

## **DISARM | Tactiques, techniques et procédures**

Traduction française  
Version 1.0 - Février 2024

**Secrétariat général de la défense et  
de la sécurité nationale**

---

**VIGINUM**

---

**Crédit photo :** Maxence Pira sur Unsplash

---

**Conception :**  
VIGINUM  
Février 2024

# Introduction

La matrice DISARM (anciennement AMITT) a été créée en 2018 pour lutter contre les campagnes de manipulations de l'information.

Le *DISinformation Analysis & Risk Management framework* reprend la structure de la matrice ATT&CK, développée par la société MITRE, dans le domaine de la cybersécurité. Toutes deux servent à décrire les différentes étapes d'une attaque, informationnelle ou sur un système d'information, par le biais de tactiques, techniques et procédures (TTPs).

VIGINUM a fait le choix d'exploiter cette matrice dans une volonté de standardisation des pratiques et de partage de la connaissance au sein de la communauté de la lutte contre les manipulations de l'information (LMI), tant au niveau français, européen qu'à l'international. VIGINUM suit ainsi les recommandations européennes, tant au niveau du *NATO/EU European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats* (Hybrid CoE), que de l'*EU cybersecurity agency* (ENISA), ou bien encore du Service européen pour l'action extérieure (SEAE).

Afin de rendre accessible, à la communauté francophone de la LMI, les différents concepts et éléments structurants de la matrice DISARM *Red Team*, VIGINUM partage aujourd'hui une traduction française des TTPs qui la structurent.

- Les phases regroupent les tactiques de haut niveau.
- Les tactiques décrivent les étapes qu'une personne menant un incident de désinformation est susceptible d'utiliser.
- Les techniques décrivent les activités qui peuvent être observées à chaque étape.

Cette traduction est le fruit du travail des analystes de VIGINUM. Elle a également été déposée sur le dépôt Github de VIGINUM afin de permettre son téléchargement et son exploitation en français. Tout apport, remarque ou modification est bienvenue sur le dépôt Github<sup>1</sup> ou à l'adresse suivante : [VIGINUM\\_contact@sgdsn.gouv.fr](mailto:VIGINUM_contact@sgdsn.gouv.fr)

La matrice DISARM originale et sa traduction sont sous licence libre [CC-BY-4.0].

<sup>1</sup> <https://github.com/VIGINUM-FR/DISARM-FR>

# Planification

Planifier la stratégie  
Planifier les objectifs  
Analyser les publics cibles

## TA01 : Planifier la stratégie | *Plan Strategy*

Définir l'état final recherché, c'est-à-dire l'ensemble des conditions requises permettant d'atteindre les objectifs stratégiques.

### T0073 : Déterminer les audiences cibles | *Determine Target Audiences*

Segmenter la population destinataire des narratifs et de leurs supports créés dans le but d'atteindre les finalités stratégiques.

### T0074 : Déterminer les finalités stratégiques | *Determine Strategic Ends*

Définir l'état final recherché que la campagne vise à atteindre. Par exemple, l'obtention d'une position avantageuse vis-à-vis des compétiteurs en termes de pouvoir ou d'influence. Les finalités stratégiques peuvent être d'améliorer ou simplement de maintenir une position existante. Cette compétition se déroule dans la sphère publique aussi bien dans les domaines militaire, diplomatique, politique, économique ou idéologique. Elle peut se jouer entre des groupes armés, des États nations, des partis politiques, des groupes d'intérêt ou des individus.

#### T0074.001 : Gain géopolitique | *Geopolitical Advantage*

Obtenir une position favorable sur la scène internationale.

#### T0074.002 : Gain politique domestique | *Domestical Political Advantage*

Obtenir une position favorable vis-à-vis des oppositions à tous les échelons de la scène politique domestique.

#### T0074.003 : Gain économique | *Economic Advantage*

Obtenir une position favorable domestiquement ou internationalement dans les milieux du commerce, des échanges, de la finance et de l'industrie. Les acteurs impliqués peuvent être les États-nations, les corporations, les banques, les groupements industriels, les cartels.

#### T0074.004 : Gain idéologique | *Ideological Advantage*

Obtenir une position favorable localement ou à l'international sur le marché des idées, des croyances et des visions du monde. La compétition met en jeu des systèmes de croyance, des systèmes politiques et des systèmes de valeurs. Elle inclut des mouvements sous-nationaux, nationaux et supra-nationaux.

## TA02 : Planifier les objectifs | *Plan Objectives*

Définir des objectifs intermédiaires permettant d'atteindre l'état final recherché.

### **T0002 : Faciliter la propagande étatique** | *Facilitate State Propaganda*

Mobiliser les citoyens autour de messages en faveur de l'État. Coordonner des groupes rémunérés ou volontaires pour promouvoir la propagande étatique.

### **T0066 : Dégrader l'image de l'adversaire** | *Degrade Adversary*

Planifier de détériorer l'image de l'adversaire ou sa capacité à agir. Cela peut inclure la préparation et l'exploitation d'informations sur l'adversaire pouvant lui nuire.

### **T0075 : Rejeter** | *Dismiss*

Repousser les critiques en le rejetant. Cela peut se faire en utiliser un double standard ou en affirmant que les critiques sont biaisées.

#### **T0075.001 : Décrédibiliser les sources fiables** | *Discredit Credible Sources*

Projeter de décrédibiliser les sources d'informations légitimes et de dégrader la confiance du public dans les médias fiables afin de faciliter la transmission des contenus de la campagne.

### **T0076 : Déformer** | *Distort*

Déformer le narratif en en changeant le contexte.

### **T0077 : Distraire** | *Distract*

Détourner l'attention vers un autre récit, un autre acteur, par exemple en accusant ses contradicteurs de faire ce dont on est accusé.

### **T0078 : Décourager** | *Dismay*

Décourager les critiques en menaçant les contradicteurs (par exemple, menacer des journalistes ou des organes de presses pour les empêcher de produire un reportage).

### **T0079 : Diviser** | *Divide*

Accroître ou créer des conflits entre les membres d'une communauté.

### **T0135 : Saper** | *Undermine*

Affaiblir ou saboter une cible ou ses actions. Une opération d'influence peut être construite pour dénigrer un opposant, saboter ses systèmes ou ses processus, compromettre ses relations ou ses soutiens, endommager ses capacités ou contrecarrer ses initiatives.

#### **T0135.001 : Calomnier** | *Smear*

Dénigrer ou discréditer un opposant. Cela diffère de la diffamation.

#### **T0135.002 : Contrecarrer** | *Thwart*

Empêcher le succès d'une politique, opération ou initiative. Les acteurs conduisent des opérations d'influence pour contrecarrer ou déjouer des propositions, plans ou actions qui ne sont pas dans leur intérêt.

#### **T0135.003 : Saboter** | *Subvert*

Détruire ou endommager un système, un processus, ou une relation. C'est un exemple classique des « mesures actives » soviétiques.

#### **T0135.004 : Polariser** | *Polarise*

Diviser une audience en deux groupes complètement opposés. C'est un cas particulier du sabotage.

## TA02 : Planifier les objectifs | *Plan Objectives*

Définir des objectifs intermédiaires permettant d'atteindre l'état final recherché.

### **T0136 : Cultiver les soutiens** | *Cultivate Support*

Élargir ou maintenir la base des soutiens pour un acteur, un allié ou une action à travers le recrutement de noyaux durs, la gestion d'alliances et la création ou le maintien d'une sympathie parmi une large audience. Les sous-techniques supposent que le soutien est pour un acteur à moins d'une indication contraire.

#### **T0136.001 : Défendre la réputation** | *Defend Reputation*

Préserver une perception positive dans l'esprit du public à la suite d'une accusation ou d'un événement défavorable de la part d'un adversaire. Quand un acteur est accusé d'une action répréhensible, il peut tenter de nier, contre les accusations, faire du *whataboutism* (détournement vers d'autres sujets) ou développer des théories conspirationnistes pour distraire l'attention du public et maintenir son image positive.

#### **T0136.002 : Justifier ses actions** | *Justify Action*

Se disculper en essayant de convaincre les autres que l'action répréhensible est justifiée. Quand un acteur ne peut pas nier être impliqué dans cette action, il peut tenter de s'innocenter avec de la désinformation en prétendant que l'action est raisonnable.

#### **T0136.003 : Stimuler les soutiens** | *Energise Supporters*

Remonter le moral de ceux qui soutiennent l'organisation ou le groupe en leur insufflant le sens de la mission ou de l'activité.

