



Co-funded by  
the European Union



media masters



media masters

## WORK PACKAGE N° 12

### “HOW TO DISTINGUISH THE RIGHT AND THE FAKE” WORKSHOP IN SOUTH-WEST OF FRANCE

Delivered By

pistes solidaires

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



## Document Identification:

<b>Project full name</b>	Media Masters: Enhancing Media Literacy
<b>Project acronym</b>	MEDMAS
<b>Grant agreement no.</b>	101148165
<b>CERV Programme</b>	CERV-2023-CITIZENS-CIV- Citizens' engagement and participation
<b>Dissemination level</b>	Public
<b>Work Package</b>	12
<b>Partner(s) responsible</b> <i>(Legal Name and Short Name)</i>	Pistes Solidaires
<b>PIC Number:</b>	949675979
<b>Author(s)</b>	Soha LEMAITRE-EL JAMMAL Arnaud FAUCON

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



EVENT DESCRIPTION			
Event number:	12		
Event name:	How to distinguish the right and the fake		
Type:	Workshop		
In situ/online:	in-situ		
Location:	France-Pau		
Date(s):	05/05/2025 & 06/05/2025		
Website(s) (if any):	<a href="https://www.pistes-solidaires.fr/project/media-masters/">https://www.pistes-solidaires.fr/project/media-masters/</a>		
Participants			
Female:	42		
Male:	23		
Non-binary:	/		
From country 1 [FRANCE]:	65		
From country 2 [name]:	/		
From country 3 [name]:	/		
...			
Total number of participants:	65	From total number of countries:	1
Description			
Provide a short description of the event and its activities.			
<p>Dans le cadre du projet européen <i>Media Masters – Enhancing Media Literacy</i>, Pistes Solidaires a coordonné le Work Package 12 intitulé “<i>How to distinguish the right and the fake</i>”, avec pour objectif de renforcer l’esprit critique des jeunes adultes face à la désinformation et de les sensibiliser au rôle de l’Union européenne dans la lutte contre ce phénomène. Deux événements ont été organisés début mai 2025 à Pau : l’un au sein de l’Institut du Travail Social, avec des étudiants en intervention sociale et familiale ; l’autre lors du Café des Langues du Centre Europe Direct Pau Pays de l’Adour, avec des jeunes français et internationaux résidents en France pour leurs études. Au total, 65 participants ont pris part à ces ateliers.</p>			



Ces événements ont été conçus pour offrir une approche pédagogique interactive et structurée, combinant apports théoriques, débats, jeux et réflexions collectives. Parmi les activités proposées figuraient un débat mouvant sur les fake news, un jeu de memory pour distinguer les différents types d'altération de l'information, une séquence de présentation théorique, un quiz autour de l'Union européenne et enfin un jeu de plateau collaboratif enrichi d'une application numérique. Cette dernière activité, nommée *Media Masters*, a permis d'aborder des thématiques variées (citoyenneté, médias, sécurité en ligne, société) de manière ludique et dynamique.

Les ateliers ont montré l'importance de créer des espaces de dialogue et d'apprentissage autour de la désinformation, adaptés à la diversité des publics et ancrés dans une dimension européenne. Les retours des participants ont permis d'identifier certains ajustements à apporter, notamment sur l'ergonomie du jeu numérique, mais ont globalement confirmé la pertinence de l'approche choisie. Ces actions s'inscrivent dans une dynamique de sensibilisation citoyenne plus large, portée à l'échelle européenne, en particulier à l'occasion du Joli mois de l'Europe.



## Contexte :

Le constat est sans appel : les jeunes s'éloignent des médias traditionnels comme la radio ou la presse écrite, au profit des médias numériques et des plateformes comme X (anciennement Twitter), TikTok, YouTube ou encore Instagram. Si ces nouveaux canaux d'informations offrent un accès rapide et diversifié à l'information, ils échappent souvent à un contrôle rigoureux ce qui en fait un terrain propice à la diffusion de fake news et à la désinformation.

