

## Avis

### **Les *fake news*, de la désinformation à l'accès à une information avérée et disponible**

*Commission permanente chargée de la société du savoir et de l'information*

Président de la commission et rapporteur de la thématique : Amine Mounir Alaoui

Expert permanent : Mohamed Amine Charar

Conformément aux dispositions de l'article 6 de la loi organique n°128-12, le Conseil économique, social et environnemental (CESE) s'est autosaisi, aux fins de préparer un avis sur la propagation des « *fake news* » (désinformation) .

Dans ce cadre, le Bureau du Conseil a confié à la Commission chargée de la société du savoir et de l'information<sup>1</sup> l'élaboration dudit avis.

Lors de sa 141<sup>ème</sup> session ordinaire tenue le 29 décembre 2022, l'assemblée générale du CESE a adopté à l'unanimité l'avis intitulé : « les fake news, de la désinformation à l'accès à une information avérée et disponible».

Élaboré sur la base d'une approche participative, l'avis est le résultat d'un large débat entre les différentes catégories qui composent le Conseil, des auditions<sup>2</sup> organisées avec les principales parties prenantes concernées, ainsi que d'une consultation lancée sur la plateforme digitale de participation citoyenne du Conseil « ouchariko.ma »<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Annexe 1 : liste des membres de la Commission permanente chargée de la société du savoir et de l'information

<sup>2</sup> Annexe 2 : liste des institutions et acteurs auditionnés

<sup>3</sup> Annexe 3 : résultats du questionnaire lancé à travers la plateforme « ouchariko » sur les fausses informations

## Table des matières

<i>Synthèse</i> .....	4
<i>Introduction</i> .....	6
<b>2</b> <i>La propagation des « fausses informations » : un phénomène d'ampleur mondiale</i> ....	7
2.1 Un phénomène ancien propulsé par les nouveaux outils de communication .....	7
2.2 Les <i>fake news</i> : une pratique qui va à l'encontre des valeurs et des principes de la science	9
2.3 L'orientation des choix des utilisateurs vers des contenus négatifs et le défi posé par les réseaux sociaux fermés .....	10
<b>3</b> <i>Les moyens disponibles pour combattre les fake news</i> .....	12
3.1 La vérification des faits « <i>fact-checking</i> » .....	12
3.2 Agir au niveau des médias .....	13
3.3 Éducation aux médias et à l'information et sensibilisation aux outils digitaux .....	13
3.4 Démarche juridique et l'importance de la coopération à l'échelle internationale .....	15
<b>4</b> <i>Les leviers pour la mise à disposition d'une information avérée : adoption de l'open data, renforcement des médias nationaux et collaboration avec les plateformes numériques internationales</i> .....	17
4.1 Adopter l'open data pour lutter contre les <i>fake news</i> : une nécessité pour une administration transparente .....	17
4.2 Des médias crédibles et forts face aux <i>fake news</i> .....	17
4.3 Les efforts déployés par les plateformes digitales demeurent insuffisants : besoin de contextualisation.....	18
<b>5</b> <i>Recommandations pour lutter contre la désinformation et mettre à disposition des citoyens une information avérée</i> .....	18
<b>ANNEXES</b> .....	21
<i>Annexe 1 : liste des membres de la Commission permanente chargée de la société du savoir et de l'information</i> .....	21
<i>Annexe 2 : liste des institutions et acteurs auditionnés</i> .....	22
<i>Annexe 3 : Résultats de la consultation citoyenne lancée à travers la plateforme « ouchariko » sur les fausses informations</i> .....	22

## Synthèse

L'avis du CESE intitulé : « *les fake news, de la désinformation à l'accès à une information avérée et disponible* », élaboré dans le cadre d'une auto-saisine, traite de la problématique des *fake news* (fausses informations) qui prennent une ampleur grandissante à l'échelon mondial et national, exacerbée par l'usage, de plus en plus généralisé, des smartphones et des réseaux sociaux. Leur effet délétère peut impacter à la fois les individus, les organisations et la société en général.

Cet avis, adopté à l'unanimité par l'Assemblée Générale du CESE, lors de sa 141<sup>ème</sup> session ordinaire, tenue le 29 décembre 2022, a été élaboré sur la base d'une approche participative avec l'ensemble des parties prenantes, est le résultat d'un large débat entre les différentes catégories du Conseil ainsi que des auditions organisées avec les acteurs concernés. Il s'est également appuyé sur une consultation lancée via la plateforme de participation citoyenne du CESE « Ouchariko ». A ce titre, les répondants ont mis l'accent sur le degré de propagation des fausses informations et sur l'importance de mettre à disposition une information avérée.

La propagation *des fake news* est un phénomène ancien qui s'est amplifié avec l'introduction et la démocratisation des nouveaux outils d'information et de communication. Selon une étude menée par *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) en 2018, les fausses informations circuleraient six fois plus vite que les vraies.

La diffusion intentionnelle de fausses informations est devenue un outil largement utilisé pour réaliser des profits, influencer les comportements ou nuire aux organisations, voire même aux Etats, portant ainsi atteinte à l'ordre public et au bon fonctionnement des marchés.

La circulation de ces fausses informations est favorisée par l'accès limité à une information officielle et avérée d'autant plus que le citoyen est très peu outillé pour vérifier l'authenticité du flot d'information circulant dans les divers supports médiatiques. De plus, l'intervention parfois malveillante de certains « influenceurs » vient accroître le niveau de visibilité des *fake news*.

Au Maroc, un certain nombre de dysfonctionnement et de fragilités favorisent la propagation des fausses informations, notamment :

- Le manque de diffusion systématique et/ou de mise à jour des données officielles de certaines administrations bien que les dispositions de la loi n° 31-13 relative au droit d'accès à l'information le stipulent expressément ;
- L'insuffisance des ressources humaines et matérielles à même de permettre aux différents canaux médiatiques publics de lutter efficacement contre la propagation des *fake news* ;
- Un manque patent de plateformes de « fact-checking » performantes et capables d'assurer une meilleure vérification des faits, à l'exception de quelques initiatives isolées.

Conscient du caractère complexe et multidimensionnel de la problématique des fausses informations et de la désinformation, le CESE prône une vision basée sur l'adoption d'outils et d'approches susceptibles de garantir l'accès des citoyens à des informations avérées, tout en mettant à leur disposition les moyens d'identifier des *fake news* en vue d'en limiter la propagation.

À cet égard, il est recommandé de mettre en œuvre les principales mesures suivantes :

- Assurer l'effectivité du **droit d'accès à l'information publique**, notamment en rendant obligatoire la diffusion, sur le site de l'administration concernée, de tous les documents officiels publics dans les 24 heures suivant leur adoption ;
- S'assurer de **la véracité des informations** en :

- ✓ mettant en place une plateforme numérique publique de « fact-checking » des informations officielles du Maroc, en veillant à capitaliser sur les initiatives lancées par certaines institutions (MAP, HACA, *etc.*) ;
  - ✓ subventionnant les sites de « fact-checking » à travers des fonds indépendants, de type service universel, pour assurer leur bon fonctionnement, tout en garantissant leur impartialité et leur crédibilité ;
  - ✓ créant un système de labélisation pour les sites de « fact-checking » qui s'inspire du "*label ethiq@*" mis en place pour les entreprises œuvrant dans le domaine du commerce électronique ;
  - ✓ appuyant les initiatives visant la détection et le partage des fausses informations entre les professionnels des médias dans l'optique de minimiser au possible leur diffusion au large public.
- **Renforcer les capacités des usagers et des professionnels** en matière de détection de fake news en :
- ✓ alertant régulièrement (département de la communication, HACA, *etc.*) la population via les différents supports médiatiques quant aux dangers des fausses informations avec un ciblage spécifique de chaque groupe ou catégorie (enfants, adolescents, seniors, analphabètes, *etc.*) ;
  - ✓ renforçant les programmes d'éducation aux médias et développant le sens critique chez les usagers depuis le plus jeune âge ;
  - ✓ sensibilisant les producteurs d'information, professionnels et non-professionnels (blogueurs, influenceurs, *etc.*), sur leur rôle et leurs responsabilités en matière de lutte contre les *fake news*, notamment à travers des actions pointues de formation continue.
- **Encourager la recherche scientifique et la coopération internationale en :**
- ✓ mettant en place, en partenariat entre l'Etat, les professionnels et les universités, des programmes de recherche et de développement d'outils de veille et de lutte contre la propagation des *fake news* ;
  - ✓ s'impliquant davantage dans la dynamique internationale de veille et de lutte contre les *fake news* pour être en phase avec les dernières évolutions technologiques en la matière.

