Regards croisés sur les campagnes électorales hongroises et françaises de 2026 : La coopération comme seul rempart face à la désinformation, un monstre à plusieurs visages

Par JFB le dim 07/06/2026 - 15:44

Ce vendredi, dans le cadre de la quinzaine de la lutte contre la désinformation, l'Institut Français de Budapest a ouvert les portes de son auditorium au grand public francophone, magyarophone et anglophone. Ce dernier a pu assister à une conférence ayant pour objet principal d'interroger l'influence de la désinformation sur les élections législatives et municipales ayant respectivement eu lieu en Hongrie et en France au cours de l'année.

Jonathan Lacôte, ambassadeur de France en Hongrie, s’est chargé d’introduire la conférence ainsi que la table ronde qui suivait. Après avoir remercié les panélistes de leur présence, il a souligné l'intérêt non seulement des interventions du jour, mais plus généralement de la quinzaine de la lutte contre la désinformation en rappelant le danger politique et idéologique que cette dernière représente. Insistant tout particulièrement sur la menace d’ingérence étrangère venue d’États malveillants qui pèse actuellement sur les libertés et l’équilibre démocratique des pays de l’Union européenne, il a rappelé l’importance du travail de réflexion et d’analyse autour de ces questions. Avant de donner la parole aux intervenants, il a mis en avant les régulations déjà introduites par l’UE sur cette thématique, en citant notamment le règlement (UE) 2022/2065, plus connu sous le nom de DSA (*Digital Services Act* ou règlement sur les services numériques), qui permet l’un des encadrements les plus stricts au monde. Enfin, offrant de cette manière une transition parfaite pour le reste de la conférence, Jonathan Lacôte a de nouveau souligné l’importance du travail de collaboration pour mener à bien une défense et une attaque de front face à la désinformation, ennemi des démocraties européennes que sont la France et la Hongrie.

La Hongrie : “The first post-reality campaign” ou la désinformation mise en échec

L'événement s’est ensuite organisé en deux temps, laissant tout d’abord la parole aux intervenants hongrois Urbán Ágnes, co-fondatrice de l'organisation de surveillance des médias Mérték Media Monitor, et Hunyadi Bulcsú, responsable des programmes de Political Capital. Julian Merer, représentant de Viginium, service de l'État français chargé de la vigilance et de la protection contre les ingérences numériques étrangères, a ensuite présenté l’approche française de la question.

Avant de laisser la parole à Urbán Ágnes, Hunyadi Bulcsú a remercié l’Institut de son accueil en affirmant croire en la possibilité de tirer de nombreuses leçons de la campagne hongroise. Il s’est ensuite chargé d’expliquer le nom de leur présentation “*The first post-reality campaign*”. Revenant sur le discours de Monsieur Lacôte, il a mis en avant la spécificité de la désinformation hongroise, qui, loin de provenir uniquement d’interventions étrangères, relève en réalité d’un problème interne financé par les décideurs politiques. Revenant sur le terme de “post-réalité” théorisé par Anne Applebaum, il a expliqué vouloir montrer en quoi, par le biais d’un financement des médias et d’un contrôle de la production d’information, le Fidesz a progressivement créé une réalité parallèle.

Afin de démontrer cette affirmation, Ágnes Urbán a par la suite mis en avant la manière dont le gouvernement est parvenu à contourner la réglementation, pourtant stricte, imposée par l'Union Européenne. Elle a expliqué que leur travail d'étude de la campagne avait débuté en amont de celle-ci, par une série de demandes d'information publique, soit des démarches permettant à tout citoyen ou organisme de demander à une institution publique de lui communiquer des documents officiels ou des données qu'elle détient. Ces demandes visaient à interroger le pouvoir sur l'application des différents traités de l'UE sur la question de la production de l'information.

Les recherches ont conclu que certains n'avaient tout simplement pas été mis en œuvre comme le TTPA (règlement européen sur la transparence et le ciblage de la publicité à caractère politique), une réglementation entrée en vigueur en octobre 2025 avec pour objectif est de protéger les processus électoraux en encadrant la publicité politique ou l'EMFA (Acte européen sur la liberté des médias), un règlement datant d'août 2025 qui vise à garantir et protéger le pluralisme, l'indépendance éditoriale et la liberté des médias à travers toute l'Europe. Interrogé sur cette absence de mise en application, le Ministère de la Justice a affirmé ne pas disposer de données et s'est justifié par une volonté de ne pas plier à l'oppression bruxelloise.

