

La divulgation FARA de la campagne d'influence d'Israël et ses implications juridiques, fiscales et éthiques pour les individus et les plateformes

Les récents dépôts sous la **Loi sur l'enregistrement des agents étrangers des États-Unis (FARA)** ont révélé une campagne d'influence surnommée "**Le Projet Esther**", financée par le ministère israélien des Affaires étrangères. Les documents déposés par **Bridges Partners LLC** le 26 septembre 2025 détaillent des contrats acheminés via **Havas Media Group Allemagne** pour engager des influenceurs de réseaux sociaux à publier du contenu pro-israélien ciblant les publics américain et mondial. Le budget divulgué s'élève à environ **900 000 \$** pour la période de juin à novembre 2025, soutenant 14 à 18 influenceurs qui ont produit 75 à 90 publications, les analystes estimant un coût de **6 000 à 7 000 \$ par publication**.

Bien que ces dépôts satisfassent l'exigence de transparence de FARA pour Bridges Partners en tant qu'agent principal, ils mettent en lumière des risques en cascade : les responsabilités personnelles des influenceurs non enregistrés, les obligations d'application des plateformes en matière de droit publicitaire, et les obligations fiscales transfrontalières. Ce cas montre comment les opérations d'influence numérique mettent à l'épreuve les lois du milieu du vingtième siècle à une époque d'amplification algorithmique.

Le cadre de la Loi sur l'enregistrement des agents étrangers

FARA (22 U.S.C. § 611 et seq.) - initialement conçue pour exposer la propagande nazie - exige l'enregistrement de toute personne agissant « *sur ordre, demande, ou sous la direction ou le contrôle* » d'un mandant étranger pour influencer la politique ou l'opinion publique américaine. Les déclarants doivent divulguer leurs activités, leurs finances et les matériels diffusés, avec des mises à jour semestrielles.

Dispositions clés :

1. **Applicabilité large** – couvre les contractants gouvernementaux, les agences de relations publiques et les individus effectuant un travail politique ou promotionnel.
2. **Responsabilité individuelle** – chaque personne physique exécutant l'activité doit soumettre un enregistrement *Short-Form*, indépendamment du dépôt de l'employeur.
3. **Sanctions** – amendes civiles pour les manquements négligents ; jusqu'à **cinq ans d'emprisonnement** ou **10 000 \$ d'amendes** pour les violations intentionnelles (22

Implications pour les influenceurs

Obligations FARA

Les influenceurs conscients du parrainage israélien et de l'intention ciblée sur les États-Unis sont qualifiés d'agents, ce qui nécessite des dépôts individuels *Short-Form*. Seul le principal de Bridges Partners, Uri Steinberg, semble enregistré. Les participants non enregistrés pourraient donc être non conformes. Le regain d'attention du DOJ sur les campagnes d'influence en ligne (voir les rapports annuels de l'unité FARA 2023-2024) suggère un examen potentiel, même pour les micro-créateurs.

Obligations en matière de droit publicitaire

Les **Guides d'endossement de la FTC (16 C.F.R. Part 255)** exigent des divulgations claires de type #ad pour le contenu rémunéré. L'omission dans les messages politiques constitue une pratique trompeuse selon l'article 5 de la loi FTC, exposant les créateurs ou les agences sponsors à des ordonnances et amendes.

Fiscalité

Les revenus des publications sponsorisées sont considérés comme des **revenus d'auto-emploi** (26 U.S.C. § 1402). Les résidents américains doivent déclarer sur l'annexe C ; les non-résidents peuvent être soumis à une retenue de 30 % sur les travaux provenant des États-Unis. La non-divulgation entraîne des pénalités pouvant atteindre 75 % de l'impôt impayé ou des poursuites pour délit (26 U.S.C. § 7201).

Conséquences réputationnelles

Au-delà des obligations statutaires, la coordination secrète avec un État étranger érode l'authenticité dont dépendent les économies des influenceurs. Pour les créateurs dont la crédibilité est leur monnaie, l'exposition publique de paiements étatiques non divulgués peut mettre fin à leur carrière.

Implications pour X Corp et autres plateformes

Conformité publicitaire et divulgation

Selon les règles de la FTC et les articles 26 à 39 de la DSA de l'UE, les grandes plateformes doivent garantir un étiquetage transparent du matériel sponsorisé. Si les algorithmes de X promeuvent des publications politiques non divulguées, les régulateurs pourraient considérer cela comme une facilitation de la publicité trompeuse. Les violations des dispositions de transparence publicitaire ou de risque systémique de la DSA peuvent entraîner des amendes allant jusqu'à **6 % du chiffre d'affaires mondial**.

Exposition à FARA

Les plateformes échappent généralement à la responsabilité FARA en tant que transporteurs neutres. Cependant, des preuves de collaboration directe - comme l'amplification algorithmique vendue dans le cadre du Projet Esther - pourraient inciter le DOJ à enquêter sous les clauses de « propagande politique » du statut.

Impôt des sociétés

Étant donné que les paiements ont été effectués en dehors du système de vente publicitaire de X, ils n'affectent pas la responsabilité fiscale des sociétés. L'exposition réside dans la régulation, pas dans les revenus.

Implications plus larges pour la gouvernance et les politiques

Le Projet Esther illustre la convergence de la propagande étatique avec le marketing d'influence. Le lobbying traditionnel supposait une frontière visible entre les gouvernements et les citoyens ; les réseaux sociaux l'effacent. Lorsque les messages géopolitiques se font passer pour de l'authenticité entre pairs, le discours démocratique devient indiscernable de la publicité ciblée.

Les remèdes en discussion incluent :

- Des lignes directrices FARA émises par le DOJ pour les créateurs en ligne.
- Des drapeaux obligatoires de « parrainage étranger » au niveau des plateformes.
- Une coordination fiscale internationale via l'OCDE sur les paiements d'influence transfrontaliers.

