

Vert de rage ? Une analyse du Duel MR - Ecolo au cœur de la campagne électorale de 2019

Robin LEBRUN (ULB – CEVIPOL), Thomas LEGEIN (ULB – CEVIPOL), David TALUKDER (ULB – CEVIPOL)

Cet article propose de revenir sur les choix stratégiques des partis lors de la dernière campagne électorale et d'analyser l'impact que ceux-ci ont pu avoir sur les mouvements d'électeurs. En mobilisant une analyse du débat public durant la campagne ainsi que les premiers résultats d'un sondage à la sortie des urnes organisé par le Centre d'étude de la vie politique, nous proposons d'étudier et de donner des clefs de compréhension de la stratégie du MR dans son duel avec les verts au cœur de la campagne pour les élections législatives et européennes de 2019.

1. Le contexte des élections du 26 mai 2019

Les élections législatives régionales, fédérales et européennes dont vient de sortir la Belgique s'avèrent être particulières à bien des égards. Ayant eu lieu quelques mois à peine après un scrutin communal marqué par la montée du PTB en Wallonie, du Vlaams Belang en Flandre et des partis écologistes des deux côtés de la frontière linguistique, ces élections ont également été l'occasion pour un nombre conséquent de primovotants de se rendre aux urnes (environ 8% de l'électorat), incitant les partis à adapter leur communication en conséquence. Au-delà de ces aspects, ces élections ont avant tout été spéciales au regard de la campagne qui les a précédées. Particulièrement courte, cette campagne s'est caractérisée par un agenda résolument tourné vers de nouveaux enjeux imposés par des facteurs extérieurs aux partis politiques. Malgré plusieurs tentatives de ceux-ci pour l'orienter sur des questions plus traditionnelles (fiscalité et emploi pour le MR, l'immigration ou le confédéralisme pour la N-VA), difficile en effet pour les partis d'ignorer la mobilisation citoyenne lors des marches successives pour le climat et toute la couverture médiatique qui s'en est suivie. C'est donc tout logiquement que l'enjeu climatique a donné le « la » de la campagne en Belgique francophone et a placé au centre de l'attention les partis écologistes.

De manière générale, les partis possèdent un ou des enjeux de prédilection sur le(s)quel(s) ils préfèrent communiquer. Pour les partis traditionnels, ces enjeux et positionnements découlent des clivages, des grandes lignes de fractures qui ont transcendé la société jusque récemment : Église/État, Possédants/Travailleurs, Ville/Campagne et Centre/Périphérie. Avec le temps, un enjeu — et les positionnements qui en découlent — peut être associé par le public à un parti politique en particulier. Celui-ci devient en quelque sorte, dans l'imaginaire collectif, le « propriétaire » de l'enjeu. Dès lors, les partis cherchent naturellement à mettre au centre du débat public les enjeux où ils ont acquis une plus grande légitimité, au détriment d'autres thématiques moins parlantes pour leur électorat¹. Or, il apparaît aujourd'hui que deux nouveaux clivages — et donc de nouvelles thématiques — deviennent de plus en plus centraux dans l'espace public et que

¹ À titre d'exemple, le parti socialiste est détenteur de la thématique de la défense des droits des travailleurs ; il est vu comme le parti le plus crédible sur cet enjeu.

ceux-ci doivent être pris en compte si l'on veut expliquer l'apparition de nouveaux types de partis comme le sont, en particulier, les partis écologistes et d'extrême droite.² Issus de nouvelles révolutions sociétales, ces clivages sont souvent identifiés comme opposant les intérêts économiques aux intérêts environnementaux pour l'un (Productivisme/Écologie) et, pour l'autre, les populations « de souche » sentant leur identité et les privilèges qui y sont liés menacés par l'ouverture des frontières à la défense des intérêts des populations issues de l'immigration (« Cosmopolitisme/Identité »).

Or, l'une des singularités de la récente campagne électorale est qu'elle a été dominée par les nouveaux enjeux, ou nouveaux clivages, bien plus que par les clivages traditionnels. Cela a pu être le cas par le passé, mais pas avec la même ampleur. Bien que l'opposition traditionnelle entre les partis de gauche et de droite ait continué de nourrir en lame de fond un débat sur des questions socio-économiques classiques (pensions, fiscalité, discipline budgétaire), c'est bien l'activation du clivage « Productivisme/Écologie » illustrée par les nombreuses marches pour le climat ayant dynamisé l'actualité dès la fin de 2018 qui a nourri l'essentiel du débat électoral. Perçus comme les acteurs les plus crédibles sur la question climatique, Ecolo et Groen se sont ainsi vus propulsés au centre de l'attention, obligeant par la même occasion les autres partis à revoir leur stratégie pour contrer le regain de vitalité de ces trouble-fêtes. Ignorer cet enjeu est en effet devenu impraticable pour ceux-ci, au risque d'apparaître en décalage complet avec le débat public. Et dans ce nouveau contexte, un parti s'est tout particulièrement illustré sur l'angle qu'il a choisi pour mener à bien sa campagne : le MR.

