

## Offensive marketing de l'UMP sur internet

PAJ

402 mots

16 février 2006

17:58

Agence France Presse

AFPFR

Français

Copyright Agence France-Presse, 2006 All reproduction and presentation rights reserved.

PARIS, 16 fév 2006 (AFP) -

L'UMP développe sa politique de marketing sur internet, qui fait apparaître l'adresse du site du parti de Nicolas Sarkozy quand on recherche des sites liés à l'actualité ou consacrés à d'autres présidentiables, tels François Hollande (PS) ou François Bayrou (UDF).

Quand on tape sur Google les mots Lionel Jospin, Laurent Fabius, François Hollande, Ségolène Royal, Dominique Strauss-Kahn, PS, UDF, Jacques Chirac ou Dominique de Villepin, le site de l'UMP apparaît dans les liens commerciaux, en haut à droite de l'écran.

"L'UMP vous invite à participer à l'élaboration du projet de 2007", peut lire l'internaute.

"L'UMP choisit des mots clés, et ensuite paie Google en fonction du nombre de clics effectués sur son site", a expliqué à l'AFP **Arnaud Dassier**, conseil en "marketing interactif" pour le parti majoritaire. "C'est une campagne permanente, en développement progressif".

L'UMP avait aussi sélectionné le mot-clé Jack Lang (PS), mais a arrêté lorsque ce dernier a protesté, a précisé M. Dassier.

"L'UMP profite du vide relatif de la législation en matière d'usage politique du net", a dénoncé le PS dans sa newsletter, en appelant à une campagne de "clics hostiles contre l'UMP", afin de renchérir le coût de l'opération.

Selon M. Dassier, cet appel est contre-productif, car l'augmentation du nombre de clics permet à l'UMP d'obtenir un rabais de la part de Google.

L'UMP avait expérimenté cette technique au moment de la crise des banlieues, fin 2005. Des mots clés tels que banlieues ou violences urbaines permettaient d'accéder à la pétition de soutien à la politique de fermeté de Nicolas Sarkozy.

Actuellement, l'adresse du site UMP apparaît aussi lorsque l'internaute recherche des informations sur le Contrat Première Embauche (un lien lui donne accès à la pétition de soutien au CPE), les caricatures de Mahomet, la directive Bolkestein ou des thèmes comme impôts ou justice.

Grâce à cette campagne, "le nombre de connexions au site UMP est passé de 1.000 par jour en décembre à plus de 3.000, avec des pointes à 5.000", affirme M. Dassier. Selon lui, le système "rapporte davantage à l'UMP qu'il ne lui coûte", car avec les connexions, "le nombre des adhésions à l'UMP augmente aussi".