

EVENEMENT

Le débat s'étend sur la Toile

ROUSSEL Frédérique

471 mots

16 mars 2007

Libération

LBRT

Français

Libération. Une publication de SNPC - France. Tel: 33 (1) 42 76 17 89 <http://www.liberation.fr>

Politique

Sur Internet

Cette présidentielle représente la première échéance électorale à nourrir autant la Toile. Du côté des sites de partis comme des blogs. L'appétence des internautes suit. Selon la dernière enquête de l'Ifop réalisée dans le cadre de l'Observatoire 2006-2007 de la Netcampagne, le recours au Web pour s'informer dans ce domaine est en nette progression. Ainsi, 47 % des internautes affirment y rechercher des informations politiques. Au total, une progression de 7 points en février par rapport à novembre 2006.

Sur les sites des partis, on a constaté une accélération. Sur bayrou.fr, on dit être passé de 21 500 visites par jour en janvier à 40 000 ces dernières semaines. Dans l'intervalle, 40 000 emails ont été réceptionnés. "L'augmentation va être constante jusqu'au 22 avril, prédit Raphaël D'Assignies, responsable de la Netcampagne de Bayrou, qui souligne que c'est la rubrique "propositions" qui a le plus la cote. Côté UMP, la progression semble moins sensible. L'élément notable amené par le réseau est l'engagement militant. "L'engouement se mesure notamment sur la plateforme de supporters qui compte 115 000 inscrits, remarque **Arnaud Dassier**, consultant de la campagne en ligne de l'UMP. Ainsi, 300 000 abonnés reçoivent quotidiennement un mail, et 175 000 abonnés, des SMS à chaque passage télé de Sarkozy.

Internet joue aussi comme un tuyau d'informations complémentaires. Après les passages télé des candidats, des téléspectateurs pianotent sur leur clavier pour creuser. A chaque événement politique, les compteurs explosent sur les sites des partis ou dans les officines blogosphériques. Netpolitique.net, qui confie avoir doublé en trafic depuis six mois, a enregistré des pics lors de l'investiture de Royal ou de la déclaration de candidature de Sarkozy. "Les gens se jettent sur le Web comme un média d'information", analyse Stanislas Magniant de netpolitique.net, pour qui "c'est la dernière élection qui se joue à la télévision".

L'Internet politique connaît aussi une montée en puissance des points de vue. D'après la Blogopole de l'Observatoire présidentielle 2007, réalisée par l'université de technologie de Compiègne, qui sera mis en ligne ce soir, le volume de billets sur la blogosphère française (2 053 sites retenus) qui cite le nom d'un candidat a connu une augmentation de plus de 50 % en quatre mois. Autre leçon de la Blogopole : le PS profite toujours de la première place avec une blogosphère plus riche et plus dense, l'UDF continue sa progression et l'UMP a rattrapé son retard. "En terme d'offre, le Web est marqué plus à gauche et au centre", analyse Guilhem Fouetillou. Ainsi, si la réalité calquait la Toile, on pourrait extrapoler sur un second tour Royal-Bayrou...