

1 - Quelle est la révélation « choc » que révèle ce reportage ?

- Il existe des médias de désinformation sur internet.
- Un journal d'une TV officielle et sérieuse, a régulièrement diffusé des sujets pour des intérêts particuliers.
- Des entreprises, des états... utilisent les sites d'informations comme des plateformes de publicités et de propagande.

2 - Qui est Rachid M'Barki ?

- Un simple présentateur
- Un reporter
- Un journaliste

3 - Quelle semble-t-être l'information principale présentée par Rachid M'Barki ?

- L'Espagne et le Maroc ont de bonnes relations diplomatiques depuis que l'Espagne a reconnu le Sahara marocain.
- L'Espagne est prête à travailler avec le Maroc.
- Le Maroc a organisé un forum économique pour présenter aux investisseurs espagnols les opportunités d'affaires au Maroc.

4 - Mais sur quel point a lieu la désinformation ?

- Ce sujet camoufle une importante désinformation derrière la présentation de l'organisation d'un forum économique à Darla entre des membres du gouvernement marocain et des investisseurs espagnols.
- Ce sujet peut faire penser à ceux qui l'écoutent que le Sahara est marocain, or il ne l'est pas.
- Ce sujet cache une désinformation : le Sahara n'est pas marocain même si l'Espagne le reconnaît comme tel.

5 - Pourquoi la reporter, Léa Demirdjian, pense que cette « désinformation a été fournie et orientée clé en main » ?

- Elle pense que le Maroc, grâce à ce forum espagno-marocain et sa présentation dans ce journal TV, est en train de revendiquer la souveraineté du Sahara occidental.
- Elle pense que Rachid M'Barki est français d'origine marocaine et qu'il est donc « sous influence » du Maroc.
- Elle pense que le Maroc a imposé à Rachid M'Barki de présenter une « information » biaisée.

6 - Quelle preuve apporte-t-elle ?

- Elle a enquêté et décrit son enquête.
- Elle a rencontré un des journalistes qui a enquêté sur cette affaire et d'autres de désinformation, Frédéric Métézeau de Radio France qui en apporte la preuve.
- Un certains nombre de journalistes travaillant pour des médias du monde entier ont enquêté sur ce fait de « désinformation » et le journal de Rachid M'Barki a été le sujet d'une des enquêtes.

7 - Mais comment cela est-il possible ? Comment un journaliste a pu accepter d'intégrer dans son journal une « désinformation » clé en main ?

- Il existe des entreprises spécialisées dans la désinformation un peu partout dans le monde. Ces entreprises s'arrangent avec le personnel des médias officiels pour aider leurs clients à communiquer publiquement sur des sujets qui les préoccupent.
- En Israël, il existe une entreprise, *Team Jorge*, spécialisée dans la désinformation un peu partout dans le monde. Ces entreprises s'arrangent avec le personnel des médias officiels pour aider leurs clients à communiquer publiquement sur des sujets qui les préoccupent.
- Frédéric Métézeau et 2 de ses collègues vont infiltrer l'entreprise *Team Jorge* et vont montrer comment la « désinformation » est organisée.

8 - Que va découvrir Frédéric Métézeau dans l'entreprise *Team Jorge* ?

- Le personnel de *Team Jorge* a un certain sens de la moralité et de la déontologie.

Les mercenaires de l'info (16/02/23)

Correction Quiz CO

- Leur objectif est que le message que veulent faire passer leurs clients, passent dans les réseaux sociaux et les médias traditionnels !
- Team Jorge* est une petite entreprise sans grandes ressources financières et technologiques.
- Team Jorge* fabrique de faux profils sur les réseaux sociaux : ces profils semblent réels.
- Ce qui compte pour *Team Jorge*, c'est que le message passe, peu importe le message !

9 - Qui est le dirigeant de Team Jorge ?

- Un ancien oligarque russe.
- Un milliardaire désireux d'aider ses amis milliardaires.
- Un ancien militaire israélien.

10 - Qui sont ses clients ?

- Des milliardaires.
- Des hommes et femmes politiques.
- Des gens simples, comme vous et moi.
- Des entreprises.
- Des candidats à des élections.
- Des gens de pouvoir, qui veulent influencer..

11 - Pourquoi la « désinformation » est un vrai business ou un business comme les autres ?

- Parce que « la désinformation » est un service comme un autre : c'est un service rendu par une entreprise spécialisée à un client qui a des besoins particuliers.
- Parce que « la désinformation » est un service très lucratif.
- Parce que « la désinformation » est un enjeu politique.

12 - Si l'on comprend bien comment peut fonctionner la « désinformation » dans les réseaux sociaux et sur le net en général, on peut se demander comment les médias « dits » officiels peuvent relayer des informations « biaisées et orientées vers des intérêts particuliers ». Que répond le directeur de BFM TV au sujet de « l'information » biaisée présentée par Rachid M' Barki ?

- Le journaliste concerné semble avoir agi à l'insu de l'équipe de rédaction. Il faisait insérer ces brèves « commandées et orientées » à la dernière minute, sans prévenir le rédacteur en chef du journal. Et puis, c'était un journal de la nuit, avec donc une toute petite équipe.
- Le journaliste a été aidé par des personnes dans l'équipe ; tous semblent avoir été payés pour insérer dans un journal « sérieux » des brèves de désinformation.
- C'est ainsi ! BFM doit gagner de l'argent. Donc, de temps en temps, les journaux télévisés acceptent de diffuser des « brèves » commandées par des entreprises, des états, des institutions divers et variés.

13 - Est-ce que BFM TV a été sanctionnée ?

- Non.
- Pour le moment une enquête interne à BFM est en cours et le journaliste concerné a été mis à pied.
- Oui.