

“ Je m’informe quasi uniquement par les réseaux sociaux (Twitter et Instagram).
Pierre, 21 ans

LE FIGARO



MEDIAPART

HUGO DÉCRYPTE

“ Je suis l’actu pour être un citoyen responsable qui vote en connaissance de cause.
Guillaume, 27 ans

ouest france

“ Je fais confiance à la véracité de l’information quand c’est un média officiel qui la diffuse.
Julie, 24 ans

LA CROIX

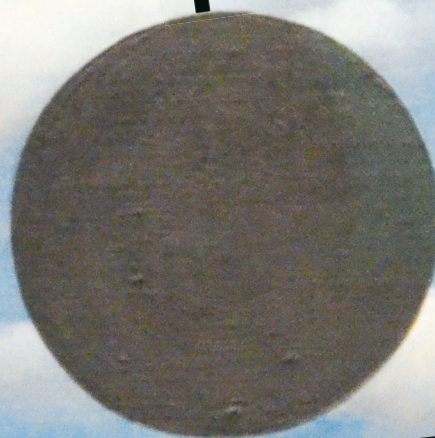
“ Je m’informe par Instagram et ses différentes pages, car c’est rapide, et je peux choisir d’avoir plus ou moins d’informations positives ou négatives.
Margaux, 23 ans



Reporterre
Le média de l’écologie



LCI



“ Je me tiens informée pour ne pas être facilement désinformée par mon entourage.
Anaïs, 20 ans

france.5



Le Monde

“ Je m’informe sur les réseaux sociaux, car c’est rapide et gratuit.
Enguerrand, 22 ans



“ Une fois, j’ai relayé une fausse info. Je me suis sentie un peu bête, je me suis excusée et j’ai remercié la personne qui m’a montré que c’était faux.
Adèle, 14 ans



france.2

Propos recueillis sur le compte Instagram des Scouts et Guides de France en mars 2025

TF1Libération

“ Cela m’est arrivé de relayer
une information fausse.
J’ai eu honte d’être tombé
dans le panneau.
Martin, 25 ans

YouTube

“ Si une information n’est pas trop
incohérente et qu’elle est publiée
sur des médias que je connais,
je fais confiance .
Anne, 17 ans

Nouvel ObsC NEWSBFM
TV.hlast

“ Quand je souhaite
une information précise sur
un sujet, je lis la presse pour avoir
des informations de sources sûres.
Pernelle, 16 ans

facebook

Éducation aux médias et à l’information : tous concernés !



Explosion de la désinformation, des infox, confusion entre information et communication, entre médias et médias sociaux, concentration d’une partie des grands médias et des réseaux sociaux aux mains de grandes fortunes aux intérêts spécifiques : les enjeux de l’information pour l’avenir et pour les jeunes sont immenses.

Aux Scouts et Guides de France, les jeunes apprennent à vivre ensemble, à débattre et à se questionner dans un cadre démocratique. L’éducation populaire est un levier précieux pour aiguïser leur esprit critique.

Prenons la mesure de ces enjeux.



