

L'identité de 20 Minutes à nouveau usurpée dans une vidéo de propagande prorusse. L'éditeur porte plainte.

La charte graphique de 20 Minutes a été imitée dans une vidéo diffamatoire envers la chaîne France 24 et une de ses journalistes, relayant du contenu prorusse, dans le but d'influencer l'opinion.

Appelée "typosquattage", la technique utilisée par les hackers consistant à imiter les codes graphiques et identitaires de grands médias afin de profiter de leur notoriété, n'est pas nouvelle. 20 Minutes [avait déjà été victime](#) du même procédé en mai et en juin, dans le cadre de l'opération de désinformation russe "Doppelgänger" dénoncée par le quai d'Orsay. L'éditeur [avait à l'époque déposé plainte](#) pour "usurpation d'identité".



Elle a été relayée sur plusieurs chaînes Telegram russes, ainsi que sur le réseau social russophone Vk, avec toujours les mêmes éléments de langage. Des sites d'information russophones l'ont également mise en ligne. On la retrouve aussi sur un site

anglophone enregistré en Russie. Sur Facebook, la vidéo a circulé en serbo-croate. Ce sont d'ailleurs [l'AFP Belgrade](#) et France 24 qui ont alerté le média sur cette vidéo trompeuse. 20 Minutes a immédiatement publié un démenti sur son site et [un article complet dans sa rubrique « Fake Off »](#)

« Informer plus de 20 millions de personnes par mois (1 Français sur 3) nous donne une grande responsabilité en tant qu'éditeur. Cette notoriété et la relation de confiance construite depuis plus de 20 ans nous exposent malheureusement aussi à ce genre d'attaque.

Nous ne laisserons pas ces actions malveillantes compromettre l'intégrité du travail de notre rédaction et l'accès à une information fiable pour nos lecteurs. Nous déposons à nouveau plainte contre cette usurpation d'identité, dont nos confrères de FRANCE 24 sont aussi injustement victimes » explique Ronan Dubois, Directeur Général de 20 Minutes

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Son audience réunit 21 millions d'utilisateurs chaque mois dont plus de 80% sur les supports numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN](#). Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22