



© shutterstock

| La montée en flèche des sondages au début de la campagne électorale de 2017 de Martin Schulz semble démontrer une envie de démocratie sociale.

ÉLECTIONS EUROPÉENNES DE 2019 : UNE OPPORTUNITÉ POUR LE SPD

par Jana Faus

Après le résultat historiquement bas du SPD lors des élections fédérales de novembre 2017, les sociaux-démocrates allemands ont confié l'analyse de la défaite à une commission de cinq experts, qui ont présenté leur rapport de plus de 100 pages "Aus Fehlern lernen" (Apprendre des erreurs) au public en juin 2018. Parmi les principales erreurs, le rapport mentionne la nomination tardive du candidat du SPD, Martin Schulz, mais il examine également le sens du coup de pouce à court terme que Schulz a déclenché dans les sondages. Jana Faus est l'un des auteurs du rapport.

Au début de 2017, les Allemands étaient ouverts à un nouveau chancelier, mais ils n'étaient pas vraiment lasés d'Angela Merkel, d'autant plus que la plupart des électeurs pouvaient ne pas voir de différence majeure entre la CDU de Merkel et le SPD de Schulz. Après la nomination de Martin Schulz au poste de candidat social-démocrate contre Merkel, le nombre de sondés pour le SPD

a considérablement augmenté. Soudain, la chancellerie semblait à la portée du SPD. Mais cette lueur d'espoir n'a pas duré longtemps, principalement en raison de nombreuses erreurs faites en interne.

Cependant, le coup de pouce à court terme dans les sondages pour le SPD peut être lu comme une preuve que les électeurs sont toujours ouverts - même s'ils ne sont pas à cran - pour la social-démocratie. Il vaut la

peine de regarder de plus près les électeurs qui ont envisagé de voter SPD quand ils ont estimé que le bon candidat était candidat.

Qui sont ces électeurs ?

Il est intéressant de noter que le SPD a convaincu des électeurs potentiels à travers tous les groupes sociaux. Il s'agit clairement d'un potentiel inexploité à l'état latent pour

#SocialDémocratie Une
"Open City" qui compte

@Fausie



la Social-démocratie. Ce sont surtout les femmes, les électeurs ayant fait des études et les jeunes électeurs qui sont ouverts à l'idée de voter pour un parti progressiste. Deux groupes disposent de ce potentiel : tout d'abord les électeurs non affiliés ne disposant pas de la carte du parti qui ont vu Martin Schulz et le SPD comme une alternative fiable à la chancelière Merkel et à son parti chrétien-démocrate et ensuite les électeurs progressistes qui ont ressenti le besoin de soutenir la politique des réfugiés de Merkel en opposition avec les attaques de l'aile droite, mais qui ont hésité à voter pour la CDU.

Qu'ont-ils en commun ?

Ces électeurs partagent un système de valeurs qui met en évidence les réussites démocratiques, les droits humains et les libertés. Ils soutiennent les frontières ouvertes dans l'Union européenne, ressentent qu'il est essentiel de venir en aide aux personnes qui en ont besoin, sont préoccupés par la cohérence sociale de la société et estiment que la société ouverte dans l'Union européenne est menacée. Ils sont convaincus que cette société ouverte a besoin d'être préservée et protégée. Cependant, ces électeurs sont témoins des problèmes et des défis apportés par une société en mutation : les inégalités

sociales augmentent et la solidarité entre les différents pays européens est gravement détériorée. Ils sont d'avis que des défis comme la crise des réfugiés nécessitent des solutions non pas nationales, mais européennes. En même temps, ils craignent que certains pays, l'Allemagne en premier lieu, assument trop de responsabilités en comparaison avec d'autres pays, surtout d'un point de vue financier. Ils craignent que les pays de l'Europe de l'Ouest dont les économies sont fortes soient forcés (à nouveau) de renflouer les pays de l'Est et du Sud de l'Europe. La crainte d'être perdant lors de la distribution des ressources se cache derrière cette perception.

Comment s'adresser à ces électeurs ?

Les partis progressistes font toujours face à un seul défi : comment obtenir les voix ? Mobiliser des supporters est toujours plus simple pour les partis conservateurs étant donné que leurs électeurs ont une plus grande propension à se rendre aux urnes. La mobilisation a besoin d'une sorte de « publicité » émotionnelle qui doit soit être menée par un effort significatif sur le plan individuel ou par la conviction que chaque voix compte (pour empêcher ou réaliser quelque chose). Les dernières élections présidentielles aux États-Unis ont représenté un exemple dissuasif des effets d'une mobilisation progressiste déficiente : (trop) de nombreux électeurs progressistes avaient l'impression que rien ne changerait s'ils n'exprimaient pas leur voix à travers cette élection. Le lendemain matin, ils se sont réveillés et ont appris que Donald Trump serait leur nouveau président.

Les partis progressistes ont un besoin impérieux de dire clairement pourquoi l'Union européenne est davantage qu'une énorme bureaucratie, que les valeurs démocratiques et libérales font face à une gigantesque menace et que cette élection en particulier peut changer l'avenir, pour le meilleur ou pour le pire. À l'approche du Brexit, ils ont besoin de mettre en évidence que les pays membres seraient dans une situation moins avantageuse sans l'UE et que le bloc fait face à une menace véritable. Il est vivement conseillé aux partis progressistes d'apporter la preuve que la démocratie et les valeurs libérales ne peuvent être considérées comme acquises, mais c'est aux électeurs de sécuriser l'avenir d'une société ouverte en Europe.



> AUTEUR

Jana Faus est cofondatrice de pollytix strategic research, une société de conseils basée sur la recherche qui met l'accent sur la recherche sociale, les campagnes électorales et les questions de gestion. Elle est coauteure de « Aus Fehlern lernen » (Apprendre à partir de ses erreurs), une analyse de la campagne électorale du SPD en 2017.