Bien que les jeunes maîtrisent ces outils numériques avec aisance, cette familiarité ne les protège pas forcément contre les diverses tentatives de manipulation. Il est donc essentiel de leur donner des outils, des clés de compréhension pour qu'ils puissent identifier, comprendre et lutter contre les mécanismes, les motivations et les conséquences de la désinformation sur la société mais également sur la démocratie européenne.

Dans un contexte où les réseaux sociaux occupent une place centrale dans la vie quotidienne des jeunes il est essentiel et nécessaire de saisir les enjeux de la désinformation et de mettre en place des stratégies et des outils pour s'en prémunir.

Selon une étude menée par le [Parlement européen](#) fin 2024, **76%** des jeunes âgés de 16 à 30 ans déclarent avoir déjà été **exposés à des contenus relevant de la désinformation ou des « fake news »**. Ce chiffre souligne l'importance de mettre en place des actions de sensibilisation adaptées, en particulier à destination du public.

Si l'on se penche du côté national, la désinformation inquiète les citoyens français. Dans un [sondage Ipsos](#), à la veille des élections européennes de 2024, 84% des personnes interrogées jugent que les fausses informations ont un impact majeur sur les phénomènes de violences ou de haine dans notre société. C'est plus de 70% des sondés qui craignent que la désinformation sur les réseaux sociaux influence le vote des élections européennes.

Si l'on prend un [autre sondage Ipsos](#) pour la même période, on remarque que 61% des interrogés ont confiance dans les journaux papier et on tombe à seulement 35% pour les médias en ligne. Ce dernier sondage met en évidence qu'il existe déjà une méfiance pour les informations que l'on trouve sur les réseaux. Le pourcentage de confiance des médias en ligne est très faible chez les personnes de plus de 60 ans avec seulement 26% tandis qu'il est de 40% chez les moins de 35 ans.

Ce chiffre s'explique notamment par le fait que les jeunes générations ont un accès plus large et régulier aux médias digitaux, ce qui les rend plus enclins à vérifier les informations en les croisant. À l'inverse, les personnes âgées ont moins ce réflexe de vérification et sont souvent moins exposées aux outils numériques permettant ce type de contrôle. Cependant

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



malgré les différences générationnelles, les chiffres restent très alarmants quel que soit la catégorie d'âges.

D'après la définition officielle du [gouvernement français](#), la désinformation désigne une information fausse, créée intentionnellement pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays. Ce phénomène se propage principalement sur les réseaux sociaux, qui représentent aujourd'hui la première source d'information pour les jeunes.

C'est dans ce contexte qu'est né le projet Media Masters, avec pour objectif de développer un outil pédagogique destiné à renforcer l'esprit critique des jeunes face à la désinformation, tout en les sensibilisant au rôle de l'Union européenne dans la lutte contre ce phénomène. Cet outil est en cours d'usage lors de différents événements locaux « Media Masters » dans les différents pays partenaires du projet.

En France, nous avons lancé l'organisation des événements dès le début du mois de mai, le Mois de l'Europe — une belle occasion de mettre en valeur les actions de l'Union européenne, notamment dans la lutte contre la désinformation.

Dans le cadre de WP12 « **How to distinguish the right and fake** », Pistes Solidaires a mis en place deux événements avec 65 participants.

Ces rencontres se sont tenues au début du mois de mai :

- Le **5 mai** à l'Institut du Travail Social de Pau (ITS), avec des étudiants en intervention sociale et familiale
- Le **6 mai**, lors du Café des Langues mensuel, en partenariat avec le Centre information Europe Direct Pau Pays de l'Adour, avec des étudiants français et internationaux.

