

Les libéraux adoptent Google

CAMPAGNE

Les libéraux font paraître des liens vers leur site Internet quand on tape le nom de leurs adversaires sur le populaire moteur de recherche.

MARC MOULIN

«Votez libéral». C'est le slogan sur lequel tombe parfois l'internaute en cherchant sur Google des liens concernant des personnalités qui n'ont rien de libéral, comme Pierre Maudet ou Charles Beer. Très actif sur Internet en cette année électorale, le plus grand parti genevois admet avoir recouru au système publicitaire de Google, AdWords. Moyennant finance, le moteur de recherche couronne les résultats d'une consultation sur des mots-clés sélectionnés avec un lien publicitaire, mentionné comme tel, renvoyant à l'annonceur: le site libéral *faisonsgeneve.ch*. Le hic, c'est que les libéraux ont choisi comme mots-clés les noms de leurs rivaux.

«Il nous importe de mener une campagne différente, argue le secrétaire général libéral Geoffroy de Clavière. Les formations politiques utilisent les nouvelles technologies de façon si traditionnelle et approximative!» Le parti investit 100 francs par mois pour son opération sur Google,

menée de la mi-mai à la mi-octobre. La somme permet de faire fonctionner le système jusqu'à ce qu'un nombre défini d'internautes ait accédé au site libéral via le lien sur Google. «Ces méthodes sont acceptées et acceptables dans le domaine commercial», note Geoffroy de Clavière.

«Totalemment scandaleux»

Le procédé agace. «C'est totalement scandaleux, réagit Véronique Pürro, candidate socialiste au Conseil d'Etat. L'argent permet donc d'acheter n'importe quoi, même le nom d'un adversaire? Je vais tenter de m'y opposer.» Un allié des libéraux, comme le radical Frédéric Hohl, n'est guère plus tendre: «Si c'est l'idée d'un stagiaire de 19 ans, ce n'est pas trop grave. Mais si c'est le fait de personnes aguerries, je trouve ça étrange. Et contre-productif: ça ne rend pas les libéraux sympathiques.»

Deux partis ont un traitement spécial. Au lieu de «Votez libéral», les candidats UDC ont droit à l'invitation «Défendez vos idées» lorsque l'on tape leur nom, tandis que les Verts sont affublés du slogan «Défendez l'écologie», renvoyant au site libéral. «C'est désagréable et pas fair-play, juge la candidate Verte au gouvernement Michèle Künzler. En plus, leur site participatif censure les messages qui détonnent. J'y avais écrit que mes rêves étaient moins

bétonnés que les leurs. Cela a été effacé.» Interpellé sur la régularité du procédé, Google Suisse répond laconiquement: «Nous autorisons les annonces politiques tant que l'annonceur adhère à nos règles.» Sont ainsi bannies

les attaques personnelles ou celles incitant à la haine ou stigmatisant un groupe ethnique.

Consultant en technologies nouvelles, Stéphane Koch est sceptique: «Même si les noms ne sont pas protégés, ou en tout cas

moins clairement que les marques, on peut juger l'utilisation moralement abusive. On détourne la vocation du système, en dirigeant l'utilisateur vers une information autre que celle recherchée.» L'expert rappelle que

le droit suisse ne protège guère l'identité virtuelle des gens. La justice bernoise avait renoncé en 2007 à poursuivre l'usurpation du nom du ministre jurassien Laurent Schaffter au moyen d'une adresse Hotmail.