2. Comprendre le positionnement du MR : la meilleure défense, c'est l'attaque !

L'une des manières de comprendre la stratégie du MR dans le cadre de ces élections législatives peut être trouvée dans l'article de Meguid (2005). Comme expliqué précédemment, une des dimensions marquantes de la campagne — en particulier du côté francophone du pays — a été l'affaiblissement de la position dominante des partis traditionnels en raison de la montée des partis écologistes. Les premiers ont donc dû poser des choix stratégiques quant à l'attitude à adopter face à la montée en puissance de ces partis dits « de niche »³. Dans ses travaux, Meguid (2005)⁴ identifie 3 attitudes-types, aux conséquences électorales différentes, que les partis historiques ont l'habitude de prendre face à l'émergence, dans le débat public, de nouveaux enjeux porteurs électoralement parlant pour de nouveaux partis essentiellement tournés vers ceux-ci. La première approche possible, privilégiée par le PS, est celle de s'accommoder au nouvel enjeu en en faisant une partie intégrante de son programme⁵. En décidant d'absorber la question écologique de la sorte, le PS visait principalement à priver Ecolo de la propriété de cet enjeu pour limiter le support électoral dont il aurait pu profiter grâce à cela. La seconde approche identifiée par Meguid consiste à tout bonnement ignorer le nouvel enjeu afin d'en diminuer l'importance aux yeux des électeurs et, donc,

² Pour une discussion plus élaborée de la question de l'évolution des clivages aujourd'hui, voir Vincent de Coorbyter, « Que reste-t-il de nos clivages ? », *Politique*, n°105, Septembre 2018.

³ Les partis de niches sont des partis positionnés sur un nombre très réduit d'enjeux qui ne correspondent souvent pas aux lignes de division traditionnelles sur lesquelles se placent généralement les partis dits, par opposition, traditionnels.

⁴ Bonnie M. Meguid, « Competition between Unequals: The Role of Mainstream Party Strategy in Niche Party Success », *The American Political Science Review*, n°3, 2005, 347-359.

⁵ Maxime Biermé, « Quand les partis inventent leur propre écologie », *Le Soir [En ligne]*, 03/03/2019.

de diminuer l'importance des partis porteurs de cet enjeu. La troisième approche, illustrée par l'attitude du MR (et de la N-VA) vis-à-vis des partis écologistes, a consisté quant à elle à se poser en adversaire des partis de niche. Les deux partis ont beaucoup communiqué sur l'environnement, mais en envoyant le message que les solutions proposées par les verts sont mauvaises car elles nuiraient au développement économique et seraient bien trop coûteuses sur le plan budgétaire. À la place, ils ont proposé leur « écologie réaliste » fondée sur des efforts moins importants de la part des citoyens et des acteurs économiques, et sur l'innovation scientifique. Cela a permis à ces premiers de marquer leur parfaite opposition aux *challengers* tout en focalisant le débat sur l'enjeu climatique pour obliger les électeurs à choisir entre deux visions diamétralement opposées lors du jour-J. Il n'est cependant pas certain que Bonnie Meguid leur aurait donné raison. En effet, ses analyses ont montré que, globalement, cette stratégie a tendance à renforcer la crédibilité des partis attaqués plutôt qu'à la miner.

Sur base des clés d'analyse de Meguid, la stratégie d'adversité du MR pourrait donc avoir deux issues différentes en fonction du positionnement du PS et de la manière dont l'enjeu climatique a été traité dans le débat public. En effet, s'il s'avère que l'intensité de la stratégie d'absorption du PS a été plus forte que l'intensité de la stratégie d'opposition du MR, il peut alors être prédit qu'Ecolo perde des voix au bénéfice du parti qui tente d'absorber l'enjeu. À l'inverse, si c'est la stratégie de l'opposition du MR qui s'avère avoir prévalu, Ecolo devrait alors gagner des électeurs au détriment d'un PS échouant à accaparer l'enjeu dans le contexte d'une attention croissante dédiée au duel se jouant entre les libéraux et les écologistes sur la question climatique. Or, il est très vite apparu dans la campagne que c'est la deuxième situation qui a primé au regard de l'agressivité des attaques du MR envers les écologistes (et des réponses de ceux-ci) et la relative absence du parti socialiste du paysage médiatique.

Grâce à une revue de presse réalisée à partir des journaux *Le Soir* et de *la Libre Belgique* à compter du 28 mars 2019 (début de la campagne) jusqu'au jour du scrutin, plusieurs éléments démontrant la prégnance du duel MR-Ecolo peuvent être mis en exergue afin d'illustrer la particularité de la campagne libérale. Le premier élément à souligner est que le début de campagne du MR est marqué par la fébrilité du parti qui, fin mars, se trouve dans une position délicate et hésite sur l'attitude à adopter. Au fédéral, le gouvernement qu'il dirige — désormais en affaires courantes⁶ — est directement visé par les manifestants pour son manque d'ambition climatique. Le parti se déclare en effet « climatopragmatique » se rapprochant ainsi de la rhétorique utilisée par la N-VA et de son « éco-réalisme » bien qu'il veuille à marquer la différence avec les nationalistes en les pressant notamment de revoir leurs propres ambitions climatiques. Pressé de toute part, le MR se résout néanmoins à voter la proposition de « loi climat » introduite par les écologistes francophones et flamands actant par la même occasion leur prise de distance avec leurs anciens partenaires de coalition. La position du parti est donc claire. En ne niant pas l'enjeu mais en se différenciant des autres partis sur la réponse à y apporter, leur stratégie du « oui, mais » affiche déjà une volonté de tourner la campagne du parti vers l'enjeu climatique. Cette tendance sera d'ailleurs confirmée quelques semaines plus tard après la publication, le 24 avril, d'un sondage confirmant la