L'incident de vérification et de suspension de X Corp du 4 octobre 2025

Le **4 octobre 2025**, les utilisateurs ont observé des **révocations massives de badges de vérification bleus et dorés** sur des comptes critiques de la politique israélienne ou des divulgations du Projet Esther, y compris des journalistes, des universitaires et des ONG. Aucune justification publique n'a accompagné cette action. Peu après, le compte analytique **@Uncensored.AI**, qui avait examiné le programme d'influence et la modération de X, a été **suspendu sans préavis**. Un commentaire interne d'un employé décrivant une « révision de l'application de la politique » a été retiré par la suite, et l'employé aurait été réprimandé.

Bien que les conditions de X permettent le retrait discrétionnaire des badges, le moment - au milieu d'une discussion accrue sur l'influence étrangère - a suscité des allégations de biais de point de vue. Selon l'**Acte des services numériques de l'UE**, l'article 34 oblige les très grandes plateformes à atténuer les risques systémiques tels que la désinformation et la modération motivée politiquement. Une suppression coordonnée ou de représailles pourrait donc déclencher un examen par la Commission européenne. Aux États-Unis, de telles actions relancent les débats sur la portée de l'article 230 et le rôle quasi-public des plateformes de communication dominantes.

Dimensions éthiques et morales

Au-delà des statuts et des dépôts se pose une question morale plus profonde : **que signifie pour la vérité et le consentement lorsque la conversation démocratique est discrètement achetée et vendue ?**

1. **Tromperie des audiences** – Payer des influenceurs pour présenter la propagande étatique comme une conviction personnelle sape le consentement éclairé. Les citoyens méritent de savoir quand la persuasion est payée par un gouvernement - surtout s'il est engagé dans un conflit armé.
2. **Manipulation de l'empathie** – Exploiter la confiance parasociale transforme la connexion émotionnelle en un instrument de la diplomatie étatique. Les abonnés pensent entendre un ami ; en réalité, ils sont la cible d'une campagne secrète.
3. **Érosion de l'espace journalistique** – Lorsque les « opinions personnelles » sponsorisées inondent les flux, elles évincent le journalisme indépendant et les voix civiles dépourvues de financements équivalents. L'asymétrie d'information devient une asymétrie morale.
4. **Responsabilité des plateformes** – L'opacité algorithmique de X Corp transforme la responsabilité morale en probabilité statistique. Une entreprise qui profite de l'engagement - même de l'indignation - porte une responsabilité éthique pour la manière dont ses systèmes façonnent la perception.
5. **Complicité et conscience** – Les influenceurs qui acceptent de tels contrats peuvent satisfaire la lettre de la loi par une divulgation ultérieure, mais l'esprit de l'authenticité - le pacte moral entre l'orateur et l'auditeur - est déjà rompu.

En termes moraux, le Projet Esther n'est pas seulement une note juridique ; c'est un symptôme d'une dérive éthique plus large où la vérité devient une marchandise et la confiance démocratique un actif négociable.

Conclusion

Les dépôts FARA du Projet Esther marquent une petite victoire pour la transparence mais révèlent d'importants écarts en matière d'application et d'éthique. Les intermédiaires se sont enregistrés ; les influenceurs individuels apparemment pas. Chacun fait face à une exposition potentielle sous FARA, la FTC et la législation fiscale, tandis que X Corp est confronté à une surveillance croissante sous la DSA et à une censure publique pour une perception de censure.

Cependant, la conséquence la plus grave pourrait être morale : une corrosion de la confiance du public dans la parole authentique. Alors que les récits étatiques achètent des voix privées et que les plateformes arbitrent la visibilité, la frontière entre persuasion et manipulation s'efface. Mettre à jour les lois est nécessaire ; reconstruire l'intégrité est impératif. Tant que la vérité et le parrainage n'occuperont pas des espaces séparés, le discours démocratique restera otage du plus offrant.

Références

- Bridges Partners LLC, *Dépôts de la Loi sur l'enregistrement des agents étrangers*, Département de la Justice des États-Unis (26 septembre 2025).
- *Responsible Statecraft*, « Qui sont les 'influenceurs' qu'Israël paie 7 000 \$ par publication ? » (2 octobre 2025).
- *Jerusalem Post*, « À l'intérieur du 'Projet Esther' d'Israël » (1er octobre 2025).
- *Al Mayadeen English*, « Projet Esther : Les influenceurs pro-'Israël' payés contournent les règles FARA » (3 octobre 2025).
- *Middle East Eye*, « Israël paie des influenceurs américains pour inverser l'opinion publique négative » (3 octobre 2025).
- *ProPublica*, « Les comptes vérifiés sur X prospèrent en répandant des désinformations sur le conflit Israël-Hamas » (19 décembre 2023).
- *Rolling Stone*, « Grok prétend avoir été brièvement suspendu de X après avoir accusé Israël de génocide » (12 août 2025).
- *Business Standard*, « Pourquoi l'IA Grok de Musk a été brièvement suspendue sur X » (12 août 2025).
- *Finance Yahoo News*, « X retire le badge de vérification doré du New York Times » (octobre 2023).
- *Al Jazeera*, « Censure fantôme : Les géants des réseaux sociaux censurent-ils les voix pro-Palestine ? » (24 octobre 2023).
- Commission européenne, *Procédures de l'Acte des services numériques contre X Corp*, 2023–2025.
- Département de la Justice des États-Unis, *Rapports annuels de l'unité d'application FARA 2023–2024*.
- Commission fédérale du commerce des États-Unis, *Guides d'endossement*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Service des impôts internes, *Publication 334 : Guide fiscal pour les petites entreprises* (2024).