D'autres réglementations ont cependant été implémentées, sans grand enthousiasme de la part des pouvoirs publics toutefois. L'entrée en vigueur du DSA, qui avait déjà été mentionnée, a par exemple permis la création d'une autorité des médias. Les informations récoltées dans le cadre de la recherche menée par les intervenants ont cependant rapidement montré les limites de cette autorité, dont le dialogue avec les ONG est par exemple faible, voire nul. Malgré les nombreuses avancées législatives de l'UE, dont la Hongrie est membre depuis 2004, la campagne électorale hongroise de 2026 s'est donc déroulée dans un cadre propice à l'instrumentalisation de l'information.

Afin d'illustrer l'ampleur de cette campagne "*post-reality*", Bulcsú Hunyadi est parti de la question des publicités politiques, une pratique jadis très courante en Hongrie comme en témoignent les élections européennes de 2024 où le pays occupait la deuxième place en termes de dépenses de publicité politique (avec une majorité écrasante en faveur du gouvernement). Cette pratique a cependant vu son influence diminuer suite à l'entrée en vigueur du règlement européen sur la transparence et le ciblage de la publicité à caractère politique qui, bien que n'étant pas intégralement

implémenté par le pays, a limité la liberté d'action du gouvernement.

Le Fidesz, dont la stratégie reposait largement sur l'utilisation de ce type de publicité, a donc été contraint d'utiliser de nouveaux outils pour sa campagne. Parmi ceux évoqués par Hunyadi, nous retrouvons notamment le recours aux images générées par l'IA à forte charge émotionnelle (contenu politique encore mal détecté par les algorithmes Meta, facilitant ainsi leur maintien en ligne sur une période plus longue), la technique du "*content flooding*" avec la publication continue de multiples contenus de format court ainsi que l'utilisation de proxy. Le parti du gouvernement sortant a également tenté de contourner les nouvelles réglementations, tentant de cacher la nature politique de certains des contenus publiés, comme cela a notamment été le cas d'une campagne d'affichage publicitaire visant Ursula von der Leyen, présidente de la Commission européenne. La désinformation volontaire du Fidesz a également été rendue possible par l'amplification organique dont le parti a bénéficié. Le réseau partisan a en effet largement relayé les informations en faveur du parti d'Orbán, en soutenant via l'abonnement ou la republication. Hunyadi souligne ici le rôle clé de deux groupes, *Fight Club* et *Digital Civic Circles (DPKs)*, qui ont coordonné des actions en ligne et hors ligne en faveur de la majorité sortante. L'une des techniques employées a été la création d'un nombre important de faux comptes en ligne qui venaient soutenir (par abonnement, mention « j'aime » ou repost) les contenus politiques du Fidesz. Les travaux de Télex et 444 ont décompté 2 000 faux comptes Facebook qui ont, par leur action, permis une démultiplication du contenu pro-Fidesz en ligne avec pour objectif l'influence de la masse.

Dans cette même optique, le gouvernement a également pu compter sur les politiciens, entreprises publiques, médias contrôlés par le gouvernement, GONGOs (organisations non gouvernementales créées par le gouvernement) ainsi que des influenceurs prétendus experts en la matière. Le parti a également pu compter sur l'ingérence russe, qui a occupé un rôle à l'arrière-plan d'amplification des messages.

L'ensemble de ces stratégies n'a cependant pas eu l'effet anticipé et a été particulièrement limité lorsqu'il s'est confronté au parti pris du Tisza qui a favorisé une campagne en personne et une portée plus large sur les réseaux sociaux. Ces limites ont été telles qu'elles ont contribué à la défaite électorale de la majorité sortante, pourtant au pouvoir depuis 16 ans.

Malgré la création d'une réalité parallèle par le biais d'un renouvellement total des outils de désinformation et de la mobilisation d'acteurs et de plateformes multiples

et variées, la stratégie du Fidesz a échoué.

Pour conclure la première partie de cette présentation, Hunyadi est donc venu interroger cet échec qui laisse entrevoir un espoir face à la menace de la désinformation. D'après lui, cette issue n'a été rendue possible que par une constellation de facteurs allant de l'apparition nouvelle d'une alternative politique capable de gagner jusqu'à la crise de crédibilité morale de la majorité sortante en passant par l'échec de ses 16 ans au pouvoir. Il reste important de noter que les travaux d'Hunyadi montrent également que cette mise en échec de la désinformation a été rendue possible par des tactiques de lutte active contre cette dernière comme la communication d'experts connus ou le succès des mesures de communication préventives. Ils expliquent également que la désinformation continuelle du Fidesz s'est auto-éliminée en entraînant un sentiment d'absence de confiance et de fatigue chez les votants. Enfin, Hunyadi a clôturé son propos en évoquant l'importance du rôle des journalistes et des services secrets de l'Ouest, rappelant cette idée de nécessaire collaboration mentionnée par l'ambassadeur au cours de ses propos introductifs.

