



Net-campagnes en France : un an après, un an avant...

jeudi 22 mai 2003

Une rencontre du Club du e-public

Jeudi 22 mai 2003, dans la salle multimédia de la mairie d'Issy-les-Moulineaux, le Club du e-public a réuni les acteurs et les observateurs de la vie net-politique française.

Campagnes électorales en ligne, cyber-militantisme, vote électronique : les nouvelles technologies vont à moyen terme bouleverser la vie politique. Après la première net-campagne présidentielle de 2002, les différents partis politiques ont poursuivi leur investissement numérique : refonte de sites officiels, apparition de nouvelles rubriques ou de nouveaux services, émergence de nouveaux usages lors des campagnes électorales internes. Déjà, les stratégies TIC sont rivaux aux élections européennes et régionales de 2004...

Un an après la Présidentielle et après les Législatives, un an avant les Européennes et les Régionales, il convenait d'interroger les responsables des sites officiels et les meilleurs spécialistes de la net-politique française :

- Les nouvelles formes d'engagement apparues durant la net-campagne présidentielle de 2002 et les nouveaux élans militants consécutifs au "coup de tonnerre" du 21 avril se sont-ils conjugués et pérennisés sur Internet au-delà du 5 mai ?
- Comment le réseau des réseaux est-il mis à profit, par chaque parti ayant ses problématiques propres, pour affronter les divers rendez-vous avec les militants ou avec l'opinion des internautes et pour "rentabiliser" l'année 2003 positionnée entre deux années électorales ?
- Comment les partis envisagent-ils d'utiliser Internet lors des prochaines joutes électorales ?
- Dans quelles mesures et à quelles conditions les élections de 2004, la Présidentielle de 2007 se joueront-elles sur Internet ?

Maurice Ronai : « C'est à l'occasion de ses congrès que le Parti socialiste fait son meilleur apprentissage des usages de l'Internet ».

Selon Maurice Ronai, animateur de Temps Réels¹, la section virtuelle du Parti socialiste, la "mise en réseau" en PS ne se heurte pas seulement à la "fracture numérique" au sein d'un PS qui compte près de 130 000 membres. Elle se heurte aussi à des modes de fonctionnement et de débat formalisés, enracinés dans la communication orale (les réunions en chair et en os) et dans la "graphosphère" (le livre, le journal, la brochure et le tract). Un fonctionnement perturbé mais assez peu modifié par la "videosphère".

Les campagnes électorales (celles de 2002) et les campagnes internes (le congrès de Dijon) permettent d'expérimenter des modes de fonctionnement : en réseau, acentrés, transversaux, plus légers et plus souples. Par exemple, les équipes en compétition pour la direction du PS ont eu largement recours à l'internet pour l'élaboration des motions, la circulation des textes et des argumentaires, pour la coordination de leur "campagne". Julien Bézille, responsable du site battant pavillon de la motion de François Hollande², qui figurait également dans l'organigramme de la net-campagne présidentielle de Lionel Jospin, peut comparer : l'exigence du « zéro défaut » s'imposait davantage au site du candidat Hollande, destiné aux seuls militants du Parti, qu'à celui du candidat Jospin tourné vers l'ensemble des Français.

¹ <http://www.temps-reels.net>

² <http://www.fhollande.net>

Anne-Catherine Franck, responsable nationale de la communication et du site Internet³ du Parti socialiste, émet le vœu que les sites des différentes motions ne se transforment pas en « sites de fractions ». Il est vrai que les nouvelles technologies et le travail collaboratif qu'elles favorisent sont particulièrement adaptés au mode de production des motions (appel à la contribution de tous les militants, sédimentation progressive) sur lesquelles on se prononce en vue du congrès. L'existence et le maintien des sites des cinq motions pourraient conduire à une cristallisation de ces mouvements, et à un affaiblissement de la cohérence de la communication du Parti socialiste.