#### **T0136.004 : Booster la réputation** | *Boost Reputation*

Accroître l'estime du public pour l'acteur, par exemple en améliorant son image ou sa prestance.

#### **T0136.005 : Cultiver des soutiens pour une initiative** | *Cultivate Support for Initiative*

Augmenter ou fortifier le soutien du public à une politique, une opération ou une idée.

#### **T0136.006 : Cultiver des soutiens pour un allié** | *Cultivate Support for Ally*

Augmenter ou fortifier le soutien du public à un partenaire. Un gouvernement peut interférer de manière dissimulée dans les élections d'autres pays pour soutenir les intérêts d'un candidat ou d'un parti aligné avec ses intérêts.

#### **T0136.007 : Recruter des membres** | *Recruit Members*

Encourager les sympathisants à rejoindre l'équipe.

#### **T0136.008 : Accroître le prestige** | *Increase Prestige*

Améliorer le statut personnel d'un acteur au sein d'une communauté. L'acteur peut tenter d'obtenir la célébrité ou une certaine notoriété.

## TA02 : Planifier des objectifs | *Plan Objectives*

Définir des objectifs intermédiaires permettant d'atteindre l'état final recherché.

### T0137 : Récolter de l'argent | *Make Money*

Créer des profits via la désinformation, les théories conspirationnistes ou la haine en ligne. Les objectifs principaux sont soit simplement financiers, soit financiers et politiques. Faire de l'argent peut aussi être un moyen de soutenir une campagne politique.

#### T0137.001 : Générer des revenus publicitaires | *Generate Ad Revenue*

Gagner de l'argent à travers des publicités numériques publiées en parallèle de contenus inauthentiques. Par exemple, un propriétaire de contenus peut gagner de l'argent via le nombre d'impressions ou de clics sur des publicités qui apparaissent sur des sites internet, des profils de réseaux sociaux ou des services de *streaming*.

#### T0137.002 : Scam | *Scam*

Piéger une cible pour contraindre celle-ci à faire une action favorable à l'attaquant. Un scam typique consiste, pour un fraudeur, à convaincre sa cible de payer pour quelque chose sans intention de lui fournir quoi que ce soit en retour. Dans le contexte des dernières avancées de l'IA, un fraudeur peut utiliser des *deepfakes* pour usurper l'identité des figures d'autorités ou d'individus en détresse.

#### T0137.003 : Lever des fonds | *Raise Funds*

Solliciter des dons pour une cause. Les théoriciens conspirationnistes populaires peuvent attirer des contributions financières de leurs partisans.

#### T0137.004 : Vendre des objets sous de faux prétextes | *Sell Items under False Pretences*

Les campagnes peuvent pirater ou créer des causes construites sur de la désinformation pour vendre des marchandises, ou exploiter les peurs infondées des individus pour leur vendre des produits à l'utilité questionable.

#### T0137.005 : Extorquer | *Extort*

Extorquer de l'argent ou les faveurs d'une cible en le menaçant d'exposer ou de falsifier des informations. Les utilisateurs de *ransomware* demandent typiquement de l'argent tandis que les services de renseignement demandent des secrets nationaux.

#### T0137.006 : Manipuler les stocks | *Manipulate Stocks*

Augmenter ou décroître de manière artificielle le prix de stocks ou d'autres instruments financiers pour ensuite les vendre au meilleur prix afin de faire du profit. Les schémas les plus communs sont « *pump and dump* » et « *poop and scoop* ».

### T0138 : Encourager à agir | *Motivate to Act*

Persuader, forcer ou provoquer la cible à se comporter d'une manière favorable à l'attaquant. Certains comportements peuvent consister en les actions suivantes : rejoindre, souscrire, voter, payer, manifester, combattre, se retirer, se résigner, boycotter.

#### T0138.001 : Contraindre | *Compel*

Forcer une cible à agir ou à arrêter une action déjà commencée. Les acteurs peuvent utiliser plusieurs types menaces : économiques, militaires ou réputationnelles.

#### T0138.002 : Encourager | *Encourage*

Inspirer, inciter ou exhorter une cible à agir. Un acteur peut utiliser la propagande, la désinformation ou des théories conspirationnistes pour stimuler une cible à agir dans son intérêt.

#### T0138.003 : Provoquer | *Provoke*

Instiguer, inciter ou stimuler une cible à agir. Les manipulateurs exploitent l'indignation des cibles afin de pousser les cibles à propager de la haine, descendre dans la rue pour manifester ou s'engager dans des actes violents.



## TA02 : Planifier les objectifs | *Plan Objectives*

Définir des objectifs intermédiaires permettant d'atteindre l'état final recherché.

### **T0139 : Dissuader d'agir** | *Dissuade from Acting*

Décourager ou empêcher la cible de mener des actions qui seraient défavorables à l'attaquant, en faisant en sorte que celle-ci se retienne elle-même de voter, d'acheter, de combattre ou d'apporter son soutien.

#### **T0139.001 : Décourager** | *Discourage*

Faire en sorte que la cible soit réticente à agir. Les manipulateurs exploitent la désinformation afin que la cible s'interroge sur l'utilité, la légalité ou la moralité de ses actions.

#### **T0139.002 : Réduire au silence** | *Silence*

Intimider ou inciter la cible à rester silencieuse ou l'empêcher de s'exprimer.

#### **T0139.003 : Dissuader** | *Deter*

Empêcher la cible de mener des actions par peur des conséquences. La cible est amenée à penser que ses actions auront un impact plus négatif que son inaction. Pour se faire, les acteurs peuvent bluffer, feindre l'irrationalité ou se livrer à la surenchère jusqu'à amener la cible à un point de rupture.

### **T0140 : Nuire** | *Causing Harm*

Persécuter, dénigrer ou blesser une cible. L'objectif d'une campagne peut être de susciter la peur ou une détresse émotionnelle chez une cible.

#### **T0140.001 : Diffamer** | *Defame*

Tenter de porter atteinte à la réputation de la cible en la calomniant (à l'oral) ou en la diffamant (via l'écrit ou l'image).

#### **T0140.002 : Intimider** | *Intimidate*

Contraindre, effrayer ou soumettre la cible à un chantage afin d'obliger celle-ci à agir contre son gré.

#### **T0140.003 : Diffuser de la haine** | *Spread Hate*

Publier et/ou propager des contenus railleurs, dégradants ou humiliants ciblant un individu ou un groupe d'individus avec l'intention de causer une détresse émotionnelle, psychologique ou physique.

## TA13 : Analyser les publics cibles | *Target Audience Analysis*

Identifier et analyser des audiences ciblées, c'est-à-dire l'ensemble de leurs caractéristiques qu'une opération d'influence pourrait incorporer dans sa stratégie.

### **T0072 : Segmentation des audiences | *Segment Audiences***

Segmenter les audiences selon différents critères d'intérêt pour influencer la campagne (affiliation politique, localisation géographique, revenus, démographie).

#### **T0072.001 : Segmentation géographique | *Geographic Segmentation***

Cibler des populations dans une zone géographique spécifique (région, État, ville). La segmentation géographique peut être exploitée afin de créer du contenu localisé.

#### **T0072.002 : Segmentation démographique | *Demographic Segmentation***

Cibler des populations selon leur âge, sexe et revenu. La segmentation démographique peut être exploitée dans le but d'influencer une politique publique élaborée pour une population spécifique.

#### **T0072.003 : Segmentation économique | *Economic Segmentation***

Cibler des populations selon leur tranche de revenus, leur prospérité ou d'autres indicateurs financier ou économique.

#### **T0072.004 : Segmentation psychographique | *Psychographic Segmentation***

Cibler les audiences selon leurs valeurs et processus de décision à travers des moyens internes (sondages ou outils de collecte de données) ou de moyens externes (achat de données auprès des plateformes de réseaux sociaux ou autres acteurs).

#### **T0072.005 : Segmentation politique | *Political Segmentation***

Cibler les populations selon leurs affinités politiques, en particulier pendant les périodes électorales ou lors d'un mouvement de contestation politique.

### **T0080: Cartographie de l'environnement informationnel des audiences cibles | *Map Target Audience Information Environment***

Analyser l'ensemble de l'environnement informationnel, c'est-à-dire les acteurs, leurs comportements, leurs habitudes de communication et leurs canaux de diffusion de l'information afin de déterminer les éléments les plus vulnérables de l'espace informationnel à exploiter.

#### **T0080.001 : Suivre les métriques des réseaux sociaux | *Monitor Social Media Analytics***

Exploiter les outils analytiques des réseaux sociaux pour déterminer les facteurs qui permettent la maximisation de la visibilité d'un contenu auprès des audiences cibles.