Viginum ou comment la France s'arme face aux ingérences numériques étrangères

La parole a ensuite été laissée à Julien Merer, représentant de Viginum chargé de présenter le rôle du service français dans la lutte contre les ingérences numériques étrangères ainsi que leur influence sur les élections municipales françaises de 2026. Le service, fondé en 2021, répond à une série d'électrochocs comme l'affaire des *MacronLeaks* en 2017 (attribuée plus tard aux russes) et l'assassinat de Samuel Paty en 2020.

Julien Merer a d'abord présenté Viginum comme n'étant pas un service de renseignement, de régulation ou de communication. Son domaine d'action relève de 4 critères : la présence d'un narratif faux ou trompeur dans le contenu, une dimension inauthentique dans la manière dont l'information est relayée, l'idée d'une externalité (donc d'une action qui relève d'une intervention étrangère) et une gravité importante (ciblant directement les intérêts fondamentaux de la nation).

Le service étant relativement innovant, il est apparu nécessaire qu'il repose sur un cadre légal et éthique important. Les missions et le mode de fonctionnement de Viginum sont donc encadrés par deux décrets (le décret de juillet 2021 et le décret

du 7 décembre 2021) ayant fusionné en 2026. Les décrets viennent notamment définir les critères évoqués plus haut, rendent obligatoire la supervision d'un comité d'éthique et viennent limiter la quantité de stockage à un an avec des renouvellements limités.

Les décrets viennent également définir les missions du service, soit la détection, la caractérisation et la documentation de l'ingérence numérique étrangère ainsi que la coopération interministérielle et internationale auxquelles est venue s'ajouter récemment la sensibilisation du grand public.

Au cours de sa présentation, Merer a insisté sur l'approche particulière qui est celle de Viginum, soit le fait de se concentrer non pas sur le narratif véhiculé par le contenu, mais bien sur le mode opératoire. L'entité dispose d'un service technique qui suit les schémas de diffusion — une approche conceptuelle qui permet une meilleure anticipation de la menace.

En période électorale, telle que celle que la France a connue début 2026, le rôle du service est amené à être adapté. Ce dernier est poussé à travailler en collaboration avec les autorités électorales afin de sensibiliser les citoyens français à la menace de la désinformation tout en partageant ces alertes avec les collaborateurs internationaux du service. Concernant les élections municipales de 2026, la France a fait face à trois principales menaces, soit la persistance de certains acteurs mais aussi l'émergence d'une économie de la désinformation qui cible tout particulièrement les élections (les réseaux sociaux étant des plateformes générant des revenus, la viralité est souvent recherchée, bien souvent au coût de la véracité et de la clarté des informations relayées) et la croissance de la nature clandestine des opérations.

Or, Merer a montré les difficultés spécifiques auxquelles fait face le service lors de ces périodes. La première, bien qu'accentuée en période électorale, reste une constante de la pratique de Viginum. La question de la réaction face à la menace suite à son identification reste en effet sans réponse. Paradoxalement, celle proposée par l'intervenant est de « n'absolument rien faire ». En effet, d'après lui, mettre en avant les actions d'ingérence numérique étrangères a pour risque premier de leur donner un écho qu'elles n'auraient autrement. La difficulté du positionnement du service se renforce par ailleurs en période électorale ; Virginum étant un organe gouvernemental, la question de la neutralité des informations divulguées peut et doit être posée. Face à ces difficultés, des solutions ont été

trouvées : le renforcement du réseau de coopération avec lequel le service travaille ainsi que la publication d'un bulletin d'information toutes les semaines, évitant toute publication politiquement calculée.

Pour conclure son propos, Julian Merer a mis en avant les 4 leçons clés que l'organe gouvernemental a pu tirer de ces élections soit le fait que les élections en elles-mêmes sont les premières cibles des attaques de désinformation, qu'il reste très difficile d'évaluer l'influence des ingérences étrangères sur le comportement des électeurs, que les plateformes devraient assumer la responsabilité de l'usage malveillant de leur propre services et que la transparence concernant les acteurs ciblant les élections reste cruciale.

Enfin, Merer a terminé par, lui aussi, renouveler l'appel à la coopération des intervenants qui l'avait précédé.

Regard croisé et coopération : fils directeurs de la lutte contre la désinformation

Si la conférence a illustré certaines différences concernant le type de désinformation auquel la Hongrie et la France font aujourd'hui face, avec la distinction notable entre ingérence étrangère et désinformation financée par le gouvernement, elle a également montré qu'il est possible et nécessaire de tirer des leçons des différentes expériences. En effet, les formes de désinformation sont aussi diverses que dangereuses et tout semble indiquer qu'il sera impossible de répondre efficacement à cette menace sans la coopération de ses victimes.

Zoé Bourlier

- Catégorie
  Politique, international