## Introduction

Avant la révolution numérique, le pouvoir d'informer le grand public était exclusivement entre les mains de ceux qui disposaient des moyens et capacités juridiques tels que les grands groupes de médias ou les États. Les coûts étaient trop élevés et la barrière à l'entrée, qu'elle soit financière, juridique ou technologique, était totalement infranchissable pour tout un chacun. Cela a progressivement changé grâce aux technologies actuelles qui permettent à tout individu d'accéder à la même audience que les plus puissants en publiant sur internet toutes les informations via les différentes formes de médias proposées (*web, blog, réseaux sociaux*). Cette publication peut être effectuée de manière totalement anonyme.

La production massive de données atteint des chiffres astronomiques : environ 2,5 quintillions ( $10^{30}$ ) d'octets sont créés chaque jour<sup>4</sup>. Dans ce flux colossal, nombre de données sont créées par les utilisateurs à titre personnel : photos, vidéos, enregistrements sonores, documents de travail ou de loisir, *etc.* Les producteurs professionnels de l'information profitent également de ces moyens pour diffuser au plus grand nombre et à moindre frais : médias, journaux, scientifiques, gouvernements, associations, *etc.*

Les réseaux sociaux ont radicalement changé le comportement du public vis-à-vis l'information. En effet, les points de vue, avis, commentaires que chacun peut publier dans un cadre restreint, sont, la plupart du temps, visibles par tous les internautes et peuvent donc se propager à l'ensemble des personnes connectées. Les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement poussent leurs utilisateurs à suivre en temps réel l'évolution des informations et à y réagir. Selon l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT), au Maroc, plus de 99% des internautes entre 12 et 39 ans participent aux réseaux sociaux, dont 73% pour plus d'une heure par jour<sup>5</sup>.

Dans cette énorme masse d'informations générées chaque jour, certaines sont incorrectes ou inexactes, voire totalement fausses (*fake news*), mais toutes peuvent circuler de la même manière, indépendamment de leur source. Si un certain nombre d'entre elles comportent une part « naturelle » d'erreurs, d'autres sont produites et diffusées de manière volontaire à des fins malveillantes en vue d'induire le public en erreur (infox).

Ces infox peuvent entraîner des répercussions économiques<sup>6</sup> ou sociales de grande ampleur. La propagation volontaire de fausses informations est ainsi devenue une arme largement utilisée pour nuire aux États ou influencer le comportement des citoyens.

La prévention, la détection et le traitement des fausses informations sont donc devenus des enjeux stratégiques majeurs pour les États et la protection des populations.

Cet avis rappelle tout d'abord la nature et l'ampleur du phénomène des *fake news* ainsi que son impact sur la société<sup>7</sup>. Il examine ensuite les voies fréquemment utilisées dans le monde pour limiter les effets négatifs de ce phénomène et propose des recommandations adaptées au contexte marocain.

---

<sup>4</sup>Social Media Today, 2018.

<sup>5</sup>ANRT : Enquête de collecte des indicateurs TIC au titre de l'année 2020.

<sup>6</sup> L'étude "The Economic Cost of Bad Actors on the Internet : Fake News in 2019" de CHEQ estime que les pertes causées à l'économie mondiale par les *fake news* coûtent au moins 78 milliards de dollars par an.

<sup>7</sup> Les fausses informations sont celles qui sont diffusées de manière volontairement malveillante en vue d'induire en erreur le public.

## 2 La propagation des « fausses informations » : un phénomène d'ampleur mondiale

### 2.1 Un phénomène ancien propulsé par les nouveaux outils de communication

#### Les « fausses informations » ont toujours existé ...

De tout temps, les outils de communication ont été des instruments de pouvoir et d'influence. La tentation de manipuler l'information, de la sélectionner, ou d'en biaiser la signification pour façonner l'opinion publique est ancienne.

L'histoire regorge d'exemples de diffusion de fausses informations à diverses fins dont on peut citer la recommandation du stratège militaire chinois Sun Tzu, il y a 2500 ans, de recourir aux fausses informations afin de tromper l'ennemi et de choisir un bon dosage entre mensonge et vérité pour accroître la crédibilité de ces « *fake news* »<sup>8</sup>. Un proverbe médiéval relatif à la diffusion d'information volontairement fausses, cité par Francis Bacon (1561-1626), disait : « calomniez audacieusement, il en restera toujours quelque chose »<sup>9</sup>.

#### ... les technologies de l'information ont favorisé la propagation des fausses informations

Avec l'avènement des outils de communication numériques, les sources d'information se sont multipliées. En effet, depuis le milieu des années 1990, divers sites d'information ont commencé à fleurir, y compris des sites d'information personnels. Ainsi le début des années 2000 a vu l'émergence des *blogs*. Il s'agit de sites d'individus qui tiennent des « journaux individuels » et permettent à leurs lecteurs d'intervenir et de réagir en commentant les informations diffusées. Cette interaction avec les lecteurs est un ingrédient clé du succès des *blogs*. En effet, la diffusion de l'information n'est plus unidirectionnelle, comme dans le cas des médias classiques, elle devient multidirectionnelle, chacun étant libre de participer à la discussion. Les opinions peuvent alors être exprimées en toute liberté.

Vers 2007-2008, la naissance des entreprises de communication et d'échange numériques, que l'on désigne par « réseaux sociaux » a amplifié à l'infini ces interactions. Elles vont changer le paysage médiatique de façon radicale, d'autant que l'apparition et le succès des smartphones démultiplient leur accessibilité et consolide leur impact mondial : en 2020, 98,3% des utilisateurs marocains de Facebook y accèdent via un smartphone<sup>10</sup>. Les informations peuvent ainsi circuler quasi instantanément dans des groupes fermés ou de manière ouverte. Une part importante de la population mondiale peut accéder facilement, en continu, sur son terminal individuel, à tout ce flux d'informations. Cela a engendré un besoin généralisé d'être connecté en temps réel<sup>11</sup>, ce qui a largement contribué au succès des réseaux sociaux et des entreprises qui les contrôlent. Celles-ci ont à leur tour cherché à favoriser ces comportements addictifs, qui constituent désormais une source de profits très importants.

---

<sup>8</sup> <https://theconversation.com/les-fausses-nouvelles-une-histoire-vieille-de-2-500-ans-101715>

<sup>9</sup> Citation rapportée en latin "*Audacter calumniare, semper aliquid hæret*", livre « the advancement of learning », Francis Bacon, 1605.

<sup>10</sup> Data Reportal digital 2021, Morocco.

<sup>11</sup> La circulation rapide de l'information conduit au phénomène de FOMO (Fear Of Missing Out) : la « peur de passer à côté ».

En outre, ces espaces de discussion et de débat ont été encouragés par l’anonymat. Dès lors, contrairement aux médias classiques qui sont tenus à la fois par une éthique professionnelle et des lois, les sources d’information dans l’environnement numérique jouissent d’un sentiment d’impunité et de masquage de leurs interventions qui leur permet de transgresser toutes les règles sans conséquences. Plus que jamais, la vérification de la qualité de ces informations est indispensable, mais demeure difficile dans l’environnement numérique. Cette difficulté va s’accroître à l’avenir avec le développement des techniques de manipulation de sons, d’images et de vidéos (*deep fake*) basées sur l’intelligence artificielle qui permettent de réaliser des documents audio-visuels ayant toutes les caractéristiques d’un document authentique sans en être un.