Ronan Lestang : « Internet nous permet de rectifier les fausses informations qui circulent sur le programme de Jean-Marie Le Pen »

Pour le responsable de la net-campagne présidentielle de Jean-Marie Le Pen et aujourd'hui du site du Front National⁴, Internet constitue un vecteur important des nouvelles ambitions du parti. Durant la campagne présidentielle et notamment entre les deux tours, les statistiques de fréquentation des rubriques « Actualité » et « Programme » montraient le besoin d'informations au sujet d'un programme qui subissait, selon Ronan Lestang, les déformations insidieuses des médias. Depuis la victoire du 21 avril 2002, continuent d'affluer les questions sur les projets de l'ex et futur candidat du Front national à la Présidentielle. Ce souci de produire sa propre information, « afin de contourner l'ostracisme des médias », s'est traduit, durant la guerre en Irak, par la mise en ligne d'un site « Actu-Irak »⁵, bulletin d'actualités quotidiennes.

En complément de ce travail d'information, le Front national incite ses militants ou sympathisants à susciter des courants d'opinion. Plusieurs pages du site sont dédiées au pilotage de ces actions de cyber-militantisme : « Une information vous fait bouillir ? Le traitement qu'en font les médias encore plus ? Faites-leur part de votre sentiment » : et le site de fournir les adresses email des médiateurs des journaux télévisés, du « contact » des principales émissions d'actualité du PAF, du service des relations avec les auditeurs, etc. De plus, une longue liste de « Courrier des lecteurs » invite à adresser un message à la presse quotidienne et régionale. Enfin, le Front national jette son dévolu sur les forums, principal lieu de dialogues en ligne : « De nombreux sites généralistes proposent des forums thématiques et des sondages liés à l'actualité. [...] Ils permettent de "prendre la température" de la population sans le filtre des médias et constituent un bon vecteur de diffusion de nos idées».

Le Front national a pris une longueur d'avance dans la net-campagne des Régionales de 2004, notamment par la mise en ligne du site portail des candidats Front National⁶. Ce site s'est déjà emparé de la première place sur le moteur de recherche Google pour la requête « Régionales 2004 ». La visibilité sur Internet, relativement à un événement donné, ne s'improvise pas au dernier moment... En ce qui concerne l'organisation et le back-office de ce portail, ont été désignés des responsables régionaux d'Internet, chargés notamment de collecter les informations locales, de constituer les bilans des élus régionaux du Front national et de former les jeunes militants aux usages politiques des nouvelles technologies.

Antoine Emeury : « Sans céder à la démagogie, il s'agit avec Internet de promouvoir la participation du citoyen à la construction de la décision ».

Responsable de la cellule "nouvelles technologies" de l'UMP, responsable du site Internet⁷ et de l'extranet du parti de la majorité, Antoine Emeury a expliqué les principales actions menées récemment par l'UMP sur Internet, notamment en soutien de la politique du gouvernement. En effet, en tant que site du parti au pouvoir, u-m-p.org s'emploie avant tout à expliquer les réformes initiées par le gouvernement de Jean-Pierre Raffarin. La une de la page d'accueil est explicite : « Halte à la désinformation ! ».

Comment le site Internet peut-il soutenir la réforme des retraites ? Tout d'abord, en mettant en relief les encouragements d'internautes : un livre d'or, intitulé « Le message des Français : *Ne cédez pas!*»,

