

Elections: L'envoi papier des professions de foi remis en cause

Le projet de budget pour l'année 2017 fait déjà parlé de lui dans le monde politique. Et pas seulement pour des questions de tendance politique.

En effet, le journal [les Echos](#) a obtenu l'information que les professions de foi ne seront plus envoyées par la poste avec les bulletins de vote mais mises à disposition en ligne sur une plateforme dédiée.

Cette décision qui est motivée par des problématiques budgétaires - le coût serait estimé pour 2017 à 215 millions d'euros - ne fait bien évidemment pas l'unanimité. Les petits candidats estiment à raison qu'il s'agissait du seul moyen pour eux de toucher tous les électeurs.

Il est vrai que ces documents constituaient pour près d'un quart des électeurs de 2012 l'un de leur moyen de décision pour leur choix final.

Reste à voir ce que deviendra cette volonté gouvernementale durant le débat budgétaire qui s'annonce cette année encore fortement agité.



Collectivités: Attention dorénavant, il faut publier vos documents budgétaires en ligne

Le décret du 23 juin 2016 organise l'obligation de mise en ligne de différents documents budgétaires des collectivités. Une obligation prévue par la loi NOTRe.

Cette loi d'août 2015 a modifié la partie du Code général des collectivités territoriales (CGCT) relative à la publicité des budgets et des comptes des communes et de leurs établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), mais également celle relative à la publicité des budgets et des comptes des départements et des régions.

Mais attention toutes les collectivités ne doivent pas mettre en place une telle publicité.

Sont concernés : toutes les communes, tous les départements, toutes les régions ainsi que tous les EPCI comprenant parmi leurs membres au moins une commune de plus de 3 500 habitants.

En pratique cela donne :

Pour toutes les communes : la mise en ligne concerne la « présentation brève et synthétique retraçant les informations financières essentielles » qui est jointe au budget primitif et au compte administratif de la commune.

Pour les communes de plus de 3500 habitants, il convient de rajouter le rapport adressé aux

conseillers municipaux préalablement à l'adoption du débat sur les orientations budgétaires ainsi que la note explicative de synthèse adressée aux conseillers municipaux.

Pour les EPCI ayant au moins une commune de plus de 3500 habitants et les autres collectivités tous ces documents doivent être mis en ligne.

La mise en ligne de ces données doit avoir lieu dans le délais d'un mois après le vote du budget par l'assemblée délibérante.

Mais attention, ces nouvelles dispositions légales, ne valent que si les collectivités disposent d'un site Internet. Autrement dit, si votre commune ne dispose pas de site Internet pas de publicité des documents budgétaires et pas non plus d'obligation d'en mettre un en ligne.



Quelle approche Digitale pour les candidats à la primaire ?

Alors que les médias ne parlent ces derniers jours que des propos de Nicolas Sarkozy, ou des attaques ad nominem, la campagne fait rage sur les réseaux sociaux où les candidats ont largement investi le terrain.

Si Alain Juppé fait figure de pionnier car candidat très tôt dans cette campagne, il jouit d'une belle présence sur les différents réseaux sociaux, mais aussi et surtout d'une alliée de poids avec Eve Zuckerman comme directrice de campagne numérique. Ancienne de chez Nation Builder pour le compte duquel elle a travaillé chez les Républicains.

Du côté de chez Bruno Le Maire, on joue la carte de la jeunesse. Le candidat et son équipe sont omniprésents sur des applications comme Snapchat. Ses séances Facebook Live attirent plusieurs milliers de personnes.

Chez NKM qui est entrée très tardivement en campagne on joue à fond la carte de la vidéo avec notamment les cartes postales de l'été intitulées « La petite vadrouille ».

Nicolas Sarkozy lui avait préparé sa machine de guerre numérique avant même d'être officiellement candidat. Un site de campagne avec Nation Builder, des équipes de phoning utilisant les bases de données du candidat pour lever des fonds, et une présence massive et efficace sur tous les réseaux sociaux.

François Fillon apparaît comme un adepte de twitter dans sa communication digitale. Même si le nombre d'électeurs potentiel est presque 5 fois moindre que sur Facebook. Il a innové au printemps avec un meeting retransmis en direct sur Internet durant lequel il a répondu à des questions d'internautes.

Le dernier candidat, Jean Frédéric Poisson du PCD fait avec peu de moyens disposant du plus faible

budget de cette campagne. On notera l'envoi de newsletter décalé au titre : « Vendredi, c'est Poisson » avec une vidéo d'actualité en lien.