## Stratégie de mise en œuvre

### 1- Public :

Ce lot de travail s'adresse à un public de jeunes adultes âgés de 18 à 30 ans. Deux groupes cibles ont été adressés : d'une part, les étudiants de l'Institut du Travail Social de Pau, et d'autre part, des étudiants français et internationaux résidents en France pour leurs études.

Ce choix de ciblage repose sur plusieurs éléments. Tout d'abord, la tranche d'âge visée correspond à une période de forte exposition à l'information numérique, en particulier via les réseaux sociaux — qui comptent parmi les principaux vecteurs de désinformation et de contenus trompeurs. Par ailleurs, ces jeunes adultes sont directement concernés par les enjeux d'inclusion citoyenne. Favoriser leur participation à la vie démocratique, tant au

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



niveau local qu'eupéen, passe par un accès à une information fiable ainsi que par des outils leur permettant de comprendre, analyser et combattre les fake news.

C'est dans cette perspective que le projet Media Master prend tout son sens : il vise à renforcer l'engagement de ce public et à développer leur esprit critique face aux informations qu'ils rencontrent sur internet et les réseaux sociaux.

L'un des objectifs clés a été d'amener les participants à questionner leurs connaissances et à affiner leur regard critique face à l'information. C'est pourquoi nous avons jugé pertinent de travailler avec des étudiants de l'Institut du Travail Social, futurs éducateurs spécialisés, assistants sociaux, ou encore médiateurs. Ces métiers impliquent un contact direct avec des publics en situation de vulnérabilité, souvent plus exposé aux phénomènes de désinformation. Il nous semblait donc essentiel que ces futurs professionnels soient formés à ces enjeux pour pouvoir à leur tour, sensibiliser et accompagner les personnes qu'ils encadreront.

La participation de jeunes internationaux au Café des Langues a été un véritable atout. Leur diversité culturelle et linguistique a permis d'enrichir les échanges, en favorisant une prise de conscience des différentes de traitement de l'information selon les pays et les contextes. Ce dialogue interculturel a permis de confronter les pratiques médiatiques et les réactions face à la désinformation, tout en sensibilisant à la pluralité des points de vue.

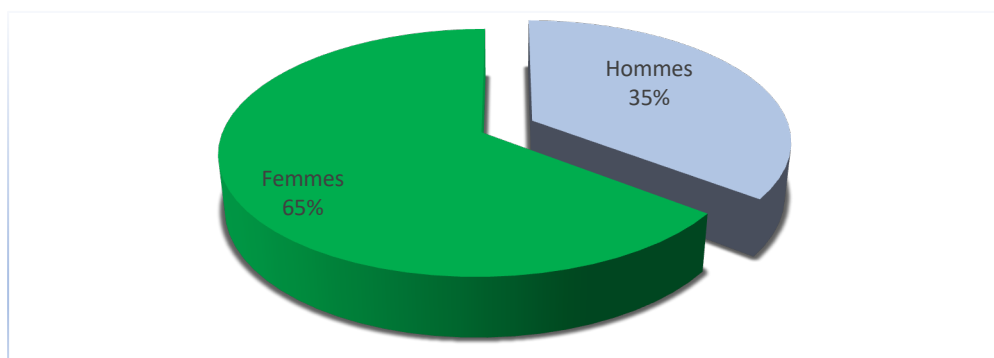
De plus, ces participants, souvent jeunes et en mobilité, apprennent la langue et découvrent les codes culturels français. Cette position d'apprentissage les rend parfois plus vulnérables à la désinformation, en particulier dans un contexte où ils ne maîtrisent pas encore pleinement les repères médiatiques du pays d'accueil.

Il est important de préciser que ces jeunes internationaux sont actuellement résidents en France dans le cadre de leurs études ; ils n'ont pas été spécialement mobilisés ou déplacés pour ce projet, ce qui témoigne d'une participation spontanée et intégrée dans leur quotidien d'apprentissage.

