

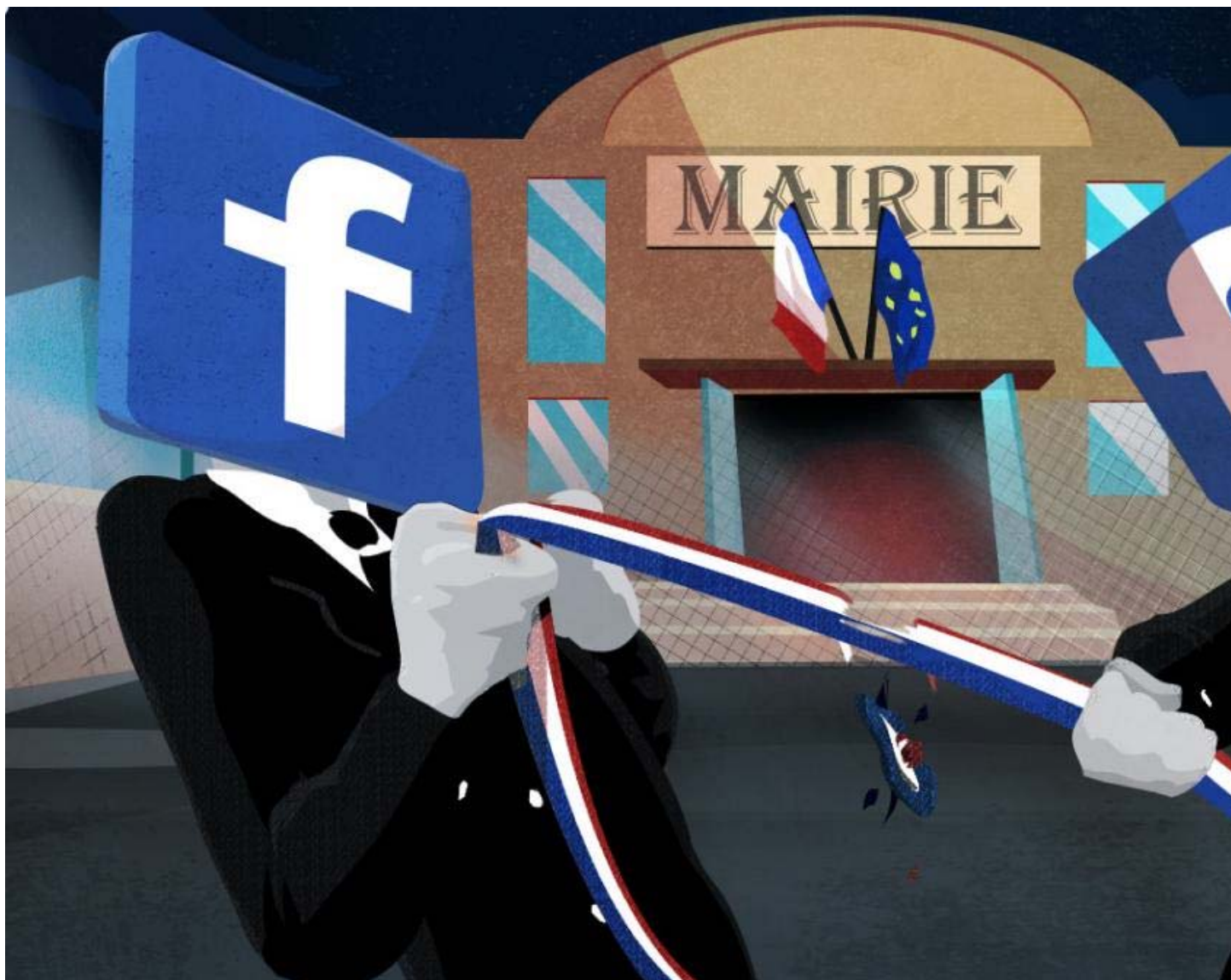
Campagne électorale d'Allez Ducey

07 juin 2020

Anonyme

Message : Voici un article publié par France Info le 24 juin 2020, qui illustre parfaitement la campagne pour les municipales menée par "Allez Ducey". Publications ambiguës ou mensongères, diffamations etc. ... ([Voir la publication du 27/05/2020](#))

Municipales 2020 : faux comptes, publicités illégales, insultes... Quand la campagne sur Facebook vire au Far West



La campagne des municipales déraile sur Facebook. (PIERRE-ALBERT JOSSERAND / FRANCEINFO)

Par Robin Prudent – France Télévisions

Mis à jour le 24/06/2020 | 10:34 – publié le 24/06/2020 | 06:56

A Sète, Facebook a dû fermer une cinquantaine de faux comptes qui perturbaient les élections. D'après nos recherches, au moins une dizaine de candidats au second tour, partout en France, ont aussi utilisé des publicités illégales sur le réseau social.