Dossier coordonné par **Sabrina Weber-Gloagen** et
Élise Wilhelm

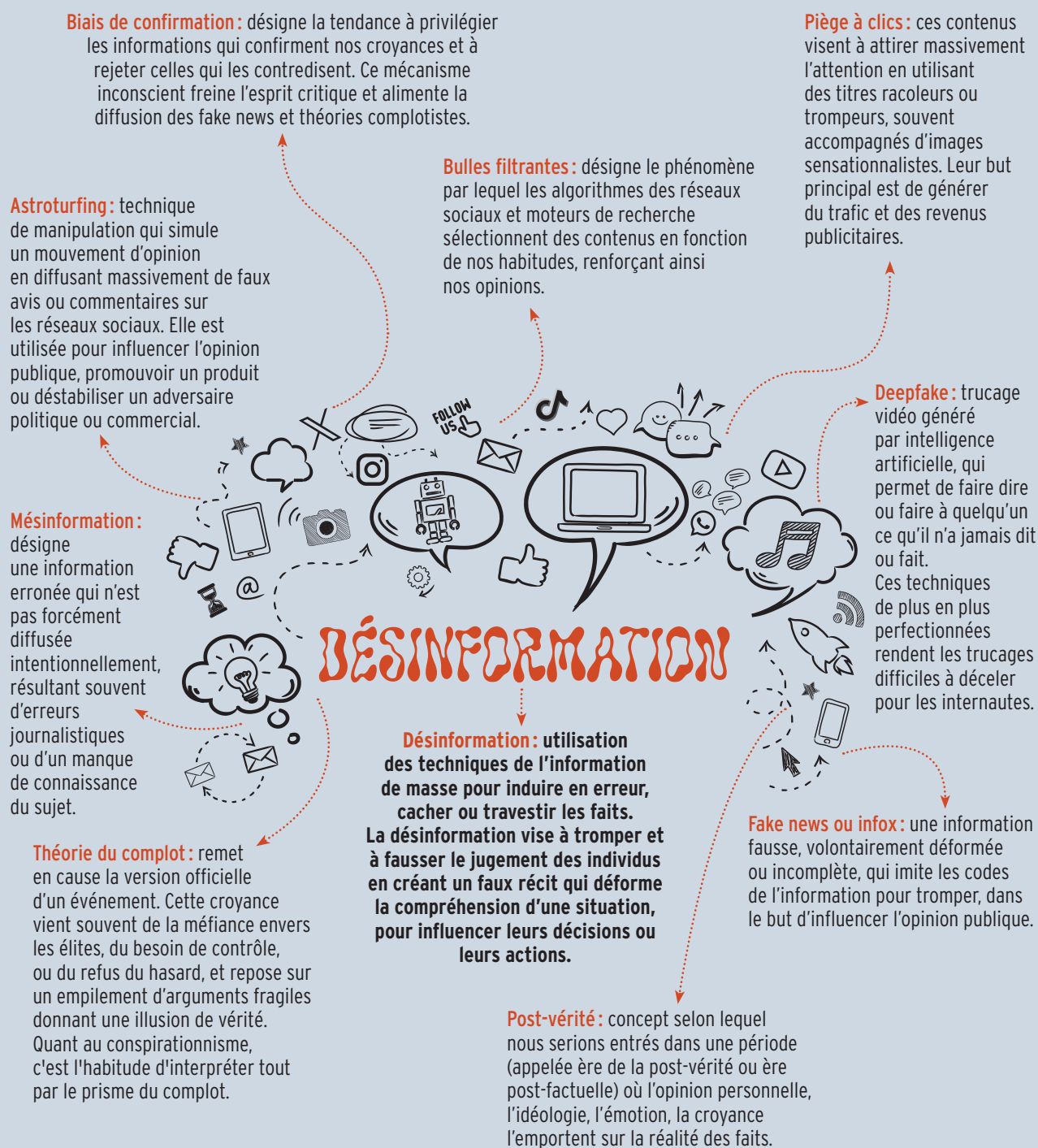
Photo : *Le faux miroir* (détail), Magritte - © L. Garré.

DANS CETTE RUBRIQUE

Les mots de la désinformation	72
J.M. Charon : « Vous pouvez être un relais pour l’éducation aux médias »	73
L’info, ça se maîtrise !	75
Cure de désinfox : les bons réflexes	78
Boîte à outils	79

Les mots de la désinformation

« *Mal nommer une chose, c'est ajouter au malheur de ce monde* », écrivait Albert Camus.
Bien définir et maîtriser les termes de la « galaxie » désinformation, c'est un préalable nécessaire.



« Vous pouvez être un relais pour l'éducation aux médias »

Sociologue et chercheur associé à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), **Jean-Marie Charon** analyse depuis plus de trente ans les mutations du journalisme, des médias et de l'information. Nous l'avons rencontré pour nous aider à y voir plus clair sur les enjeux de l'information et de l'éducation aux médias.

Les enjeux de l'information pour l'avenir et pour les jeunes semblent immenses, notamment en raison de la désinformation qui progresse. Quelle analyse faites-vous de la situation ?

La question de la désinformation n'est pas nouvelle, elle remonte même à des temps assez anciens. Elle est plutôt institutionnelle au départ. Napoléon a été l'une des premières grandes figures à penser les médias comme un outil stratégique pour battre ses adversaires. En tant que leader militaire et politique, il a compris l'intérêt de manipuler l'information pour tromper ses ennemis. L'intoxication médiatique qu'il mettait en œuvre, consistant à annoncer de fausses informations sur les mouvements de ses troupes ou la localisation de ses attaques, visait à dérouter ses opposants, à les conduire dans des impasses et, parfois, à les faire renoncer.

