

Il est frappant de constater que très peu d'articles abordent des questions de contenu politique. La presse semble se focaliser sur les stratégies et le marketing politique (affiches, spots télévisés) des différents partis et leur force respective dans le contexte électoral, et de manière corollaire, aux candidats et éventuellement, aux questions de nomination aux postes de responsabilités au niveau européen. L'abstention a constitué un sujet majeur, surtout dans les deux dernières semaines.

On constate une présence très équilibrée des acteurs européens (voire même une plus grande visibilité des acteurs européens), d'une part, et nationaux de l'autre. Un nombre important d'articles s'est concentré sur des candidats, qu'il s'agisse du passage de S.-Y. Kaufmann, ancienne eurodéputée de Die Linke, au SPD, ou de la polémique sur les heures de présence au Parlement européen de la tête de liste du parti libéral le FDP, S. Koch-Mehrin ou encore des ambitions de M. Schulz, président du groupe PSE, de briguer le poste de Commissaire allemand. Un nombre (proportionnellement) non négligeable d'articles portent sur le statut de parlementaire européen ou sur les profils incongrus de certains candidats dans l'ensemble des Etats membres. En ce qui concerne les acteurs nationaux, les plus présents sont les chefs de partis en relation avec la manière dont ils conduisent la campagne et déterminent la stratégie de leur parti, notamment en vue de l'élection du Bundestag de septembre. Logiquement, on note une présence plus importante des acteurs liés au Parlement européen qu'aux autres institutions ou organisations.

On constate également une couverture significative de la campagne dans les autres Etats membres. Il s'agit essentiellement de rendre compte du rapport de force entre les différents partis en présence. Les pays couverts sont principalement les pays limitrophes (France, Italie, Pologne, Autriche, Pays-Bas) et l'Irlande, qui attire l'intérêt en raison de la ratification encore en suspens du Traité de Lisbonne. On note un traitement spécialement normatif de la campagne en Autriche : la presse allemande dénonce le caractère xénophobe et agressif de la campagne du FPÖ et d'autres partis et s'indigne de leur forte progression annoncée. Une animation avec photos et commentaires porte sur les candidats à l'élection qui ont un profil hors du commun dans les différents Etats-membres.

On peut conclure sur deux remarques. Premièrement, le manque patent de couverture du contenu et d'articulation de programmes ou de projets alternatifs pour l'Europe en tant que système politique. Il y a une focalisation sur les stratégies de campagnes et éventuellement sur les personnalités qui font parler d'elles. Cela s'explique peut-être par le fait que cette élection européenne a constitué un test en vue des élections nationales de septembre, auxquelles sont rattachés les sujets substantiels, comme la gestion de la crise (sauvetage d'Opel par exemple). Deuxièmement, on observe une européanisation aussi bien verticale, avec une forte présence d'acteurs européens, qu'horizontale, avec une couverture proportionnellement significative de la campagne dans d'autres Etats-membres (cf. R. Koopmans, EUROPUB). Cette européanisation, dont la portée (quantitative) n'est par ailleurs pas mesurée ici, semble rester jusqu'à présente une coquille vide. Preuve en est : un des sujets principaux de la campagne fut...l'abstention.