#### **T0080.002 : Conduire des sondages sur les plateformes | *Evaluate Media Surveys***

Déterminer les contenus susceptibles de plaire aux audiences cibles en conduisant des sondages ou en exploitant ceux existants sur les différentes plateformes.

#### **T0080.003 : Identifier les sujets ou hashtags en tendance | *Identify Trending Topics/Hashtags***

Repérer les hashtags ou sujets en tendance sur les plateformes pour un usage ultérieur.

#### **T0080.004 : Analyser le trafic web | *Conduct Web Traffic Analysis***

Conduire des analyses de trafic web afin de déterminer les moteurs de recherche, les mots clés, les sites et les publicités qui suscitent le plus d'engagement auprès des audiences cibles.

#### **T0072.005 : Évaluer le degré et le type d'accessibilité aux plateformes | *Assess Degree/Type of Media Access***

Évaluer le type d'accès à internet et le degré de liberté d'expression dans l'environnement informationnel.

## TA13 : Analyser les publics cibles | *Target Audience Analysis*

Identifier et analyser des audiences ciblées, c'est-à-dire l'ensemble de leurs caractéristiques qu'une opération d'influence pourrait incorporer dans sa stratégie.

### **T0081 : Identifier les vulnérabilités sociales et techniques en ligne | *Identify Social and Technical Vulnerabilities***

Déterminer les faiblesses de l'environnement informationnel de l'audience cible pour une exploitation ultérieure. Par exemple, l'infrastructure cyber, les questions politiques ou d'autres écueils techniques et sociaux exploitables sur les différentes plateformes.

#### **T0081.001 : Trouver/créer des chambres d'échos | *Find Echo Chambers***

Trouver ou créer des espaces en ligne où les individus n'interagissent qu'avec des personnes qui partagent les mêmes opinions.

#### **T0081.002 : Identifier des vides de données | *Identify Data Voids***

Sur des sujets de niche ou en lien avec un événement de l'actualité, les ressources sont parfois peu ou pas disponibles en ligne. Ces « vides de données » peuvent être instrumentalisés par des acteurs, notamment sur les moteurs de recherche en ligne, pour diffuser de la propagande ou des récits manipulés.

#### **T0081.003 : Identifier les formes de discrimination existantes | *Identify Existing Prejudices***

Identifier les formes de discrimination existantes chez les audiences cibles que l'acteur malveillant peut instrumentaliser.

#### **T0081.004 : Identifier les sujets de discorde | *Identify Existing Fissures***

Identifier les sujets de discorde des audiences cibles pour accentuer les tensions et semer la zizanie.

#### **T0081.005 : Identifier les narratifs conspirationnistes existants | *Identify Existing Conspiracy Narratives/Suspicious***

Évaluer les narratifs conspirationnistes existants ou les soupçons présents au sein de la population pour un usage ultérieur.

#### **T0081.006 : Identifier les enjeux politiques qui sont facteurs de division | *Identify Wedge Issues***

Exploiter un enjeu social facteur de division afin de polariser le public.

#### **T0081.007 : Identifier/créer des boucs émissaires | *Identify Target Audience Adversaries***

Identifier ou créer des adversaires réels ou fictifs pour les audiences cibles. Il peut s'agir de politiciens, de partis ou d'autres groupes sociétaux, existant ou non, qui cristallisent les tensions et les ressentiments des audiences cibles.

#### **T0081.008 : Identifier les vulnérabilités du paysage médiatique | *Identify Media System Vulnerabilities***

Identifier les vulnérabilités et les biais du paysage médiatique, comme la méfiance envers les médias traditionnels, à des fins d'exploitation du système de diffusion des médias.

# Préparation

Élaborer les récits

Fabriquer du contenu

Mettre en place des ressources informationnelles

Établir la confiance

Microcibler

Sélectionner des canaux et des fonctionnalités

## TA14 : Élaborer les récits | *Develop Narratives*

Promotion et renforcement des récits généraux en s'appuyant sur de nombreux récits locaux, diffusés régulièrement (à bas bruit en général) via les différentes ressources et supports créés pour la campagne.

### **T0003 : Exploiter des récits existants | *Leverage Existing Narratives***

Utiliser ou adapter des thèmes existants chez les audiences cibles.

### **T0004 : Développer des récits contradictoires | *Develop Competing Narratives***

Développer des récits contradictoires liés à un même thème afin de polariser les audiences cibles.

### **T0022 : Exploiter des théories conspirationnistes | *Leverage Conspiracy Theory Narratives***

Exploiter des théories conspirationnistes existantes ou à développer.

#### **T0022.001 : Amplifier des théories conspirationnistes existantes | *Amplify Existing Conspiracy Theory Narratives***

Amplifier des théories conspirationnistes existantes en s'appuyant sur les communautés structurées autour de ces récits.

#### **T0022.002 : Développer de nouvelles théories conspirationnistes | *Develop Original Conspiracy Theory Narratives***

Développer de nouvelles théories conspirationnistes afin de mieux exploiter les récits en lien avec les objectifs stratégiques de la campagne.

### **T0040 : Demander des preuves irréfutables | *Demand Insurmountable Proof***

Exploiter le rapport asymétrique entre le conspirationniste et le « fact-checker », le premier pouvant accumuler de fausses preuves, le second étant soumis à une argumentation parfaite.

### **T0068 : Exploiter les événements d'actualité et les crises | *Respond to Breaking News Event or Active Crisis***

L'avènement d'un nouvel événement ou d'une crise est propice à l'instrumentalisation par un acteur malveillant en raison du peu d'informations disponibles et du flou de la situation.

### **T0082 : Élaborer de nouveaux récits | *Develop New Narratives***

Élaborer un nouveau récit permettant d'atteindre les objectifs de la campagne grâce à une meilleure maîtrise du récit.

### **T0083 : Intégrer les vulnérabilités des audiences cibles dans les récits | *Integrate Target Audience Vulnerabilities into Narrative***

Exploiter les vulnérabilités pré-existantes des audiences cibles en les intégrant dans les récits développés.

## TA06 : Fabriquer du contenu | *Develop Content*

Création ou acquisition de textes, d'images et de tous contenus nécessaires au soutien des méta récits et des récits locaux ou secondaires.

### **T0015 : Créer des hashtags pour des événements fabriqués** | *Create Hashtags and Search Artefacts*

Créer un ou plusieurs hashtags pour faire la promotion d'un événement fabriqué et créer, par conséquent, une impression d'authenticité.

### **T0019 : Polluer l'environnement informationnelle** | *Generate Information Pollution* Inonder les réseaux sociaux, pousser le trafic et l'engagement afin de créer un sentiment d'omniprésence d'un sujet.

#### **T0019.001 : Produire de faux documents académiques** | *Create Fake Research*

#### **T0019.002 : Pirater des hashtags** | *Hijack Hashtags*

Pirater des hashtags légitimes pour faire la promotion de son propre agenda.

### **T0023 : Altérer la réalité** | *Distort Facts*

Modifier ou exagérer les faits pour construire un récit qui diffère de la réalité.

#### **T0023.001 : Décontextualiser** | *Reframe Context*

Sortir un événement de son contexte afin de changer le sens de celui-ci.

#### **T0023.002 : Éditer des contenus en source ouverte** | *Edit Open-Source Content*

Éditer des contenus existants en source ouverte sur des plateformes collaboratives crédibles type Wikipedia afin de faire la promotion des récits tout en économisant le coût de création et gestion de ressources dédiées.

### **T0084 : Réutiliser du contenu existant** | *Reuse Existing Content*

Réutiliser du contenu développé lors de campagnes précédentes par l'acteur malveillant.

#### **T0084.001 : Avoir recours au copypasta** | *Use Copypasta*

Copier-coller du texte de multiples fois sur une ou plusieurs plateformes. Ce texte peut être identique ou avoir été successivement modifié.

#### **T0084.002 : Plagier du contenu** | *Plagiarise Content*

S'approprier du contenu d'autres sources sans y référer.

### **T0085 : Créer des contenus textuels** | *Develop Text-Based Content*

Créer et éditer des contenus textuels faux ou trompeurs.

#### **T0085.001 : Générer du texte par IA** | *Develop AI-Generated Text*

Générer du texte via des outils d'IA afin de gagner en rapidité de production et de dissémination du contenu.

#### **T0085.002 : Altérer ou produire de faux documents** | *Develop False or Altered Documents*

Produire des faux documents ou altérer des documents existants.

