez 6 millions d'euros. On peut aussi frapper à la porte de Team Jorge pour détruire la crédibilité d'un lanceur d'alerte, commander une campagne de dénigrement sur un concurrent ou balancer une fake news sur un adversaire politique.

Enfin... « frapper à la porte » n'est pas le terme adéquat. Car Team Jorge ressemble méchamment à une société fantôme. Pas de site internet, pas de téléphone, pas de formulaire de contact. Pour s'offrir les services de la team (Max et d'autres consultants), il est recommandé d'avoir un ami commun avec le mercenaire en chef : Jorge. Ici, tout le monde travaille sous pseudo.

Mais ce que Max et Jorge ignorent, c'est que l'homme en visio, de l'autre côté de l'écran, n'a en réalité jamais conseillé aucun chef d'Etat africain. Il s'agit d'un journaliste de Radio France, Frédéric Métézeau, qui est parvenu à se glisser dans la peau d'un client crédible. Il sera bientôt rejoint par deux confrères de *The Marker* et *Haaretz*, également présentés comme « conseillers ». C'est là que démarre une infiltration inédite.

Ces trois journalistes, membres du consortium Forbidden Stories dont fait partie *Le Soir*, ont réussi à obtenir plusieurs rendez-vous avec Jorge et sa team : trois en ligne, puis un dernier dans les bureaux israéliens. L'occasion d'assister à des présentations détaillées des outils proposés par l'entreprise. Jorge peut, par exemple, « construire un récit » et le propager. Le vendeur d'in-

fluence se vante d'avoir travaillé sur « 33 campagnes présidentielles, dont 27 ont été couronnées de succès » – estimation difficilement vérifiable. Plus prudent que son bagout de vendeur ne le laisse paraître, il ne donne aucune indication précise permettant d'identifier ses clients, préférant se limiter à des anecdotes dignes de films d'espionnage.

Un perroquet à BFM

Visiblement en confiance, l'homme va toutefois lâcher malgré lui quelques indices sur ses opérations secrètes. A la fin d'une rencontre avec ses faux clients, le consultant se gargarise de pouvoir diffuser ses histoires à la télévision française. Pour prouver ce qu'il avance, il montre l'extrait d'un reportage diffusé sur BFM TV, dans la nuit du 16 au 17 décembre 2022 : « L'Union européenne annonce un nouveau train de sanctions contre la Russie. (...) Des sanctions à répétition qui font craindre le pire aux constructeurs de yachts à Monaco ; le gel des avoirs des oligarques met leur secteur en grande difficulté. (...) (Ils) appellent au prince Albert pour éviter de couler : 10.000 emplois sont en jeu sur la Côte d'Azur. » Ce texte est lu par Rachid M'Barki, présentateur vedette de la chaîne d'info en continu. Sauf que ces informations sont lunaires : les constructeurs de yachts n'ont jamais appelé le prince Albert à la rescousse, le chiffre de 10.000 emplois menacés est totalement fantaisiste. Cette brève est une commande de la Team Jorge, pour le compte de l'un de ses clients.

Sollicitée par nos confrères du *Monde* et de Radio France en janvier, BFM a lancé un audit interne et constaté que la figure historique de la chaîne était coutumière de ces messages nocturnes glissés à la dernière minute dans le JT, sans validation du rédacteur en chef. Suspectant « une ingérence étrangère », elle a suspendu le journaliste le 11 janvier. Rachid M'Barki a confessé une « erreur de jugement journalistique » qui aurait conduit à « rendre service à un ami », un certain Jean-Pierre Duthion, consultant média et lobbyiste. Contacté, ce dernier confirme avoir effectivement « travaillé sur la rétention de yachts russes à Monaco qui ont entraîné des pertes d'emplois au niveau local ». Mais il refuse de dévoiler le nom du commanditaire de cette campagne.

Il assure ne pas avoir payé le journaliste de BFM Rachid M'Barki qui a lui aussi certifié à sa direction ne pas avoir touché un euro pour annoncer ces brèves commandées. D'après l'une de nos sources, de telles prestations pourraient pourtant rapporter autour de 3.000 euros à l'unité au journaliste complice.

Plus de 30.000 faux avatars

L'exemple de BFM n'est pas le seul argument que Jorge agitera devant les journalistes sous couverture pour illustrer sa puissance de frappe. L'entreprise de désinformation dispose également d'une armée de faux profils, appelés avatars, pour diffuser les histoires favorables à ses clients. Cet outil, introuvable sur le web, s'appelle Aims, pour « Advanced Impact Media Solutions ». En 2022, ce catalogue contenait plus de 30.000 faux profils répartis aux quatre coins de la planète. Bien qu'inventés de toutes pièces, ils ont tous un nom, prénom, genre, date de naissance et une photo de profil volée à un internaute. Ils détiennent des comptes Twitter, Facebook, Instagram, Amazon, une adresse e-mail et parfois même un portefeuille de cryptomonnaies. Techniquement parlant (on vous épargne les détails), tout est conçu pour donner l'illusion d'un véritable internaute afin d'échapper – avec succès – aux outils de détection automatique d'activité suspecte des Gafam.

Maxime Roussel, par exemple, a tout du Français banal. Il vit à Versailles, est fiancé, a plus de 400 amis sur Facebook et publie des articles comme des citations de rap. Mais d'après l'analyse menée par *Le Monde*, il s'agit d'un des faux profils qui partagent occasionnellement... certaines brèves du « Journal de la nuit » de Rachid M'Barki, sur BFM TV. Ces faux individus sont donc utilisés par Jorge comme caisse de résonance pour poster en rafale des commentaires sur les réseaux sociaux et faire monter une polémique, par exemple. Ces avatars sont même capables de coups plus vicieux. Jorge aurait utilisé la pseudo Shannon Aiken, jolie blonde de 38 ans, pour commander un sex toy sur Amazon à faire livrer au domicile d'un homme politique en pleine campagne électorale. Le tout accompagné d'un petit message. « Merci mon amour. C'était une nuit magnifique », laissant la



Le journaliste de BFM Rachid M'Barki annonçait des « brèves commandées » pendant son « Journal de la nuit ». © CAPTURE D'ÉCRAN BFM TV.