³ <http://www.parti-socialiste.fr>

⁴ <http://www.frontnational.com>

⁵ <http://actuirak.frontnational.com>

⁶ <http://www.regionales2004.com>

⁷ <http://www.u-m-p.org>

regroupe des témoignages et des opinions qui prennent le contre-pied des slogans et des argumentaires scandés par les manifestants. Ensuite, par une Foire aux Questions : « Le gouvernement répond à vos questions », à propos de la réforme des retraites. On peut regretter toutefois que cet espace figé ne soit pas alimenté en permanence par les nouvelles questions posées par les internautes et par les nouvelles réponses transmises par l'équipe de François Fillon ou par les spécialistes de la question à l'UMP. Enfin, en lançant une pétition en ligne : « Vous êtes attachés à l'Ecole de la République. Refusez le boycott de ses examens! Signez la pétition ! ». Le système mis en place par l'équipe web de l'UMP se réduit à une saisie d'email par l'internaute, dans le navigateur duquel s'affiche ensuite un message de remerciement. Le débat entre les intervenants et les participants a permis de dégager nombre d'améliorations qu'il conviendrait d'apporter à ce module d'e-pétition :

- l'UMP devrait mettre pas en place un outil de dédoublement ou un envoi de mails de confirmation pour valider les mails saisis (en effet, un même internaute peut entrer autant de fois qu'il le désire une même adresse ou des adresses différentes). Une pétition vaut par le nombre de signatures recueillies et rien dans le système mis en place ne permet de valider ce nombre.

- l'UMP pourrait proposer aux internautes ayant signé la pétition un module viral (du genre « Envoyez cette pétition à vos amis ») pour diffuser à un bouquet d'adresses l'information de cette pétition.

- l'UMP pourrait capitaliser sur Internet cette démarche. En effet, des milliers d'adresses électroniques sont récoltées par ce biais (Antoine Emeury a annoncé 46 000 signataires), et il serait envisageable, dans le strict respect des règles éthiques, d'exploiter cette ressource, par exemple en offrant une gamme de services supplémentaires aux pétitionnaires, comme leur inscription à la newsletter pour suivre l'évolution des dossiers et les informer des nouvelles actions de soutien que le parti d'Alain Juppé compte mettre en place.

Le projet le plus ambitieux de la cellule « nouvelles technologies » de l'UMP s'inspire de la logique de la démocratie participative. Antoine Emeury envisage la création d'un « laboratoire d'études quantitatives et qualitatives », un « capteur d'informations et de propositions », véritable outil d'aide à la réflexion et à la décision pour les instances dirigeantes de l'UMP. Ce laboratoire sera composé d'un « espace Forums » et d'un « espace Sondages ». L'internaute souhaitant participer à un forum ou à un sondage devra renseigner un formulaire à même de broser son profil sociologique et ainsi de mieux interpréter sa contribution. Le responsable de cette initiative nous promet que les résultats de ces enquêtes en flux continu seront régulièrement transmis à Alain Juppé, Philippe Douste-Blazy et Jean-Claude Gaudin !

Xavier Moisant : « Les Européennes de 2004 seront particulièrement propices à l'utilisation du Réseau ».

Responsable de la net-campagne présidentielle de Jacques Chirac, aujourd'hui directeur associé de Place de la Démocratie et consultant en e-gouvernance (stratégie Internet et introduction du vote par Internet), Xavier Moisant a abordé les questions qui feront l'actualité net-politique des mois à venir : quelles stratégies, quels dispositifs, quelles formes de net-campagne peut-on prévoir pour les quatre élections de 2004 ?

> **Cantonales.** L'utilisation d'Internet ne peut être qu'anecdotique, notamment à cause du manque de moyens des candidats et de l'exiguïté de la circonscription ; au mieux les partis généreront-ils des pages web pour soutenir leurs candidats, service dès lors à imputer dans les frais de campagne.

> **Régionales.** La taille territoriale (à la croisée du local et du global) et la quête de visibilité des têtes de liste sur tous les départements de la région conduiront à un renforcement de l'impact d'Internet. L'expert s'attend notamment à des sites Internet de campagne qui offriront, grâce à la structuration de l'information propre aux hyperliens, une traduction locale et sectorielle des enjeux du développement régional.