#### **T0085.003 : Produire des articles d'actualité inauthentiques** | *Develop Inauthentic News Articles*

Produire des articles d'actualité faux ou trompeurs.

# TA06 : Fabriquer du contenu | *Develop Content*

Création ou acquisition de textes, d'images et de tous contenus nécessaires au soutien des méta récits et des récits locaux ou secondaires.

**T0086 : Créer des contenus visuels | *Develop Image-Based Content***  
Créer et éditer des contenus visuels faux ou trompeurs.

**T0086.001 : Produire des Meme | *Develop Memes***

**T0086.002 : Générer des images via l'IA (*Deepfakes*) | *Develop AI-Generated Images (Deepfakes)***

**T0086.003 : Éditer des images de manière trompeuse (*Cheap fakes*) | *Deceptively Edit Images (Cheap Fakes)***

**T0086.004 : Agréger des images pour créer des preuves | *Aggregate Information into Evidence Collages***

**T0087 : Créer des contenus audio-visuels | *Develop Video-Based Content***  
Créer et éditer des contenus vidéos faux ou trompeurs.

**T0087.001 : Générer des vidéos via l'IA (*Deepfakes*) | *Develop AI-Generated Videos (Deepfakes)***

**T0087.002 : Éditer des vidéos de manière trompeuse (*Cheap fakes*) | *Deceptively Edit Video (Cheap Fakes)***

**T0088 : Créer des contenus audio-visuels | *Develop Video-Based Content***  
Créer et éditer des contenus audios faux ou trompeurs.

**T0088.001 : Générer des contenus audio-visuels via l'IA (*Deepfakes*) | *Develop AI-Generated Audio (Deepfakes)***

**T0088.002 : Éditer des audios de manière trompeuse (*Cheap fakes*) | *Deceptively Edit Audio (Cheap Fakes)***

**T0089 : Obtenir des documents privés | *Obtain Private Documents***  
Obtenir des documents non accessibles publiquement de manière légale ou illégale pour un usage ultérieur comme le « leak ».

**T0089.001 : Obtenir des documents privés authentiques | *Obtain Authentic Documents***  
Se procurer des documents authentiques non accessibles publiquement de manière légale ou illégale pour un usage ultérieur comme le « leak ».

**T0089.002 : Altérer des documents authentiques | *Alter Authentic Documents***  
Altérer des documents privés ou publics.

## TA15 : Mettre en place des ressources informationnelles | *Establish Social Assets*

Créer ou acquérir des vecteurs de communication (comptes de réseaux sociaux, chaînes de médias, fermes à trolls).

**T0007 : Créer des pages et des groupes de réseaux sociaux** | *Create Inauthentic Social Media*

**T0010 : Faire appel à des relais ignorants** | *Cultivate Ignorant Agents*

**T0013 : Créer des sites webs inauthentiques** | *Create Inauthentic Websites*

**T0014 : Préparer des levées de fonds** | *Prepare Fundraising Campaigns*

**T0014.001 : Lever des fonds auprès d'acteurs malveillants** | *Raise Funds from Malign Actors*  
Obtenir des financements auprès d'acteurs malveillants comme des agents étrangers, des proxies, de sociétés écrans.

**T0085.002 : Lever des fonds auprès d'agents ignorants** | *Raise Funds from Ignorant Agents*  
Obtenir des financements auprès d'agents ignorants à travers des scams ou des fausses donations.

**T0065 : Préparer des capacités de diffusion traditionnelles** | *Prepare Physical Broadcast Capabilities*  
Créer ou s'approprier des capacités de diffusion traditionnelles (TV, radio).

**T0090 : Créer des comptes inauthentiques** | *Create Inauthentic Accounts*

**T0090.001 Créer des comptes anonymes** | *Create Anonymous Accounts*

**T0090.002 : Créer des comptes cyborg** | *Create Cyborg Accounts*  
Les comptes cyborgs font référence à une activité semi-automatisée. L'exploitation par un humain leur donne un caractère plus authentique.

**T0090.003 : Créer des comptes de bot** | *Create Bot Accounts*  
Les comptes de bot font référence à des comptes en apparence géré par un être humains mais dont l'activité est entièrement automatisée.

**T0090.004 : Créer des comptes marionnettes** | *Create Sockpuppet Accounts*  
Un compte anonyme, cyborg ou bot est un compte marionnette qui permet de donner une apparence authentique au contenu publié et/ou de discréditer les opposants à l'opération.



## TA15 : Mettre en place des ressources informationnelles | *Establish Social Assets*

Créer ou acquérir des vecteurs de communication (comptes de réseaux sociaux, chaînes de médias, fermes à trolls).

### T0092 : Construire un réseau | *Build Network*

Il s'agit de créer des liens entre les divers comptes authentiques ou inauthentiques de l'opérateur afin de diffuser les narratifs et artefacts liés à la campagne.

#### T0092.001 : Créer des organisations | *Create Organisations*

La construction d'une organisation permet de donner un aspect authentique à la campagne en s'appuyant sur un organigramme et des contenus fabriqués.

#### T0092.002 : Utiliser la stratégie du suivi réciproque | *Use Follow Trains*

Le suivi réciproque consiste pour un groupe de personnes à se suivre les unes les autres afin d'augmenter leur communauté respective.

#### T0092.003 : Créer une communauté ou un sous-groupe | *Create Community or Sub-Group*

Cela permet de combler l'absence d'une communauté ou d'un sous-groupe lié aux objectifs de la campagne.

### T0093 : Acquérir/recruter un réseau | *Acquire/Recruit Network*

Il s'agit d'acquérir un réseau existant en payant, recrutant ou exerçant une pression sur les chefs de file de ce réseau.

#### T0093.001 : Financer des proxys | *Fund Proxies*

Cela permet d'externaliser l'opération et ainsi, soit de réduire la charge de travail, soit d'avoir un relais local.

#### T0093.002 : Acquérir un réseau de bot | *Acquire Botnets*

### T0094 : Infiltrer des réseaux existants | *Infiltrate Existing Networks*

Il s'agit de rejoindre des groupes déjà constitués en se faisant passer pour un de leurs membres afin d'influencer ces groupes.

#### T0094.001 : Identifier des cibles potentielles dans les réseaux | *Identify Susceptible Targets in Networks*

Il s'agit d'identifier des individus ou des groupes susceptibles d'être co-optés ou influencés.

#### T0094.002 : Utiliser l'attaque du papillon | *Utilise Butterfly Attacks*

Il s'agit d'infiltrer un groupe d'activistes et d'imiter ses codes de communication afin de le discréditer. cf. <https://mediamanipulation.org/case-studies/butterfly-attack-operation-blaxit>

### T0095 : Développer ses propres ressources médiatiques | *Develop Owned Media Assets*

### T0096 : Exploiter les fermes de contenus | *Leverage Content Farms*

Il s'agit d'utiliser les services de fournisseurs de contenus à grande échelle afin de créer et d'amplifier les artefacts d'une campagne.

#### T0096.001 : Créer une ferme de contenus | *Create Content Farms*

Créer une organisation pour créer et amplifier les artefacts d'une campagne à grande échelle.

#### T0096.002 : Externaliser la création de contenus à des organisations | *Outsource Content Creation to External Organisations*

Externaliser la création de contenus afin d'éviter l'attribution, d'accroître le rythme de la création de contenu ou d'améliorer la qualité de celui-ci.

## TA16 : Établir de la confiance | *Establish Legitimacy*

Établir des ressources qui suscitent la confiance.

### T0009 : Créer de faux experts | *Create Fake Experts*

**T0009.001 : Utiliser des arguments académiques ou pseudoscientifiques | *Utilise Academic/Pseudoscientific Justifications***

**T0011 : Compromettre des comptes légitimes | *Compromise Legitimate Accounts***  
Pirater ou prendre le contrôle de comptes légitimes pour diffuser de la désinformation.

### T0097 : Créer des avatars | *Create Personas*

**T0097.001 : Créer des avatars secondaires | *Backstop Personas***  
Ceux-ci soutiennent un faux écosystème permettant de donner de la crédibilité et de la profondeur aux avatars principaux créés pour la campagne.

**T0098 : Établir des sites d'informations inauthentiques | *Establish Inauthentic News Sites***  
Ces sites visent à se faire passer pour des sites d'actualité légitimes mais sont en réalité souvent nourris d'autres fils d'information légitimes ou non. Ils permettent d'instiller les narratifs parmi des informations crédibles dans le cadre de la campagne.

