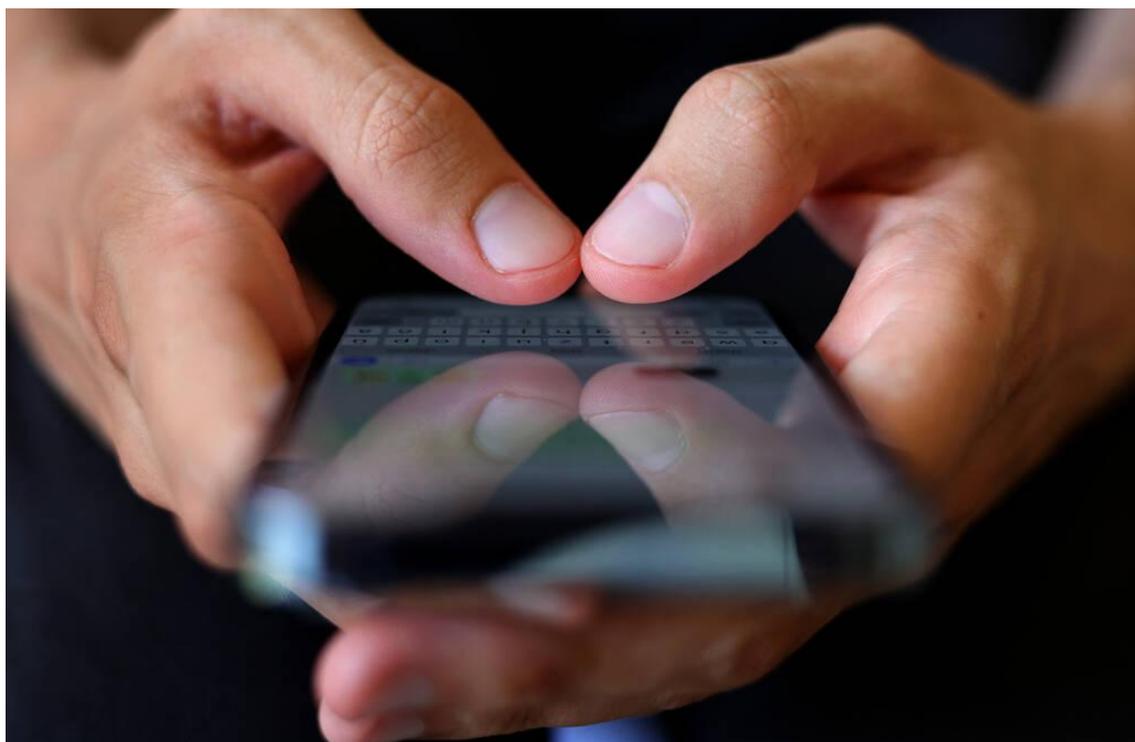


Fausse annonces de fermetures de magasins : enquête sur ces sites générés par IA qui inondent Google de fake news

Depuis quelques semaines, de faux sites d'actualité annoncent la disparition d'enseignes comme Decathlon ou Darty. Derrière ces intox, des réseaux exploitant l'IA et les algorithmes de Google pour générer trafic et revenus.



Plusieurs sites internet relaient des fausses annonces de fermetures de magasins, créées par l'intelligence artificielle. (Karl-Josef Hildenbrand/DPA. AFP)

Decathlon, NOZ, La Halle, Darty : la France ferait face à des fermetures de magasins en cascade. Au cours du mois d'avril, plusieurs sites web se présentant comme des médias d'actualités, mais aux noms jusqu'ici inconnus comme franchementbien.fr, LaPlasturgie.fr, atelier-de-france.fr ou encore mididelices.fr ont annoncé les déboires de plusieurs grandes enseignes françaises.

Les textes sont toujours construits de la même manière. Un titre dramatique faisant figurer le nom d'une marque contrainte un grand nombre de magasins, voire la totalité. «*La Halle ferme définitivement ses derniers magasins : " Nous n'avons jamais pu remonter la pente*»», indique le titre d'un article publié ce 30 avril sur franchementbien.fr. «*Dès mai, Decathlon fermera 25 magasins : la liste des villes dévoilée*», annonçait le 18 avril le site LaPlasturgie.fr.