Un sondage, réalisé par IPSOS en 2019 dans 25 pays, a révélé que près de 9 personnes sur 10 admettent avoir déjà cru au moins une fois à une fausse information (ou infox). Selon ce même sondage, les trois-quarts (77 %) des utilisateurs de Facebook interrogés disent y avoir vu circuler des informations totalement ou partiellement fausses. En France, et selon un sondage Odoxa Dentsu-Consulting pour Franceinfo et Le Figaro, environ un tiers des français reconnaissent avoir déjà relayé des « *fake news* »<sup>12</sup>.

#### Résultats de la consultation « ouchariko.ma »

Les résultats de la consultation via la plateforme de participation citoyenne du CESE « Ouchariko » font ressortir que 93% des répondants reçoivent souvent des informations qui semblent non fiables. Ils sont 51% à avoir transmis des informations qu’ils soupçonnent à leurs contacts (dans la majorité des cas sans en être conscients).

Pendant la crise sanitaire, il a été constaté une croissance importante des fausses informations (20 à 25 « *fausses informations* » par jour) sur les réseaux sociaux<sup>13</sup>. Il s’agit de textes erronés et d’enregistrements audio/vidéos/photos montés de toutes pièces et circulant sur les réseaux sociaux, les plateformes vidéo et les applications de messagerie instantanée. Il s’agit également de faux communiqués officiels et de fausses informations médicales. Ainsi, comme pour la plupart des autres pays, le Maroc a subi son « infodémie »<sup>14</sup> qui est la vague de désinformation ayant accompagné la pandémie Covid-19.

#### Statistiques sur les affaires de justice relatives aux *fausses informations*

Le nombre de dossiers enregistrés auprès des tribunaux liés à la diffusion de fausses informations durant la période allant de 2019 à fin août 2022 a atteint un total de 226 dossiers, répartis comme suit :

Nature des <i>fake news</i> diffusées de mauvaise foi (*)	Nombre des affaires jugées
---	----------------------------

<sup>12</sup> [https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/fake-news-30-des-francais-reconnaissent-avoir-deja-relaye-des-inox\\_3169867.html](https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/fake-news-30-des-francais-reconnaissent-avoir-deja-relaye-des-inox_3169867.html)

<sup>13</sup> Audition de la direction générale de la sûreté nationale, juin 2022

<sup>14</sup> <https://www.who.int/fr/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>



Atteinte à l'ordre public ou suscitation de la frayeur parmi la population	175
Impact sur la discipline ou le moral des armées	9
Incitation directe à la haine ou à la discrimination	42
Total	226

(\*) Publication, diffusion ou transmission, de mauvaise foi, d'une nouvelle fausse, des allégations, des faits inexacts, des pièces fabriquées ou falsifiées attribuées à des tiers et ce, quel que soit le moyen utilisé, notamment par discours, cris ou menaces proférés dans les lieux ou réunions publics, par des écrits, des imprimés vendus, distribués, mis en vente ou exposés dans les lieux ou réunions publics, par des placards ou affiches exposés aux regards du public, ou par les différents moyens d'information audiovisuelle ou électronique et tout autre moyen utilisant à cet effet un support électronique

Source : réponse écrite de la présidence du ministère public

## 2.2 Les fake news : une pratique qui va à l'encontre des valeurs et des principes de la science

### La diffusion volontaire de fausses informations va à l'encontre des valeurs qui fondent la structure même de la vie en société

La qualité de l'information est l'un des fondamentaux du système de valeurs et d'éthique sur lesquels se tissent les relations de confiance au sein de la société. En effet, l'expérience humaine, dans sa dimension spirituelle, regorge d'enseignements, de traditions et de pratiques bien établis qui soulignent l'importance de la vérification de la véracité et de l'authenticité de l'information et de faire preuve de vigilance quant à son mode de transmission, afin d'éviter tout mensonge ou falsification. Telle est la démarche appliquée en matière d'analyse de fiabilité de la chaîne de transmission des hadiths (science islamique al-Jarh wa-l-ta'dil).

### ... les fake news font souvent fi des connaissances établies et des exigences de la démarche scientifique

L'échange et le débat selon l'approche scientifique admet et favorise l'existence de thèses et d'antithèses où chaque partie s'appuie sur les preuves et les arguments afin de convaincre la partie adverse. Les vérités les mieux établies peuvent ainsi évoluer avec la progression de la recherche et des outils d'investigation.

La logique scientifique s'appuie sur des méthodologies claires et objectives dans l'observation, l'analyse, la démonstration et l'expérimentation avant d'établir des résultats. A l'inverse, la logique des fake news mélange les registres (science/religion/politique/éthique) et n'interpelle pas à raison. Elle joue sur le registre émotionnel pour faire réagir. L'objectif recherché n'est pas de prouver ou améliorer la qualité des informations scientifiques ou officielles mais de semer le doute ou de créer des polémiques concernant ces informations.

En 2020, la propagation de la Covid-19 a constitué une réalité complexe et difficilement explicable pour une bonne partie de la population. Au Maroc, selon un sondage réalisé par le site de presse électronique « Hesperess » ayant impliqué 121.687 personnes, environ 30% des

sondés étaient convaincus que la propagation du Coronavirus à travers le monde était due à un complot<sup>15</sup>.

Des explications alternatives à des réalités scientifiques trouvent des échos dans tous les pays. C'est ainsi qu'environ un Français sur dix croit possible que la terre soit plate<sup>16</sup>. Aux États-Unis, un sondage a montré qu'environ 16% de la population a des doutes sur le fait que la terre soit sphérique, cette proportion monte à 34% des Américains chez les 18-24 ans<sup>17</sup>. Ces explications deviennent d'autant plus facilement des vérités lorsqu'elles sont partagées par de nombreuses personnes comme c'est le cas au niveau des réseaux sociaux.

### 2.3 L'orientation des choix des utilisateurs vers des contenus négatifs et le défi posé par les réseaux sociaux fermés

#### La quête du profit à travers la publicité

Les plateformes des réseaux sociaux ont développé un modèle économique largement basé sur la publicité en ligne. L'objectif des plateformes est d'attirer le maximum d'utilisateurs en leur donnant des espaces d'information et d'interaction dynamiques qui les incitent à se connecter le plus souvent possible. Les plateformes ne créant généralement pas les informations, elles mettent en avant leurs utilisateurs, professionnels ou non, à même de créer le « *buzz* »<sup>18</sup>. La plupart de ces plateformes ont mis en place un système de rémunération pour les utilisateurs, qui attirent le plus nombre de vues sur leurs informations.

L'intérêt des plateformes devient celui des utilisateurs actifs qui génèrent des vues par du contenu propre ou repris. Dans une mécanique vertueuse, cette méthode permet de rémunérer les artistes ou les médias qui attirent un nombre important de visiteurs. Toutefois, certains utilisateurs, en cherchant à attirer les visiteurs à tout prix, mettent en avant des informations fausses. Les réactions émotionnelles sont favorisées, au détriment de la raison et de la réflexion critique .

#### Les algorithmes numériques pour orienter les choix des utilisateurs ...

Pour augmenter leurs revenus, les plateformes ont développé des algorithmes spécifiques qui cherchent à rendre addictifs les utilisateurs et à augmenter ainsi leur engagement et le temps qu'ils y passent en leur proposant des contenus en phase avec leurs convictions. Cette approche conforte les utilisateurs dans leurs convictions et leur donne l'illusion que leur vision du monde est partagée par le plus grand nombre (biais de la confirmation).

L'utilisation des algorithmes a, en effet, un réel impact sur la consommation de contenu par les utilisateurs. A titre d'exemple, sur YouTube, 70% des vidéos sont visionnées grâce aux recommandations des algorithmes d'intelligence artificielle (IA)<sup>19</sup>. Facebook utilise également l'IA pour proposer un fil d'actualité personnalisé pour chaque utilisateur.