**T0098.001 : Créer des avatars secondaires | *Backstop Personas***  
Ceux-ci soutiennent un faux écosystème permettant de donner de la crédibilité et de la profondeur aux avatars principaux créés pour la campagne.

**T0098.002 : Exploiter des sites d'information inauthentiques | *Leverage Existing Inauthentic News Sites***  
Plutôt que de créer de nouveaux sites, il s'agit de réutiliser des sites existants liés ou non liés au dispositif de la campagne.

### T0099 : Préparer des ressources usurpant l'identité d'entités légitimes | *Prepare Assets Impersonating Legitimate Entities*

Les entités légitimes peuvent être des sites d'information authentiques, des personnes publiques, des organisations ou des entités étatiques.

**T0099.001 : Astroturfing | *Astroturfing***  
Il s'agit de donner l'impression d'un large soutien spontané public pour une politique publique, un individu ou un produit. Le terme est dérivé de « *AstroTurf* » un type de pelouse synthétique imitant le gazon naturel. Ce jeu de mot renvoie à l'idée d'un faux soutien qui se cache derrière ce qui semble être un mouvement de mobilisation spontané.

**T0099.002 : Parodier, imiter des comptes, des sites | *Spoof/Parody Account/Site***  
Il s'agit de parodier/imiter un compte de réseau social ou de typosquatter un nom de domaine. Le typosquatting est un mode opératoire qui consiste à enregistrer des noms de domaine avec des noms délibérément mal orthographiés de sites web connus pour tromper des internautes peu avertis. Exemple : la campagne *RRN/Doppelgänger*.

### T0100 : Exploiter des sources crédibles | *Co-Opt Trusted Sources*

Il s'agit d'infiltrer ou de réexploiter une source crédible. Cela permet d'atteindre l'audience ciblée à travers des réseaux préexistants et précédemment fiables. Les sources de confiance peuvent être des médias nationaux ou locaux, des publications académiques ou des blogs et des sites web.

**T0100.001 : Récupérer des individus de confiance | *Co-Opt Trusted Individuals***

**T0100.002 : Récupérer des mouvements populaires | *Co-Opt Grassroots Groups***

**T0100.003 : Récupérer des influenceurs | *Co-Opt Influencers***

## TA05 : Microcibler | *Microtarget*

Cibler des populations spécifiques.

### **T0016 : Créer un « piège à clics »** | *Create Clickbait*

Créer des titres provocants qui retiennent l'attention afin de susciter du trafic et de l'interaction.

### **T0018 : Acheter des publicités ciblées** | *Purchase Targeted Advertisements*

Créer ou financer des publicités qui ciblent des audiences spécifiques

### **T0101 : Créer du contenu localisé** | *Create Localised Content*

Il s'agit de créer du contenu dédié à une audience spécifique. Une opération peut créer du contenu utilisant une langue locale ou des dialectes afin de se mêler au sein des écosystèmes de médias et de réseaux sociaux locaux. Cela peut aider une opération à augmenter sa légitimité, éviter la détection et compliquer l'attribution.

### **T0102 : Exploiter des chambres d'échos/bulles de filtre** | *Leverage Echo Chambers/Filter Bubbles*

Une chambre d'écho est un écosystème clos dans lequel chaque participant ne rencontre que les croyances qui amplifient ou renforcent ses propres croyances sur des sujets variés. Les chambres d'écho sont une conséquence directe des bulles de filtre. Une bulle de filtre correspond à un état d'isolement intellectuel qui peut résulter de recherches personnalisées lorsqu'un algorithme sélectionne les informations que les utilisateurs pourraient vouloir voir en se fondant sur les informations obtenues sur ces utilisateurs. Cela permet ainsi de créer un flux d'informations exclusivement basé sur les préférences de l'utilisateur.

#### **T0102.001 : Utiliser des chambres d'échos/bulles de filtrage** | *Use Existing Echo Chambers/Filter Bubbles*

#### **T0102.002 : Créer des chambres à écho/bulles de filtrage** | *Create Echo Chambers/Filter Bubbles*

#### **T0102.003 : Exploiter des vides de données** | *Exploit Data Voids*

Il s'agit d'un mot ou d'un ensemble de mots pour lesquels peu d'informations sont disponibles en ligne. Ils sont donc ainsi facilement manipulables car l'opérateur d'une campagne peut y apposer ses définitions ainsi que les notions et narratifs associés sans compétition. Cette notion peut être rapprochée de celle de vide juridique dans le domaine législatif. Voir le rapport de 2019 de Michael Golebiewski.

## TA07 : Sélectionner les canaux et des fonctionnalités | *Select Channels and Affordances*

La sélection des plateformes comprend à la fois le choix des plateformes sur lesquelles l'opération publiera son propre contenu et celui des plateformes sur lesquelles l'opération tentera de restreindre la publication des contenus adverses.

### T029 : Sondages en ligne | *Online polls*

Créer des faux sondages en ligne ou manipuler des sondages existants. C'est une tactique de récupération de données sur des audiences ciblées. Pour le moment, les pétitions sont incluses dans cette technique.

### T043 : Applications de chat | *Chat apps*

**T0043.001 : Utiliser des applications de chats cryptées | *Use Encrypted Chat Apps***  
Signal, WhatsApp, Discord, Wire.

**T0043.002 : Utiliser des applications de chats non cryptées | *Use Unencrypted Chats Apps***  
SMS...

### T0103 : Livestream | *Livestream*

Un livestream correspond à un canal de diffusion en ligne qui permet une communication en temps réel dans des réseaux ouverts ou fermés. Exemple : Twitch.

#### T0103.001 : Livestream vidéo | *Video Livestream*

Un livestream correspond à un canal de diffusion en ligne qui permet une communication en temps réel dans des réseaux ouverts ou fermés. Les exemples les plus courants sont : Facebook Live, YouTube Live, TikTok Live, Instagram Live, Douyu, 17LIVE. Cette catégorie inclut également les plateformes de jeux vidéos en streaming telles Twitch, Facebook Gaming, YouTube Gaming.

#### T0043.002 : Livestream audio | *Audio Livestream*

Un livestream audio correspond à un canal de diffusion en ligne qui permet une communication en temps réel dans des réseaux ouverts ou fermés. Les exemples les plus courants sont : TuneIn Radio, iHeartRadio, Sirius XM. Cette catégorie inclut également les podcasts disponibles sur les plateformes de streaming telles Spotify, Pandora, Apple Podcasts, Google Podcasts, and Amazon Music. Et enfin, les services audio de réseaux sociaux comme Twitter (X) Spaces, Clubhouse, Reddit Talk, Facebook Live Audio Rooms, LinkedIn Live Rooms, et Fireside.

### T0104 : Réseaux sociaux | *Social Networks*

**T0104.001 : Réseaux sociaux grand public | *Mainstream Social Networks***  
Facebook, X, Weibo, V Kontakte (VK), Odnoklassniki.

**T0104.002 : Applications de rencontre | *Dating Apps***  
Par exemple Tinder, Bumble, Tantan, Badoo, Plenty of Fish, hinge, LOVOO, OkCupid, happn, Mamba.

#### T0104.003 : Réseaux sociaux fermés/privés | *Private/Closed Social Networks*

Réseaux sociaux réservés aux cercles familiaux, amicaux, de voisinage ou entre collaborateurs. Les réseaux sociaux fermés non consacrés au travail sont Couple, FamilyWall, 23snaps, and Nextdoor. Certains réseaux sociaux grands publics permettent de créer des groupes plus restreints à l'instar de Instagram Close Friends et Twitter (X) Circle. Les réseaux consacrés au travail incluent LinkedIn, Facebook Workplace, mais également les plateformes de communication internes d'entreprises comme Slack ou Microsoft Teams.

**T0104.004 : Des réseaux basés sur les centres d'intérêt | *Interest-Based Networks***  
Gettr, Parler, Truth Social.

**T0104.005 : Utiliser des hashtags existants | *Use hashtags***  
Utiliser des hashtags existants pour un événement spécifique.

**T0104.006 : Créer des hashtags dédiés | *Create dedicated hashtag***  
Créer des hashtags pour un incident ou une campagne.

# TA07 : Sélection des canaux et des fonctionnalités | *Select Channels and Affordances*

La sélection des plateformes comprend à la fois le choix des plateformes sur lesquelles l'opération publiera son propre contenu et celui des plateformes sur lesquelles l'opération tentera de restreindre la publication des contenus adverses.

