

HANTAVIRUS : L'ALERTE SANITAIRE DEVENUE PHÉNOMÈNE VIRAL AVEC 4,4 MILLIONS DE MENTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En quelques jours, l'hantavirus est devenu l'un des sujets sanitaires les plus viraux sur les réseaux sociaux. Sur X, LinkedIn et Instagram, les conversations s'emballent à un niveau rarement observé pour ce type d'alerte. Les premiers chiffres montrent un volume de discussions jusqu'à trois fois supérieur à celui enregistré au début du Covid-19 sur des périodes comparables. Hashtags en tendance, vidéos virales et inquiétudes relayées en continu : les réseaux sociaux transforment l'alerte en phénomène mondial en un temps record.

[Visibrain](#), l'outil de veille des réseaux sociaux, décrypte ces conversations et leur dynamique en ligne.

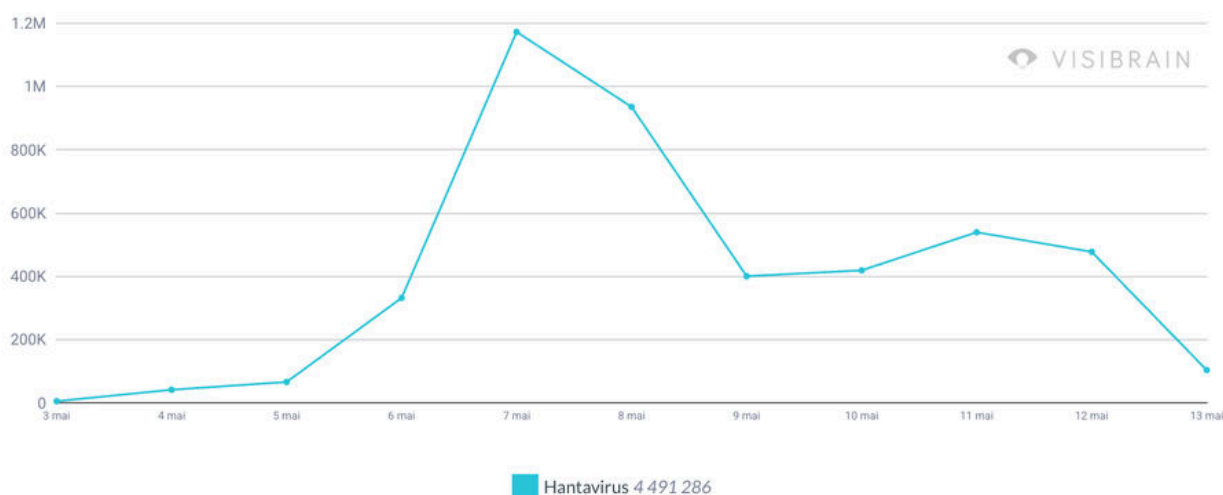
HANTAVIRUS : UNE VIRALITÉ 3 FOIS SUPÉRIEURE À CELLE DU COVID À SES DÉBUTS

Le sujet de l'hantavirus s'impose comme l'un des thèmes sanitaires les plus discutés sur les réseaux sociaux, avec plus de **4,4 millions de messages publiés**, avec une **moyenne de 449 128 publications par jour**.

L'activité s'est fortement accélérée ces derniers jours, atteignant un **pic le 7 mai** dernier avec plus de **1,1 million de messages publiés en 24 heures**, notamment à la suite des prises de parole de l'OMS sur le sujet.

Cette dynamique traduit un vrai emballement en ligne, où l'information circule rapidement et alimente des échanges massifs à l'échelle mondiale. À titre de comparaison, ce volume de conversations est près de **3 fois supérieur à celui observé lors des débuts de la pandémie de Covid-19 en février 2020 sur des périodes équivalentes**.

En France, l'écho reste pour l'instant plus limité, avec **335 173 messages publiés**.



LE COVID EN ARRIÈRE-PLAN DES DISCUSSIONS SUR L'HANTAVIRUS

En toile de fond, le Covid-19 continue de peser sur les conversations autour de l'hantavirus. **Près de 15% des messages mentionnent directement la pandémie**, signe que les comparaisons sont spontanées et structurent une partie des échanges en ligne.

L'analyse sémantique des discussions montre ainsi que l'**hantavirus s'accompagne fréquemment de références au Covid-19**, mais aussi à des termes liés à la contamination et aux dynamiques de propagation, notamment autour de cas évoqués sur des navires.