---

<sup>15</sup> <https://www.hespress.com/poll>

<sup>16</sup> Etude IFOP réalisée en décembre 2017 auprès d'un échantillon représentatif de la population française adulte.

<sup>17</sup> <https://www.livescience.com/62220-millennials-flat-earth-belief.html>

<sup>18</sup> Le *buzz* désigne une rumeur créée pour se propager rapidement, plus particulièrement via Internet et les réseaux sociaux, un message avec un retentissement médiatique important dans le but d'en faire parler le plus possible.

<sup>19</sup> <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-ces-2018-neal-mohan/>

### ... paradoxalement, les contenus négatifs sont mis en avant ...

L'utilisation de ces algorithmes favorise les expressions négatives : par exemple, Facebook favoriserait dans son algorithme la réaction de colère qui a cinq fois plus de chance d'atteindre un public plus large qu'un simple *like*<sup>20</sup>. Dans une étude sur Twitter, les chercheurs ont découvert que plus un tweet comporte des émotions négatives et des mots d'indignation, plus il a de chance d'être retweeté ou liké<sup>21</sup>.

C'est ainsi que certaines plateformes ont mis en place des procédures de modération de contenu de leurs systèmes pour éviter les dérapages qui peuvent nuire à leur image ou, depuis quelques années, pour contrer certains contenus en lien avec le terrorisme ; mais cela reste insuffisant au regard de la quantité d'information douteuse qui circule sur leurs réseaux. Chez Facebook, par exemple, 15.000 modérateurs<sup>22</sup> ont la charge de ce contrôle pour plus d'un milliard d'utilisateurs actifs quotidiennement ; on mesure aisément l'immensité et la complexité de leur travail.

### Le défi posé par les réseaux sociaux fermés « *dark social* »

Dans le cas des moyens de communication fermés (WhatsApp, Telegram), il est difficile de vérifier les informations, car contrairement à d'autres médias sociaux visibles de tous, les discussions véhiculées par ces moyens de communication sont privées, ce qui ne les empêche pas d'être tout aussi virales. Certains chercheurs appellent ces moyens de communication « *dark social* » pour souligner leur caractère opaque et la difficulté de les modérer.

Selon le rapport "*The Light and Dark Side of mobile sharing*" élaboré en 2016, 84% des partages se font sur les médias sociaux fermés<sup>23</sup>. Les Marocains s'inscrivent parfaitement dans cette tendance puisque 88% de ceux qui ont internet utilisent WhatsApp<sup>24</sup>.

#### **Exemple de collaboration : Telegram et le gouvernement indien**

Telegram a récemment collaboré avec le gouvernement indien pour limiter la propagation des fausses informations. Plus spécifiquement, Telegram a collaboré avec le bureau d'information de la presse indien (*Press Information Bureau* ou PIB). Ils vérifient les chaînes ayant un nombre conséquent d'abonnés. PIB *Fact Check* est une chaîne Telegram qui a pour mission de lutter contre la désinformation. Parallèlement, MyGov, qui est la plateforme de participation citoyenne mise en place par le gouvernement indien, dispose d'une chaîne Telegram comptant plus d'un million d'abonnés pour le partage d'information avérée.

Le rôle de certains influenceurs dans la diffusion des *fake news* est amplifié par la « pensée passive » d'une grande partie des citoyens

L'environnement numérique a vu naître une catégorie particulière d'utilisateurs : les influenceurs qui, par leur notoriété, suscitent une véritable adhésion de leurs *followers*. Au vu

<sup>20</sup> <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/26/facebook-angry-emoji-algorithm/>

<sup>21</sup> <https://www.ladn.eu/media-mutants/reseaux-sociaux/tweet-viral-soyez-plus-negatif-indigne-possible/>

<sup>22</sup> <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/facebook-polemique-sur-les-rudes-conditions-de-travail-de-ses-moderateurs-de-contenus-994208>

<sup>23</sup> [https://www.mmaglobal.com/files/casestudies/radiumone\\_darksocial\\_us\\_1.pdf](https://www.mmaglobal.com/files/casestudies/radiumone_darksocial_us_1.pdf)

<sup>24</sup> We are Social, Digital 2022, Morocco (février 2022).

de leur poids réel sur les réseaux sociaux et le nombre de leurs *followers*, il est important de les responsabiliser, voire de les former.

### Responsabiliser les influenceurs

La Rabita mohammadia des oulémas a lancé un programme de formation pour des « masterful influencers » porteurs de messages de paix et de tolérance sur les réseaux sociaux pour contrer les discours radicaux. Ce programme, réalisé en collaboration avec des universités marocaines, a déjà formé ses premières promotions et est appelé à se développer de manière importante.

Une étude a montré que les *fake news* sur Twitter sont 6 (six) fois plus « virales » que les informations authentiques<sup>25</sup>. Une *fake news* a donc un avantage concurrentiel même si elle est portée par des minorités. Il est alors important de renforcer notre esprit analytique et critique pour renforcer notre « système immunitaire intellectuel ».

## 3 Les moyens disponibles pour combattre les *fake news*

### 3.1 La vérification des faits « *fact-checking* »

Le « *fact-checking* » consiste en la vérification de la véracité d'informations relayées, leur exactitude, leur cohérence et leur contexte. Il s'agit d'un outil indispensable pour combattre les *fake news*. La plupart des grandes agences de presse et des grands médias internationaux ont un service de *fact-checking* qui permet à tout internaute de vérifier le bien-fondé des informations diffusées sur la toile. Ces services sont la plupart du temps gratuits et totalement ouverts. Ils présentent l'information douteuse et, lorsque c'est possible, les éléments factuels qui la contredisent.

Au Maroc, parmi les initiatives nationales de *fact-checking*, on peut citer :

- Le travail continu de la DGSN à travers ses cellules de communication pour vérifier certaines informations publiées sur les réseaux sociaux et publier régulièrement des démentis notamment pour les *fake news* portant atteinte à la sécurité nationale ;
- Le service « SOS Fake-news » de la MAP qui permet aux abonnés de corriger instantanément à travers le réseau de la MAP une fausse donnée les concernant ;
- La rubrique « vrai ou *fake* » du site SNRT News ;
- Le projet de la HACA de base de données de vérification qui sera intégré à l'application « HacaBridges »<sup>26</sup> ;
- L'initiative associative « Tahaqaq » composée d'une équipe de volontaires active dans la vérification des faits<sup>27</sup> ; cette plateforme a cependant besoin d'un *business model* et essaie de nouer des partenariats nationaux et internationaux pour assurer sa pérennité.

<sup>25</sup><https://www.telerama.fr/medias/une-fake-news-se-repand-six-fois-plus-vite-quune-vraie-nouvelle,n5519714.php>

<sup>26</sup> Audition de la HACA, avril 2022.

<sup>27</sup> Audition M. Ghassan Benchiheb, avril 2022.

Selon les acteurs auditionnés par le CESE, à l'exception de ces initiatives susmentionnées, il n'existe pas, à ce jour, au Maroc, de plateformes établies de « *fact-checking* » qui soient d'envergure, et ce, contrairement à d'autres pays de la région, à l'instar de la Jordanie (voir encadré ci-après).

Les principales formes d'organisation des plateformes de *fact-checking* sont :

- 1) Un service à valeur ajoutée au niveau d'un média installé ;
- 2) Une organisation non gouvernementale ;
- 3) Une organisation des professionnels des médias ;
- 4) Une instance publique.

Un enjeu majeur pour ces plateformes est d'assurer leur indépendance ainsi que leur pérennité financière grâce à un *business model* viable qui ne se base ni sur le nombre de vues ni sur un sponsoring « intéressé » afin d'avoir de la crédibilité.

