



Date Janvier 2026
Une analyse de Thomas Delorme

Synthèse

Le 11 janvier, le compte X French Response, explose à la suite d'un tweet en réponse à Elon Musk. Une simple image de son salut nazi alors que ce dernier accuse le gouvernement britannique d'être fasciste. Suscitant jusque-là, et encore aujourd'hui, doutes et scepticisme, le compte est devenu pour nombreux une fierté française. Provocateur, au contact des chefs de meute de la désinformation anti-française et européenne, le compte s'aventure en terrain hostile. Derrière cette nouvelle forme de communication se développe un fond narratif tout aussi novateur : critique frontale des Etats-Unis et de la sphère MAGA ou encore auto-dérision à propos de l'histoire française. Le compte donne un cap à toutes les personnes souhaitant, à leur échelle, debunker des récits de désinformation.

Cette analyse a été rendue possible par l'accès aux données accordé par Visibrain.



Sommaire

1. Introduction	2
2. Une conquête en terrain hostile	3
3. Le compte qui met un « ratio » à la désinformation	4
4. Conclusion	6

1. Introduction

French Response, agissant sur X (anciennement Twitter), le compte officiel de riposte informationnelle du ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères (MEAE) n'a pas toujours fait l'unanimité. Encore aujourd'hui, il continue de faire lever des sourcils.

Parmi les critiques fréquemment adressées à propos du compte de riposte, les sceptiques répètent qu'X reste un milieu hostile, terrain de jeu d'Elon Musk, qu'il contrôle tant idéologiquement qu'algorithmiquement. En allant sur X, on répond certes aux trolls, propagandistes et autres détracteurs de la France, mais parle-t-on réellement aux françaises et français ? La dernière étude de Médiamétrie décrit un réseau à la marge de la société française. Une partie de l'écosystème de lutte contre la désinformation a d'ailleurs décidé de boycotter le réseau, voire de créer des outils de portabilité vers de nouveaux réseaux (notamment le projet OpenPortability porté par l'Institut des Systèmes Complexes), plus sains, moins manipulables. D'autres interrogent l'idée même de riposte, alimentant la visibilité de récits mensongers à l'encontre de la France. Le guide de VIGINUM sur les élections municipales encourage ainsi les équipes de campagnes « à ne pas répondre » aux fausses informations. Enfin, certains s'interrogent sur l'image renvoyée, de voir un compte officiel produire des mêmes et interpellé des propagandistes en ligne. Cette idée ancrée dicterait que de répondre aux trolls avec leurs armes, c'est de s'abaisser à leur niveau, et d'abaisser l'institution diplomatique avec.

La désinformation est un phénomène qui paralyse. Si nous ne mesurons pas les effets d'une telle riposte, nous commençons à mesurer les coûts de l'inaction. En attendant que l'on sensibilise et équipe les administrations, les entreprises et les citoyens ; les ingérences se multiplient. C'est précisément face à cette immobilité que le compte French Response apporte une réponse. Comme l'explique, Anne-Marie Descôtes, secrétaire générale du MEAE, « Dans ce monde de prédation, si nous sommes faibles, nous apparaissions comme des proies. Pour être libre, il faut être craint ». David Millar, auteur et enseignant spécialiste des Etats-Unis et de la menace informationnelle, nous dit : « On a essayé d'ignorer la désinformation, et ce qui est sûr, c'est qu'on a perdu la bataille narrative avec cette stratégie ».

Malgré le scepticisme, le compte est passé d'à peine 10 000 abonnés en décembre à quasiment plus de 130 000 aujourd'hui. S'il fonctionne aussi bien, c'est bien sûr grâce à ses provocations effrontées, publiées directement sous les tweets d'Elon Musk et de Dmitry Medvedev, en ligne avec les codes du réseau. Mais c'est également en assumant une ligne éditoriale propre, une auto-dérision face à l'histoire française et en s'attaquant frontalement aux Etats-Unis. French Response incarne ainsi une transition autant sur le fond que sur la forme.

