

Campagnes de désinformation documentées en Afrique

| Pays cible | Année de démarrage | Acteurs principaux | Objectifs | Tactiques | Impact |
|--|--------------------|--------------------------|--|---|---|
| Mondial (ciblant l'Afrique du Sud, le Ghana et le Nigeria) | 2022 | Indéterminé (pro-Russie) | <ul style="list-style-type: none"> • Diffuser des récits pro-Kremlin sur l'invasion de l'Ukraine par la Russie • Créer l'apparence d'un soutien mondial avant le vote de l'ONU pour condamner l'invasion | <ul style="list-style-type: none"> • Le 2 mars 2022, des milliers de comptes nouveaux, faux et piratés ont lancé une campagne massive et coordonnée pour jouer artificiellement avec l'algorithme de Twitter afin que deux hashtags pro-russes deviennent tendance | <ul style="list-style-type: none"> • 23 millions de tweets affichant les hashtags #IstandwithPutin #IstandwithRussia (principalement dans les pays BRICS) |
| Nigeria | 2022 | Indéterminé (pro-Russie) | <ul style="list-style-type: none"> • Diffuser des récits pro-Kremlin sur l'invasion de l'Ukraine par la Russie | <ul style="list-style-type: none"> • Les comptes de médias sociaux d'authentiques journalistes et utilisateurs de médias sociaux nigériens ont été piratés via la plateforme Buffer • Une fois accessibles, ces comptes ont été utilisés pour poster de la propagande pro-russe | <ul style="list-style-type: none"> • Grâce à Buffer, 1 552 comptes ont été consultés, dont 618 ont été utilisés pour publier 766 messages non autorisés sur Twitter, Facebook et LinkedIn • D'importants partages de la propagande russe ont été signalés |
| Mali | 2021 | Groupe Wagner (Russie) | <ul style="list-style-type: none"> • Diffuser des messages anti-français, anti-ONU et pro-russes • Brunir le dossier des droits humains de Wagner avant son arrivée au Mali | <ul style="list-style-type: none"> • Une campagne coordonnée de messages faux et trompeurs est apparue sur Twitter, TikTok, Telegram, WhatsApp et Facebook • La modération a été contournée en utilisant des jeux de mots à sens multiples | <ul style="list-style-type: none"> • De fausses photos ont été diffusées aux 5 000 membres d'une seule chaîne Telegram |

| | | | | | |
|--|-------------|--|--|--|--|
| <p>Kenya</p> | <p>2021</p> | <p>Indéterminé. Opéré par le biais de sociétés privées opaques lors de l'examen par la Haute Cour du Kenya des amendements constitutionnels relatifs à l'initiative Building Bridges (BBI)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Contrôler le récit autour de la révision judiciaire du BBI • Ternir l'intégrité et la compétence de la Haute Cour • Discréditer les journalistes et les activistes ciblés • Fausser l'opinion publique autour de la publication des documents Pandora | <ul style="list-style-type: none"> • Des personnes ont été payées pour publier des contenus malveillants synchronisés afin d'inciter les algorithmes à faire en sorte que ces contenus deviennent des tendances sur Twitter (astroturfing) • Les activités étaient coordonnées sur WhatsApp et payées par M-Pesa pour éviter toute détection • Des utilisateurs vérifiés ont été payés pour "louer" leurs comptes | <ul style="list-style-type: none"> • Composé de 3 7000 comptes, ce réseau a diffusé 23 000 tweets et 31 hastags artificiels • Les journalistes et les militants ont déclaré être harcelés et avoir recours à l'autocensure |
| <p>Mali, Burkina Faso et Niger</p> | <p>2020</p> | <p>Groupes prétendant être des organisations à but non lucratif, des associations caritatives et des pages communautaires</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Dénigrer les dirigeants démocratiquement élus afin de préparer le terrain pour les coups d'État militaires • Promouvoir les juntes militaires et retarder la tenue d'élections • Plaider pour une "révolution" dans la région du Sahel au sens large | <ul style="list-style-type: none"> • Des pages Facebook ont publié des contenus pro-russes et anti-français/occidentaux coordonnés et trompeurs • Un tiers des messages sur les pages ont été publiés à moins de 60 secondes d'intervalle, à l'approche du coup d'État de 2020 et de l'arrivée des mercenaires de Wagner au Mali | <ul style="list-style-type: none"> • Ces pages ont été suivies par 140 000 comptes et affichées 24 000 fois |