### 3.2 Agir au niveau des médias

Aujourd'hui, les informations se propagent très rapidement d'une source primaire à au moins un autre média, en moins de 3 heures selon certaines études<sup>28</sup>. L'auteur original disparaît et on assiste à une prolifération des articles « copier-coller »<sup>29</sup>. La quasi-totalité des médias est dans ce même mouvement de rapidité qui, souvent, privilégie le sensationnalisme et la contrainte d'être le premier pour avoir le maximum de visibilité.

Le dispositif d'aide publique a introduit l'exigence de respecter les règles relatives à la déontologie de la profession pour les entreprises de presse qui désirent bénéficier du soutien accordé à la presse écrite. Ainsi, le CNP qui a le pouvoir d'attribuer la carte de presse professionnelle et de la retirer en cas de manquement aux règles, veille au respect de cette déontologie, répond aux plaintes et peut même s'autosaisir dans certains cas (diffamation, *etc.*). Le CNP a aussi d'autres missions tels que stipulé dans la loi ayant créé cette institution.

Dans le secteur audiovisuel, la HACA soutient la lutte contre les *fake news* que conduisent les médias audio-visuels. Dans le cas particulier de la Covid-19, les acteurs de l'audiovisuel<sup>30</sup> ont redoublé d'efforts pour déconstruire les fausses informations, répondant ainsi à la recommandation de la HACA émise en avril 2020 sur la désinformation.

Par ailleurs, la HACA a réalisé un « guide de la lutte contre la désinformation : références, pratiques et outils » pour débusquer le faux du vrai et adopter les gestes barrières face aux « *fake news* » qui a été publié en juin 2022.

### 3.3 Éducation aux médias et à l'information et sensibilisation aux outils numériques

#### Faible présence des technologies d'information et de communication dans les curricula

---

<sup>28</sup> « L'information à tout prix », de Julia Cagé, Nicolas Hervé et Marie-Luce Viaud (Ina Editions, 2017).

<sup>29</sup> Même source : 64 % du contenu informatif en ligne (en France) est un « copier-coller » ou une version légèrement remaniée des dépêches de l'AFP.

<sup>30</sup> Au Maroc, les médias audio-visuels sont relativement peu nombreux, et sont soumis à des cahiers de charges prédéfinis.

Depuis la révision des curricula du cycle primaire à partir de 2018, un thème dédié aux technologies de l'information et de la communication est prévu au niveau de la cinquième année du primaire dans les cours des langues afin de sensibiliser au rôle des nouvelles technologies. De plus, certaines activités artistiques sont relatives à l'usage des technologies de l'information et de la communication. Étant donné l'importance de l'éducation aux médias et à l'information (EMI)<sup>31</sup> et l'exposition quotidienne des élèves aux moyens de communication et d'information, cette charge horaire est manifestement insuffisante. L'impact des outils digitaux sur les enfants est important au vu du temps qu'ils y consacrent (plus de 62% des enfants entre 5 et 11 ans qui ont accès à Internet y passent plus d'une heure par jour<sup>32</sup>) et des risques qu'ils encourent en absorbant un contenu qui peut être trompeur, voire nocif s'ils n'apprennent pas à y prendre garde.

### Expériences de Jeux en ligne pour « sensibiliser » à la détection des *fake news*

- Jeu mis en place par Cambridge University :
  - En 2018, des chercheurs de l'université Cambridge ont en place un jeu en ligne afin de lutter contre les *fake news* ;
  - Dans ce jeu en ligne, les joueurs prennent le rôle de producteurs de fausses nouvelles ;
  - Une étude menée auprès de 15 000 participants, montre que ce jeu augmente la «résistance psychologique» aux fausses nouvelles et a montré que la fiabilité perçue des fausses nouvelles avant de jouer au jeu avait diminué en moyenne de 21% après l'avoir terminé ;
  - Les joueurs attisent la colère et la peur en manipulant les nouvelles et les médias sociaux dans le cadre de la simulation.
- Fake It to Make It place le joueur dans le rôle du créateur de fausses nouvelles, essayant de gagner de l'argent auprès des annonceurs en créant un site, en copiant des actualités et en les republiant, en créant de faux comptes de médias sociaux et en suscitant l'intérêt en choisissant les utilisateurs.
- Factitious est un jeu destiné à aider les joueurs à apprendre à identifier les fausses nouvelles. Le jeu montre des articles de presse réels, sans révéler leur source de publication jusqu'à ce que le joueur clique pour le voir. Il demande aux joueurs d'identifier si l'article est réel ou faux.
- spotthetroll.org : le quiz où vous examinez des images de contenu réel de médias sociaux et décidez s'il provient d'un compte légitime ou d'un troll Internet.

### Les activités périscolaires constituent un moyen pour sensibiliser les apprenants

Les activités périscolaires permettent de sensibiliser les élèves aux enjeux de l'internet : à titre d'illustration, on peut citer la célébration de la Journée mondiale pour un Internet plus sûr (*Safer Internet Day*) qui a concerné des centaines de milliers d'élèves au Maroc. Le département en charge de l'éducation nationale a lancé en collaboration avec la Rabita Mohammadia des Oulémas et le PNUD (Programme des Nations unies pour le développement) un programme d'appui à la promotion de la tolérance, du civisme et de la citoyenneté en milieu scolaire et à la prévention des comportements à risques (APT2C - 2017) au niveau des clubs périscolaires. Les deux entités ont récemment lancé le programme « Iqtidar » afin de sensibiliser les jeunes aux dangers de l'extrémisme. Ces activités périscolaires sont certes essentielles, mais leur portée reste limitée du fait que seule une minorité d'élèves en profite.

<sup>31</sup> <https://fr.unesco.org/programme-ci/education-medias>

<sup>32</sup> ANRT : Enquête de collecte des indicateurs TIC auprès de ménages et des individus au titre de l'année 2021



## Peu de ressources humaines formées et disponibles

Pour développer l'esprit critique des apprenants et leur permettre de détecter plus facilement le faux dans la masse des informations à laquelle ils sont quotidiennement exposés, l'implication d'enseignants formés spécifiquement à cette fin est indispensable. Or, cette discipline scolaire ne fait pas encore partie explicitement des curricula actuels. Ce manque, soulevé aussi bien par les enseignants que par les parents d'élèves, doit être comblé le plus rapidement possible afin de permettre aux citoyens de gérer la masse d'informations à laquelle ils auront à faire face.

Il serait utile de profiter de la révision des programmes du collège/lycée<sup>33</sup> attendue prochainement pour y introduire l'éducation aux médias et à l'information et la sensibilisation aux *fake news* et les moyens de les contrer, en particulier à travers le développement de la curiosité, du débat contradictoire ou encore du raisonnement cartésien.

### Expériences internationales d'étude des *fake news*

#### Observatoire européen des médias numériques

- lancé en 2020 à Florence pour comprendre et analyser la désinformation
- Financé par l'Union européenne, il réunit notamment des chercheurs et des experts en éducation aux médias
- Création de 8 hubs en 2021 avec un financement de 11 millions d'euros pour lutter contre la désinformation et analyser son impact sur la société et la démocratie tant au niveau national qu'europpéen.

