

Arnaud Dassier : le « disque dur » de l'UMP

Saïd Mahrane

229 mots

2 février 2006

Le Point

LPOINT

9

1742

Français

Copyright 2006 Le Point

Profil

D

ans la famille Dassier, Sarkozy demande le fils ! A 36 ans, **Arnaud Dassier**, fils de Jean-Claude, directeur général de LCI, s'est imposé comme le cerveau de l'« Internet task force » de l'UMP. Peu enclin à solliciter le carnet d'adresses de son papa, Arnaud apparaît comme un self-made-man. Pour preuve : c'est spontanément qu'il fait parvenir en 2004, peu avant le congrès de l'UMP, une proposition de service à Nicolas Sarkozy, dans laquelle il détaille les avantages d'une blogosphère pour le parti, lui promettant le changement en cent jours... « J'ai reçu quelques jours plus tard un courrier de l'UMP me proposant de venir défendre mon projet au siège », se souvient-il. Séduit, Nicolas Sarkozy choisit sa société de conseil en communication, L'Enchanteur des nouveaux médias, pour mener une campagne parallèle, ciblant 25 millions d'internautes en France. Dassier est à l'origine des envois de spams UMP, des adhésions en ligne, de l'achat de mots clés sur Google... Et ce n'est qu'un début : « Nous créerons des blogs pour tous les candidats UMP aux législatives et aux municipales, et nous mettrons en place un site Internet, UMP Direct, qui facilitera le dialogue entre les militants et les responsables du parti. »

Saïd Mahrane

SEBDO LE POINT SA