À partir du début du XIX^e siècle, au moment de l'émergence de la presse moderne, des politiques ou des personnalités pensent les médias comme moyens d'influence ou moyens pour fragiliser leurs adversaires.

Au début des années 2000, les soi-disant « armes de destruction massive » en Irak sont un exemple monumental de désinformation à l'échelle internationale (ce mensonge d'État de l'administration Bush sera l'argument déclencheur de l'invasion de l'Irak par les États-Unis en 2003, ndlr).

Pour moi, on ne peut parler de désinformation sans avoir en tête une approche institutionnelle ou institutionnalisée du sujet. Je pense que cela est toujours présent, qu'il y a un certain nombre d'acteurs politiques ou économiques qui ont la volonté d'utiliser les médias traditionnels pour mener une action de désinformation. Mais cela se transforme avec l'apparition des réseaux sociaux, qui donnent un accès direct à toute une série d'émetteurs d'informations et de messages.

Justement, qu'est-ce qui change avec les réseaux sociaux ?

Sur les réseaux sociaux, la désinformation prend plusieurs formes : intentionnelle, par exemple pour promouvoir des idées ou des théories du complot ; mais aussi accidentelle, par le biais d'informations mal comprises ou mal interprétées, lorsque l'on relaie par exemple des informations erronées, que l'on ne maîtrise pas, comme on l'a vu beaucoup durant la pandémie du COVID-19. Ce mélange complexe d'intentions, de négligence et de mauvaise foi crée un environnement où il est difficile de démêler le vrai du faux.

Et les jeunes sont particulièrement exposés à cela ?

Oui, parce qu'ils se servent principalement de leur smartphone et des réseaux sociaux pour s'informer, et donc sont confrontés à cette confusion. Mais, contrairement à ce que certains pensent, les jeunes sont souvent plus sceptiques et prudents face à ce qu'ils voient. Je ne souscris pas à l'idée selon laquelle les jeunes seraient facilement manipulables par tout ce qui circule sur les réseaux sociaux. En réalité, grâce à leur culture numérique, ils sont conscients des enjeux et des risques associés à l'information en ligne. L'enjeu est, par l'éducation aux médias, de leur fournir des outils et des repères afin de mieux analyser et comprendre ce qu'ils rencontrent en ligne.

Face à ces enjeux, l'éducation aux médias est-elle au niveau aujourd'hui selon vous ?

L'éducation aux médias a longtemps été ignorée comme discipline de formation, bien qu'un rapport d'inspecteurs généraux ait recommandé depuis longtemps qu'elle soit incluse dans les programmes scolaires. Malgré cette reconnaissance, on est loin du compte : on ne trouve souvent pas de place pour cet enseignement, et cela me désespère. Il y a une très grande disparité d'actions entre les établissements

...



Jean-Marie Charon

et les académies. Certains établissements mettent en place des actions importantes, d'autres rien du tout... Heureusement, la Semaine de la presse à l'école est un moment qui permet de mobiliser les classes sur le sujet. Mais cela demeure trop limité. Et puis, l'éducation aux médias ne peut pas être une discipline figée : les médias évoluent constamment, le contexte aussi.

Il faut trouver les modes d'action qui vous correspondent et qui soient attractifs pour les jeunes

On pourrait par exemple s'appuyer sur ce que j'appelle « les grandes catastrophes en matière d'information » (comme la guerre du Golfe, ou la pandémie de COVID-19 par exemple) qui à chaque fois reposent la question de la manière dont les médias ont travaillé sur le sujet. Cela pourrait être l'occasion de créer un événement au cours duquel on propose de réfléchir sur ce qui s'est passé.

Selon vous, quelles seraient les pistes pour progresser sur l'éducation aux médias ?