#### Initiative « first draft news »

- Coalition à but non lucratif lancée en 2015 par 9 acteurs dont Google et Meta pour lutter contre la désinformation sur les réseaux sociaux
- Fournir des conseils pratiques et éthiques sur la recherche, la vérification et la publication du contenu provenant des médias sociaux
- Depuis 2022, rattachée à Brown University

## 3.4 Démarche juridique et l'importance de la coopération à l'échelle internationale

Il existe un arsenal juridique permettant, dans une certaine mesure, d'agir contre les acteurs malveillants qui transmettent de fausses informations :

- Code de la presse (article 72) : « Est puni d'une amende de 20.000 à 200.000 dirhams quiconque a publié, diffusé ou transmis, de mauvaise foi, une nouvelle fausse, des allégations, des faits inexacts, des pièces fabriquées ou falsifiées attribuées à des tiers, lorsque ses actes auront troublé l'ordre public ou suscité la frayeur parmi la population et ce, quel que soit le moyen utilisé notamment par discours, cris ou menaces proférés dans les lieux ou réunions publics, par des écrits, des imprimés vendus, distribués, mis en vente ou exposés dans les lieux ou réunions publics, par des placards ou affiches exposés aux regards du public, ou par les différents moyens d'information audiovisuelle

<sup>33</sup> Audition du département de l'éducation nationale par le CESE, mai 2022.

ou électronique et tout autre moyen utilisant à cet effet un support électronique ». L'amende peut atteindre 500.000 dirhams en cas d'impact sur la discipline ou le moral des armées ou en cas de provocation directe aux crimes relatifs à l'homicide, d'apologie des crimes de guerre, des crimes contre l'humanité, des crimes de génocide ou des crimes de terrorisme et d'incitation directe à la haine ou à la discrimination<sup>34</sup> ;

- Code pénal (article 447/2) : en cas d'atteinte à la vie privée et de diffamation des personnes, le législateur a prévu des peines privatives de liberté assorties d'amendes « *Est puni d'un emprisonnement d'un an à trois ans et d'une amende de 2.000 à 20.000 dirhams quiconque procède, par tout moyen, y compris les systèmes informatiques, à la diffusion ou à la distribution de fausses allégations ou de faits mensongers en vue de porter atteinte à la vie privée des personnes ou de les diffamer* »<sup>35</sup> ;
- Loi relative aux listes électorales générales et aux procédures référendaires (article 99) : Dans le cas particulier des élections et référendums, le recours aux fausses nouvelles ou fausses rumeurs est passible d'une peine d'emprisonnement d'un mois à un an et d'une amende de 10.000 à 50.000 dirhams.

Les auteurs des *fake news*, de mauvaise foi, sont généralement poursuivis en justice en application de l'article 72 du code de la presse. Mais, selon les cas d'autres lois peuvent également s'appliquer comme l'article 447/2 du code pénal précité ou l'article 263 du même code (outrage à fonctionnaire public dans l'exercice de ses fonctions)<sup>36</sup>.

Eu égard des expériences internationales en la matière, il serait plus opportun de développer l'arsenal juridique encadrant les plateformes numériques qui sont de plus en plus puissantes grâce à leurs systèmes et algorithmes. Le *digital services act*, récemment adopté par l'Union Européenne, est un bon exemple qu'il conviendrait de s'en inspirer.

Pour faciliter la collaboration internationale, le Maroc fait partie des signataires de la Convention de Budapest relative à la cybercriminalité notamment son 2<sup>ème</sup> protocole additionnel relatif au renforcement de la coopération et de la divulgation de preuves électroniques. Cette convention permet, entre autres, à notre pays de recueillir des preuves électroniques au sujet des citoyens marocains auprès des fournisseurs de service étrangers.

La DGSN veille à l'application des lois nationales en vigueur relatives à la diffusion des fausses informations en menant les investigations cybernétiques nécessaires en coordination et sous la supervision de la présidence du ministère public de façon continue. S'agissant de la coopération internationale, la DGSN collabore avec les autres pays conformément à la convention de Budapest afin de recueillir les preuves électroniques. La DGSN dispose également d'un partenariat avec les acteurs internationaux (Facebook et Instagram) portant sur la lutte de crimes électroniques (dont les *fake news* portant atteinte à la sécurité nationale).

Il y a lieu de prévoir des sanctions qui soient proportionnelles aux conséquences négatives de la diffusion des *fakes news*, du préjudice moral causé et par l'étendue et la vitesse de propagation de la diffusion<sup>37</sup>. Il est également primordial de responsabiliser les personnes exerçant une grande influence sur les réseaux sociaux (influenceurs entre autres) suivies par un nombre conséquent d'utilisateurs.

---

<sup>34</sup> Code de la presse, article 72

<sup>35</sup> La loi 103-13 qui a modifié l'article 447/2 du code pénal

<sup>36</sup> Source : exemples des affaires de justice relatives aux fausses information. Réponse écrite de la présidence du ministère public

<sup>37</sup> Recommandation issue du rapport Bronner « les lumières à l'ère du numérique », janvier 2022.



## 4 Les leviers pour la mise à disposition d'une information avérée : adoption de l'*open data*, renforcement des médias nationaux et collaboration avec les plateformes numériques internationales

### 4.1 Adopter l'*open data* pour lutter contre les *fake news* : une nécessité pour une administration transparente

Malgré que plusieurs années se sont écoulées depuis l'adoption de la loi relative au droit de l'accès à l'information (loi 31-13), on note toujours un grand manque de la publication des informations officielles, avérées et disponibles de manière spontanée à destination du public. A quelques exceptions près, la mise à jour des sites administratifs n'est pas toujours systématique et l'accès à l'information est généralement complexe.

#### **Résultats de la consultation citoyenne « ouchariko.ma »**

37% des répondants considèrent qu'il est difficile de trouver l'information officielle et avérée ; pour 33% d'entre eux, ces informations sont incomplètes et non mises à jour.

Une prise de conscience de l'aspect stratégique fondamental de l'occupation du terrain de l'information dans l'environnement numérique est indispensable. Cela permettra d'éviter les impacts négatifs pouvant être extrêmement dommageables d'un point de vue économique, social ou politique. Une approche proactive est absolument nécessaire pour protéger notre pays et nos citoyens des fausses informations, en particulier quand celles-ci ciblent les fondements de stabilité ou de confiance et lorsqu'elles touchent à la vie privée de certaines catégories.

Dans ce sens, des informations pertinentes et avérées mises à la disposition des citoyens en temps et en heure par des instances officielles identifiées peuvent créer le réflexe de s'y référer à chaque fois qu'il est nécessaire de s'assurer qu'une information est correcte et que le contexte de sa diffusion l'est également.

### 4.2 Des médias crédibles et forts face aux *fake news*

La disponibilité d'entreprises média suffisamment puissantes est un atout important pour faire face aux *fake news*.

En effet, la présence sur le terrain médiatique d'acteurs crédibles de référence est une arme majeure contre les fausses informations. Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'à l'international, la décrédibilisation des grands médias est le combat favori des diffuseurs de « *fake news* », l'objectif étant d'amener les utilisateurs des réseaux à douter de tout. Ils s'orientent alors vers des explications totalement ou partiellement fausses avec une approche simpliste pour être facilement assimilables par un plus grand nombre, et ce, face à des problèmes complexes, y les questions scientifiques qui font l'objet d'un large consensus.

#### 4.3 Les efforts déployés par les plateformes digitales demeurent insuffisants : besoin de contextualisation

Les plateformes internationales arrivent à bénéficier d'une forte concentration capitaliste et de grandes économies d'échelle par le recours à l'automatisation et à l'intelligence artificielle. Ce mode de fonctionnement présente plusieurs failles exploitées par des acteurs malveillants<sup>38</sup>, notamment à cause d'une généralisation inadaptée aux cultures et aux perceptions locales. Aux côtés des algorithmes, les plateformes ont recours, dans une moindre mesure, aux modérateurs humains. Pour s'adapter à la culture de chaque pays, il faudrait que ces modérateurs soient des nationaux en immersion dans l'environnement où ils doivent travailler.

Les plateformes digitales globales se sont inscrites dans plusieurs initiatives visant la lutte contre la désinformation. A titre d'illustration, sous l'égide de la Commission Européenne, les plateformes (notamment Meta, Google, Twitter, TikTok et Microsoft), des entreprises technologiques et des représentants de la société civile ont signé un code de bonne conduite. Ce dernier renforce la lutte contre la désinformation, en assèche les sources de financement et étend le champ d'application aux nouveaux types de comportement manipulateur (*deep fake*, *bot*, faux comptes). Ce code vise aussi à développer la vérification des faits « *fact-checking* ».