## T0105 : Réseaux de partage de médias | *Media Sharing Networks*

Des services dont la fonction primaire est d'héberger et de partager des types spécifiques de médias. Par exemple : Instagram, Snapchat, TikTok, Youtube et Soundcloud.

**T0105.001 : Réseau de partage de photos | *Photo Sharing***  
Instagram, Snapchat, Flickr.

**T0105.002 : Réseau de partage de vidéos | *Video Sharing***  
Youtube, TikTok, ShareChat, Rumble.

**T0105.002 : Réseau de partage d'audio | *Réseau de partage d'audio***  
Applications de podcasts, Soundcloud.

## T0106 : Forums de discussion | *Discussion Forums*

Plateformes pour trouver, discuter et partager de l'information ou des opinions. Exemples : Reddit, Quora, Digg...

**T0106.001 : Forums anonymes | *Anonymous Message Boards***  
Par exemple : 4chan, 9chan.

**T0107 : Réseau de collection de contenus de médias | *Bookmarking and Content Curation***  
Par exemple : Pinterest, Flipboard.

**T0108 : Réseaux de blogs et de publications | *Blogging and Publishing Networks***  
Wordpress, Blogger, Tumblr, Medium.

**T0109 : Réseaux d'avis clients | *Consumer Review Networks***  
Yelp, TripAdvisor.

**T0110 : Réseaux diplomatiques officiels | *Formal Diplomatic Channels***  
Utiliser des réseaux traditionnels et formels diplomatiques pour communiquer avec des gouvernements étrangers.

## T0111 : Médias traditionnels | *Traditional Media*

**T0111.001 : TV | *TV***

**T0111.002 : Journaux | *Newspaper***

**T0111.003 : Radio | *Radio***

**T0112 : Courriel | *Email***

# Exécution

Amorcer la campagne  
Diffuser les contenus  
Maximiser l'exposition  
Causer du tort en ligne

## TA08 : Amorcer de la campagne | *Conduct Pump Priming*

Diffuser le contenu à petite échelle pour le tester et l'affiner.

---

### **T0020 : Tester les contenus** | *Trial content*

Il s'agit de tester l'interaction générée par les contenus mis en ligne sur les différents canaux dédiés.

### **T0039 : Appater des influenceurs légitimes** | *Bait legitimate influencers*

Il s'agit d'inciter les influenceurs à reprendre les contenus de la campagne.

### **T0042 : Diffuser un fond de vérité** | *Seed Kernel of truth*

Construire un narratif autour d'un fond de vérité pour permettre de le crédibiliser ou d'aider à son adoption par le public visé par la campagne.

### **T0044 : Semer le doute** | *Seed distortions*

Lors d'un évènement prévu ou imprévu, des messages trompeurs ou inexacts aux contenus variés peuvent être distillés en première phase de l'exécution de la manœuvre.

### **T0045 : Utiliser des faux experts** | *Use fake experts*

Utiliser les faux experts créés pendant la phase de préparation.

### **T0046 : Manipuler le SEO** | *Use Search Engine Optimization*

Il s'agit de manipuler le « Search Engine Optimization » (SEO) des moteurs de recherche (Google) afin de faire remonter les contenus nécessaires à la manœuvre dans les premiers résultats des recherches.

### **T0113 : Engager une entreprise d'analyse de données commerciales** | *Employ Commercial Analytic Firms*

Il s'agit de recourir aux services d'une entreprise d'analyse de données commerciales. Celle-ci collecte les activités des audiences cibles et évalue leurs données pour définir des tendances afin de personnaliser les contenus de la campagne en fonction des préférences de l'audience ciblée (ex. tendances comportementales). Par exemple : Cambridge Analytica.

## TA09 : Diffuser les contenus | *Deliver Content*

Diffuser du contenu pour un large public.

**T0114 : Sponsoriser du contenu | *Deliver Ads***  
Diffuser du contenu via des moyens publicitaires

**T0114.001 : Réseaux sociaux | *Social media***  
Sponsoriser via des publicités sur les réseaux sociaux.

**T0114.002 : Médias traditionnels | *Traditional Media***  
Sponsoriser via des publicités dans les médias traditionnels.

**T0115 : Publier du contenu via ses propres ressources médiatique | *Post Content***  
Par exemple : RT, *Sputnik*, CGTN, TRT mais également les sites comme *Observateur Continental*, *Planete360*. Cela peut-être aussi des comptes et pages de réseaux sociaux.

**T0115.001 : Partager des memes | *Share Memes***  
Par leurs effets similaires, les caricatures peuvent entrer également dans cette catégorie.

**T0115.002 : Publier du contenu violent les conditions générales d'utilisation des plateformes afin de provoquer la suspension des comptes | *Post Violative Content to Provoke Takedown and Backlash***

**T0115.003 : Publier des contenus unilatéraux | *One-Way Direct Posting***

**T0116 : Commenter ou répondre aux contenus | *Comment or Reply on Content***

**T0116.001 : Publier des commentaires inauthentiques sur les réseaux sociaux | *Post inauthentic social media comment***

**T0117 : Attirer les médias traditionnels | *Attract Traditional Media***



## TAT7 : Maximiser l'exposition | *Maximize Exposure*

Maximiser l'exposition de l'audience cible aux contenus de la campagne.

### T0049 : Inonder l'espace informationnel | *Flooding the Information Space*

Il s'agit d'inonder les réseaux sociaux avec des hashtags et un volume important de contenus pour contrôler ou modeler les conversations en ligne ou noyer les points de vues contradictoires.

#### T0049.001 : Amplifier et manipuler via des trolls | *Trolls amplify and manipulate*

Utiliser des trolls précédemment créés dans la phase de préparation (faux profils, comptes marionnettes). Ces trolls peuvent soutenir des individus ou des narratifs appartenant à l'échiquier politique. Ils peuvent soutenir plus particulièrement des contenus locaux et faire la promotion d'utilisateurs sur les réseaux sociaux qui produisent leurs propres contenus clivants car il est plus facile d'amplifier des contenus existants que de créer de nouveaux contenus.

#### T0049.002 : Pirater des hastags existants | *Hijack existing hashtag*

Détourner un hashtag existant afin de générer de la visibilité.

#### T0049.003 : Amplifier via la redirection et la réponse automatisée par des bots | *Bots Amplify via Automated Forwarding and Reposting*

Un bot est un programme informatique qui produit de manière automatisée et répétitive des tâches prédéfinies qui, par exemple, imitent ou remplacent le comportement humain. Un bot peut agir en réseau de manière coordonnée, dans ce cas là on parle de « botnet ».

#### T0049.004 : Utiliser le spamoflauge | *Utilize Spamoflauge*

Il s'agit de camoufler des messages de spam afin qu'ils ne soient pas détectés. Par exemple : « you've w0n our jackp0t! ».

#### T0049.005 : x | *Conduct Swarming*

#### T0049.006 : Occuper l'espace informationnel sur certains mots clés | *Conduct Keyword Squatting*

Il s'agit d'une technique de SEO qui consiste à noyer un mot clé spécifique avec le contenu de la campagne afin d'exploiter les résultats d'un moteur de recherche et ainsi de manipuler le narratif autour de ces mots clés.

#### T0049.007 : Amplifier des actualités et des narratifs via des sites inauthentiques | *Inauthentic Sites Amplify News and Narratives*

### T0118 : Amplifier des narratifs existants | *Amplify Existing Narrative*

Les narratifs existants peuvent s'aligner avec les narratifs de la campagne afin de soutenir celle-ci.

### T0119 : Publier de manière cross-plateformes | *Cross-Posting*

Il s'agit de publier le même message dans la même période de temps sur différentes plateformes de réseaux sociaux (comptes, groupes, forums, chats).

#### T0119.001 : Publier de manière cross-plateformes sur des groupes | *Post Across Groups*

#### T0119.002 : Publier de manière cross-plateformes | *Post Across Platform*

#### T0119.003 : Publier de manière cross-plateformes à travers plusieurs domaines | *Post Across Disciplines*

## TA17 : Maximiser l'exposition | *Maximize Exposure*

Maximiser l'exposition de l'audience cible aux contenus de la campagne.

### **T0120 : Inciter au partage | *Incentivize Sharing***

Tout type d'action qui encourage les utilisateurs à partager du contenu par eux-mêmes.