### **Faits et Chiffres autour des participants :**

Sur les 65 participants, une analyse statistique a été réalisée afin de mieux connaître notre public. Le graphique ci-joint présente la répartition des participants selon le genre, avec une majorité de femmes (65 %) contre 35 % d'hommes.

## Répartition par genre des participants à l'activité

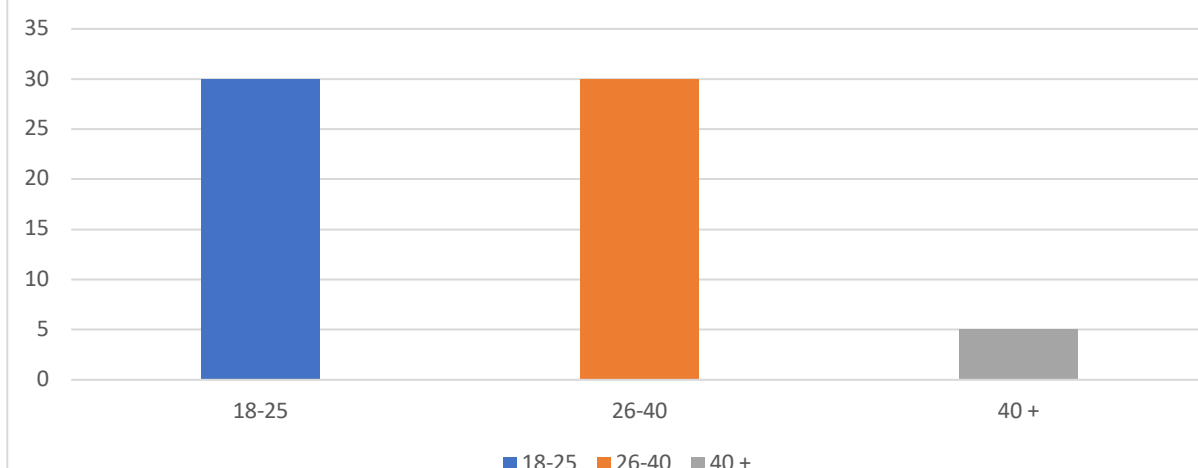


*\*Répartition des participants selon le genre.*

Un autre graphique illustre la répartition des participants par tranche d'âge. Les résultats révèlent une répartition équilibrée entre les groupes 18–25 ans et 26–40 ans, chacun comptant 30 participants. En revanche, seules 5 personnes étaient âgées de 40 ans ou plus ; il s'agissait principalement d'accompagnateurs ou d'enseignants ayant souhaité participer aux ateliers.

Cette distribution démographique est particulièrement pertinente, dans la mesure où notre intervention portait sur la désinformation, avec une attention spécifique portée à la jeunesse et une approche ancrée dans une perspective européenne.

## Nombre de participants



*\*Répartition des participants selon les tranches d'âge*

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.





## 2- Contenu des ateliers

Les événements Media Masters organisés par Pistes Solidaires ont dépassé la simple mise en œuvre d'un jeu de plateau. Ils ont été conçus comme de véritables espaces de réflexion, d'apprentissage et de sensibilisation, grâce à une méthodologie pédagogique élaborée en interne. L'objectif était de proposer un atelier complet, structuré autour de plusieurs activités complémentaires, permettant aux participants d'acquérir des connaissances solides sur les différentes formes de désinformation, de développer leur esprit critique, et de mieux comprendre les enjeux sociétaux et politiques liés à la circulation de l'information, notamment à l'échelle européenne.

Pour rendre le jeu Media Masters pleinement accessible et pertinent, une trame pédagogique structurée a été développée. Elle s'appuie sur des concepts clés (désinformation, mésinformation, malinformation, etc.), illustrés par des exemples concrets, afin d'offrir aux étudiants des repères communs et des outils d'analyse. Ce socle théorique leur permettait d'aborder les activités de manière éclairée, en comprenant les mécanismes de manipulation de l'information et en étant en mesure d'y répondre de façon critique.