Outre mieux comprendre les dynamiques derrière le compte, nous avons obtenu, grâce à Visibrain que nous remercions chaleureusement pour les données, tous les tweets (du 31

août au 25 janvier) de French Response ainsi que les retweets et les tweets mentionnant le compte, soit un total de 120 000 (dont 84 686 retweets), cumulant 6 milliards d'impressions. Nous nous sommes également rapprochés de David Millar, auteur et enseignant spécialiste des Etats-Unis et de la menace informationnelle, ainsi que Julian Neylan, autre spécialiste de la menace informationnelle qui apprend aux gouvernements, à la société civile et aux entreprises comment manier la matrice DISARM, afin de savoir comment ce pivot était perçu depuis l'étranger.

2. Une conquête en terrain hostile

Etabli en août 2025, le premier tweet du compte est un « thread » de debunk très institutionnel, très factuel, adressé au Secrétaire d'Etat étatsunien Marco Rubio. La France est alors épinglée par différentes fausses informations liées à la reconnaissance de l'Etat de Palestine. Ce premier tweet pouvait présager un compte qui, certes s'adresse directement aux chefs de meute des récits critiques de la France, mais pas de la méthode comique et ironique qui est aujourd'hui la marque de fabrique de French Response. Très rapidement, cependant, cette patte a été mise à l'œuvre, à l'instar de ce tweet, posté dès le 11 septembre 2025.

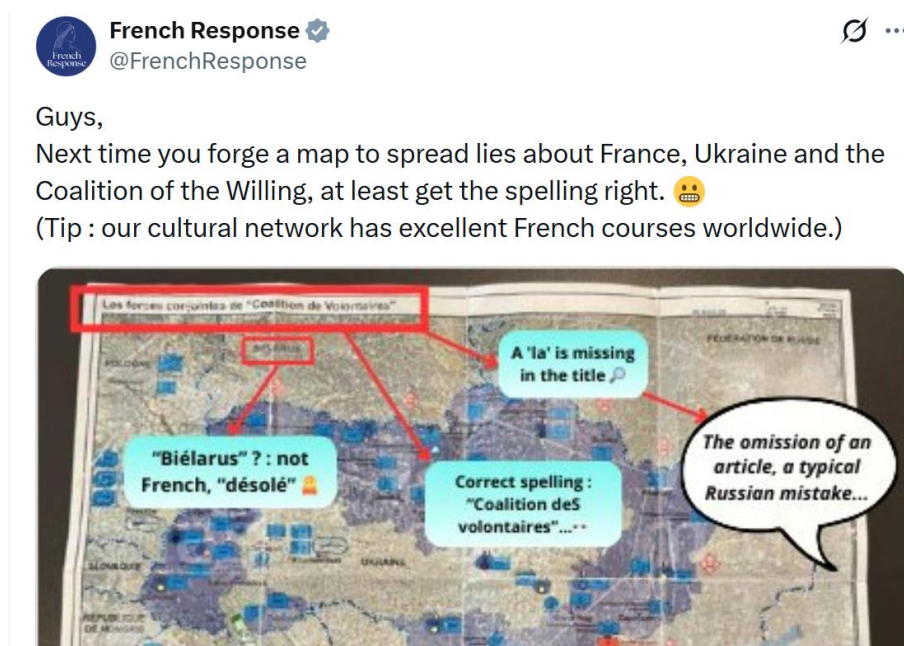


Figure 1 Tweet de French Response du 11 septembre 2025, <https://x.com/FrenchResponse/status/196614990247771168>

Selon Julian Neylan de la fondation DISARM, la clé du succès de French Response vient, bien entendu, de son humour, mais que la frontière est fine entre une blague géniale et du contenu *cringe* (comprendre humour gênant, pas naturel). Il souligne que French Response continue son sans faute en s'attaquant à des cibles de prestige, en premier lieu des figures du mouvement MAGA.

Quatre mois plus tard, cette méthode fait basculer le compte dans une nouvelle dimension. Le curseur de la communication minimaliste poussé au bout, une simple photo du salut nazi d'Elon Musk, qu'il avait effectué un an plus tôt lors de la cérémonie d'investiture de Donald Trump, fait exploser la visibilité du compte. Les résultats sont éloquentes, comme le démontre cette courbe de tendances de l'outil Visibrain.