**T0120.001 : Utiliser des programmes marketing affiliés | *Use Affiliate Marketing Program***  
« L'affiliation sur Internet est une technique de marketing électronique permettant à un site web annonceur de promouvoir ses produits ou ses services en proposant une rémunération à d'autres sites web éditeurs (affiliés) en échange d'un apport de ventes, d'inscriptions ou de trafic. » (Définition Wikipédia)

**T0120.002 : Utiliser des tournois et des prix | *Use Contests and Prizes***

### **T0121 : Manipuler l'algorithme des plateformes | *Manipulate Platform Algorithm***

Analyser les algorithmes des plateformes afin de pouvoir les exploiter dans des buts de maximisation de la visibilité d'une campagne ou de contournement des politiques de modération de ces plateformes (lorsqu'elles existent).

**T0121.001 : Contourner le blocage de contenu | *Bypass Content Blocking***  
Il s'agit de techniques permettant l'accès au contenu bloqué. Par exemple : sites miroirs créés par RT et Sputnik ; usage de VPN ; usage de CDN (*content delivery network* qui permet d'éviter le filtrage par adresse IP).

### **T0122 : Rediriger les utilisateurs vers des plateformes alternatives | *Direct Users to Alternative Platforms***

Il s'agit d'encourager les utilisateurs à réagir aux contenus de la campagne sur d'autres plateformes que celles où ils ont d'abord été exposés à ces contenus. Cela permet de diversifier les canaux d'information et de s'assurer que l'audience cible a bien toujours accès aux contenus de l'opération si la plateforme initiale est suspendue.

## TA18 : Causer du tort en ligne | *Drive Online Harms*

Actions entreprises, dans l'espace numérique, par une opération d'influence pour nuire à ses adversaires.

**T0047 : Censurer les réseaux sociaux comme force politique (garde fou/pilier de contre-pouvoir) | *Censor social media as a political force***  
Il s'agit d'exercer un lobbying afin d'empêcher les plateformes de modérer leur réseau social.

**T0048 : Harceler | *Harass***  
Il s'agit d'utiliser des techniques d'intimidation (*cyberbullying, doxing*) pour décourager les opposants d'exprimer leur désaccord.

**T0048.001 : Pratiquer la culture de l'effacement | *Boycott/»Cancel» Opponents***  
La culture de l'effacement (*cancel culture*) est une pratique consistant à dénoncer publiquement, en vue de leur ostracisation, des individus, groupes ou institutions responsables d'actes, de comportements ou de propos perçus comme inadmissibles. Sur les réseaux sociaux, l'opérateur d'une campagne peut mettre l'accent sur un comportement controversé de son adversaire et proposer comme alternative son propre contenu.

**T0048.002 : Harceler les gens sur la base de leur identité | *Harass People Based on Identities***

**T0048.003 : Divulger de manière malveillante | *Dox***  
La divulgation malveillante (*doxing*) consiste en la diffusion d'informations personnelles concernant un tiers qui est opérée sans son consentement et l'expose à un risque.

**T0123 : Contrôler l'environnement informationnel à travers des opérations offensives dans le cyberspace | *Control Information Environment through Offensive Cyberspace Operations***

**T0123.001 : Supprimer les contenus de l'opposition | *Delete Opposing Content***  
Il s'agit de retirer les contenus qui rentrent en conflit avec les narratifs liés à l'opération sur des plateformes sélectionnées. Ceci permet de censurer les informations contradictoires provenant de l'audience cible et de faire en sorte que les contenus de la campagne apparaissent en premier.

**T0123.002 : Bloquer le contenu | *Block Contents***  
Il s'agit des actions visant à restreindre l'accès à internet ou à rendre l'accès de certaines zones d'internet inaccessibles. Cette restriction peut s'appliquer soit au réseau hébergeant le contenu soit à la nature du contenu diffusé.

**T0123.003 : Détruire les capacités de production de l'information | *Destroy Information Generation Capabilities***  
Il s'agit des actions visant à limiter, dégrader ou empêcher la capacité d'un acteur à produire une information contradictoire à tous les niveaux.

**T0123.004 : Opérer une redirection de serveur | *Conduct Server Redirect***  
Un serveur peut opérer une redirection automatique de l'utilisateur d'une url à une autre. Cela peut empêcher les audiences d'un site d'y avoir accès.

## TA18 : Causer du tort en ligne | *Drive Online Harms*

Actions entreprises, dans l'espace numérique, par une opération d'influence pour nuire à ses adversaires.

### **T0124 : Supprimer l'opposition | *Suppress Opposition***

Les opérateurs de la campagne peuvent réduire au silence l'opposition en exploitant les outils ou les processus de modération des plateformes afin d'inciter les opposants à mener des actions contraires aux politiques des plateformes ou suscitant le désaccord de leur communauté.

#### **T0124.001 : Signaler les contenus de l'opposition conformes aux conditions générales des plateformes | *Report Non-Violative Opposing Content***

Pour supprimer les contenus qui n'enfreignent pas les CGUs des plateformes, les opérateurs peuvent exploiter la réglementation sur le droit d'auteur afin de piéger les plateformes pour qu'elles suppriment les contenus en question.

#### **T0124.002 : Inciter les individus à des actions illégales | *Goad People into Harmful Action (Stop Hitting Yourself)***

Il s'agit d'inciter les individus à conduire des actions enfreignant les CGUs des plateformes afin que leurs contenus ou comptes soient retirés.

#### **T0124.003 : Exploiter les CGUs des plateformes et la modération de contenu | *Exploit Platform TOS/Content Moderation***

### **T0125 : Filtrage des plateformes | *Platform Filtering***

Une conversation qui débute sur une plateforme peut se continuer sur un autre canal, une autre chaîne, un autre réseau social. Les intervenants qui la rejoignent ne sont pas au fait du contexte qui l'a faite émerger, surtout s'ils n'ont plus accès à la plateforme d'origine. Cf. Joan Donovan : <https://www.hks.harvard.edu/publications/disinformation-design-use-evidence-collages-and-platform-filtering-media-manipulation>

## TA10 : Mener des activités hors-ligne | *Drive Offline Activity*

Mobiliser les engagements en ligne pour mettre en place des actions hors-ligne.

### **T0017 : Lever des fonds | *Conduct fundraising***

Il s'agit de l'effort systématique de rechercher un soutien financier en ligne pour une action caritative, une cause ou toute autre entreprise afin de faire la promotion de la campagne. Par exemple : Tipee, Patreon, GoFundme.

**T0017.001 : Mener des campagnes de crowdfunding | *Conduct Crowdfunding Campaigns***

### **T0057 : Organiser des événements | *Organize Events***

#### **T0057.001 : Payer pour des actions physiques | *Pay for Physical Action***

Il s'agit de payer des individus pour conduire des actions physiques afin de créer des situations spécifiques et les présenter de manière à ce qu'elles soutiennent les narratifs de la campagne (par exemple : payer un groupe d'individus pour brûler une voiture).

#### **T0057.002 : Conduire des actions symboliques | *Conduct Symbolic Action***

Il s'agit d'actions visant à envoyer un message particulier à une audience ciblée.

### **T0061 : Vendre de la marchandise | *Sell Merchandise***

Il s'agit de relayer le message ou le narratif dans l'espace physique tout en gagnant de l'argent. Par exemple : casquette MAGA.

### **T0126 : Encourager la participation à des événements | *Encourage Attendance at Event***

#### **T0126.001 : Appeler à participer à des événements | *Call to action to attend***

#### **T0126.002 : Faciliter la logistique pour permettre aux participants de se rendre aux événements | *Facilitate logistics or support for attendance***

### **T0127 : Inciter à la violence physique | *Physical Violence***

#### **T0127.001 : Faire usage de la violence physique | *Conduct Physical Violence***

#### **T0127.002 : Encourager à l'usage de la violence physique | *Facilitate logistics or support for attendance***

# TA11 : Persister dans l'environnement informationnel | *Persist in the Information Environment*

Toutes les actions prises pour permettre aux artefacts de la campagne de rester disponible dans l'environnement informationnel.

## T0059 : Avoir une vision à long terme | *Play the long game*

Cela fait référence à deux phénomènes : 1. planifier la communication et lui permettre de se diffuser naturellement sans amplification artificielle. 2. développer une série de narratifs en apparence déconnectés afin qu'ils se rejoignent un jour dans un même narratif.

## T0060 : Continuer à amplifier | *Continue to Amplify*

Il s'agit de continuer l'amplification des narratifs après que la campagne est terminée.

## T0128 : Dissimuler l'identité ou la provenance des ressources informationnelles | *Conceal Information Assets*

Dissimuler l'identité ou la provenance des ressources informationnelles de la campagne, telles que les comptes, les canaux, les pages, etc. afin d'éviter le démantèlement et l'attribution.