En articulant apports théoriques, réflexion collective et mise en pratique ludique, l'atelier a ainsi permis aux participants de progresser dans leur compréhension du phénomène de désinformation, tout en testant leurs connaissances à travers une expérience de jeu dynamique et engageante.

Nous avons donc mis en place les activités suivantes :

### 1. Débat mouvant – *Les fake news et moi*

#### **Durée : 20 minutes**

Cette activité introductive avait pour objectif de « prendre la température » et d'identifier les représentations initiales des participants sur la désinformation. À travers trois affirmations provocatrices, les participants étaient invités à se positionner physiquement dans l'espace selon qu'ils étaient d'accord ou non, puis à justifier leur choix.

#### **Affirmations proposées :**

1. Les fake news sont plus dangereuses pour la démocratie que l'abstention électorale.
2. La liberté d'expression protège aussi le droit de diffuser de fausses informations.
3. Il est impossible de lutter efficacement contre les fake news sans censurer Internet.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Chaque prise de position donnait lieu à un échange argumenté, enrichi par des éléments de contexte, des données factuelles ou des citations. Cette activité visait à créer une dynamique participative, à encourager l'expression d'opinions diverses, et à poser les bases d'une discussion plus approfondie. Lors du café des langues, cette activité a été légèrement modifiée car nous avons traduit les affirmations dans différentes langues et nous avons demandé aux participants d'argumenter dans la langue désignée sur la table où ils participaient.



## 2. Jeu de Memory – *Les différents types d'altération de l'information*

**Durée : 20 minutes**

Sous forme de jeu de memory, cette activité proposait à chaque groupe de faire correspondre 6 cas concrets de désinformation avec leurs définitions respectives.

**Exemple de cas abordé :**

- **Carte "cas"** : De nombreux médias et utilisateurs sur les réseaux sociaux ont partagé des images sur une "invasion de punaises de lit", juste avant les JO de Paris.
- **Carte "notion"** : La malinformation est une information qui se fonde sur la réalité, mais qui est utilisée pour porter préjudice à une personne, une organisation ou un pays..
- **Carte « question »** : En quoi la diffusion massive d'images de punaises de lit sur les réseaux sociaux peut-elle relever de la malinformation, même si le phénomène est réel ?

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Les groupes étaient invités à discuter de chaque association, à argumenter leurs choix, puis à participer à une mise en commun collective. Cette activité permettait d'ancrer les définitions théoriques dans des exemples concrets, et de mieux comprendre les mécanismes de manipulation de l'information. Les cartes « questions » ont été distribuées dans un deuxième temps afin d'aller plus loin dans la discussion entre les groupes.



### 3. Théorie flash – *Les bases de la désinformation*

**Durée : 10 minutes**

Cette séquence théorique courte avait pour but de fournir aux étudiants des repères communs, en définissant des notions essentielles telles que désinformation, mésinformation et malinformation. Elle présentait également les différentes motivations qui peuvent se cacher derrière la production ou la diffusion de fake news (intérêts politiques, économiques ou idéologiques).

En apportant ces bases conceptuelles partagées, cette activité permettait aux étudiants d'aborder les activités suivantes avec une compréhension commune des enjeux.

Pour cette activité, nous nous sommes inspirés du [matériel pédagogique](#) élaboré par la Commission Européenne pour une activité de sensibilisation autour de la désinformation. Nous avons créé une présentation exhaustive permettant de revenir sur les différents concepts dévoilés lors de l'activité précédente avec des exemples concrets et des apports

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



théoriques pour une harmonisation des connaissances des participants et une découverte des outils de vérification des informations.

**C'est quoi la désinformation?**

Cofinancé par l'Union européenne

media masters

pistes solidaires

INFORMATIONS FAUSSES ✓

MENSONGES INTENTIONNELS ✓

CREES POUR NUIRE ✓

Cofinancé par l'Union européenne

media masters

pistes solidaires

Je suis une mère originaire d'Odesse, en Ukraine.