Il y a des perspectives de travail possibles du côté des médias eux-mêmes. On pourrait tout à fait considérer qu'on pousse de plus en plus, en termes de politique publique, les médias à intégrer l'éducation aux médias dans leur propre manière de travailler. Cela passe par le fact-checking (vérification des faits), en mettant des moyens pour cela : remettre en perspective les informations, sans juste dire « ceci est vrai, cela est faux », et dérouler la complexité du sujet. Indiquer les sources accessibles, ce que l'on peut trouver sur Internet sur le sujet, etc. Et puis les médias

doivent travailler la transparence, rendre visible au public comment les rédactions travaillent. Il y a un vrai travail de pédagogie à faire de la part des médias, à partir de cas concrets, comme ce que fait l'AFP par exemple avec son « Making of. Les coulisses de l'info ». Par ailleurs, j'ai toujours pensé que la première approche en matière d'éducation aux médias, ce devrait être l'équivalent de l'explication de texte : à partir d'un certain nombre de clés de compréhension fournies, on décortique des documents, des articles, des reportages, des vidéos produites. Ensuite, il faut expliquer comment on fabrique l'information, comment fonctionnent les médias, leur économie.

Enfin, on peut mettre les jeunes en situation : les faire partir en reportage, leur faire faire des enquêtes, et puis après on débriefe, pour leur faire toucher du doigt et mieux comprendre les enjeux.

Est-ce qu'un mouvement d'éducation populaire comme le nôtre a un rôle à jouer dans l'éducation aux médias ?

Absolument ! Il faut trouver les modalités, les modes d'action qui vous correspondent et qui soient attractifs pour les jeunes. Mais typiquement vous êtes un lieu de relais possible pour l'éducation aux médias, car c'est un chantier essentiel pour notre société.

D'autant que vous pouvez faire de l'éducation aux médias sans avoir besoin de la labelliser : à partir du moment où vous partez de sujets de préoccupation des jeunes, si vous questionnez avec eux ce qui se passe du côté des médias, comment ces sujets sont traités, quels sont les problèmes que pose l'information à laquelle ils accèdent, vous faites de l'éducation aux médias !



© L. Garré - SGDF

INFO VS INFOX

L'info, ça se maîtrise !

L'explosion des fake news, de la désinformation, la culture de l'ignorance, sont de réelles menaces pour la société et pour la démocratie. Mieux comprendre ce qui se joue, décrypter comment cela fonctionne, c'est mieux voir ce que l'on peut faire pour réagir, à notre niveau. Car c'est essentiel pour former des citoyens et citoyennes, actifs, utiles, heureux et artisans de paix.

Vous avez certainement vu passer des images d'Emmanuel Macron en éboueur ou du pape en doudoune. Générées par intelligence artificielle, ces images sont devenues virales sur les réseaux sociaux, entretenant la confusion entre fiction et réalité. Un phénomène amplifié par les deepfakes*, ces vidéos hyperréalistes créées par IA. Les réseaux sociaux occupent une place centrale dans l'accès à l'information. 53 % des Français s'informent quotidiennement via ces plateformes, TikTok est même désormais considéré comme un moteur de recherche fiable pour un jeune sur dix. Alors que la désinformation et les fake news* se multiplient sur les réseaux sociaux, quels sont les risques pour notre société ?

**Sans référentiel commun sur
ce qui est vrai ou faux, difficile
de prendre des décisions collectives**

Parmi les fake news persistantes figurent les récits climatosceptiques. Ils propagent l'idée que le GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) manipulerait les données scientifiques, ils remettent en cause l'existence même du changement climatique ou son origine humaine. Ces narratifs sont largement relayés sur les réseaux sociaux, mais aussi dans certains médias traditionnels. Au premier trimestre 2025, trois ONG (*Data for Good*, *QuotaClimat* et *Science Feedback*) ont analysé les programmes d'information des 18 principales chaînes de télévision et stations de radio françaises. Elles ont recensé 128 cas de désinformation climatique, soit près de 10 par semaine : 85 % de ces séquences d'informations fausses ou trompeuses émanent de médias privés (CNews, LCI, RMC, BFM-TV et Europe 1). À force d'exposition à ces récits climatosceptiques, la remise en question de faits scientifiques gagne progressivement en légitimité dans l'opinion publique. Ce glissement serait impensable s'il s'agissait de remettre en cause des lois physiques élémentaires, comme la gravité, mais il devient ...

* Voir lexique p. 72



...

acceptable lorsqu'il touche aux sciences du climat, pourtant tout aussi rigoureuses. Ce phénomène s'inscrit dans ce que les sociologues appellent la «fenêtre d'Overton»: l'acceptabilité sociale d'une idée dépend de sa visibilité dans le débat public. En faisant circuler massivement de fausses informations, on rend audibles, voire acceptables, des discours autrefois considérés comme extrêmes ou marginaux.