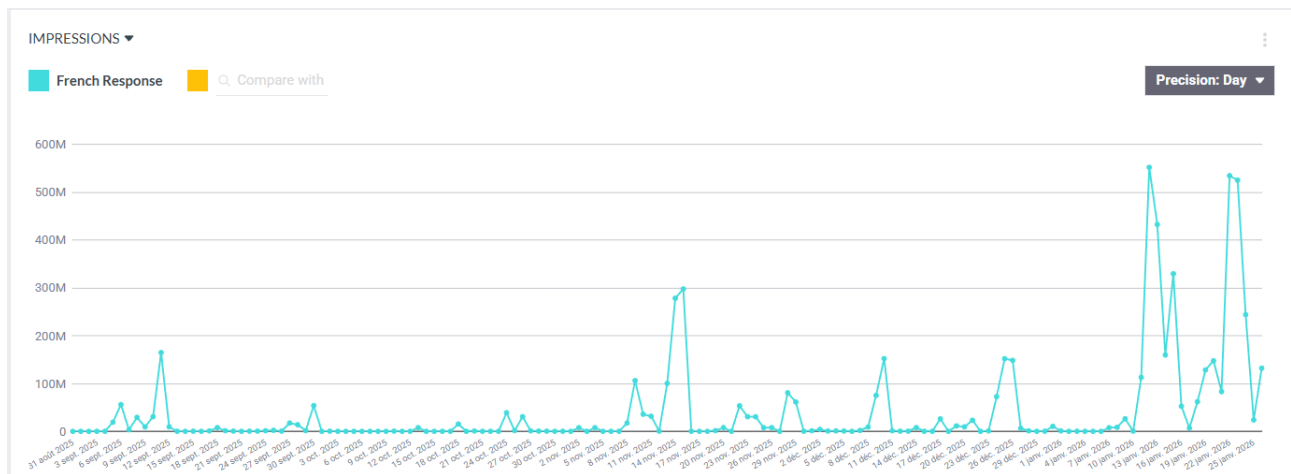


Figure 2 Impressions générés par les tweets de French Response. Source : Visibrain, 25 janvier 2026.

Depuis, le compte gagne tous les jours en notoriété. Entre le 4 septembre et le 28 novembre, le compte génère 3 439 retweets pour 176 publications, soit 19,5 retweets par publication. Du 29 novembre au 22 janvier, on passe à 39 191 retweets pour 106 publications, soit 369,7 retweets par publication.

3. Le compte qui met un « ratio » à la désinformation

French Response contredit les détracteurs les plus malhonnêtes et malintentionnés de la twittosphère, à savoir des figures politiques, des trolls et des propagandistes. En terrain hostile, le compte interpelle, rappelle les faits et, en clair, cherche à humilier ses adversaires.

Qui sont les victimes préférées du compte ? Le premier tweet s'adressait à Marco Rubio, depuis, nombreux comptes ont été épinglés. Pavel Durov, Dmitry Medvedev ou encore comptes pro-chinois, personne n'est épargné. Quand on cartographie les communautés ayant interagi avec French Response à l'aide du logiciel Gephi, on identifie une majorité de comptes liés à des personnalités étatsuniennes, mais également des influenceurs d'extrême-droite ou encore Florian Philippot.