Je suis la vice-présidente d'une fondation religieuse russe.

Je suis avocate originaire de Donetsk, en Ukraine.

Je suis citoyenne de Kharkiv, en Ukraine.

La même personne se fait passer pour différentes personnes.

→ Désinformation

Cofinancé par l'Union européenne

media masters

pistes solidaires

**En cas de doute, vérifiez.**

- ✓ **Contenu**  
Le titre et le contenu correspondent-ils ? Le contenu a-t-il du sens ?
- ✓ **Source / URL**  
Est-ce fiable ? Est-ce ce que vous pensez que c'est ?
- ✓ **Auteurs**  
Sont-ils fiables/qualifiés ?
- ✓ **Date**  
Quand a-t-il été publié ?
- ✓ **Image**  
Représente-t-elle réellement ce qu'elle dit ?
- ✓ **Autres sources**  
D'autres sources rapportent-elles cette histoire ? Lesquelles ?

Soyez conscient de vos biais !

→ Réfléchissez avant de partager.

Cofinancé par l'Union européenne

media masters

pistes solidaires

#### 4. : Découvrir le vrai du faux : **Fake news et Union européenne !**

**Durée : 20 minutes**

Cette activité visait à replacer la question de la désinformation dans un contexte politique et sociétal plus large, en interrogeant ses effets sur la confiance dans les institutions européennes et la cohésion entre les États membres.

Sous la forme d'un jeu "3 mensonges, 1 vérité", les participants devaient identifier la seule information véridique parmi les affirmations suivantes :

1. L'UE veut interdire les kebabs
2. Nintendo répare gratuitement vos manettes Switch grâce à l'UE
3. L'UE entend obliger les citoyens à manger des insectes à la place de la viande
4. 80 % des lois françaises viennent de l'UE

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Après les réponses, un débriefing permettait de clarifier les vérités et contre-vérités, en expliquant pourquoi certaines informations circulent massivement, et comment elles participent à la désinformation sur l'Europe. Cette activité favorisait ainsi une prise de conscience des enjeux démocratiques et du rôle de l'UE dans la lutte contre la désinformation.

## 5. Jeu de plateau – **Media Masters**

### **Durée : 1 heure**

Cette activité finale avait pour objectif de consolider les connaissances acquises au cours de l'atelier, à travers un jeu de plateau collaboratif, développé avec nos partenaires et enrichi par une application web interactive.

### **Déroulement d'une partie de jeu:**

- Chaque groupe (jusqu'à 8 joueurs) place ses pions sur la case départ.
- Les cartes sont disposées selon les couleurs représentant différentes thématiques :
  - *Sécurité en ligne et risques numériques,*
  - *Culture et société,*
  - *Sujets controversés*
  - *Internet et influences modernes*
  - *Union européenne décryptée*
- Les joueurs avancent selon un lancer de dé. Selon la couleur de la case sur laquelle ils sont tombés, ils doivent choisir une carte de la même couleur et scanner le code via leur [web app](#) installée en début de jeu sur le téléphone portable.
- En scannant le QR code, une question avec trois réponses possibles apparaît. Une bonne réponse leur permet de rester, une mauvaise les fait reculer.

Ce jeu a permis d'aborder de manière ludique et interactive des thématiques complexes, tout en renforçant l'engagement des participants et leur appropriation des contenus. L'ajout de la dimension européenne dans le jeu a été particulièrement pertinent pour relier les enjeux de désinformation à des réponses concrètes portées à l'échelle de l'UE.



## Constat pendant le jeu

Lors de nos événements autour du jeu Média Masters, deux essais ont été réalisés avec des groupes de joueurs. Ces événements ont permis de recueillir plusieurs remarques et d'observer les réactions des participants face aux mécaniques du jeu.