EXPRESSIONS

VISIBRAIN :

argentin hantavirus victim virus **cruise ship** internship exercice grandeur nature
 jake rosmarin **jake rosmarin script** navire mv hondius **covid vaccines** france you
your life heart disease ship live tv hantavirus fact sheet rats 3 deaths argentine
 homme en vert **alleged hantavirus** **most enlightening 2 minutes** hanta virus
 pharmaceuticals trois semaines moment précis one atlanta **tel aviv** acteur news cycle
 same man **47 seconds** épidémie them oms avec les états-unis which one **people**
covid19 better psyops dutch hospital **covid** everyone diabetes same players
 crisis actor hantavirus cruise **dr zelenko** hantavirus 95,000 deaths
 government health department symptoms cdc **humanity** hantavirus outbreak world
 683,000 deaths **hantavirus** hantavirus cruise ship bateau different virus
 trump anxiety quarantine direct tedros life

ASTROTURFING : UNE VIRALITÉ EN PARTIE ARTIFICIELLE AUTOUR DE L'HANTAVIRUS

Dans l'analyse des conversations, un **phénomène d'astroturfing**, c'est-à-dire d'une manipulation artificielle de l'opinion en ligne à l'aide de faux comptes automatisés ou coordonnés, apparaît. Plusieurs comptes suspects publient parfois plus de **500 tweets par jour**, contribuant à **amplifier artificiellement le volume des échanges autour de l'hantavirus sur X**.

L'étude des profils révèle plusieurs typologies : certains affichent des **références explicites au mouvement MAGA de Donald Trump**, d'autres présentent des **comptes anonymisés sans photo ni biographie identifiable**, tandis que d'autres relaient des **messages très polarisés** tels que « *Stop aux mensonges et manipulations #antiwok* » ou encore des formulations comme « *so tired of all the ridiculous bs we've experiencind the last few years* ».

DÉSINFORMATION ET COMLOTISME AUTOUR DE L'HANTAVIRUS SUR X

Certains messages analysés sur X notamment relèvent de **dynamiques complotistes ou conspirationnistes**. Ils reposent notamment sur des **interprétations erronées ou sorties de leur contexte d'informations scientifiques**, comme l'**affirmation selon laquelle l'hantavirus ne serait "pas contagieux"**, ou encore sur des réinterprétations pour suggérer des preuves cachées.

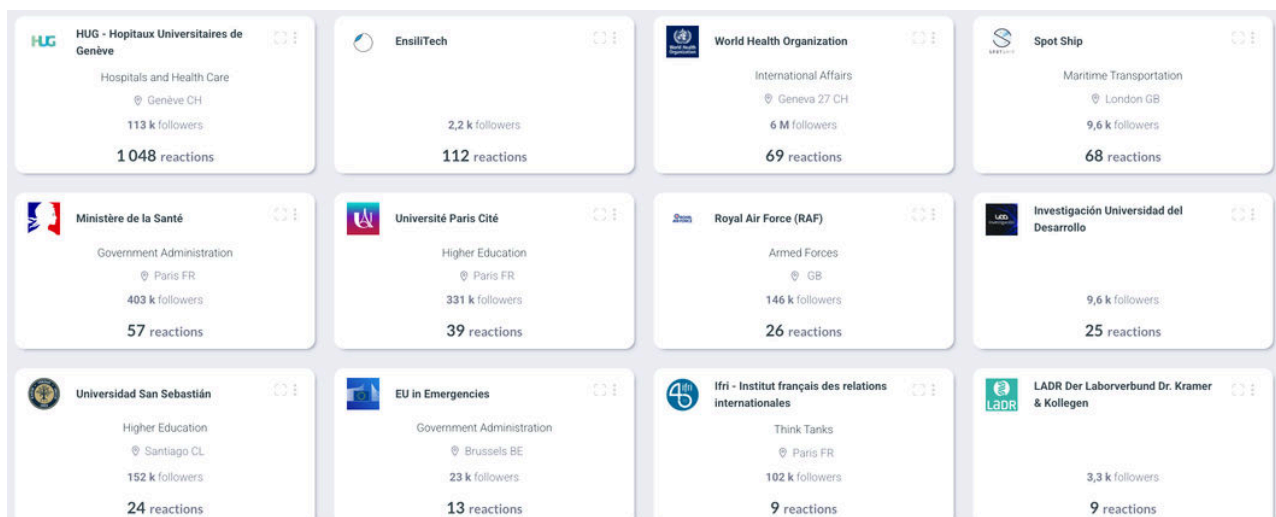
D'autres contenus s'inscrivent dans des récits d'influence ou de manipulation impliquant des acteurs politiques ou institutionnels, sans éléments factuels vérifiables. **Certains messages détournent également des informations réelles pour alimenter des soupçons plus larges.** Ces différentes formes de discours participent à la **diffusion de narratifs complotistes dans les conversations en ligne autour du sujet, comme dans la sélection de 3 tweets ci-dessous.**



LES INSTITUTIONS REPRENENT LA MAIN SUR L'INFORMATION SUR LINKEDIN

Du côté de LinkedIn, **plus de 300 entreprises ont déjà pris la parole sur le sujet.** Les **institutions y occupent une place centrale**, à l'image des **Hôpitaux Universitaires de Genève**, qui communiquent à la fois en français et en anglais sur leur page officielle. À la suite de l'identification de la souche Andes de l'hantavirus, l'établissement a notamment diffusé une **vidéo de l'un de ses responsables de laboratoire de virologie**, faisant le point sur la situation à bord du navire de croisière concerné, tout en relayant des analyses plus approfondies disponibles sur leur site.

