

NETCAMPAGNE /

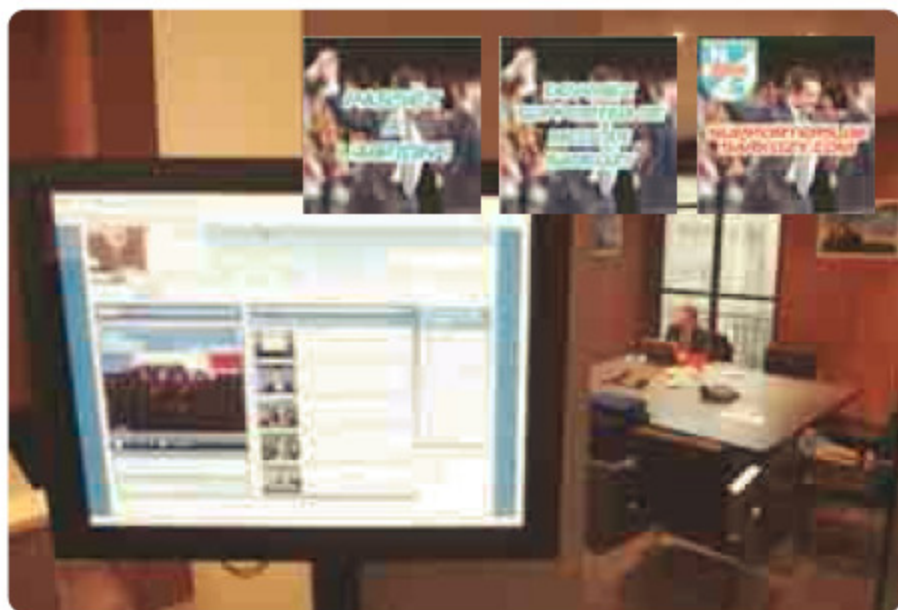
La guérilla stratégique UMP-PS

Demain, Nicolas Sarkozy présentera son nouveau site, supportersdesarkozy.com. Incontournable pour prêcher la bonne parole politique et rassembler ses troupes, le Web continue d'opposer droite et gauche, même si aujourd'hui les stratégies tendent à se rapprocher.

Sur le Web de l'UMP et du PS, chacun des candidats s'épie, se guette et s'inspire réciproquement. Ils se livrent une compétition virtuelle, véritable «guérilla numérique» selon l'expression de Vincent Feltesse, stratège Internet du PS. Avec un seul objectif : convaincre, mobiliser et occuper le terrain. Demain, Nicolas Sarkozy présentera un nouveau site, supportersdesarkozy.com, dont le but est d'inviter ses supporters, militants et sympathisants, à recruter, animer et partager. «Il s'agit de former une armée de supporters via le Web», explique Thierry Solère, un des stratèges Internet à l'UMP. Ces petits soldats du Web se portent volontaires pour effectuer des actions sur le terrain, des réunions de quartiers, l'équivalent «de réunions Tupperware», s'amuse Arnaud Dassier, prestataire de service Internet pour l'UMP. Le site fixe une période de 100 jours, avec à l'appui, une action à réaliser quotidiennement et un argumentaire à suivre. «Afin de montrer l'incroyable diversité des soutiens de Nicolas Sarkozy, filmez autour de vous des gens qui soutiennent Nicolas Sarkozy et envoyez-nous cette vidéo à l'adresse suivante», indiquait hier la première page du site. «Ils sont déjà 90 000 supporters. Notre objectif est d'en recruter 500 000» déclare Yves Jégo, député UMP responsable du site.

De son côté, le PS n'est pas en reste. Il inaugurerait lundi dernier un espace appelé e-militants.parti-socialiste.fr dont le but, à l'instar de la concurrence, est d'inviter les internautes à s'impliquer dans la campagne de Ségolène Royal. Les e-militants socialistes se répartissent en trois catégories : les veilleurs du Net, les colleurs du Net et les créateurs du Net. Le PS revendique la paternité des militants numériques : «Le 1^{er} décembre, nous lançons un questionnaire invitant à venir rejoindre l'équipe de campagne. C'est plutôt l'UMP qui nous copie et pas l'inverse!», précise Vincent Feltesse, enclin à favoriser ce «Web clivage». En décembre, les jeunes recrues PS étaient invitées à choisir entre les «colleurs d'affiches du Web», les «tchatcheurs» (des provocateurs d'audience sur les forums de discussion, les blogs, les chats), les «veilleurs», chargés de

«Il est vrai qu'au début, nos deux démarches étaient caricaturales. C'était une erreur de réduire l'UMP au mailing et à l'organisation militaire, et la gauche au débat.»



passer au crible quelques sites Web locaux ou nationaux, les «créateurs» (d'animations Flash et de vidéos) et les «mondains» (qui font remonter les contacts de leur carnet d'adresses). Le choix s'annonçait compliqué. Une volonté de simplification, à l'image de l'UMP qui affiche sa décision d'abandonner la mise en place d'une hiérarchie pyramidale parmi les supporters (les «supers supporters» devaient recruter au-delà de quinze membres et les «hyper supporters» au-delà de cinquante membres).

«Il est vrai qu'au début, nos deux démarches étaient caricaturales, reconnaît Arnaud Dassier (UMP). C'était une erreur de réduire l'UMP au mailing et à l'organisation militaire, et la gauche au débat» poursuit-il. Loïc Le Meur, célèbre blogueur récemment recruté par l'UMP, a lancé hier le site debat-sarkozy.fr, dont le but est «d'animer» une conversation. Le PS, quant à lui, tend à devenir plus offensif et organisé. Dans ses rangs, travaille dans l'ombre Tariq Krim, PDG du site Netvibes, considéré aux Etats-Unis comme la star du Web français. Un article dans *The Economist*, paru le 1^{er} février, s'interrogeait : «Tariq Krim a-t-il créé un blockbuster de l'Internet français?» Si Tariq Krim a réussi à créer un blockbuster avec Netvibes, peut-il en faire autant avec le PS? L'UMP est prévenu.