

International

TRUMP/CLINTON : QUELLES DYNAMIQUES DE CAMPAGNE ?

Thomas Lefebvre

28/09/2016

Comment analyser la campagne de Donald Trump et celle de Hillary Clinton à l'élection présidentielle aux États-Unis ? Thomas Lefebvre fait le point sur la stratégie des deux candidats à quelques semaines du scrutin.

La campagne de Donald Trump : du tournis, un peu de tournant et finalement toujours du tonitruant

Le 31 août dernier, Donald Trump s'est rendu à Mexico pour s'entretenir avec le président mexicain Enrique Peña. Devant des journalistes médusés, Donald Trump présenta Enrique Peña comme étant son « ami » et affirma qu'il venait d'avoir un échange constructif avec son interlocuteur. C'est le même Donald Trump qui, l'été dernier, en 2015, assimilait immigrés mexicains à des violeurs et à des voleurs. C'est le même Donald Trump qui a fait de la construction d'un mur à la frontière avec le Mexique la promesse clé de son programme lors des primaires des Républicains. C'est le même Donald Trump qui promettait de déporter tous les sans-papiers, soit environ 11 millions d'individus. C'est le même Donald Trump qui a affirmé à de nombreuses reprises que l'accord de libre échange nord-américain (ALENA) devait être aboli et qui, tout mielleux aux côtés de Enrique Peña, déclare prudemment que l'accord doit être simplement mis à jour.

Cette rencontre entre le candidat républicain et le Président mexicain devait être le premier acte d'une opération de changement d'image projetant un « nouveau » Donald Trump, moins « blessant » vis-à-vis des Latinos, moins incendiaire, bref, moins « toxique » vis-à-vis de cet électorat. Poussés par le gouverneur du New Jersey, Chris Christie, ainsi que par sa nouvelle directrice de campagne, Kellyanne Conway, à adoucir son discours, le candidat a reconnu du bout des lèvres qu'il regrettait d'avoir « dit des mauvaises choses » qui ont pu « blesser personnellement ». C'est un peu vague et court mais il s'agissait de la première fois où Donald Trump s'essayait à l'humilité.

Il était temps pour l'équipe de Donald Trump de s'intéresser aux groupes d'électeurs au-delà de son noyau dur de supporters majoritairement composés d'hommes blancs issus des classes populaires

et peu diplômés. Ainsi, parmi les électeurs latinos, Donald Trump est largement devancé par Hillary Clinton. Dans les États pivots et d'après un sondage du *Washington Post*, la candidate démocrate séduit entre 53% en Floride et 75% dans le Colorado des électeurs. Le Parti républicain, pleinement conscient de ne pas recueillir suffisamment de voix au sein de ce groupe, invite Donald Trump à s'investir auprès de ces électeurs. Le parti tente même de renverser la vapeur avec un slogan à l'intonation quasi-défaitiste à l'intention des hispaniques : « Si, yo estoy con Trump » (oui, je suis avec Trump).

D'après les fuites organisées par son équipe de campagne, Donald Trump devait arrêter d'évoquer son projet de mur à la frontière mexicaine et d'expulser des millions de sans-papiers après son épopée mexicaine, ce qui a conduit ses portes-paroles à de cocasses contorsions. Ainsi, l'une d'entre elles, Katrina Pierson, affirma ainsi que « ce n'est pas la politique [de Donald Trump] qui a changé, ce sont ses mots ». Le nouveau Donald Trump devait être plus à l'écoute et plus réceptif aux demandes des élites républicaines de Washington. Les mêmes conseillers laissaient entendre dans le même temps que « Trump 2.0 » allait se discipliner lors de ses meetings. Jusqu'alors, les allocutions publiques de Donald Trump se résumaient à une série de diatribes décousues, violentes, et la plupart du temps, incohérentes. Le nouveau Trump devait dompter son caractère éruptif en déclamant des discours projetés sur un prompteur. Allait-il embrasser une réforme globale de la politique d'immigration et régulariser des millions de sans-papiers ? Une rencontre organisée dans sa tour éponyme de New York avec un Conseil hispanique formé pour l'occasion avec des pasteurs latinos laissait planer l'idée qu'il allait s'adoucir. Les élites républicaines commençaient à reprendre des couleurs, finalement Donald Trump allait être à l'écoute, voire être malléable. Pour un candidat si prompt au revirement, tout semblait possible.