#### ***Digital Services act - DSA***

Le règlement européen sur les services numériques (DSA), publié en octobre 2022, vise à responsabiliser les plateformes. Il entrera en vigueur dès 2023 pour les grandes plateformes en ligne et les grands moteurs de recherche. Le DSA met en pratique le principe selon lequel tout ce qui est illégal hors ligne est illégal en ligne. Parmi les objectifs du DSA figure l'atténuation de la manipulation de l'information ou la désinformation. En cas de non-respect du DSA, la Commission Européenne peut infliger des amendes aux grandes plateformes pouvant atteindre 6% de leur chiffre d'affaires mondial.

## 5 Recommandations pour lutter contre la désinformation et mettre à disposition des citoyens une information avérée

Partant de ce diagnostic, il en ressort que la problématique des *fake news* et de la désinformation est complexe et qu'il n'existe pas de solutions simples. Il n'est donc pas possible d'éradiquer ce phénomène par des mesures drastiques seulement. Mais, il est important de renforcer les bonnes pratiques permettant d'atténuer les effets des fakes news et de renforcer les capacités des citoyens en termes d'esprit critique à l'égard des informations qui circulent.

Le CESE appelle à adopter une vision de lutte contre la désinformation et de mise à disposition d'une information avérée reposant sur les trois axes suivants :

- Axe 1 : Des citoyens sensibilisés et conscients de leur responsabilité en matière d'accès et de partage de l'information;
- Axe 2 : Une vérification des informations (« *fact-checking* ») développée et facilitée au profit des utilisateurs des réseaux ;
- Axe 3 : les producteurs d'une information fiable, accessible et à jour.

<sup>38</sup> Audition de M. Bronner par le CESE, mars 2022.

### **Axe 1 : Au niveau des citoyen(ne)s**

- Alerter régulièrement (département de la communication, HACA, *etc.*) la population via les différents supports médiatiques quant aux dangers des fausses informations avec un ciblage spécifique de chaque groupe ou catégorie (enfants, adolescents, seniors, analphabètes, *etc.*)
- Développer le sens critique depuis le plus jeune âge:
  - A la maison, les parents et les frères/sœurs aînés doivent guider les premiers pas des plus jeunes dans l'univers numérique ;
  - A l'école, prévoir une formation spécifique à la lecture des médias intégrée aux matières scolaires en mettant l'accent sur le raisonnement et la recherche des sources d'information ;
  - Développer au sein des clubs scolaires un intérêt pour la vérification de l'information et le croisement des sources.

### **Axe 2 : Au niveau de la vérification des informations « *fact-checking* »**

- Mettre en place une plateforme numérique publique de « *fact-checking* » des informations officielles du Maroc, en veillant à capitaliser sur les initiatives lancées par certaines institutions (MAP, HACA, *etc.*) ;
- Créer un système de labélisation pour les sites de « *fact-checking* » qui s'inspire du "*label e-thiq@*" mis en place pour les entreprises œuvrant dans le domaine du commerce électronique ;
- subventionnant les sites de « *fact-checking* » à travers des fonds indépendants, de type service universel, pour assurer leur bon fonctionnement, tout en garantissant leur impartialité et leur crédibilité ;
- s'impliquer davantage dans la dynamique internationale de veille et de lutte contre les *fake news* pour être en phase avec les dernières évolutions technologiques en la matière.
- mettre en place, en partenariat entre l'Etat, les professionnels et les universités, des programmes de recherche et de développement d'outils de veille et de lutte contre la propagation des *fake news* .

### **Axe 3 : Au niveau des producteurs de l'information**

- Programmer une série de formations au niveau des médias professionnels pour suivre l'évolution des technologies et des techniques ;

- Mettre en place une plateforme numérique publique de « fact-checking » des informations officielles du Maroc, en veillant à capitaliser sur les initiatives lancées par certaines institutions (MAP, HACA, *etc.*) ;
- Veiller à ce que les sites officiels, au niveau des autorités publiques, soient des sites de référence fiables répondant aux attentes du public averti en matière du numérique. Pour ce faire, il convient de :
  - Rendre obligatoire la diffusion, sur le site de l’administration concernée, de tous les documents officiels publics dans les 24 heures suivant leur adoption ; ;
  - Mettre en place des procédures réactives pour répondre dans les 24 heures aux demandes de confirmation/infirmation d’informations. désigner une institution en charge de « la mission open data »<sup>39</sup> afin de :
    - Définir les jeux des données (*data set*) à forte utilité socio-économique à diffuser auprès du public ;
    - Identifier quelques institutions qui seront les pionnières de cette politique d’ouverture et qui seront un exemple à suivre pour toute l’administration;
    - Désigner au sein de chaque administration un responsable de « l’ouverture des données ».
- Au niveau des producteurs d’information non professionnels :
  - sensibiliser les producteurs d’information, professionnels et non-professionnels (blogueurs, influenceurs, *etc.*), sur leur rôle et leurs responsabilités en matière de lutte contre les fake news, notamment à travers des actions pointues de formation continue.

---

<sup>39</sup> Avis du CESE « Open Data : la libération des données publiques au service de la croissance et de la connaissance », 2013.

## ANNEXES

Annexe 1 : liste des membres de la Commission permanente chargée de la société du savoir et de l'information

<b>Président de la Commission et Rapporteur de la thématique</b>	Mounir Alaoui Amine
<b>Membres</b>	Abaddi Ahmed Adnane Abdelaziz Ayouch Nabil Hikmet Bahanniss Ahmed Benhamza Mustafa Benjelloun Tahar Benkaddour Mohammed Benwakrim Latifa Berbich Laila Bouzaachane Ali Deguig Abdallah Sasson Albert Hansali Lahcen Hatchuel Armand Iouy Abdelaziz Khrafa Mustaphae Bensalah Chaqroun Meriem Sefrioui Saâd Wakrim Mohamed Zoubeir Hajbouha Benjelloun Othman Ilali Idriss El Moatassim Jamaa

<b>Expert permanent du Conseil</b>	Charar Mohamed Amine
<b>Experts permanents chargés de la traduction</b>	Gaiz Adel Lassaoui Brahim

## Annexe 2 : liste des institutions et acteurs auditionnés

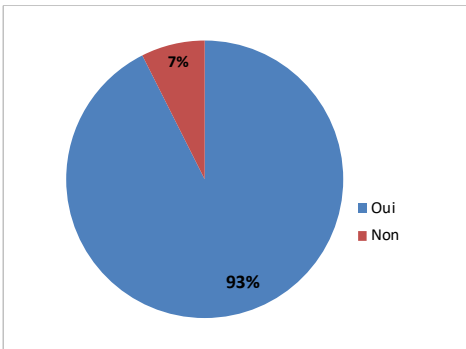
Type	Structure auditionnée	Personnalités
Départements gouvernementaux	Ministère de jeunesse, de la culture et de la communication	M. Mohammed Mehdi Bensaid, ministre
	Ministère de l'éducation nationale, du préscolaire et des sports	M. Fouad Chafiqi, Directeur des Curricula et inspecteur général des affaires pédagogiques
	Ministère de la justice	M. Mohamed Amine Jardani, magistrat à la direction des affaires pénales et des grâces.
	Ministère de l'intérieur - Direction générale de la Sûreté nationale	Mme Leila Zouine, responsable à la Direction de la Police Judiciaire M. Rida Chbough, responsable de communication
Établissements nationaux et publics	Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle	Mme Narjis Rerhaye, membre
	Conseil national de la presse	M. Younes M'jahed, président
	La Rabita des Oulémas du Maroc"	M. Ahmed Abbadi, secrétaire général
Experts, chercheurs et spécialistes	M. Gérald Bronner, Professeur de sociologie à l'Université Paris-Diderot, membre de l'Académie des technologies et membre de l'Académie nationale de médecine (France)	
	M. Driss Ksikes, Professeur à HEM (hautes études de management), Directeur d'Economia centre de recherche de HEM	
	M. Marouane Harmache, Directeur associé du cabinet Consultor	
	M. Ghassan Benchiheb, Fondateur de Tahaqaq, Directeur de Social Plus	
	M. Amine Raghieb, Fondateur du blog Almohtarif, Directeur de Raghieb IT	

## Annexe 3 : Résultats de la consultation citoyenne lancée à travers la plateforme « ouchariko » sur les fausses informations

Dans le cadre de l'élaboration du présent avis sur les fausses informations, le CESE a sollicité, du 6 mai 2022 au 9 juillet 2022, la contribution des citoyen(e)s à travers sa plateforme « ouchariko.ma ». Le nombre d'interactions sur le sujet est de 75372 dont 626 répondants au sondage.

