

Désinformation russe : le nombre de **fake news** imitant des médias reconnus explose de 850 %



D'après un nouveau rapport de NewsGuard, ces faux articles et reportages diffusés par des acteurs pro-Kremlin ont explosé sur un an.

LE FIGARO

ROMANE HAQUETTE

Avec l'essor de l'intelligence artificielle (IA), les opérations de désinformation prennent une nouvelle ampleur. D'après un nouveau rapport de NewsGuard, une société spécialisée dans la lutte contre la désinformation, les faux articles et reportages diffusés par la Russie qui imitent des médias reconnus ont explosé au cours de l'année 2025. Le nombre de faux reportages serait passé de 44 au premier semestre 2025 à 421 au premier semestre 2026, soit une hausse de 850 %.

Le but ? « Saper le soutien occidental à l'Ukraine » en profitant « de la confiance accordée à des sources d'information légitimes », analyse NewsGuard dans son rapport.

Les médias européens sont la cible principale de ces campagnes. La chaîne d'information multilingue Euronews est de loin le média le plus visé, avec 82 faux reportages recensés entre mars 2023 et septembre 2026.

En tout, 163 marques de médias ont été visées dans le monde, dont la BBC, Politico et Bloomberg News. De plus petits médias locaux, comme *The Kyiv Independent*, *The Yorkshire Post* ou *La Montagne*, en France, ont aussi été pris pour cible.

Si cette pratique d'influence remonte à l'époque soviétique, la méthode s'est complexifiée avec l'essor de l'IA, qui permet de produire plus rapidement et à plus grande échelle ces faux contenus.

« C'est désormais très facile », alerte Chine Labbé, rédactrice en chef & vice-présidente des partenariats Europe et Canada de NewsGuard, « de générer des sites entiers qui se font passer pour des sites médias authentiques et d'y inclure des faux témoignages de lanceurs d'alerte ou des fausses citations d'experts connus. »

Des campagnes déjà repérées
Derrière la plupart de ces fausses informations, on retrouve les campagnes Matriochka et Storm-1516, déjà identifiées par le service de vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères Viginum. Selon NewsGuard, Matriochka est à l'origine d'une dizaine de faux reportages vidéo par jour, souvent de mauvaise qualité et diffusés via X et Telegram. La campagne Storm-1516, elle, est moins prolifique, mais ses publications génèrent souvent des dizaines de millions de vues. Une autre opération identifiée par NewsGuard, nommée Doppelganger, reprend les mêmes méthodes d'imitation, mais son activité semble avoir considérablement diminué depuis 2024.

Ces faux articles reprennent la charte graphique de médias connus et sont souvent hébergés sur un site web dont l'URL est très proche de l'originale, pour mieux tromper les internautes. Les fausses informations émanant de ces campagnes sont diverses, mais visent toujours à décrédibiliser des dirigeants occidentaux.

Influencer les réponses générées par l'IA

Ces campagnes de désinformation visent aussi à influencer les réponses générées par l'intelligence artificielle, notamment via les résumés IA proposés par Google. En saturant Internet et les réseaux sociaux, le Kremlin espère ainsi, d'après NewsGuard, augmenter la probabilité que les *chatbots* relaient un discours favorable à la Russie, lorsqu'ils sont interrogés sur des sujets en lien avec la guerre en Ukraine.

NewsGuard a notamment repéré un faux reportage, attribué à l'hebdomadaire *Le Point*, affirmant que 20.000 soldats ukrainiens évacués en France pour y recevoir des soins médicaux auraient déserté pour rejoindre des gangs criminels. Une information démentie par le Centre ukrainien de lutte contre la désinformation, mais partagée en masse par des réseaux de désinformation russes. A tel point que pendant trois jours après la publication de la *fake news*, lorsqu'il était interrogé à ce sujet, l'onglet IA de Google présentait cette *fake news* comme une information avérée, renvoyant au faux article du *Point*.

En plus des contenus repérés par NewsGuard, la liste des faux reportages a été alimentée par des signalements du Centre ukrainien de lutte contre la désinformation, le collectif de chercheurs anonymes Antibot4Navalny, mais aussi l'agence gouvernementale française chargée de la protection contre les opérations d'ingérence étrangère. A l'approche de l'élection présidentielle, cet enjeu risque en effet de s'imposer dans le débat public en France.