"Facebook, c'est un peu Règlements de comptes à OK Corral." Pour François Astorg, tête de liste écologiste à Annecy (Haute-Savoie), la campagne du second tour des élections municipales a

parfois pris des allures de western. Lui qui a utilisé les réseaux sociaux pour construire et faire connaître sa liste citoyenne a aussi dû faire face à de dures attaques. Début juin, un candidat d'une liste concurrente a publié un commentaire raciste à son encontre. "Il n'est pas question de laisser passer ça, réagit-il auprès de franceinfo. Je vais probablement porter plainte."

Cette dérive en ligne n'est pas isolée. Dans certaines communes, de fausses pages, des publicités illégales ou encore des comptes piratés perturbent la campagne. Il faut dire que la crise sanitaire liée au coronavirus a accéléré la conversion des candidats au numérique. Privés de meetings, priés de garder leurs distances sur les marchés, ils ont dû trouver d'autres moyens de faire connaître leurs propositions et d'échanger avec leurs potentiels électeurs. Alors, Facebook est apparu comme l'une des solutions miracles. Et tout le monde s'y est mis... pour le meilleur et pour le pire.

Un premier Facebook Live à 73 ans

Dans de nombreuses villes, cette nouvelle passion pour les réseaux sociaux a été l'occasion d'expérimentations démocratiques innovantes. A Sainte-Luce-sur-Loire, tout près de Nantes, le maire sortant de droite, Jean-Guy Alix, s'est lancé dans son premier Facebook Live à 73 ans. Pendant une heure, il a enchaîné sans répit les réponses aux questions des internautes. Lui qui est arrivé en deuxième position lors du premier tour, à seulement 17 voix d'écart de son rival, va même organiser un "e-meeting" quelques jours avant le scrutin du 28 juin.

Un phénomène visible un peu partout en France. A Ozoir-la-Ferrière (Seine-et-Marne), le maire LR sortant, Jean-François Oneto, pas franchement fan des réseaux sociaux, a aussi réactivé sa page Facebook le jour du confinement. Depuis, les posts s'enchaînent, pour Pâques, la Fête des mères et, surtout, pour vanter les distributions de masques. "Sur Facebook, il y a souvent une ambiguïté entre le candidat en campagne et le maire élu", décrit Anaïs Theviot, maîtresse de conférences en sciences politiques à l'université catholique de l'Ouest, et spécialisée dans les campagnes politiques en ligne. De quoi faire réagir l'opposition. "Lui qui détestait les réseaux sociaux se prend aujourd'hui à les aimer", tacle l'un de ses adversaires aux municipales, dans Le Parisien.

Cette conversion au numérique a aussi connu quelques ratés. A Auxerre (Yonne), le Facebook Live du maire sortant donnait un peu le mal de mer et le son était à peine audible... "On va y remédier", a promis l'équipe dans les commentaires. A Créteil (Val-de-Marne), le candidat Les Républicains a aussi eu quelques difficultés de connexion depuis son jardin. Il faut dire que l'aventure est souvent inédite pour les candidats. "Habituellement, ces outils sont utilisés pour les campagnes nationales, pas locales", explique Anaïs Theviot.

Une cinquantaine de faux comptes à Sète

Dans certaines communes, la campagne des municipales sur les réseaux sociaux a carrément viré au Far West. Une ville a même acquis une réputation mondiale en la matière à cause de graves dérives sur Facebook. Dans le très officiel rapport mensuel sur les comptes "inauthentiques" de l'entreprise californienne (en anglais), publié en avril, la ville de Sète (Hérault) se retrouve pointée du doigt, juste à côté de fraudes détectées en Egypte, en Russie, au Ghana et au Nigeria.

Et pour cause : Facebook a dû fermer pas moins de 51 comptes, neuf pages et neuf comptes Instagram dans la région. Une décision rare.

Nous avons beaucoup appris du travail mené dans le monde entier au cours de ces dernières années et avons élaboré une approche globale pour protéger les élections sur Facebook que nous avons appliquée aux élections municipales françaises. Un porte-parole de Facebook à franceinfo

Parmi les comptes identifiés et supprimés, on retrouve une page imitant un média local qui postait de fausses informations sur la campagne. Une autre visait plus explicitement le maire sortant de la commune, candidat à sa réélection, et était nommée "François Commeinhes Dégage".