Sans référentiel commun sur ce qui est vrai ou faux, il devient difficile de prendre des décisions collectives. La société se fragmente, chaque groupe évolue dans sa propre version de la réalité. **Ce glissement ouvre la voie à une société de post-vérité, où les faits comptent moins que les opinions ou les émotions, mettant en péril le débat démocratique.** 'Rumeur', 'anecdote', 'opinion', 'communiqué' peuvent être confondus avec une 'information'. avec une information, entendue, ici comme un fait vérifié, pertinent et d'intérêt général.

C'est précisément le rôle des journalistes d'enquêter, de se rendre sur le terrain, de vérifier les faits, de recouper les sources, d'analyser et de contextualiser les événements, afin de transmettre une information vérifiable, objective et accessible, cela fait partie intégrante de leur déontologie professionnelle. En fournissant aux citoyens et aux citoyennes les clés pour comprendre les enjeux de société et en cultivant l'esprit critique ils permettent à tous et toutes de prendre part au débat public et participent au bon fonctionnement de la démocratie.

C'est le rôle de chacun d'entre nous de vérifier nos informations et nos sources, d'exercer notre esprit

critique et de ne pas propager un élément que nous n'avons pas vérifié.

De son côté, l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique) a pour mission de lutter contre la manipulation de l'information ou la haine en ligne, de garantir le pluralisme des points de vue et la cohésion sociale dans l'espace médiatique. Certains médias ont d'ailleurs déjà été sanctionnés pour la diffusion de fausses informations et manquement au pluralisme.

Une fausse information a 70 % de chances de plus d'être diffusée qu'un fait vérifié...

Plusieurs médias sont soumis à la pression de leurs actionnaires, dont les intérêts financiers ou idéologiques peuvent entrer en contradiction avec les principes de la déontologie journalistique. Les médias du service public (les chaînes de France TV, de Radio France, Arte, LCP) offrent en général une information de qualité et pluraliste, en tout cas plus à l'abri de pressions économiques ou partisans.

Magali Payen, fondatrice du mouvement On est prêt (lire encadré page 78), indique qu'il y a «*un véritable enjeu à lire les médias indépendants, des médias qui appartiennent aux lecteurs et aux lectrices, qui sont financés par les abonnements et par les abonnés, mais pas par des milliardaires qui ont des intérêts économiques et politiques et qui peuvent utiliser ces journaux pour cela.*». Les médias indépendants doivent reposer sur un modèle de financement libre

de toute pression économique ou politique et respecter les principes déontologiques du journalisme. Leur rôle est essentiel : ils garantissent la liberté de l'information, le pluralisme des points de vue et la transparence du travail journalistique, des conditions indispensables au bon fonctionnement de la démocratie. En mars 2018, la revue *Science* publiait une étude qui montrait qu'une fausse information a 70 % de chances de plus d'être diffusée qu'un fait vérifié... Pourquoi ? Parce qu'elle joue sur les émotions : l'indignation, la colère, la peur, etc. Les fake news sont conçues pour déclencher des réactions fortes, ce qui favorise leur viralité, surtout sur des plateformes où l'attention est brève, comme TikTok. Elles misent sur le sensationnel ou l'inattendu, attirant l'œil et incitant au partage. Leur efficacité repose sur des récits volontairement trompeurs, diffusés massivement pour donner l'impression qu'ils représentent une opinion dominante, c'est la désinformation. Pour toucher un large public, ces contenus s'appuient sur des mécanismes puissants : des bots automatisés (applications logicielles qui exécutent des tâches répétitives sur un réseau), des « fermes de trolls » (ou « usine à trolls » de l'anglais « troll farm » ou « troll factory ») ou encore des utilisateurs rémunérés pour les relayer. Ce système crée une visibilité artificielle donnant l'illusion d'un large soutien. Cela circule ensuite dans des chambres d'écho, espaces fermés où les mêmes idées circulent en boucle jusqu'à paraître crédibles. Ce mécanisme est appelé *astroturfing**. Il consiste à faire passer une opinion minoritaire pour des idées largement partagées. Une fois virales, beaucoup diffusent les fake news de bonne foi, pensant relayer une information fiable, on parle alors de *mésinformation**. Peu à peu, les faits s'effacent au profit des récits les plus marquants, même s'ils ne sont pas les plus vrais.