| | | | | | |
|---|-------------|---|---|--|--|
| <p><u>Dans toute l'Afrique, en particulier au Mali, en RCA, au Cameroun, en Afrique du Sud et au Mozambique</u></p> | <p>2019</p> | <p>Des influenceurs africains soutenus par Prigozhin ou des entités affiliées à la Russie</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir des récits antidémocratiques, anti-UE, anti-ONU à travers des voix africaines • Ce réseau a été particulièrement actif dans la promotion de la propagande russe autour de l'invasion de l'Ukraine | <ul style="list-style-type: none"> • Recrutement, formation et financement d'influenceurs, d'intellectuels et de personnalités médiatiques africains sur les médias sociaux à partir du sommet de Sotchi • Les influenceurs font la promotion de la désinformation russe sur les médias sociaux, à la radio et dans les émissions de télévision (telles que Lengo Songo, Radio Révolution Panafricaine et Afrique Média TV), ainsi que dans les publications des "think tanks" (cellules de réflexion) soutenus par la Russie (tels que AFRIC) • Une grande partie de ce contenu provient directement des médias d'État russes tels que RT et Sputnik. <u>RT a enregistré au moins quatre nouveaux noms de domaine africains</u> avant l'invasion de l'Ukraine par la Russie et prévoit d'installer un bureau de rédaction à Nairobi, au Kenya. | <ul style="list-style-type: none"> • Une large exposition directe et indirecte des Africains à ces messages • Plus de 600 sites d'information africains ont repris le contenu de Sputnik et de RT "comme des sources normales" |
|---|-------------|---|---|--|--|

| | | | | | |
|---------------------------------|-------------|--|---|---|---|
| <p>Tanzanie</p> | <p>2021</p> | <p>Des comptes qui soutiennent le gouvernement tanzanien</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Réduire au silence les leaders de l'opposition et de la société civile en jouant avec la modération de Twitter sur les contenus protégés par le droit d'auteur afin d'obtenir la suppression des comptes de ces leaders sur la plateforme | <ul style="list-style-type: none"> • 268 comptes liés au parti au pouvoir en Tanzanie (et précédemment utilisés comme des personnages russes) ont coordonné des rapports contradictoires pour harceler l'opposition tanzanienne et les leaders de la société civile • De fausses pages web ont été créées avec le contenu des dirigeants ciblés, après quoi des plaintes pour atteinte aux droits d'auteur ont été déposées, entraînant la suppression des comptes des dirigeants • Ces comptes ont également promu des hashtags pro-gouvernementaux et amplifié des comptes gouvernementaux | <ul style="list-style-type: none"> • Twitter a supprimé au moins deux des comptes des leaders de la société civile • D'autres leaders ont été intimidés par le harcèlement |
| <p>Érythrée</p> | <p>2021</p> | <p>Universitaire lié au parti au pouvoir</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Nier les allégations d'abus commis par les forces érythréennes au Tigré | <ul style="list-style-type: none"> • Un rapport de pseudo-vérification des faits a été publié pour revendiquer de manière fallacieuse un parti pris • Le rapport a ensuite été promu par des officiels érythréens et éthiopiens • Le rapport accuse les médias et les responsables occidentaux de désinformation | <ul style="list-style-type: none"> • Des fuites audio auraient capturé des responsables érythréens faisant l'éloge de ce rapport et encourageant des efforts similaires pour soutenir ses démentis |

