



| Le Parti travailliste a dépassé les attentes lors de l'élection générale du Royaume-Uni en juin.

## QUE PEUVENT APPRENDRE LES PROGRESSISTES DES ÉLECTIONS GÉNÉRALES DU ROYAUME-UNI ?

Par Deborah Mattinson

Le 8 juin, le résultat des élections au Royaume-Uni a désorienté tant les politiciens que les commentateurs, les militants locaux ou les spécialistes des sondages. Bien que les attentes d'un raz-de-marée conservateur avaient été revues à la baisse suite aux difficultés de leur campagne, très peu de personnes envisageaient autre chose qu'une confortable victoire des Conservateurs. Finalement, alors que le changement de majorité en faveur du Parti travailliste n'était que de 2 % et qu'il lui manquait 56 sièges, les Conservateurs n'ont pas obtenu leur majorité absolue et Theresa May a été humiliée. Que pouvons-nous apprendre de la campagne et de son résultat ?

### Hypothèse erronée sur les électeurs

Tout d'abord, le résultat attendu était basé sur une hypothèse erronée concernant les électeurs

et selon laquelle « ceux qui n'ont pas voté à la dernière élection ne voteront pas lors de la prochaine ». Les spécialistes des sondages ont cette fois mal évalué les électeurs plus jeunes et les personnes qui n'avaient pas

voté en 2015 et qui cherchaient à rattraper les erreurs commises lors de cette élection. Les militants locaux des deux partis se sont également concentrés sur les personnes ayant déjà voté et ont rapporté des histoires sur

les victoires des conservateurs et les défaites des travaillistes. Nous savons maintenant que, bien motivées, les personnes qui ne votent généralement pas peuvent être incitées à le faire, avec un impact dévastateur.

“

## L'importance des campagnes et des manifestes

La deuxième leçon conteste une autre sagesse populaire : les campagnes et les manifestes ne font pas beaucoup de différence. À cette occasion, peut-être parce que les électeurs connaissaient peu les candidats, la campagne a vraiment changé les esprits. Les manifestes, également, ont été remarqués. Les travaillistes ont bénéficié d'un double coup des relations publiques grâce à leur fuite quelques jours avant la publication, tandis que filtrait également avec une semaine d'avance la promesse sur la chasse au renard des conservateurs. L'abandon des frais de scolarité, un appel direct lancé aux électeurs plus jeunes, s'est distingué dans le manifeste du Parti travailliste, tandis que la « taxe pour la démence », et son revirement, faisait parti des promesses des conservateurs les plus retenues, et pourrait bien avoir fait réfléchir les électeurs fidèles plus âgés.

## Le rôle de l'économie dans l'élection

Troisièmement, des présomptions de longue date sur l'importance de l'économie ont aussi été mises en doute. Le travail effectué par BritainThinks, un cabinet de conseil international, dans le cadre de l'enquête sur le Parti travailliste menée après 2015, a révélé que le manque de confiance dans la gestion économique avait constitué un obstacle majeur au choix des travaillistes. En 2017, elle a été passée sous

**MALGRÉ LE 'TRIOMPHE' DE LA CAMPAGNE, LE PARTI TRAVAILLISTE A ÉCHOUÉ. IL EST VRAIMENT BIEN PASSÉ CHEZ LES JEUNES CITADINS PROGRESSISTES ET ÉDUQUÉS, MAIS BEAUCOUP MOINS BIEN PARMIS LES PERSONNES ÂGÉES MOINS BIEN ÉDUQUÉES, VIVANT DANS LES PETITES VILLES ET LES VILLAGES, AYANT DE PETITES OPINIONS CONSERVATRICES.**

”

silence. Après avoir dégringolé dans le classement des sondages sur les facteurs des choix électoraux, l'économie a rarement été débattue par l'un ou l'autre des partis. Les travaillistes savaient qu'il s'agissait d'un point faible et il était peu probable qu'ils forcent le débat, tandis que les conservateurs, en essayant de distinguer Philip Hammond, préféraient

exclure le Chancelier de la campagne simplement en n'y faisant pas référence. Cela dit, les électeurs ont certainement voté dans leur propre intérêt et ont ainsi renforcé les divisions selon l'âge, le niveau d'éducation, la situation professionnelle et des attitudes auparavant soulignées par le référendum sur l'UE.

## L'importance du leadership

En quatrième lieu, une vérité de campagne a tenu bon : c'est le leadership qui importe avant tout. C'est la suffisance à l'origine du déclenchement de l'élection, la raison d'être du positionnement « fort et stable » des conservateurs et, finalement, la raison de l'humiliation de Theresa May. Le leadership dans un contexte de campagne est toutefois relatif. Alors que la popularité de Theresa May chutait, celle de Jeremy Corbyn augmentait. Bien que tout d'abord considéré comme « faible » ou comme « ayant un look de professeur de géographie » (pas un compliment), la renommée de Corbyn s'est accrue. Comme nous l'avions tout d'abord remarqué lors des primaires travaillistes en 2015, il a l'art de faire passer ses adversaires pour des personnes guindées et rigides, manquant d'enthousiasme. Se référant à Theresa May, un électeur dans un groupe de discussion avait observé : « Elle parle comme si elle avait avalé le manifeste de son parti. » À la fin, le consensus parmi les électeurs comme les commentateurs était que la campagne de Corbyn avait triomphé, alors que celle de May peinait à avancer.

La cinquième et dernière leçon est la plus difficile pour les progressistes et surtout pour le Parti travailliste au Royaume-Uni, et concerne notre système électoral du « premier qui franchit la ligne ». Malgré le « triomphe » de la campagne, le Parti travailliste a échoué. Il est vraiment bien passé chez les jeunes citadins progressistes et éduqués, mais beaucoup moins bien parmi les personnes âgées moins bien éduquées, vivant dans les petites villes et les villages, traditionnellement conservateurs. La campagne de 2017 et ses résultats nous montrent combien il est difficile de l'emporter sans forger une coalition entre ces groupes : une coalition capable d'unir notre pays divisé.



### > AUTEUR

**Deborah Mattinson** était spécialiste des sondages auprès de Gordon Brown lorsqu'il était chancelier de l'Échiquier et lorsqu'il était Premier ministre. Commentatrice éminente de l'opinion publique, elle écrit et fait souvent des émissions sur l'humeur de la nation. Elle est cofondatrice de Britain Thinks, un cabinet de conseil en stratégie.