Soyons vigilants devant les fake news et exemplaires dans nos manières de nous informer !

Pour que chacun puisse développer l'esprit critique indispensable pour faire face à ces déviances, l'éducation aux médias et à l'information (ÉMI) joue un rôle clé dès le plus jeune âge. L'Éducation nationale a commencé à l'intégrer dans les écoles depuis 2013, ce qui représente une avancée majeure, notamment avec les nouveaux programmes d'enseignement moral et civique (EMC) qui transmettent des notions et concepts spécifiques à l'ÉMI. Le CLEMI (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information) accompagne cette démarche en proposant ressources et partenariats avec les médias, afin de former des citoyens capables de comprendre, analyser et agir face à la complexité de l'information.

Et nous, Scouts et Guides de France, quel rôle avons-nous à jouer dans ce contexte ? Notre mouvement entend former des citoyennes et citoyens actifs, épanouis et engagés pour la paix. Notre méthode éducative est fondée sur le vivre-ensemble, l'égalité filles-garçons et le respect de la nature. Notre pédagogie, inspirée de la méthode scout, repose sur l'autonomie, la prise de responsabilité, l'expérimentation et la réflexion collective. Nos animations, nos actions et nos camps sont autant d'occasions d'éduquer les jeunes à devenir des citoyens éclairés, en leur proposant des espaces d'échange, de débat et de discussion, où la parole de toutes et tous est respectée. Échanger avec d'autres personnes directement et confronter ses idées permet d'aiguiser son esprit critique, de discerner l'essentiel et d'agir pour un monde plus juste. Cela permet de lutter contre la désinformation, sachant que l'isolement social peut rendre les individus plus vulnérables aux fake news. Il est important de faire lien dans la vie, c'est ce que rappelle Charles Merlin, vulgarisateur politique sur les réseaux sociaux : **« si on arrive à créer du liant, du commun, en ligne, mais surtout hors ligne, c'est un très bon outil contre la désinformation. »**

Enfin, dans le contexte d'accès compliqué à une information fiable, n'est-ce pas aussi de notre responsabilité à nous, adultes, éducateurs, éducatrices, d'être plus que jamais vigilants devant les fake news, de nous armer pour lutter contre la désinformation, et d'être exemplaires dans nos manières de nous informer ?



© B. Boisjot - SGDF

* Voir lexique p. 72

Les bons réflexes

SACHE QUE LE RISQUE ZÉRO N'EXISTE PAS.

Même en faisant attention, personne n'est totalement à l'abri. L'important, c'est d'être conscient et formé.

DISCUTE AUTOUR DE TOI.

Parler de ce que tu as lu avec d'autres permet d'avoir des points de vue différents et d'éviter de rester enfermé dans une bulle.

RESTE CRITIQUE.

Même un contenu bien présenté peut être biaisé, certains utilisent des codes journalistiques (titres sérieux, formats "info") pour brouiller les pistes.

FAIS ATTENTION AUX PLATEFORMES.

Quelle est la plateforme ? Certaines plateformes (TikTok par exemple) sont plus exposées à la désinformation que d'autres. Adapte ton niveau de vigilance selon l'endroit où tu trouves l'info.

IDENTIFIE ET VÉRIFIE LA SOURCE.

Est-ce un média reconnu et indépendant ? Attention aux médias appartenant à de grands groupes d'intérêt.

VA AU-DELÀ DU TITRE.

Les titres peuvent être racoleurs et déformants, pour obtenir des clics. Il faut lire l'article en entier.

VÉRIFIE LA DATE.

Quelle est la date de l'information ? Partager un vieux article ne signifie pas qu'il est d'actualité.

ANALYSE L'AUTEUR OU L'AUTRICE.

Est-il fiable ? Est-il journaliste, est-il expert du sujet ? Fais une recherche rapide sur l'auteur.

REGARDE LES SOURCES.

Est-ce que les sources sont citées ? Consulte les liens pour vérifier l'information.

CROISE LES INFORMATIONS.

Ne te fie jamais à une seule info. Cherche d'autres articles ou sources fiables qui confirment ce que tu lis ou vois.