Jusqu'à 42 articles par jour

Dans le corps de ces articles, entrecoupés de publicités tapageuses, un schéma identique : une longue introduction qui brode sur la fermeture annoncée de magasins, une interrogation sur les conséquences économiques, suivie généralement par le témoignage inventé d'un directeur de magasin, d'une employée ou d'un client qui se remémore l'âge d'or de l'enseigne, faisant face désormais à l'adversité du commerce en ligne.

Ces textes sont prétendument rédigés par des rédacteurs affichant une photo de profil et une biographie leur donnant l'air humain. Mais derrière la signature de ces rédacteurs stakhanovistes (dont *CheckNews* a compté qu'ils étaient capables d'écrire jusqu'à 42 articles par jour), se cache la superproductivité des logiciels d'intelligence artificielle générative, qui rédigent un papier en quelques secondes.

Si ces fausses annonces ont touché un large public, c'est que ces sites, a priori relativement confidentiels, ont bénéficié d'une forte exposition grâce [aux algorithmes de Google](#) et de Google Discover, le flux personnalisé d'articles mis en avant sur les smartphones des internautes français. Ces derniers les relayant ensuite sur leurs propres réseaux sociaux, faisant grossir la boule de neige de la désinformation.

Démentis

A tel point que plusieurs enseignes se sont senties obligées de publier des démentis face aux inquiétudes de leurs clients et employés. Le 23 avril, [les magasins de sport Decathlon](#) ont ainsi infirmé l'information de LaPlasturgie.fr. Ce 29 avril, le président de la Halle, Thomas Beaumanoir, et son directeur général Thomas Hamelle ont adressé une note d'information aux salariés les informant qu'«une fake news circule actuellement par le biais d'un faux média Franchement Bien. [...] Cette fake news se fait le relais de la fermeture prochaine de La Halle. Nous tenons à vous rassurer, il s'agit bien évidemment d'une fausse information relayée par un site intégralement géré par de l'intelligence artificielle. De nombreuses marques et entreprises sont concernées et vivent la même situation». Auprès de *CheckNews*, d'autres enseignes comme Darty et Leroy Merlin s'agacent des «fausses informations» publiées par franchementbien.fr. Même démenti de la part du groupe Carrefour, qui précise que «nous n'avons, par ailleurs, jamais été contactés dans le cadre de ces articles».

Comme l'exposait *CheckNews* [dans une enquête conjointe avec le média Next, publiée en février](#), des milliers de sites francophones diffusent des contenus générés par intelligence artificielle, souvent plagiés ou inventés, pour exploiter les algorithmes de Google Discover et générer des revenus publicitaires à très bas coût. Au départ, le mode opératoire est toujours le même : des spécialistes du référencement rachètent des noms de domaines tombés à l'abandon, les gavent de contenus rédigés par l'IA auxquels ils accolent des publicités, puis monétisent la notoriété dont ces sites bénéficiaient.

Les gains sont d'autant plus importants si ces sites étaient déjà indexés par le service Google News, qui met en avant les sites à caractère informatif, et Google Discover qui fait exploser leurs audiences sur smartphone. Si cette mécanique est désormais bien connue, la plupart de ces sites se contentaient de produire à la chaîne et

grâce à l'IA (quitte à plagier des contenus de véritables sites d'infos) des articles sans intérêt, mais sans volonté de tromperie. Depuis quelques semaines, de plus en plus de sites semblent décidés à exploiter un filon plus nuisible, en produisant semble-t-il délibérément des fausses informations.

Réseau de faux sites d'actualité

Dans le cas des prétendues fermetures chez Decathlon, l'équipementier a été visé par plusieurs publications mensongères entre le 18 et le 23 avril, mais celles qui ont reçu le plus d'écho viennent du site LaPlasturgie.fr. Ce nom de domaine a ainsi appartenu à la Fédération de la Plasturgie des composites jusqu'à sa disparition début 2021. L'adresse est alors rachetée par l'entreprise Kifdom, spécialisée dans la vente aux enchères de noms domaines, qui a revendu «laplasturgie.fr» début 2022 à un acheteur inconnu. Aujourd'hui, le site publie en moyenne 36 articles par jour, signés par des auteurs usurpant parfois le nom de journalistes réels.

