

LE FAIT DU JOUR

La politique, ça clique

Eric Hacquemand

282 mots

3 janvier 2006

Le Parisien

LEPARI

2

Français

Copyright 2006 Le Parisien. All Rights Reserved.

SON CREDO : favoriser la participation citoyenne grâce à l'Internet. **Arnaud Dassier**, 36 ans, directeur associé d'une agence spécialisée dans les nouvelles technologies, tente de révolutionner les pratiques politiques. Cet ancien collaborateur d'Alain Madelin au ministère de l'Economie a permis à l'UMP de prendre une longueur d'avance dans l'utilisation du Web. « A ce niveau-là, la classe politique est terriblement conservatrice », résume t-il. C'est à lui que l'on doit par exemple la première campagne d'e-mailings politiques : grâce à des fichiers de noms loués à des fournisseurs, plus de 2,2 millions de personnes ont reçu à l'automne dernier un e-mail signé Nicolas Sarkozy. Résultat : un taux d'ouverture du message de 14 % en moyenne (contre 6 % pour une pub sur un produit commercial) et... une pluie de plaintes à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil). Mais il en faut plus pour décourager ce précurseur.

En novembre, alors que les banlieues explosent, Dassier achète une série de mots auprès de Google, l'un des principaux moteurs de recherche sur Internet. En tapant « banlieues », « émeutes » ou « violences », l'internaute se voit proposer un lien promotionnel vers le site de l'UMP. « Récupération scandaleuse » pour les uns, « initiative pionnière » pour les autres, cette campagne se taille malgré tout un franc succès : en quinze jours, 150 000 visites supplémentaires sont enregistrées. « Nous réinventons l'agora, se félicite **Arnaud Dassier**. L'Internet est un outil pour le débat. Les Américains l'ont bien compris. Pourquoi pas les hommes politiques français ? » Et cette année, Dassier promet encore d'autres innovations...