

Guide de Bonne Pratique de la Communication Numérique et de la Lutte contre la Désinformation

Édition Intégrale & Référentiel Professionnel pour l'Écosystème Numérique

Public cible : Ce guide s'adresse à l'ensemble des professionnels de l'écosystème numérique : community managers, attachés de presse, rédacteurs, agences de communication, graphistes et créateurs de contenus.

Face à la prolifération des fausses nouvelles (*fake news*), des manipulations algorithmiques et de la course au buzz sur les réseaux sociaux, ce référentiel pose les bases d'une pratique éthique, rigoureuse et responsable.

Sommaire Général

Page 1 : Présentation & Sommaire

Page 2 : Introduction et Contexte Numérique Actuel

Page 3 : Pilier 1 – La Vérification Systématique (Fact-Checking)

Page 4 : Pilier 2 – La Transparence et l'Authentification

Page 5 : Pilier 3 – Le Respect de la Vie Privée et de la Dignité Humaine

Page 6 : La Gestion de Crise face à la Désinformation

Page 7 : Protocoles Opérationnels de Réponse et Contre-Feux

Page 8 : La Traçabilité et l'Assumption des Rectifications

Page 9 : Outils Pratiques, Veille et Indicateurs de Performance

Page 10 : Vers une Culture Numérique Durable et Charte d'Engagement

Introduction et Contexte Numérique Actuel

L'avènement du numérique et l'omniprésence des réseaux sociaux ont profondément transformé la circulation de l'information. Si ces plateformes démocratisent l'accès à la parole et favorisent l'instantanéité, elles constituent également le terreau fertile d'une désinformation industrialisée.

Les défis majeurs de l'information en ligne

- **L'infobésité** : Une surabondance de contenus qui submerge l'esprit critique du public et rend difficile la distinction entre le vrai et le faux.
- **La polarisation algorithmique** : Des logiques de plateformes qui récompensent l'engagement émotionnel (colère, indignation) au détriment de la véracité factuelle.
- **La vitesse au détriment de la vérité** : La pression du "toujours premier" pousse les professionnels à relayer des informations non vérifiées.

Objectif du Référentiel

Ce guide n'est pas un outil de censure, mais bien un levier d'autonomisation et de professionnalisation. Il vise à redonner ses lettres de noblesse à la communication en fixant un cadre déontologique incompromis.

1. Les Piliers Fondamentaux : La Vérification Systématique

La règle de la preuve

Aucune information ne doit être publiée ou relayée sans avoir été recoupée auprès d'au moins deux sources fiables, indépendantes et officielles.

- **Identification des sources** : Établir la légitimité et l'expertise de l'interlocuteur ou du document source.
- **Triangulation** : Ne jamais s'appuyer sur une source unique, aussi prestigieuse soit-elle, sans corroboration externe.

La primauté de la rigueur sur la vitesse

Dans la course à l'audience, la tentation du "toujours plus vite" (*speed over accuracy*) conduit systématiquement à la propagation d'erreurs monumentales.

- **Temps de latence acceptable** : Intégrer un délai de vérification systématique dans les process internes de publication.
- **Refus du sensationnalisme** : Bannir les titres racoleurs (*clickbait*) qui trahissent la complexité des faits.

La gestion rigoureuse des sources ouvertes (OSINT)

- **Recherche inversée d'images** : Vérifier l'origine, la date et le contexte géographique des visuels partagés.
- **Analyse des métadonnées** : Traiter les données trouvées sur les réseaux sociaux avec la plus grande précaution technique.

1. Les Piliers Fondamentaux : Transparence et Authentification

L'interdiction formelle de l'astroturfing

L'utilisation de faux comptes (*bots*, armées de trolls, profils fictifs) pour simuler un soutien populaire artificiel ou amplifier de manière déloyale une publication est strictement proscrite.

- **Authenticité des interactions** : Chaque like, commentaire ou repartage doit provenir d'utilisateurs réels et consentants.
- **Refus de la manipulation artificielle** : Interdire tout artifice technique faussant les métriques d'engagement.

La clarté absolue des commanditaires

Toute communication sponsorisée, partenariale ou institutionnelle doit afficher clairement sa nature commerciale ou politique, conformément aux réglementations publicitaires.

- **Mentions explicites** : Utiliser des balises claires (#Sponsorisé, #Partenariat rémunéré).
- **Transparence financière** : Rendre compte des intérêts économiques sous-jacents aux campagnes diffusées.

La traçabilité des contenus synthétiques (IA)

- **Filigrame obligatoire (*Watermarking*)** : Intégrer un marquage visible ou technique pour tout visuel, texte ou vidéo généré ou modifié par l'intelligence artificielle.

