

Les thématiques majeures de la campagne électorale en Suède peuvent être divisées en deux groupes : les politiques d'une part et les institutions et le vote d'autre part.

De nombreuses politiques à portée européenne ont fait l'objet de débats, étant au cœur du programme électoral de certains partis. Cinq thèmes ont été mis en avant. Tout d'abord, la politique sociale au sens large a constitué un enjeu important et plus particulièrement, les questions ayant trait à la libre circulation des travailleurs, la préservation des acquis sociaux, les soins de santé transfrontaliers et enfin l'emploi (bien que les compétences du Parlement européen soient limitées en la matière). Ensuite, l'environnement et la lutte contre le réchauffement climatique ont fait débat entre les différents partis, notamment en raison de la forte présence médiatique du parti vert. Par ailleurs, la montée fructueuse d'un nouveau parti, le parti pirate, a généré des discussions sur la gestion et l'usage d'internet ainsi que le partage de fichiers, les autres partis devant se positionner sur ces thématiques. La politique européenne de défense et la création potentielle d'une armée européenne a suscité des débats entre différents candidats. Enfin, une thématique nationale a également été mise en avant : il s'agit d'une possible adhésion du pays à l'euro et de la nécessité d'un référendum sur la question.

Par ailleurs, certains journaux, notamment *Aftonbladet*, ont informé leurs lecteurs sur les actions et politiques de l'Union européenne dans des domaines particuliers comme l'énergie ou la politique extérieure de l'UE.

D'autre part, la campagne a également porté sur des aspects plus institutionnels et procéduraux. La thématique de l'abstention était ainsi récurrente, de même que les appels à se rendre aux urnes, tant de la part des acteurs médiatiques que politiques. L'acte de vote était mis en lien avec la démocratie mais également comme un moyen de contrer la montée des partis radicaux. Les institutions européennes ont aussi fait l'objet d'une attention particulière : les pouvoirs du Parlement ont été souvent explicités, de même que les compétences de l'Union. Le poids de la Suède et des députés suédois dans l'assemblée européenne a également été débattu. Enfin le statut, et plus encore les rémunérations et avantages des eurodéputés, ont particulièrement intéressé la presse.

Les acteurs de la campagne étaient de deux ordres. D'une part, le Premier Ministre et la chef de l'opposition ont été fortement présents et leurs débats couverts par la presse. Les partis et leurs dirigeants étaient également actifs pour publiciser leurs positionnements électoraux. Les candidats européens, considérés comme méconnus par les citoyens, ont participé aux débats. Ils ont ainsi pu discuter en ligne avec les lecteurs de différents journaux, expliquer leurs thématiques de campagne et tenter de mobiliser l'électorat. Les partis européens ont été totalement absents, à l'exception du parti vert européen, à propos de ses divergences avec le parti vert suédois.

La couverture médiatique des autres Etats membres a été relativement pauvre. Très peu d'articles portant sur d'autres pays ont été publiés et ils se sont limités aux dirigeants nationaux et européens et à la candidature de Dieudonné en France.

Dans l'ensemble, la campagne électorale a bel et bien concerné l'Union européenne, ses institutions, ses compétences et ses politiques. Les débats ont effectivement porté sur les politiques européennes et les programmes des partis. Les candidats européens ont bénéficié d'une certaine visibilité médiatique alors que les autres Etats membres n'ont fait l'objet d'aucune attention particulière.