| | | | | | |
|-----------------------|---|--|---|---|---|
| <u>Éthiopie</u> | 2020 | Les partisans de la diaspora des forces éthiopiennes ou tigréennes pendant le conflit. | <ul style="list-style-type: none"> • Façonner le récit du conflit du Tigré | <ul style="list-style-type: none"> • Campagne "Click-to-tweet" (cliquer pour tweeter) consistant à fournir des messages sensationnels pré-écrits sur les médias sociaux que les utilisateurs peuvent publier et diriger vers des acteurs internationaux afin de jouer avec les algorithmes • Création de comptes imposteurs | <ul style="list-style-type: none"> • Un barrage d'informations inexacts et non vérifiées sur le conflit du Tigré a empêché une analyse précise |
| <u>Ouganda</u> | 2020, jusqu'à l'élection présidentielle de janvier 2021 | <p>Réseau de comptes liés :</p> <p>1) ministère des Technologies de l'information et des communications et de l'orientation nationale</p> <p>2) Un porte-parole du Lieutenant Général Muhoozi Kainerugaba.</p> <p>3) Entités prétendant être des sociétés de relations publiques/des organisations de presse</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Dénigrer les opposants politiques • Perturber les efforts de l'opposition pour organiser et partager des informations électorales exactes sur les médias sociaux | <ul style="list-style-type: none"> • Des comptes de médias sociaux faux et dupliqués ont publié des affirmations fabriquées sur des opposants politiques • Les comptes ont amplifié le contenu de l'autre | <ul style="list-style-type: none"> • Le réseau a atteint un grand nombre d'adeptes (plus de 10 000 abonnés) et une grande portée sur les médias sociaux pendant la période précédant l'élection • L'Ouganda a bloqué les médias sociaux avant l'élection en réponse à la suppression du réseau de désinformation par Facebook |
| <u>Afrique du Sud</u> | 2020 | South African First party (mouvement politique nationaliste) | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir les sentiments xénophobes et afrophobes | <ul style="list-style-type: none"> • Création d'un compte Twitter anonyme qui revendique de manière trompeuse les images d'autres personnes et augmente artificiellement son nombre de followers | <ul style="list-style-type: none"> • Plus de 50 000 abonnés et une contribution à la croissance des groupes et des hashtags xénophobes sur les médias sociaux sud-africains |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|---|
| <u>République démocratique du Congo</u> | 2020 | Honoré Mvula, homme politique congolais, et son parti politique, la Force des Patriotes | <ul style="list-style-type: none"> • Créer des adeptes pour Mvula et son parti politique | <ul style="list-style-type: none"> • Des comptes de médias sociaux inauthentiques gérés par des étudiants universitaires ont géré des pages diffusant des informations sensationnelles, qui ont ensuite été dotés d'une nouvelle marque de manière opaque pour soutenir Mvula | <ul style="list-style-type: none"> • 1,5 million de likes ont été accumulés sur les pages |
| <u>Guinée</u> | Préparation des élections d'octobre 2020 | Le parti politique du président Alpha Condé : le Rassemblement du peuple guinéen et son réseau de communicateurs politiques rémunérés | <ul style="list-style-type: none"> • Inonder Facebook en Guinée de contenus pro-Condé à l'approche de sa candidature controversée à un troisième mandat | <ul style="list-style-type: none"> • Des contenus coordonnés ont été promus sur Facebook par le biais d'un vaste réseau de comptes et de pages portant de faux noms, qui ne révélaient pas qu'ils étaient des communicateurs politiques rémunérés pour le parti de Condé • Plusieurs administrateurs de pages étaient basés en Turquie | <ul style="list-style-type: none"> • Le contenu a atteint 800 000 adeptes dans un pays de 13 millions d'habitants |
| <u>Soudan</u> | 2019, 2021 | Entités liées à Prigozhin et l'Agence russe de recherche sur Internet | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir la Russie et Prigozhin comme des amis du Soudan • Soutenir les Forces de soutien rapide du Soudan • Dépeindre les dirigeants civils du Soudan comme des pions des États-Unis | <ul style="list-style-type: none"> • Faux comptes de médias sociaux prétendant être des politiciens soudanais ou des organisations médiatiques • Des citoyens soudanais ont été engagés pour gérer certaines de ces pages | <ul style="list-style-type: none"> • Le réseau de désinformation a acquis une audience de plus de 440 000 comptes utilisateurs |

| | | | | | |
|---|--------------|--|---|--|---|
| <u>Togo et Côte d'Ivoire</u> | 2019 et 2020 | L'entreprise tunisienne de communication numérique Ureputation | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir les candidatures controversées du président de longue date du Togo, Faure Gnassingbé, en février 2020, et de l'ancien président Henri Bédié en Côte d'Ivoire, en octobre 2020 • Des pages supplémentaires ont visé les Comores, le Congo-Brazzaville, la Gambie, la Guinée, le Mali, le Niger, le Sénégal et le Tchad | <ul style="list-style-type: none"> • Des contenus inauthentiques coordonnés ont été diffusés par le biais de réseaux de faux comptes qui se sont fait passer pour des locaux et des organismes de presse indépendants dans les pays ciblés | <ul style="list-style-type: none"> • 900 comptes, groupes et pages affiliés à l'opération UReputation avaient un total de 3,8 millions d'abonnés |
| <u>Somalie</u> | 2019 | Entreprises privées basées en Égypte et aux Émirats arabes unis | <ul style="list-style-type: none"> • Renforce les allégations avancées selon lesquelles le gouvernement du Qatar a parrainé des attaques terroristes en Somalie dans le cadre de la concurrence entre les États du Golfe dans la Corne de l'Afrique | <ul style="list-style-type: none"> • Création de fausses allégations de parrainage d'attaques terroristes par le Qatar, qui ont été amplifiées par des pages se présentant comme des organes d'information régionaux | <ul style="list-style-type: none"> • Les pages avaient plus de 13,7 millions d'abonnés en Afrique du Nord et au Moyen-Orient |
| <u>Algérie, Angola, Ghana, Mali, Mozambique, Niger, Nigeria, Sénégal, Togo et Tunisie</u> | 2019 | La société israélienne de marketing politique Archimedes Group et les acteurs politiques qui l'ont embauchée | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir des politiciens désignés tout en dénigrant les autres | <ul style="list-style-type: none"> • La campagne a adopté un comportement inauthentique coordonné sur Facebook, notamment en créant des pages de "fact-checking" (vérification des faits) fausses et trompeuses et des pages de "leak" (fuite) qui publiaient de fausses informations sur des politiciens | <ul style="list-style-type: none"> • Au niveau mondial, le réseau de pages inauthentiques a été suivi par 2,8 millions d'utilisateurs |
| <u>Nigeria et Égypte</u> | 2019 | Des entreprises privées, MintReach au Nigeria et Flexell en Égypte | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir un contenu positif sur les Émirats arabes unis, y compris sur leur activité au Yémen • Promouvoir la critique du Qatar, de la Turquie et de l'Iran, ainsi que l'accord sur le nucléaire iranien | <ul style="list-style-type: none"> • La campagne a diffusé des contenus inauthentiques coordonnés | <ul style="list-style-type: none"> • Près de 500 comptes, groupes et pages ont gagné un total de 1,4 million d'abonnés |