### T0128.001 : Utiliser des pseudonymes | *Use Pseudonyms*

### T0128.002 : Dissimuler l'identité du réseau | *Conceal Network Identity*

Il s'agit de cacher complètement l'existence d'un réseau de l'opération. Cela permet de nier son existence.

### T0128.003 : Mise en retrait des influenceurs de l'opération | *Distance Reputable Individuals from Operation*

Il s'agit de s'assurer que les influenceurs se désengagent eux-mêmes de la campagne. Cela peut prendre la forme de la suppression de publications anciennes ou du désabonnement à des comptes. Cela permet de réduire l'exposition de l'opération, et par conséquent de retirer les preuves liées à celle-ci.

### T0128.004 : Blanchir les ressources informationnelles | *Launder Information Assets*

Blanchir des actifs informationnels : il s'agit d'acquérir le contrôle d'actifs informationnels légitimes (comptes, des canaux, des pages, etc.), auprès de tiers, par le biais de la vente ou de l'échange et souvent en violation des conditions d'utilisation des plateformes. Ces actifs blanchis sont utilisés afin d'atteindre les membres d'un public cible. Ils permettent également de compliquer l'attribution de la campagne.

### T0128.005 : Changer le noms des ressources informationnelles | *Change Names of Information Assets*

Il s'agit de changer les noms ou les marque des ressources informationnels (comptes, canaux, pages, etc.) afin que ceux-ci puissent continuer de diffuser les narratifs de l'opération.

## T11 : Persister dans l'environnement informationnel | *Persist in the Information Environment*

Toutes les actions prises pour permettre aux artefacts de la campagne de rester disponible dans l'environnement informationnel.

### T0129 : Dissimuler l'activité opérationnelle | *Conceal Operational Activity*

#### T0129.001 : Dissimuler l'identité du réseau | *Conceal Network Identity*

Il s'agit de cacher complètement l'existence d'un réseau de l'opération. Cela permet de nier l'existence du réseau.

#### T0129.002 : Générer du contenu distincts des narratifs | *Generate Content Unrelated to Narrative*

Il s'agit de reprendre du contenu légitime ou externe à l'opération afin de déguiser les contenus de la campagne. Par exemple : contenus mode/cuisine.

#### T0129.003 : Se distancer du contenu de la campagne | *Break Association with Content*

Il s'agit de se distancer du contenu de la campagne en supprimant les interactions précédentes (partages de contenu, *likes*, *followings*) afin de compliquer l'attribution ou de regagner la crédibilité pour une nouvelle opération.

#### T0129.004 : Supprimer des URLs | *Delete URLs*

Il s'agit de supprimer l'enregistrement du site afin de rendre l'URL inaccessible. Ceci permet de compliquer l'attribution ou de supprimer la documentation en ligne.

#### T0129.005 : Se coordonner sur des réseaux chiffrés/fermés | *Coordinate on encrypted/closed networks*

#### T0129.006 : Nier son implication | *Deny involvement*

Sans preuve tangible (et même si preuve tangible il y a), l'opérateur peut ou veut nier son implication, prenant appui sur son avantage en tant qu'attaquant dans un environnement informationnel asymétrique.

#### T0129.007 : Supprimer des comptes et/ou l'activité | *Delete Accounts/Account Activity*

#### T0129.008 : Rediriger les URLs | *Redirect URLs*

Il s'agit de rediriger les URLs falsifiés ou typosquattés vers des sites légitimes afin d'accroître l'apparence de légitimité de l'opération, de compliquer son attribution ou d'éviter la détection.

#### T0129.009 : Supprimer les origines d'une publication | *Remove Post Origins*

#### T0129.010 : Imiter le comportement d'un autre attaquant | *Misattribute Activity*

Cela vise à générer une fausse attribution de l'opération.

### T0130 : Dissimuler l'infrastructure | *Conceal Infrastructure*

#### T0130.001 : Dissimuler le parrainage | *Conceal Sponsorship*

Il s'agit d'empêcher la mise à jour du véritable parrain de la campagne. Par exemple, la campagne menée par des comptes vénézuéliens parrainés par la Russie lors du référendum sur l'indépendance de la Catalogne en 2017. [https://english.elpais.com/elpais/2017/11/11/inenglish/1510395422\\_468026.html](https://english.elpais.com/elpais/2017/11/11/inenglish/1510395422_468026.html)

#### T0130.002 : Utiliser un hébergement sécurisé | *Utilize Bulletproof Hosting*

Il s'agit d'utiliser un service d'hébergement sécurisé alternatif pour maintenir la continuité de service et empêcher la suspension ou la limitation de l'accès des contenus en ligne.

#### T0130.003 : Utiliser une société écran | *Use Shell Organization*

Utiliser une société écran afin de masquer les partenariats.

#### T0130.004 : Utiliser la cryptomonnaie | *Use Cryptocurrency*

Par exemple : Bitcoin, Monero, Ethereum.

#### T0130.005 : Masquer les paiements | *Obfuscate Payment*

## TA11 : Persister dans l'environnement informationnel | *Persist in the Information Environment*

Toutes les actions prises pour permettre aux éléments créés pour la campagne de rester disponible dans l'environnement informationnel.

### **T0131 : Exploiter les conditions d'utilisation/modération de contenu** | *Exploit TOS/Content Moderation*

Exploiter les éventuelles faiblesses dans les CGU et la modération des plateformes afin d'éviter les actions de celle-ci (retrait des contenus par exemple).

#### **T0131.001 : Maintenir les contenus web** | *Legacy web content*

Rendre le contenu des incidents visible pendant longtemps, par exemple en exploitant les CGU de la plateforme ou en le plaçant dans un endroit où il est difficile de le supprimer ou peu susceptible de l'être.

#### **T0131.002 : Poster des contenus « *borderline* »** | *Post Borderline Content*

Il s'agit d'utiliser un service d'hébergement sécurisé alternatif pour maintenir la continuité de service et empêcher la suspension ou la limitation de l'accès des contenus en ligne.



# Évaluation

## TA12 : Mesurer l'efficacité de la campagne | Assess Effectiveness

### T0132 : Mesurer la performance | *Measure Performance*

Mettre en place des métriques pour déterminer si les actions menées ont été bien accomplies.

#### T0132.001 : Mesurer la performance : des individus | *People Focused*

Il s'agit de mesurer la performance des individus (comptes, avatars etc.) utilisés dans la campagne.

#### T0132.002 : Mesurer la performance : du contenu | *Content Focused*

Il s'agit de mesurer la performance du contenu de la campagne.

#### T0132.003 : Mesurer la performance au nombre de vues | *View Focused*

### T0133 : Mesurer l'efficacité | *Measure Effectiveness*

Il s'agit de définir un métrique permettant de mesurer l'efficacité de la campagne.

#### T0133.001 : Mesurer les changements comportementaux | *Behavior changes*

Il s'agit de veiller et évaluer les changements comportementaux suite aux incidents de désinformation.

#### T0133.002 : Mesurer l'efficacité des contenus | *Content*

#### T0133.003 : Sensibilisation | *Awareness*

Mesurer la capacité de la campagne à avoir sensibilisé le public visé par les narratifs diffusés.

#### T0133.004 : Connaissance | *Awareness*

Mesurer si le public visé a eu connaissance des narratifs de la campagne.

#### T0133.005 : Actions/comportements | *Action/attitude*

Mesurer la capacité de la campagne à avoir influencé les actions et les comportements du public visé par les narratifs diffusés.

### T0134 : Mesurer l'efficacité des indicateurs de performance clés | *Measure Effectiveness Indicators (or KPIs)*

Vérifier la cohérence des indicateurs de performance pour assurer l'évaluation de la performance et de l'efficacité de la campagne, pendant et après celle-ci.

#### T0134.001 : Portée des messages | *Message reach*

Veiller et évaluer la portée des messages issus de la campagne.

#### T0134.002 : Engagement sur les réseaux sociaux | *Social media engagement*

Veiller et évaluer l'engagement sur les réseaux sociaux impliqués dans la campagne.

## À PROPOS DE VIGINUM



Créé le 13 juillet 2021 et rattaché au SGDSN, VIGINUM est chargé de la vigilance et de la protection contre les ingérences numériques étrangères.

Ce service technique et opérationnel de l'État a pour mission de détecter et caractériser les campagnes de manipulation de l'information sur les plateformes numériques, impliquant des acteurs étrangers dans le but de nuire à la France et à ses intérêts.

[Décret n° 2021-922 du 13 juillet 2021]

[Service de vigilance et protection contre les ingérences numériques étrangères | SGDSN](#)