Il n'en fut rien. Lors un discours à la tonalité particulièrement haineuse, prononcé à Phoenix en Arizona au retour de son excursion au Mexique, il réaffirma avec colère son désir de construire un mur « qui doit être payé par le Mexique... ». Donald Trump fit parallèle sur parallèle, liant immigration avec criminalité. Plus que le contenu, c'est le style, cette aigreur qui semblait dominer le candidat qui fut le signal le plus clair qu'il n'y a pas de *reboot*, pas de Trump 2.0, pas de nouveau Trump. Le candidat républicain ne peut être influencé par les élites de Washington.

Cette perception que Donald Trump fait cavalier seul fut renforcée par son choix de nommer Stephen Bannon, le dirigeant sortant du site de référence de la droite alternative (*Alt-Right*), Breitbart News, comme directeur général de campagne. Le candidat républicain a, en effet, évincé son deuxième directeur de campagne Paul Manafort, rattrapé par son sulfureux passif de consultant auprès de l'ancien président ukrainien Viktor Yanukovych. En choisissant Stephen Bannon, Donald Trump réaffirma son désir d'autonomie vis-à-vis des élites de Washington. Depuis

des années, Stephen Bannon tente de décrédibiliser les Républicains du Congrès *via* un discours fielleux sur son site.

Résultat des courses, suite au discours de Phoenix, plusieurs membres du Conseil hispanique quittèrent le groupe. Notons aussi que le candidat républicain modéré pour un siège du Sénat dans ce même Arizona où Donald Trump a prononcé son discours sur l'immigration, Jeff Flake, déclara qu'il ne votera ni pour Donald Trump ni pour Hillary Clinton. Quant à la chroniqueuse égérie de la droite alternative, Ann Coulter, un temps inquiète du tournant latinophile de Donald Trump, retrouva des couleurs à l'annonce du retour aux fondamentaux du trumpisme en déclarant dans son style habituel qu'il s'agit rien de moins du « discours le plus magnifique jamais donné ».

À quoi joue Donald Trump ? Sans une tentative d'extension de sa base électorale, les chances de victoire restent minces. Veut-il vraiment gagner la présidence ou veut-il devenir le chef de file de la coalition des mécontents ? D'après certains analystes, le candidat républicain serait en train de préparer une nouvelle aventure entrepreneuriale, politique et médiatique en cas de défaite électorale. Il profiterait ainsi des difficultés actuelles de Fox News pour siphonner les téléspectateurs conservateurs traditionnellement fidèles aux chaînes Fox vers une nouvelle chaîne de télévision éponyme, la « Trump TV ». La chaîne de télévision de Rupert Murdoch est ainsi fragilisée par les sordides accusations de harcèlement sexuel contre son ancien PDG, Roger Aisle, qui a démissionné en juillet dernier. **Visiblement peu regardant sur le passif de son entourage, Donald Trump reçoit depuis directement les conseils de Roger Aisle sur sa campagne, renforçant l'hypothèse selon laquelle ils travailleraient activement au projet de la « Trump TV ».**

La campagne de Hillary Clinton : du sur-place, une panne et un virage à l'horizon

Logiquement, Hillary Clinton aurait dû bénéficier des errances de son rival républicain pour consolider sa solide avance. À la fin du mois d'août, l'immense majorité des commentateurs arguait que Donald Trump n'avait absolument aucune chance de gagner. Or, le mois de septembre a vu les courbes des sondages se resserrer, voire se croiser. Les pronostics donnent toujours la candidate démocrate gagnante mais la certitude d'une victoire est plus faible selon le nombre d'observateurs. Ainsi, d'après le très suivi analyste Nate Silver, la probabilité que Hillary Clinton devienne présidente est passée de près de 90% mi-août à moins de 60% aujourd'hui.

