

Le SPD tente de comprendre sa débâcle électorale

Allemagne Le parti dresse un bilan sans complaisance de ses ratés aux législatives.

Nathalie Steiwer
Correspondante à Berlin

Pas frais, pas original, pas moderne." Les experts mandatés pour analyser l'échec monumental du parti social-démocrate (SPD), avec un score de 20,5% lors des dernières élections législatives en Allemagne, n'y vont pas de main morte. Le rapport, présenté lundi par la direction du SPD, dresse même à la masse la chronique d'un fiasco politique annoncé.

L'analyse modère la responsabilité personnelle de Martin Schulz, l'adversaire malheureux d'Angela Merkel, qui a depuis disparu des radars politiques. C'est lui qui avait commandé ce rapport, au lendemain de sa défaite, à un groupe d'experts dirigés notamment par le consultant politique qui avait accompagné Gerhard Schröder en son temps, Frank Stauss.

Les experts reviennent néanmoins longuement sur la déception créée par Martin Schulz, passé du "porteur d'espoir au héros tragique". Alors qu'il était annoncé comme un orateur hors pair, ses discours ont été "globalement médiocres, sans saillie et sans surprise". Sans doute, le

candidat n'a pas non plus pris suffisamment "au sérieux" les enjeux, "pensant que le monde l'attendait et que la campagne allait être une simple promenade d'agrément."

Réseaux sociaux

Les failles de la structure du parti sont également montrées du doigt, avec en filigrane le manque de leadership de son dirigeant d'alors: Sigmar Gabriel. Le candidat a été choisi trop tard, préparant ainsi la défaite "dès 2015". Les collaborateurs n'ont, en outre, pas reçu de directives claires. La direction a manqué "d'esprit d'équipe et de discipline", selon les termes collectés par les experts auprès d'une centaine de collaborateurs du parti, d'élus locaux, de journalistes et d'analystes politiques.

Les équipes de communication sont elles aussi démontées au bazooka. Jamais les journalistes n'auraient dû pouvoir prendre cette photo montrant la mauvaise humeur du candidat entre deux meetings, alors qu'Angela Merkel frétillait au côté d'Ivanka Trump lors du "sommet des femmes".

Quant aux duels télévisés, ils ont été mal préparés. "Pas un slogan, une émotion, une projection n'ont été proposés pour surprendre le public." Surtout, le SPD n'a pas pris conscience de la portée des réseaux sociaux. "Allez jouer dehors, les adultes doi-

vent parler", aurait lancé un porte-parole à ses collègues du Web avant une réunion.

Au moment où le parti d'extrême droite, l'AFD, bâtissait sa campagne sur les réseaux sociaux, la communication du SPD restait scotchée aux médias traditionnels. Aujourd'hui, "avec 410 000 abonnés, le site Facebook de l'AFD a le plus grand nombre d'abonnés de tous les partis allemands" et ce n'est pas fini: le groupe parlementaire va embaucher une dizaine d'employés pour alimenter sa plateforme de communication 24 heures sur 24, soulignent les experts.

Sur le fond, le bilan n'est pas tendre non plus. Le discours sur "la justice sociale" est resté abstrait, sans se connecter aux problèmes concrets des électeurs. Le SPD n'a même pas su mettre en valeur ses apports sociaux dans le précédent gouvernement de coalition, comme la limitation des loyers ou le salaire minimum.

Machinerie électorale en roue libre

N'en jetez plus : le bilan dressé en une centaine de pages est une charge lourde à endosser par Andrea Nahles, qui a pris la succession de Martin Schulz à la tête du parti. Les experts lui suggèrent des pistes. Peut-être en tiendra-t-elle compte dans les orientations annoncées pour fin juin. En attendant, le rapport constitue un portrait fascinant d'une machinerie électorale en roue libre.