Communiquer loin des oreilles indiscrètes en campagne

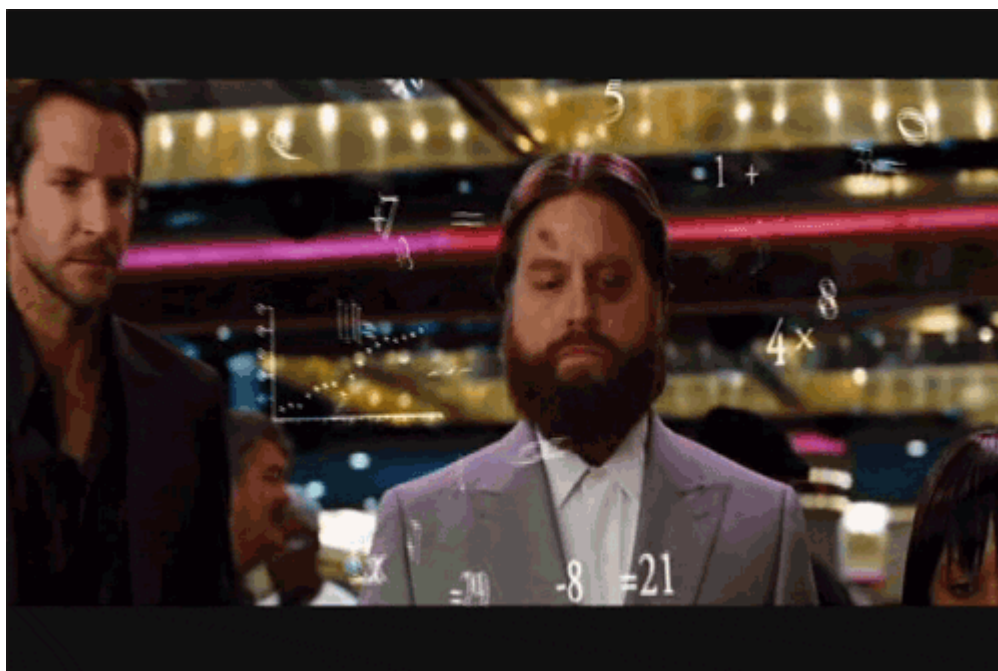
L'une des plus grosses crises politique américaine a démarré avec la mise sous écoute des locaux du parti Démocrate au Watergate... Bien avant l'apparition des smartphones et autres outils numérique que l'on sait facilement vulnérable !

Alors certes maintenant les plus grands candidats ont tous mis en place une équipe de sécurité informatique pour s'assurer que leurs secrets seront bien gardés et qu'ils ne tomberont ni entre les mains des journalistes ni de leurs adversaires.

Mais pour tous ceux qui ne bénéficient pas des mêmes moyens qu'un candidat à la présidentielle voici quelques commandements qui vous seront fortement utiles.

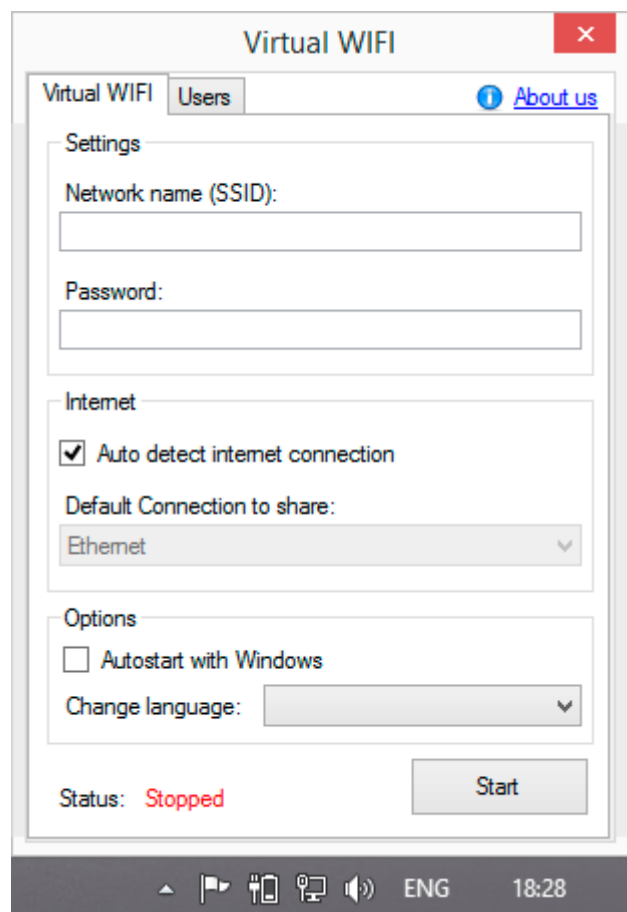
1/ Les accès aux informations tu surveilleras

Cela peut sembler comme une évidence, mais dans une campagne, il est important de ne pas donner accès à toutes les données à l'ensemble des militants. Il est primordial d'établir différents cercles de confiance afin d'éviter que des données sensibles soient diffusées par inadvertance ou par une personne ayant volonté de nuire au candidat.



2/ Les mots de passe tu changeras et pour toi tu garderas

L'un des moyens les plus sûrs d'éviter un piratage des données, est de changer régulièrement (une fois par semaine dans l'idéal) son mot de passe de messagerie et d'accès à son smartphone ou ordinateur. Le mot de passe doit être assez compliqué pour éviter le forçage par des logiciels et éviter une déduction logique d'une personne vous connaissant bien (Eviter les prénoms ou date de naissance de proche par exemple).



3/ Ton réseau wifi tu protégeras

Il ne vous viendrait pas à l'idée de laisser quelqu'un brancher un câble sur la ligne téléphonique sortant de chez vous ? Et bien c'est la même chose concernant votre réseau wifi. Vous devez impérativement mettre en place certaines mesures de protection simple qui suffiront pour les tentatives de piratage les plus courantes. L'idéal étant quand même de privilégier le réseau filaire.

4/ La messagerie cryptée tu utiliseras

Depuis quelques semaines on entend de plus en plus parler des systèmes de messagerie cryptées. Ils s'appellent Signal, Telegram ou plus grand public WhatsApp. Leur énorme avantage ? Les messages sont entièrement cryptés de bout en bout et ne pourront donc être ouverts par un tiers qui n'a pas le code de votre smartphone. Bonus : ces applications permettent aussi des appels cryptés avec vos contacts disposant de la même application.

5/ Ce que tu écris tu surveilleras

Les meilleures protections au monde ne suffiront pas à empêcher quelqu'un de lire ce que vous écrivez. Si vous souhaitez partager des informations confidentielles, la meilleure des choses à faire est encore de le dire à la personne concernée directement en face à face. Même si, là encore, vous n'êtes pas à l'abri que votre interlocuteur dispose d'un enregistreur