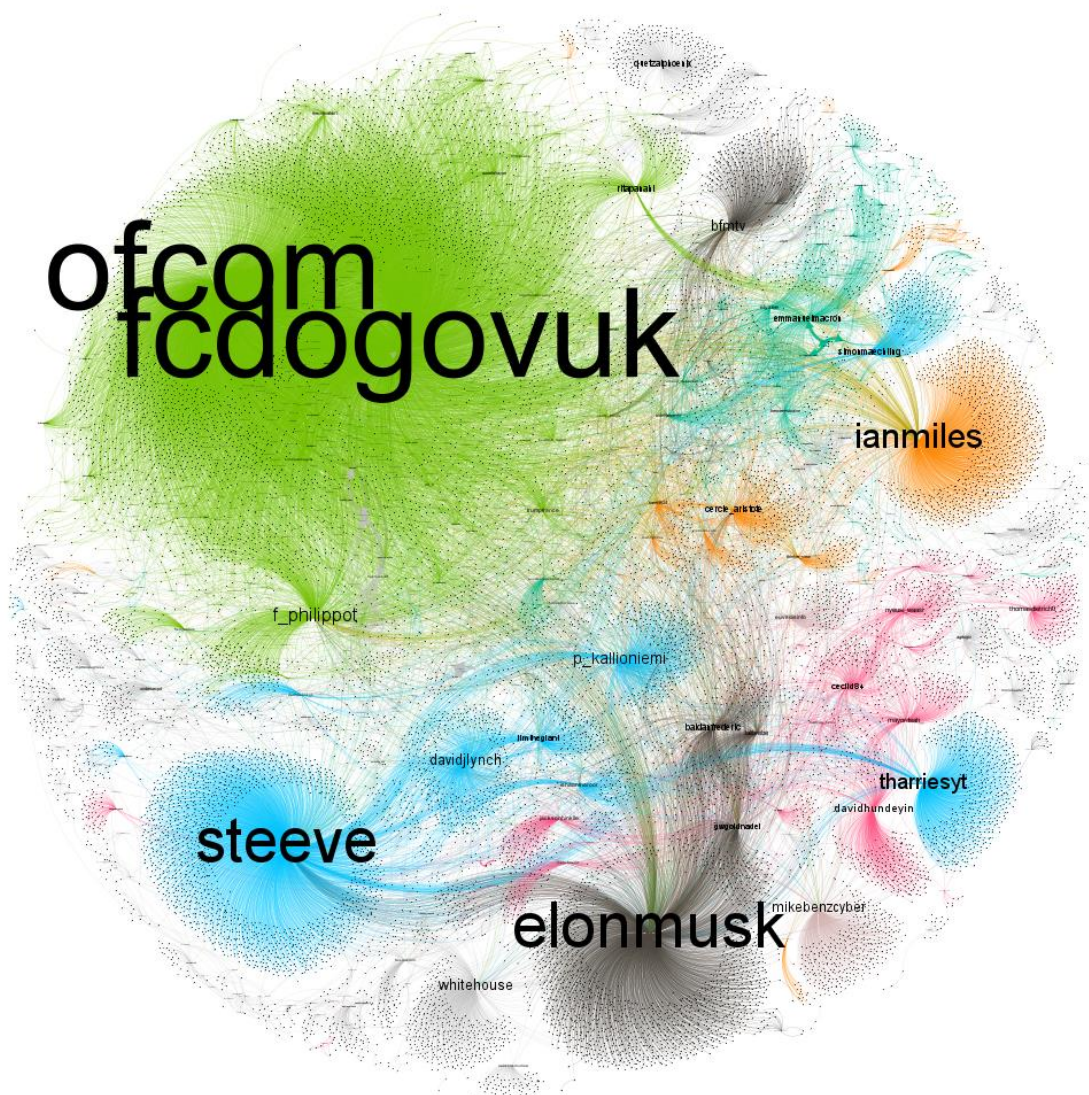


Figure 3 Cartographie de communautés interagissant avec les tweets de French Response réalisée avec Gephi. Source des données : Visibrain

Or, les plus grandes communautés en interaction avec le compte French Response sont aujourd'hui des alliés, dont notamment l'OFCOM, régulateur audiovisuel britannique et le FCDO, le ministère des affaires étrangères.