Différents indices permettent néanmoins de découvrir un réseau entier de faux sites d'actualité probablement gérés par la même équipe. arcadi.fr, ferocee.com, dabba-consigne.fr... L'apparence, les articles publiés et des éléments techniques présents dans le code source de ces sites permettent de faire le lien entre eux. Surtout, plusieurs ont temporairement affiché, en 2022 ou en 2023, des mentions légales indiquant le nom d'une entreprise et une adresse, localisée à Casablanca. Le site a depuis supprimé ces informations de ses mentions légales et affiche des informations trompeuses, indiquant une domiciliation au 39 Rue de Monaco à Paris adresse inexistante dans la capitale.

D'autres éléments pointent vers le Maroc, comme des articles se concentrant sur le cours de l'or dans le royaume avec un prix exprimé en dirham, peu commun pour un lecteur ou un rédacteur français. Mais surtout, dans les articles, une balise incite les lecteurs à s'abonner au profil Google Actualités du site. Or le lien renvoie vers une URL avec un code régional configuré pour le Maroc (gl = MA) avec la langue française (hl = fr).

Articles supprimés

Contacté par *CheckNews* au sujet de ces articles mensongers, le site nous a d'abord répondu par l'intermédiaire d'un email au nom d'un mystérieux «Patrick», qui se défait de toute responsabilité et incrimine la concurrence, assurant que le site mididélites.fr serait à l'origine de la désinformation. Suggérant que son propre site se serait contenté de reprendre l'intox à son insu...

Dans un long mail, il accuse son propriétaire, le consultant SEO français, Julien Jimenez d'être à l'origine des «fake news». Selon «Patrick», Jimenez serait devenu «*le maître de la désinformation via une diffusion industrielle de fake news sur ses propres réseaux de sites*», qui lui assurerait un salaire mensuel à six chiffres. Disposé à charger son concurrent, il dénonce ses méthodes et affirme que «*quand l'une de ses fausses informations prend de l'ampleur dans l'actualité nationale, il n'hésite pas à trafiquer la date de son article pour donner l'illusion qu'il n'a fait que " reprendre l'information, et non la diffuser en premier*».

Interrogé sur les relais de ces fausses informations par «La Plasturgie», Patrick n'a pas donné suite à notre conversation. Suite à notre échange, trois articles publiés les [19 avril](#), [21 avril](#) et [25 avril](#) ont été supprimés du site. Ils annonçaient tous la fermeture prochaine de plus de 25 magasins Decathlon en France. Avec un culot certain, un nouvel article paru le 28 avril se livre même à [une vérification de la rumeur](#)... sans jamais mentionner la responsabilité de LaPlasturgie.fr dans la circulation de la fausse nouvelle.

Relance des activités de Julien Jimenez

Dans un second temps, un certain Rim A. nous a aussi répondu en se présentant comme «*expert SEO*» ayant «*toutes les astuces pour générer beaucoup de trafic organique mais je veux travailler légale (sic)*». Et de nous promettre un trafic dépassant les 100 millions de visiteurs par mois et par site.

Résultats de recherche pour decathlon



Capture d'écran du site de LaPlasturgie.fr, avant la suppression de ces articles mensongers sur des fermetures de magasins.

Julien Jimenez, qui dénonce le mystérieux Patrick de LaPlasturgie.fr, est un entrepreneur français, bien connu dans le milieu français de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) puisqu'il a été le fondateur de l'agence Korleon'Biz en 2009 et de la plateforme de netlinking NextLevel, qui permettait l'achat de liens sur des pages déjà positionnées pour améliorer la visibilité de sites web.

Comme le raconte [Le Journal du Net](#) dans une enquête parue en février 2024, après la liquidation de ses entreprises en 2023, entachée de dettes et de soupçons de gestion douteuse, il a relancé discrètement ses activités via une nouvelle société en Espagne. Il est à la tête d'un large réseau de sites web, parfois référencés par Google News et mis en avant par Discover, qui lui permettent de gagner des revenus publicitaires.