« Une perception très dérangeante pour la Russie »

Parmi les quinze médias européens les plus imités, huit sont français, avec *Le Figaro* en sixième position (31 faux reportages et articles). « La France est l'une des cibles premières des opérations informationnelles russes depuis plusieurs années », nous confie Chine Labbé, rédactrice en chef & vice-présidente des partenariats Europe et Canada de NewsGuard, « et en particulier depuis que la France a pris un rôle très fort dans le soutien à l'Ukraine au sein de l'Union européenne. Cette perception est très dérangeante pour la Russie. »

En France, les candidats à l'élection présidentielle Gabriel Attal (Renaissance), Raphaël Glucksmann (Place Publique) et

C'est désormais très facile de générer des sites qui se font passer pour authentiques et d'y inclure des faux témoignages de lanceurs d'alerte ou des fausses citations d'experts connus

Chine Labbé
Rédactrice en chef & vice-présidente des partenariats Europe et Canada de NewsGuard

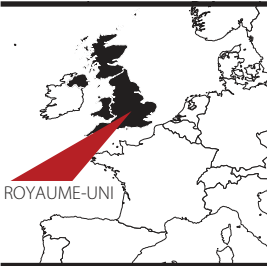
”

Edouard Philippe (Horizons) ont indiqué cet été avoir été visés par des opérations de désinformation émanant de ces usines russes à *fake news*. Trois personnalités perçues par la Russie « comme ayant le plus de probabilité de poursuivre la politique diplomatique de la France vis-à-vis de l'Ukraine », estime Chine Labbé.

Sur des comptes X imitant *Le Figaro*, NewsGuard a repéré de fausses vidéos affirmant notamment que Gabriel Attal aurait été victime d'abus sexuels de la part du Premier ministre suédois à l'âge de 14 ans, ou que plus de 71 % des Français estiment que leur vie serait meilleure si Vladimir Poutine était président de la France.

RO.HE

« Malgré la vitesse, c'est le **talent** qui compte »



Ben Ainslie, navigateur le plus titré de l'histoire olympique, se confie. A 49 ans, le Britannique jongle entre deux équipes et rêve encore de transformer la voile.

Tribune de Genève

ENTRETIEN
GRÉGOIRE SURDEZ

Sir Ben Ainslie, 49 ans, est une légende vivante et encore active du sport international. Anobli par la reine Elizabeth II en 2013, le sujet de Sa Majesté est le navigateur le plus titré de l'histoire des Jeux olympiques (quatre médailles d'or et une en argent). Multiple médaillé mondial, victorieux de la Coupe de l'America en 2013 avec Oracle, certains voient en lui une sorte de Roger Federer de la voile, qu'il continue de marquer de son empreinte. Barreur de génie devenu entrepreneur à succès, il a lancé les équipes anglaises en lice pour la Coupe de l'America.

Vous avez commencé la voile très jeune. Qu'est-ce qui vous a fasciné ?

J'ai commencé avec mes parents, qui étaient de grands passionnés, sur un petit bateau de croisière dans le nord de l'Angleterre. Mais je pense que ce qui a vraiment changé la donne pour moi, c'est quand j'avais peut-être 8 ou 9 ans et que j'ai navigué seul pour la première fois, sur un dériveur Optimist. Je me souviens que mon père m'avait poussé depuis la plage. Puis, de cette sensation de l'eau sous la coque et du fait de contrôler ce bateau tout seul. Sans mes parents, sans personne pour me dire quoi faire. C'était une expérience incroyable.

Vous êtes devenu le navigateur olympique le plus titré de l'histoire. Quel est votre secret ?

Plusieurs facteurs ont joué un rôle. J'ai commencé assez jeune aux Jeux olympiques : j'avais 19 ans lors de ma première participation, où j'ai remporté une médaille d'argent. J'avais été frustré de ne pas avoir décroché l'or. Cela m'a poussé en quelque sorte à revenir plus fort et à aller plus loin. J'ai aussi eu l'opportunité de faire encore quatre fois les JO et de gagner quatre fois. Ces succès ont été rendus possibles du fait que j'ai pu bénéficier d'un encadrement très solide, ainsi que d'un soutien financier des institutions sportives et de différents sponsors.

Mais comment expliquer une telle longévité au plus haut niveau ?

La beauté de la voile réside dans le fait que c'est un sport très varié. J'ai ainsi concouru dans deux classes différentes aux Jeux : le Laser et le Finn. Puis, je me suis lancé dans la Coupe de l'America et



Il n'est pas surprenant que ceux qui s'entraînent le plus dur finissent par être les plus chanceux

”

le *match racing*. Et ensuite, les bateaux à foils ont fait leur apparition, en 2010, sur la Cup, ce qui a représenté un changement radical dans la dynamique de ce sport. Avec, comme meilleur exemple, la création de SailGP en 2019. Il y a donc toujours eu un nouveau défi à relever.

Qu'est-ce qui fait la différence entre un excellent navigateur et un champion ?

En sport, comme dans tous les domaines de la vie, il y a beaucoup de gens talentueux, vraiment beaucoup. Je pense qu'au final, la différence réside surtout dans l'éthique de travail. Il n'est pas surprenant que ceux qui s'entraînent le plus dur finissent par être les plus chanceux.