L'un des points les plus fréquemment soulignés concerne la **taille des questions**, particulièrement lorsqu'elles sont lues sur téléphone. En effet, la longueur de certains énoncés rend leur lecture plus difficile sur petit écran, ce qui peut ralentir le rythme de la partie et freiner la fluidité du jeu.

Malgré cet aspect, le **niveau des questions** a été jugé globalement accessible par les participants, permettant une implication de tous sans grande difficulté. Néanmoins, certaines questions ont surpris par la nature de leurs informations ou par la présence de pièges, ce qui a contribué à créer de l'intérêt et de l'étonnement.

Ces réactions montrent que le jeu remplit efficacement sa fonction. Il stimule la curiosité, met à l'épreuve les connaissances des étudiants et favorise surtout une prise de conscience des mécanismes de désinformation dans les médias.

De plus, le jeu Média Master permet de mettre en avant les actions de l'Union européenne sur ces questions mais également il permet d'appréhender et de développer des bases solides sur le fonctionnement des différentes instances européennes.

Suite à ces retours, nous avons ajusté certaines questions et aspects du jeu pour la mise en place des prochains événements.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.





## Communication et dissémination

La communication autour des deux événements s'est articulée de manière distincte, en fonction des publics visés et des objectifs spécifiques. Pour l'atelier organisé au sein de l'ITS, la stratégie de communication a été interne, ciblant exclusivement les étudiants en intervention sociale et familiale. L'information a circulé via les canaux de communication propres à l'établissement, favorisant ainsi une participation volontaire mais ciblée, en lien direct avec le champ d'étude des élèves concernés.

À l'inverse, le **Café des langues** mensuel, organisé par le Centre Europe Direct Pau Pays de l'Adour, a bénéficié d'une diffusion plus large. L'information a été relayée sur les réseaux sociaux de Pistes-Solidaires, accompagnée d'une mention spécifique au projet « Media Masters ». Cette visibilité a été renforcée par le relais en direct de la Ville de Pau, dans le cadre des animations du **Joli mois de l'Europe**, ce qui a permis de toucher un public diversifié et d'inscrire l'événement dans une dynamique territoriale plus large. À la suite de ces deux temps forts, un article récapitulatif a été publié sur le site de Pistes-Solidaires, mettant en valeur les échanges et les thématiques abordées, avec une attention particulière portée à la sensibilisation aux enjeux de l'information et de la désinformation, comme évoqué dans l'article [« Partageons l'information... mais la bonne ! »](#).



**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



## Partageons l'information...mais la bonne !

Partager :



## Conclusion

À travers les deux événements organisés dans le cadre du projet *Media Masters*, Pistes Solidaires a démontré l'importance et la pertinence d'outils pédagogiques innovants pour sensibiliser les jeunes adultes aux enjeux de la désinformation. En mêlant apports théoriques, réflexions collectives, approches ludiques et ancrage européen, les ateliers ont permis aux participants de développer un regard plus critique sur l'information qu'ils consomment quotidiennement.

La diversité des publics, étudiants en intervention sociale, jeunes internationaux, apprenants en langues, a enrichi les échanges et mis en lumière la nécessité d'adapter les formats et les contenus en fonction des contextes et des expériences de chacun. L'approche participative a favorisé l'engagement des jeunes, non seulement en tant que destinataires de l'information, mais aussi comme acteurs capables de décrypter, questionner et partager une information fiable.

Les retours positifs et les ajustements réalisés à l'issue de ces ateliers nourriront les prochaines étapes du projet, en France comme dans les autres pays partenaires. En contribuant à former une jeunesse plus éclairée et résiliente face à la désinformation, *Media Masters* s'inscrit pleinement dans une dynamique citoyenne européenne, au service d'une démocratie plus robuste et inclusive.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.





## Annexes

### I- Photos



**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.





**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.





**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



HISTORY OF CHANGES		
VERSION	PUBLICATION DATE	CHANGE
1.0	16/06/2025	Initial version

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.