| | | | | | |
|--|-------------------------|---|--|---|---|
| <p><u>Afrique du Sud</u></p> | <p>Élection de 2019</p> | <p>Prigozhin/AFRIC (Russie)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Soutenir la réélection du parti ANC et approfondir les liens russes avec ses dirigeants | <ul style="list-style-type: none"> • Plan de diffusion de désinformation visant à discréditer le Parti de l'Alliance démocratique et les Combattants pour la liberté économique | <ul style="list-style-type: none"> • Incertain |
| <p><u>Mondial, y compris les ambassades chinoises dans 27 pays africains. Ceux qui présentaient la plus grande amplification artificielle étaient : Angola, Liberia, Afrique du Sud, Ghana, Malawi, Namibie, Botswana, Djibouti, Mali, Tchad</u></p> | <p>2018</p> | <p>Chine</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Amplifier artificiellement les messages du département central de la propagande chinoise | <ul style="list-style-type: none"> • Les officiels chinois ont amplifié les rapports des médias d'état • Des armées de faux comptes ont ensuite renforcé les messages des fonctionnaires par des retweets | <ul style="list-style-type: none"> • Les diplomates chinois dans la majorité des pays africains ont vu leurs tweets amplifiés artificiellement • Des dizaines de milliers de faux retweets • Twitter a suspendu 30 000 comptes liés à cette campagne |
| <p><u>Cameroun, CAR, Côte d'Ivoire, RDC, Madagascar, Mozambique et Soudan</u></p> | <p>2018</p> | <p>Entités russes liées à Yevgeny Prigozhin</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Encourager politiquement les candidats du parti au pouvoir • Attiser le sentiment anti-français • Se faire le champion de la Russie et des intérêts russes, notamment en ce qui concerne l'extraction minière et les contrats d'armement | <ul style="list-style-type: none"> • Diffuser du contenu inauthentique coordonné par le biais de faux comptes basés à l'étranger et de comptes nationaux "franchisés" (où les locaux sont payés pour poster) | <ul style="list-style-type: none"> • Les pages inauthentiques ont été publiées 48 000 fois, ont reçu plus de 9,7 millions d'interactions et ont été aimées par plus de 1,7 million de comptes |

| | | | | | |
|------------------------------|-------------|---|--|---|--|
| <p><u>Afrique du Sud</u></p> | <p>2016</p> | <p>Bell Pottinger, société britannique de relations publiques retenue par les frères Gupta (accusés de corruption massive dans le cadre du scandale de la capture d'État)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Attiser l'animosité raciale pour détourner l'attention du rôle des Gupta dans la capture de l'État | <ul style="list-style-type: none"> • La campagne a impliqué 100 faux comptes Twitter et des robots pour générer 220 000 tweets destinés à amplifier les sites web et les discours haineux • Le contenu a été amplifié par les médias appartenant aux frères Gupta | <ul style="list-style-type: none"> • La désinformation a nui à la confiance et au dialogue sur les questions de réforme économique en Afrique du Sud – des éléments qui continuent de façonner le discours politique sud-africain |
| <p><u>Libye</u></p> | <p>2014</p> | <p>Intérêts extérieurs en Égypte, en Russie, en Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir le seigneur de guerre libyen Khalifa Haftar • Promouvoir les récits pro-russes du conflit libyen • Semer la polarisation, la confusion et la méfiance dans les espaces numériques libyens | <ul style="list-style-type: none"> • Des réseaux basés aux Émirats arabes unis et en Arabie saoudite ont créé de faux comptes Twitter en se faisant passer pour des Libyens • Les filiales du groupe Wagner ont engagé des Libyens pour produire de la désinformation sur le conflit libyen | <ul style="list-style-type: none"> • Perturbation des réseaux d'information numériques naissants de la Libye • Amplification de la polarisation de la société libyenne |