Que s'est-il passé ? Tout d'abord, les deux premières semaines de septembre tournèrent au calvaire pour la candidate démocrate. Attaquée continuellement sur l'usage de son serveur privé lors de son

passage au Département d'État ainsi que pour des conflits d'intérêt avec sa fondation par les médias républicains, elle a brocardé la moitié des électeurs de Donald Trump qu'elle a qualifiée de « déplorables ». Assimilée immédiatement au « moment du 47% », référence à la bourde du candidat républicain de 2012 Mitt Romney lorsqu'il affirma que 47% des électeurs étaient des « assistés sociaux », la gaffe renforça l'image d'une candidate élitiste, coupée des difficultés rencontrées par les classes populaires. Malgré les excuses rapides de la candidate démocrate, l'épisode heurta la « dynamique Clinton ». Les choses allèrent alors de mal-en-pis avec une chute de Hillary Clinton, filmée lors de la commémoration du 11 septembre à New York suite à une pneumonie. Au bout de ces deux semaines, la candidate démocrate est apparue physiquement et politiquement affaiblie.

Il est néanmoins proprement ahurissant que les questions autour de la candidature de Hillary Clinton – les emails, la Fondation, la santé, etc. – arrivent à véritablement freiner la candidate alors que, dans le même temps, des scandales d'une magnitude lunaire sont incapables de faire bouger les lignes dans le camp Trump. Un dernier exemple : Trump qui a été l'agent de la campagne raciste dans la mise en cause du lieu de naissance de Barack Obama s'est fendu d'une déclaration dans laquelle il admet croire que Barack Obama est né à Hawaï. D'après une enquête du *Politico* au sein des soutiens latinos de Donald Trump en Floride, ce revirement n'affecte en rien leur attachement au candidat. Les ficelles sont parfois si énormes qu'elles fonctionnent. Le candidat républicain visita ainsi une église afro-américaine à Detroit mais il semblait indéniable que le message visait plus à grossièrement le dédouaner de l'étiquette raciste qui lui colle à son costume depuis son adolescence qu'à une authentique ouverture vers les Afro-américains.

Faut-il s'inquiéter ? Des États pivots auparavant donnés gagnants pour Hillary Clinton, comme la Floride, donnent désormais les deux candidats virtuellement *ex aequo* et d'autres, comme l'Ohio, donnent maintenant Donald Trump vainqueur. Même si certains sondages donnent Hillary Clinton devant, il est encore trop tôt pour parler de rebond. Cette dernière a elle-même admis qu'elle était surprise de ne pas devancer son opposant de 50 points. L'inquiétude est tellement présente au sein des militants démocrates que l'équipe de campagne de Hillary Clinton a décidé d'envoyer un message directement aux militants pour rassurer les troupes.

Que faire face à une personnalité comme Trump ? Comme le souligne Adam Davidson du *New Yorker*, Hillary Clinton est une candidate « ennuyeuse », sa tribune dans le *New York Times* sur sa politique de lutte contre la pauvreté est « barbante ». Pourtant, le même Davidson note qu'elle excelle dans les séances de comédie, comme cette dernière séquence de la série web « *Between two ferns* » qui produisit sans doute le moment le plus léger de cette campagne. On a pu découvrir pendant cette interview décalée une candidate décontractée, acide et intellectuellement habile à faire de l'humour. Il est fort à parier qu'il y aura d'autres tentatives d'opérations similaires à celle-ci

afin de mobiliser les jeunes.

Cette interview et cette tribune doivent être le point de départ d'une nouvelle stratégie de campagne. Lasse d'attendre que Donald Trump s'autodétruisse en focalisant sa campagne sur lui, Hillary Clinton va, désormais, s'appliquer à montrer activement ce à quoi ressemblerait une « présidence Hillary ». L'objectif est de gagner de la confiance et un mandat sur ses propositions. Le candidat républicain n'a, en réalité, pas vraiment opéré de changement de cap dans sa campagne. Pour la candidate démocrate, le pivot, c'est maintenant ou jamais. Il est grand temps de tourner le volant et d'appuyer sur l'accélérateur.