CheckNews a pu retrouver différents éléments qui relient Julien Jimenez aux sites [franchementbien.fr](#), [mididelices.fr](#) et [atelier-de-france.fr](#). Son nom apparaissait dans les mentions légales sauvegardées par [Archive.org](#) de [mididelices](#), avant qu'elles ne soient récemment changées pour indiquer un nom et une adresse fictive à Toulouse. [Mididelices.fr](#) et [franchementbien.fr](#) utilisent le même numéro d'identifiant AdSense, c'est-à-dire le code unique attribué par Google pour chaque compte de sa régie publicitaire AdSense, qui permet aux éditeurs de sites web d'afficher des publicités et de percevoir des revenus. Ce numéro est utilisé par plus de 200 autres sites web, selon le site [builtwith.com](#). Enfin, le site [atelier-de-france.fr](#) ne diffuse pour le moment pas d'annonce de Google. Mais sur son site, on trouvait un article faisant la promotion de l'activité de psychopraticienne de la compagne de Julien Jimenez.

La recrudescence des fausses nouvelles publiées par ces sites traduit-elle une nouvelle stratégie de leurs gérants afin de gonfler leur trafic ? Sollicité, Julien Jimenez n'a pas donné suite à nos demandes. Quant à «Patrick», le

mystérieux contact de LaPlasturgie, il élude notre question, préférant dénoncer les fautes de ses concurrents.

Modération de Google

Selon les estimations du logiciel d'analyse de référencement Semrush, les sites laplasturgie.fr, franchementbien.fr et atelier-de-france.fr ont connu une forte croissance sur le moteur de recherche sur les mois de mars et d'avril. L'analyse de ces sites indique également qu'ils ont réussi à bien se placer sur des mots-clés comme les noms de grandes enseignes commerciales, mais aussi d'organismes (France Travail, la Caisse d'Allocation familiale) mais aussi du livret A (avec la publication de fausses informations démenties par le site du service public et plusieurs médias) et l'Agirc-Arrco, soit le régime de retraite complémentaire des salariés du privé en France. Des mots-clés qui correspondent à des sujets très «concernant» pour les Français.

Le succès de ces sites générés par IA et la prolifération de leurs fausses informations repose sur une mise en avant accordée par Google aussi bien au sein de son moteur de recherche que sur Discover ou Google News. Interrogé par *CheckNews* sur le référencement très favorable accordé à ces sites producteurs de fausses informations, Google a procédé, après notre communication, à la modération de plusieurs d'entre eux, dont LaPlasturgie.fr. Le site n'apparaît plus dans Google News, et devrait donc être mis au ban par Google Discover, le catalyseur d'audiences (et donc de revenus) du moteur de recherche.

Le moteur de recherche refuse cependant d'entrer dans les détails des quatre sites produisant ces fausses informations ou d'indiquer à combien de ces utilisateurs, il a présenté ces rumeurs infondées générées par des IA à la demande d'administrateurs de sites peu scrupuleux. *«Nos systèmes anti-spam luttent contre la production de masse de contenus de faible qualité, et assurent ainsi l'exclusion de la majorité de ces contenus de Discover»*, promet un porte-parole de Google, répétant les éléments de langage du géant de la Silicon Valley, selon lesquels *«ces mêmes systèmes permettent de proposer des résultats de recherche à 99 % sans spam. Le règlement de Discover relatif au contenu interdit le contenu trompeur, manipulé et mensonger. Bien que nous ne commentions pas les sites spécifiques, nous prenons les mesures appropriées lorsque nous constatons des violations de nos règles»*.

Comme lors de notre précédente enquête, il aura fallu que des journalistes humains signalent ces sites indésirables pour que la modération de ces énigmatiques systèmes anti-spam s'opère.

En fin d'après-midi, mercredi 30 avril, le site laplasturgie.fr est devenu inaccessible. Le lendemain, c'était au tour de mididelices.fr, dabba-consignes.fr et d'autres noms de domaines ayant relayé les fausses informations concernant Décathlon, d'être suspendus. Interrogé par Checknews, l'Afnic, en charge de la gestion du domaine en ".fr", indique avoir lancé plusieurs procédures de justification, après avoir été avisée des publications mensongères par des journalistes de la *Voix du Nord*. L'association exigeant des propriétaires des noms de domaine de prouver leur identité réelle. *" Nous avons lancé ces procédures de notre propre initiative*, explique Pierre Bonis, directeur général de l'Afnic, qui ne précise pas la liste des sites concernés. *Au bout de sept jours sans réponse, le nom de domaine a été bloqué. Pour d'autres, le propriétaire a bien confirmé son identité, et s'il publie des choses illégales, les personnes qui pourraient vouloir le poursuivre peuvent savoir de qui il s'agit*.