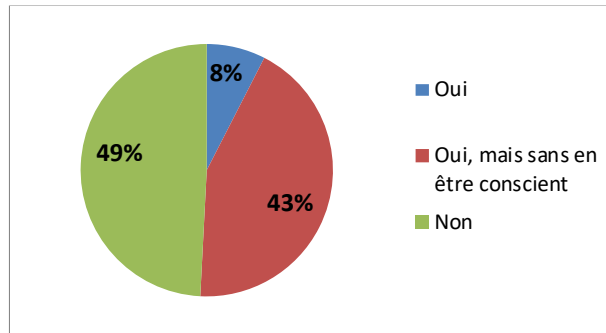
**Graphique 1 :**

**Réception des informations fiables**



**Graphique 2 :**

**Partage des informations douteuses**

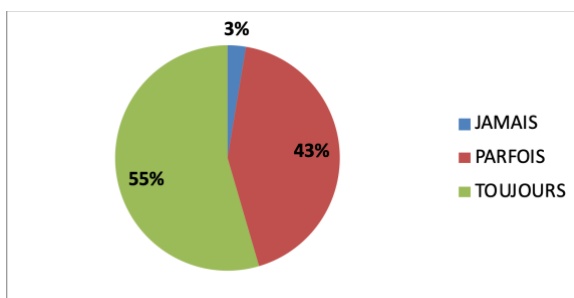


Par rapport à la réception des informations non fiables, les résultats du sondage laissent indiquer que près de **93% des répondants reçoivent des informations qui semblent non fiables**, tandis que seuls 7% déclarent ne pas recevoir d'informations non fiables.

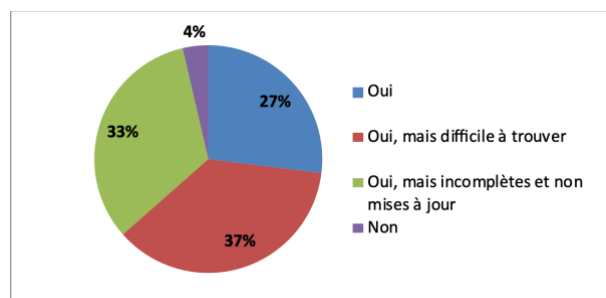
En ce qui concerne le **partage des informations**, 51% des participants au sondage reconnaissent avoir déjà transmis des informations qu'ils soupçonnaient à leurs contacts (en majorité 43% sans en être conscients). 49% déclarent ne pas transmettre des informations douteuses.

S'agissant de la **vérification de l'information**, 55% des participants au sondage vérifient toujours les informations avant de les transférer. 43% d'entre eux vérifient parfois les informations avant de les transférer. Seuls 3% ne vérifient jamais les informations avant de les transférer.

**Graphique 3 :**  
**Vérification de l'information avant transmission**



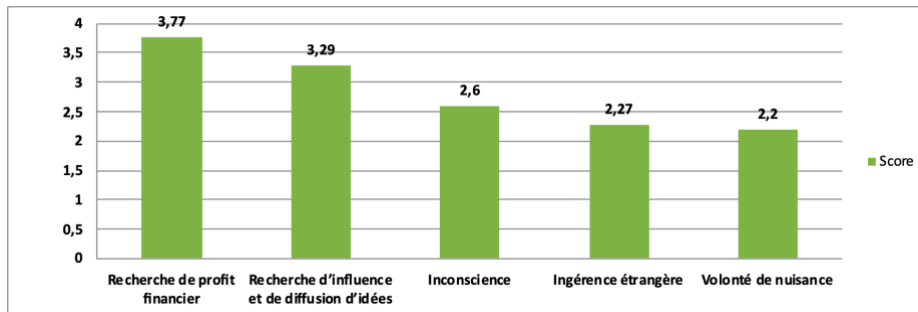
**Graphique 4 :**  
**Disponibilité des informations officielles et vérifiées sur internet**



Parallèlement, 27% des répondants considèrent que **les informations officielles et vérifiées sont disponibles sur internet**. Tandis que 37% des répondants considèrent qu'il est difficile de trouver des informations officielles et avérées. Pour 33% des répondants, ces informations

sont **incomplètes** et **non à jour**. Les informations officielles et vérifiées ne sont pas du tout disponibles pour 4% des répondants.

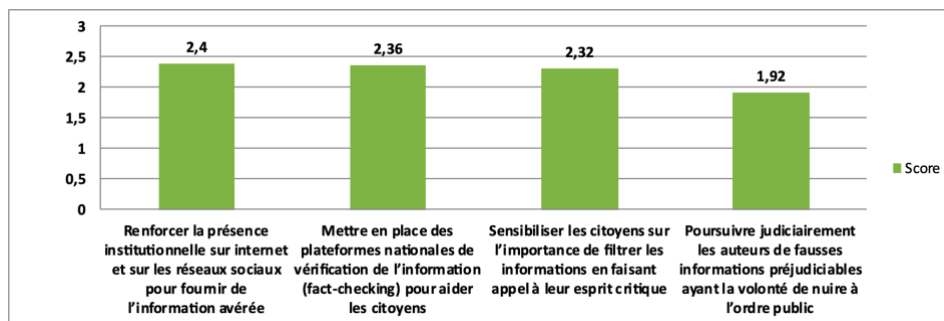
**Graphique 5 :**  
**Principales motivations des auteurs des fausses informations**



Selon les participants au sondage, le classement des principales motivations des auteurs des fausses informations se présente comme suit :

1. La recherche de profit financier ;
2. La recherche d'influence et de diffusion d'idées ;
3. L'inconscience ;
4. L'ingérence étrangère ;
5. La volonté de nuisance.

**Graphique 6 :**  
**Mesures prioritaires pour réduire l'ampleur du phénomène des fausses informations**



Selon le classement établi par les participants, **cinq mesures prioritaires** sont à même de réduire l'ampleur du phénomène des fausses informations. Il s'agit de :

1. **Renforcer la présence institutionnelle sur internet et sur les réseaux sociaux pour fournir des informations avérées ;**
2. **Mettre en place des plateformes nationales de vérification de l'information (*fact-checking*) au profit des citoyen (e)s ;**
3. **Sensibiliser les citoyen (e)s sur l'importance de filtrer les informations en faisant appel à leur esprit critique ;**



4. **Poursuivre judiciairement les auteurs de fausses informations préjudiciables ayant la volonté de nuire à l'ordre public.**

**En guise de conclusion, il ressort que 93% des répondants reçoivent souvent des informations qui semblent non fiables.** Ils sont 51% à avoir transmis des informations qu'ils soupçonnent à leurs contacts. S'agissant de la disponibilité de l'information, la majorité des participants considèrent qu'elle est disponible, mais **pour plus des deux tiers (70%), l'information officielle et vérifiée est soit difficile à trouver soit incomplète et non à jour.** Quant aux motivations principales des auteurs des *fake news*, il s'agit, selon les répondants, de la recherche de **profit financier** et de la **recherche d'influence et de diffusion d'idées.** S'agissant des recommandations, les répondants considèrent qu'il faudrait en premier lieu renforcer la **présence institutionnelle** sur internet et sur les réseaux sociaux et mettre en place des **plateformes nationales de vérification de l'information.**