1. Les Piliers Fondamentaux : Dignité Humaine & Vie Privée

Tolérance zéro face au doxing

Interdiction absolue de diffuser des données personnelles (adresses, numéros de téléphone, informations familiales ou médicales) d'utilisateurs ou d'adversaires politiques.

- **Protection des sphères privées** : Ne jamais publier des documents identifiants sans consentement explicite et éclairé.

Le refus de la manipulation émotionnelle

S'interdire d'exploiter cyniquement la peur, la colère, les préjugés ou la détresse humaine à des fins de viralité ou de propagande politique/commerciale.

La préservation de la présomption d'innocence

Dans le traitement des affaires judiciaires ou des polémiques, veiller à ne jamais jeter en pâture des individus sans jugement avéré des juridictions compétentes.

- **Anonymisation** : Masquer les visages et les noms lors de l'exposition d'affaires non jugées.

2. La Gestion de Crise face à la Désinformation

Lorsqu'une rumeur, une diffamation ou une fausse information de grande ampleur cible votre structure ou votre domaine d'activité, la réaction doit être méthodologique et mesurée.

Le protocole de réponse proportionnée

- **L'évaluation de l'impact** : Ne jamais réagir à une fausse information marginale ou mineure. Une réponse inappropriée risque de lui offrir une visibilité qu'elle n'aurait jamais eue (effet Streisand).
- **Le contre-feu factuel** : Si la rumeur est virale et porte un préjudice réel, privilégier un démenti factuel, rigoureusement documenté, fondé sur des preuves irréfutables.

La pédagogie avant tout

Expliquer non seulement pourquoi l'information est fausse, mais aussi d'où elle provient et par quel mécanisme elle a été déformée dans l'espace public.

2. Protocoles Opérationnels de Réponse

Niveau de Crise	Caractéristique	Action Recommandée
Niveau 1 (Faible)	Infobox isolée, faible portée, comptes mineurs.	Veille silencieuse. Pas de réaction publique pour éviter l'amplification.
Niveau 2 (Modéré)	Reprise par des relais d'influenceurs moyens, début de viralité.	Publication d'un communiqué factuel de clarification sur les canaux officiels.
Niveau 3 (Critique)	Attaque coordonnée, reprise par les grands médias, atteinte grave.	Cellule de crise, conférence de presse, saisine des autorités juridiques si diffamation.

Règle d'or opérationnelle

Ne jamais attaquer l'auteur de la fausse nouvelle sur le plan personnel. Concentrer l'argumentaire exclusivement sur la démonstration mathématique et documentaire de l'erreur.

3. La Traçabilité et l'Assumption des Rectifications

Le droit à l'erreur interne assumé

En cas d'erreur de communication commise par vos propres équipes, reconnaître publiquement le tort de manière transparente et immédiate.

- **Transparence institutionnelle** : Admettre l'erreur renforce la crédibilité à long terme bien plus que la suppression furtive ou le silence radio.

La visibilité de l'erratum

- **Signalisation claire** : Remplacer ou amender le contenu erroné en signalant explicitement la modification apportée et l'heure de la correction.
- **Archivage des rectifications** : Conserver l'historique des modifications pour maintenir un registre irréprochable de bonne foi professionnelle.

4. Outils Pratiques, Veille et Indicateurs (KPIs)

Pour piloter efficacement la qualité de la communication et détecter précocement les tentatives de manipulation, l'établissement s'appuie sur des indicateurs précis.

Indicateurs de Performance Éthique (IPEs)

- **Taux de vérification préalable** : 100% des publications stratégiques doivent être validées par un double regard factuel.
- **Délai de rectification** : Moins de 2 heures en cas d'erreur avérée sur un canal propriétaire.
- **Indice de transparence** : Publication systématique des sources et des partenariats.

Outils technologiques recommandés

- Outils de recherche d'images inversées (Google Lens, TinEye).
- Plateformes de veille sémantique et d'analyse des tendances sur les réseaux sociaux.

5. Vers une Culture Numérique Durable & Charte

Charte d'Engagement du Communicant

En adhérant à ce guide, chaque professionnel de la communication s'engage solennellement à :

1. Faire de la vérité factuelle la boussole absolue de ses publications.
2. Refuser catégoriquement toute forme d'astroturfing ou de manipulation artificielle.
3. Respecter la dignité humaine, la vie privée et la présomption d'innocence.
4. Assumer publiquement et immédiatement toute erreur commise.

Pour l'Organisation / Agence :

Signature & Cachet :

Pour le Collaborateur :

Signature :