⁶ La N-VA, en désaccord sur la signature par la Belgique du Pacte de Marrakech sur les migrations, a quitté la coalition fédérale, entraînant la chute du gouvernement Michel.

poussée d'Ecolo et la chute du MR déjà observées lors des élections communales et provinciales d'octobre 2018.

La réunion du bureau du MR le lendemain de cette publication constitue un deuxième élément important.⁷ Ce bureau marque en effet la définition de la nouvelle stratégie du parti qui vise désormais à s'afficher comme un adversaire direct d'Ecolo en ciblant ce qu'il nommera leur « écologie punitive ». Le MR multiplie les sorties médiatiques et la publicité sur les réseaux sociaux en s'opposant avec vigueur aux conséquences qu'auraient les propositions écologistes sur l'économie, l'emploi et, surtout, la fiscalité. Ils dénoncent ainsi la « rage taxatoire », « la suppression des voitures de société », « l'appauvrissement des classes moyennes » ou encore « l'augmentation du prix de la viande » qu'entraînerait l'arrivée au pouvoir des écologistes. Les libéraux ont été d'ailleurs régulièrement assistés dans cet exercice par la N-VA qui, outre des attaques ponctuelles contre Ecolo, a à plusieurs reprises exclu toute possibilité de gouverner avec les verts à l'avenir.

Un troisième élément à souligner est la proactivité médiatique dont les écologistes ont fait preuve afin de presque systématiquement répondre aux attaques libérales qu'ils ont jugées agressives voire mensongères. Le parti se défend de promouvoir une « écologie punitive » et répond en prônant une « écologie positive ». Se renvoyant ainsi la balle, ce dialogue a fini par monopoliser une grosse partie de l'attention médiatique.

Enfin, le quatrième élément à prendre en compte dans le contexte de ce duel est la relative passivité des socialistes qui y ont préféré une campagne de terrain et une limitation des sorties médiatiques. Ils iront même jusqu'à se rapprocher des écologistes lors de débats électoraux tout en réaffirmant leur engagement éco-socialiste pour tenter d'apparaître, eux aussi, comme les détenteurs de cet enjeu. Ceci confirme leur stratégie d'absorption de l'enjeu climatique d'une part et, d'autre part, l'omniprésence, à leurs dépens, du duel Ecolo-MR dans le débat.⁸

3. CONCLUSION

L'analyse de la revue de presse démontre essentiellement une domination de la stratégie adversariale du MR au détriment de la stratégie de l'absorption du PS. Cette mise en exergue de la dualité MR/Ecolo débouche sur une légitimation d'Ecolo sur l'enjeu climatique et a eu pour effet d'augmenter significativement son score électoral. Nos premiers résultats concernant un sondage sortie des urnes⁹ sur le transfert des voix à la chambre à Bruxelles vont dans ce sens. En effet, 20,5% des électeurs du PS en 2014 se sont ralliés à Ecolo tandis qu'à l'inverse, seuls 2,2% des électeurs Ecolo en 2014 ont voté pour le PS en 2019. L'effet est également dommageable pour le MR, mais dans une moindre mesure, car ce dernier a vu 9,4% de ses électeurs voter pour Ecolo et n'a gagné que 2,2% d'électeurs s'étant précédemment prononcés en faveur d'Ecolo.

⁷ Martine Dubuisson, « Élections 2019: le MR en réunion stratégique cet après-midi », *Le Soir* [En ligne], 26/04/2019.

⁸ Stéphane Tassin, « Pourquoi le PS a opté pour la discrétion pour cette campagne électorale », *La Libre Belgique* [En ligne], 03/05/2019.

⁹ Sondage effectué le 26/05/2019 par le Centre d'Étude de la Vie Politique, Université libre de Bruxelles.

Ces éléments d'analyses conduisent donc à prendre de la hauteur quant à la campagne qui a été menée dans le cadre de ces élections par le MR qui était mis sous-pression à gauche par Ecolo, mais également à droite avec les listes Destexhe ayant des positions différentes sur l'enjeu climatique. Si l'objectif du MR était d'affaiblir le principal parti à gauche (à savoir le PS), la campagne semble avoir été couronnée de succès. En revanche, si ces derniers avaient pour but d'affaiblir et d'endiguer la progression du parti Ecolo, les résultats ne sont sans doute pas ceux escomptés, comme l'aurait prédit Meguid (2005)