Mais alors, qui se cache derrière ces faux comptes ? Les concurrents au scrutin se renvoient la balle. "La campagne sur Facebook a été assez odieuse. Ce sont les soi-disant victimes qui sont les oppresseurs", affirme le candidat soutenu par le Rassemblement national, Sébastien Pacull. "Nous avons subi bien plus d'attaques diffamatoires que nos adversaires politiques et cela n'a rien apporté à la campagne", rétorque le responsable de campagne de François Commeinhes, soutenu par Les Républicains, auprès France 3 Occitanie. Et malgré l'intervention de l'entreprise californienne, certaines attaques perdurent à quelques jours du second tour.

Des publicités illégales

Au-delà des campagnes de dénigrement, franceinfo a découvert une autre entorse aux règles de propagande : l'utilisation illégale de publicités sur Facebook. A partir de nos recherches dans la base de données publique du réseau social, nous avons retrouvé au moins une dizaine de candidats au second tour des municipales qui ont diffusé des posts sponsorisés ces derniers mois. Or, cette pratique est strictement interdite. "Ces publicités sont payantes et sont donc prohibées", précise la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP) à franceinfo.

Dans les Hautes-Pyrénées, la page Facebook d'un candidat a ainsi déboursé 388 euros pour promouvoir une publication de campagne en avril. De quoi faire grimper le nombre de vues à près de 150 000. Contacté, le candidat affirme n'avoir jamais sponsorisé de post et assure que son compte a été piraté "plusieurs fois dans la campagne". Il a depuis fusionné avec une autre liste pour le second tour, en deuxième position.

Des règles méconnues

Ces campagnes publicitaires en ligne sont souvent bien moins onéreuses, en dessous de 100 euros, seuil sous lequel Facebook ne donne pas le détail précis de la facturation. Dans la Marne, un candidat de droite a "boosté" 16 publications de campagne ; en Haute-Garonne, c'est un candidat du Rassemblement national qui a financé la mise en avant de son compte ; en Seine-et-Marne, la page d'un candidat LR a même sponsorisé un message... annonçant la suspension de sa campagne à cause de la crise sanitaire.

La plupart des candidats concernés plaident aujourd'hui la méconnaissance des règles de campagne sur les réseaux sociaux. Dans les Côtes-d'Armor, un candidat de gauche a ainsi dépensé 10 euros pour mettre en avant un post et indique aujourd'hui qu'il "ne savait pas que c'était interdit". Idem pour un maire sortant du Nord qui nous remercie de l'avoir "alerté sur cette disposition du Code électoral". "Nous sommes dans un petit village et les électeurs intéressés par cette élection sont souvent des personnes qui n'ont pas de compte Facebook", tente de justifier un candidat varois qui assure ne pas être au courant du post sponsorisé que nous lui indiquons sur sa page. Il est vrai que la législation en la matière est parfois méconnue.

Il y a un amateurisme dans ces campagnes sur Facebook, d'autant plus pour les élections municipales. Anaïs Theviot, chercheuse en sciences politiques à franceinfo

Et la responsabilité des candidats n'est pas seule en cause. "Je veux bien croire que certains ne connaissent pas le règlement, poursuit Anaïs Theviot. Il y a souvent un temps de retard parce que cela est lié à des pratiques de la campagne précédente, par rapport à laquelle une règle va être créée, mais qui ne va pas être appliquée parce qu'elle ne sera pas connue..."

"Tout ça n'aide pas la politique"

Parfois, c'est Facebook lui-même qui pousse à ces mauvaises pratiques. "Au sens strict, nous n'avons d'ailleurs payé aucune publicité", indique un candidat de gauche dans les Alpes-de-Haute-Provence, facture à l'appui. En effet, le post sponsorisé a en réalité été financé par un coupon de

réduction de 5 euros offert par le réseau social. Ce dernier laisse ensuite le soin à l'utilisateur de vérifier la légalité de ses publicités...

Face à ces mauvaises pratiques sur Facebook, "il y a des règles mais pas beaucoup de sanctions", admet Anaïs Theviot. Pourtant, ces dérives pourraient bien prendre de l'ampleur avec la multiplication des campagnes en ligne. "Tout ça n'aide pas la politique", se désole François Astorg, candidat à la mairie d'Annecy. Son équipe, très présente sur les réseaux sociaux, a donc décidé de reprendre une campagne avec une méthode bien rodée et pas virtuelle : des apéros en terrasse pour tenter de convaincre les électeurs.

Carton rouge :*Dans le cas d'Allez Ducey, Je ne pense pas que Patrick Levoyer soit ignorant de la loi.*