D'autres acteurs institutionnels, comme le **Ministère de la Santé**, utilisent également LinkedIn pour diffuser leurs communications officielles, en relayant notamment leur communiqué de presse intitulé « *Cas d'hantavirus à bord du navire MV Hondius : point de situation des autorités sanitaires françaises* ».

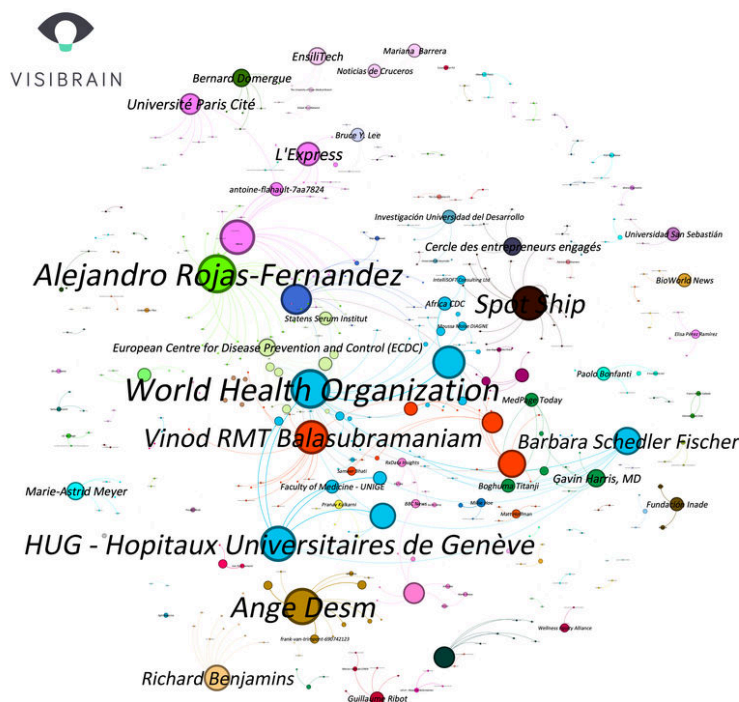


LINKEDIN : UN DÉBAT STRUCTURÉ ENTRE INSTITUTIONS, EXPERTS ET MÉDIAS

Sur LinkedIn, les prises de parole autour de l'hantavirus s'organisent en 4 grands ensembles de profils, où institutions, experts et médias structurent la circulation de l'information.

- Les **pilliers institutionnels** occupent une position centrale (en bleu ciel) et agissent comme principaux hubs d'information, avec notamment le **World Health Organization**, les **Hôpitaux universitaires de Genève** et l'**ECDC** (European Centre for Disease Prevention and Control, en vert)
- Les **chercheurs et leaders d'opinion** constituent un second pôle influent, avec des personnalités dont l'audience dépasse le cadre académique, comme **Alejandro Rojas-Fernandez** (en vert) ou **Vinod RMT Balasubramaniam** (en orange)
- Les **relais médiatiques**, tels que L'Express (en violet) ou la BBC (en rose), assurent la diffusion et la vulgarisation des principales actualités auprès du grand public
- Enfin, des **pôles académiques régionaux** se distinguent, notamment **francophones avec l'Université Paris Cité** (en violet), et **hispanophones avec l'Universidad del Desarrollo et l'Universidad San Sebastián** (en bleu/gris et lila), illustrant une mobilisation internationale de la recherche

Cette cartographie montre une structuration des échanges autour d'un socle institutionnel et scientifique solide, complété par les médias et les communautés académiques. **L'hantavirus apparaît ainsi comme un sujet à la fois scientifique, médiatique et de santé publique à dimension internationale.**



Plus d'informations au sujet de l'hantavirus ? Contactez-nous !

À propos de Visibrain

Visibrain est une plateforme de veille des réseaux sociaux utilisée par les professionnels de la communication pour gérer leurs problématiques d'image de marque. Créée en 2011, Visibrain est utilisée aujourd'hui par les leaders les plus exigeants du marché comme Bouygues Télécom, Paris 2024, GRDF, Carrefour ou encore SNCF. <https://www.visibrain.com/fr/>

Contact presse: Marie Guyomarc'h

marie.g@visibrain.com

06 67 64 06 02