Les conseils de Magali Payen, experte des médias

Spécialiste des médias et de la mobilisation citoyenne, Magali Payen a fondé le mouvement **On est prêt** et mobilise la jeunesse autour des enjeux environnementaux grâce à des contenus inspirants diffusés sur les réseaux sociaux. Ce mouvement est à l'origine du collectif **HelloQuitteX**.

- Ne partage pas un contenu dont tu n'as pas vérifié la source et la pertinence.
- Fais attention aux contenus qui manipulent les émotions. Prends le temps de vérifier avant de réagir ou de partager. Trop d'émotion empêche de réfléchir clairement.
- N'accepte pas de demandes d'amis de gens que tu ne connais pas.
- Évite X (Twitter), Facebook et TikTok.
- Limite ton temps sur les réseaux sociaux. Utilise des applis pour te fixer des limites.
- Privilégie les discussions en vrai, surtout avec des personnes qui ne pensent pas comme toi ! Continue à écouter, échanger et dialoguer.

Que faire pour mieux t'informer ?

- **Consulte et soutiens les médias indépendants :**
 - * Abonne-toi ou lis leurs newsletters gratuites (ex : Mediapart, Alternatives économiques, Blast, Vert Média, Street Press, Reporterre, etc.)
- **Suis des créateurs de contenus fiables :**
 - * Choisis ceux qui citent leurs sources et sont transparents sur leur travail
- **Forme-toi à l'éducation aux médias :**
 - * Comprendre comment fonctionnent l'information et les médias, en participant notamment à des projets, des ateliers, des initiatives autour de l'éducation aux médias, c'est le meilleur rempart contre la manipulation.

Sites, livres, podcasts, ressources...



À VOIR

La fabrique de l'ignorance, Pascal Vasselin, co-écrit avec Mathias Girel, Stéphane Foucart, documentaire, arte

Médias Français, qui possède quoi ?, infographie du Monde Diplomatique

Enquête sur les faussaires des réseaux sociaux, Arte, 30 avril 2025



À ÉCOUTER

Des réseaux sociaux à la politique, les stratégies du complotisme climatique, Rudy Reichstadt, Tristan Mendès France, Pauline Pennenec'h, émission Comprolrama, France Info

Les mots de la désinformation, un podcast de France Info



FLASHÉZ-MOI POUR ACCÉDER À TOUTES LES SOURCES CITÉES



FACT CHECKING

Les décodeurs, du Monde

AFP Factuel, proposé par l'Agence France Presse (AFP)

Vrai ou Faux, proposé par France Info

Arrêt sur images, site d'analyse critique des médias

Citizen facts, 'rédaction citoyenne' sur Arte

Checknews, proposé par la rédaction de Libération (on peut poser une question à la rédaction pour vérifier une information)



OUTILS

Les ressources du CLEMI (le Centre pour l'Éducation aux médias et à l'information)

Kikagi pour l'éducation aux médias ?, 7-11 ans. Jeu pour favoriser une prise de conscience sur l'usage des médias

WIKEYS 12-18 ans. Jeu pour apprendre à sourcer, équilibrer et structurer l'information

Deconneio, Le jeu pour se libérer des écrans



À LIRE

ENQUÊTES, RAPPORTS RÉCENTS

L'enquête **Les Français et la fatigue informationnelle**, **Mutations et tensions dans notre rapport à l'information**, Fondation Jean Jaurès, Arte, 2022

Le rapport des jeunes aux informations en 2024 : résultats du baromètre DJEPVA (Direction de la jeunesse de l'éducation populaire et de la vie associative) sur la jeunesse, Crédoc, Injep

Le rapport État d'esprit et engagement des jeunes, résultats du baromètre DJEPVA (Direction de la jeunesse de l'éducation populaire et de la vie associative) sur la jeunesse, Credoc, Injep

OUVRAGES

Toxic Data - Comment les réseaux manipulent nos opinions, de David Chavalarias, Éditions Flammarion, 2022

La BD **Fake news, l'info qui ne tourne pas rond**, par Doan Bui et Leslie Plée, Delcourt, 2021

Petit manuel critique d'éducation aux médias, collectif La Friche/Edumédias, Le Commun, 2021

Éducation au numérique. Restons connectés, Habiter Autrement la Planète, Les Presses d'Ile-de-France, 2021