Le compte préfigure ainsi un changement d'attitude vis-à-vis des Etats-Unis : d'une conviction résignée que le pilier d'autrefois était devenu un adversaire dans l'arène informationnelle, il est devenu une cible légitime de mêmes et de dérision. Ainsi, en analysant 17 000 tweets en langue anglaise grâce à la plateforme d'analyse de données en ligne CorText, trois principaux clusters sont identifiés à partir d'une analyse de co-occurrences :

- 1) La régulation européenne des réseaux sociaux et la liberté d'expression,
- 2) les mentions du compte French Response,

3) la critique de l'Etat social des Etats-Unis. Dans cette troisième catégorie, on voit de nombreuses mentions de la crise de la dette étudiante, l'espérance de vie ou encore le taux d'homicides.

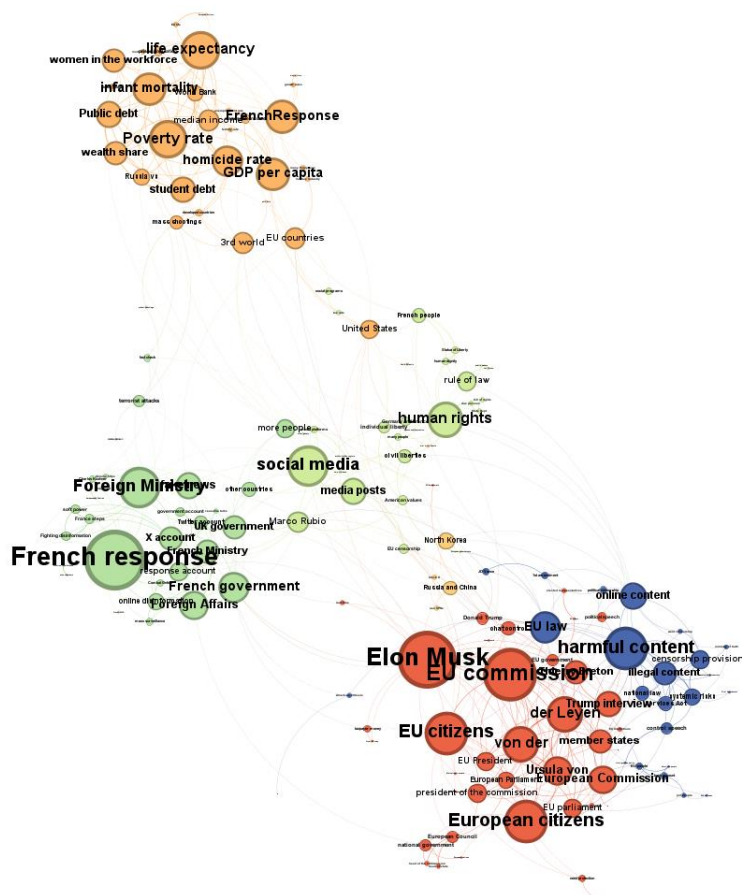


Figure 4 Cartographie de thématiques sur 17 000 tweets en anglais, réalisée avec CorText puis Gephi

French Response n'est pas seulement un compte avec un bon bilan comptable, il donne également un espace à des comptes d'analyse géopolitique qui défendent, eux aussi, la France face aux ingérences. Parmi les tweets les plus relayés autour du compte de French Response, on retrouve des comptes comme celui de Clément Molin, de Louis Duclos ou encore le Zelenskyste, tous les trois des comptes francophones de vulgarisation de géopolitique sur X.

4. Conclusion

French Response donne le ton, mais s'inscrit également dans la continuité d'une nouvelle communication institutionnelle du MEAE : adapter le contenu au canal de diffusion. Sur X, French Response est accompagné d'autres comptes institutionnels qui emploient le registre de l'humour et de la provocation, à l'image du compte de l'ambassade de France en Afrique du Sud, qui debunk les fausses affirmations de son homologue russe. Sur d'autres réseaux, moins centrés sur la conflictualité verbale que X, le MEAE soigne sa com'. A l'instar de cette collaboration en « cross-posting » de l'ambassade du Kenya avec « the_roaming-chef », où l'ambassadeur cuisine, décontracté, avec un créateur de contenu cumulant 1,5 million d'abonnés sur Instagram et 2,5 millions abonnés sur TikTok. La communication institutionnelle s'adapte et French Response en est l'exemple le plus saillant, « fo shur ».