> **Européennes.** Les prochains députés européens seront élus en juin 2004 dans huit circonscriptions interrégionales et non plus sur une liste nationale. Les sites Internet contribueront à la construction de ce nouvel espace démocratique (les « grandes régions »). Les nouvelles technologies favoriseront en outre l'organisation d'une campagne complexe (faire travailler les personnes ensemble sur des circonscriptions inédites).

> **Sénatoriales.** Les candidats les plus versés dans les nouvelles technologies créeront des sites personnels ou des listes de diffusion dans le but de nouer un contact privilégié avec leurs grands électeurs. Les partis politiques peuvent encourager cet usage en mettant en place une administration d'espaces privatifs par les candidats.

Alexandre Brachet, le directeur de la publication du site presidentielles.net, propose, pour les régionales et pour les européennes, de s'intéresser à webcity.fr et aux autres city guides. En effet ces city guides, qui exploitent le concept d'internet de proximité et qui disposent de fichiers qualifiés par région, peuvent être d'excellents vecteurs de communications (publicité, annonce des meetings, diffuseur de communiqués de presse). Alexandre Barchet approuve en outre le concept des sites régionaux se déclinant de la même façon à partir d'un modèle (même back-office, même jeu dans les urls, même charte de navigation) et mettant l'accent sur les aspects pratiques de la vie des villes, de la région, valorisant les électeurs, les acteurs de la région, à travers des exemples concrets.

Internet et les grèves contre la réforme des retraites

Pour conclure les débats, l'assemblée s'est penchée sur une affaire qui a défrayé tout récemment la chronique : le cyber-bombing impulsé par les militants de la Droite libre⁸, un « courant » de l'UMP. Cette opération de "cyber-bombing" (ou manifestation électronique) a consisté, pour les responsables de la Droite libre, à encourager les internautes à envoyer des emails de protestation aux leaders syndicaux et aux adresses génériques des syndicats. Résultat : médiatisation (on line et off line) extraordinaire de cette rébellion originale, et des dizaines, des centaines de milliers de messages ont bloqué les boîtes aux lettres électroniques des syndicats les plus décidés à poursuivre les grèves. L'opération «Bloquons les e-mails des syndicats» s'est finalement retournée contre ses instigateurs. Le tribunal de grande instance de Paris a condamné, le lundi 26 mai, en référé l'association la Droite libre à verser 3600 euros aux trois syndicats plaignants. Le blocage des messageries «caractérise une intention malicieuse», a conclu le juge selon l'ordonnance de référé. L'action ne pouvait «se prévaloir d'un exercice normal de la liberté d'expression (...) La Droite libre [a privé] les demandeurs de l'usage des services de courrier électronique dont [les syndicats] ont une possession légitime», poursuit le juge. Cela «constitue dès lors un trouble manifestement illicite auquel il doit être mis fin».

Au-delà de cette conclusion juridique, il convient de s'interroger sur les moyens d'action efficace qui répondraient à des attentes (nouvelles ?) de citoyens-internautes. Le succès massif de la manifestation électronique mérite réflexion. Dans une première approche socio-politique, on peut estimer que les bons soldats qui soutiennent le projet de réforme se recrutent davantage dans le privé ou parmi des salariés qui peuvent difficilement interrompre leur travail pour protester contre les manifestations. Autre paramètre : certains partis politiques (de gauche), certains syndicats (d'essence plus révolutionnaire), certaines idées (sauvegarde des acquis), certaines postures (l'opposition, le refus) dans le champ des luttes politiques, ont davantage besoin de la scénographie de la rue et de la dramatisation physique. Ainsi, en raison du profil socio-politique des contre-grévistes (favorables à la réforme Raffarin), de leur fort taux de connexion à Internet, du moindre besoin d'expression "physique" quand on est "pour" une réforme, surtout quand cette dernière est avancée par un gouvernement de droite, Internet peut devenir le lieu privilégié de manifestation d'une partie de l'électorat. Les formes efficaces de ces « manifestations électroniques » restent à inventer.

⁸ <http://www.ladroitelibre.com>