



Européennes 2019

« LES FAISEURS DE VOIX » CÔTÉ COULISSES

Le dimanche 26 mai, en plus des élections législatives et régionales, un scrutin renouvèlera le Parlement européen, une institution qui détient de plus en plus de pouvoir.

Par **Céline Schoen**

De la gestion des frontières européennes à la protection de la vie privée en ligne, en passant par la formation professionnelle ou la protection de l'environnement, les votes des élus du Parlement européen ont des conséquences concrètes sur la vie des Européens. Au total, 751 fauteuils sont en jeu. Et dans cette dernière ligne droite, la campagne bat son plein, partout en Europe.

Qu'ont en commun un styliste, une militante macroniste, un sondeur d'opinion et un ancien eurodéputé ? A priori, pas grand-chose. Et pourtant, tous jouent un rôle particulier dans la campagne en vue des élections européennes, qui se tiennent partout sur le Vieux continent du 23 au 26 mai.

Tractage et collage d'affiches

Une campagne électorale, en effet,

ne se gagne jamais seul. Et celle en vue des européennes ne fait pas exception à la règle. Généralement, la focale est placée sur les candidats qui souhaitent décrocher leur ticket pour l'hémicycle du Parlement européen, à Bruxelles et à Strasbourg. Cette fois, ce sont tous ceux qui aident, soutiennent, épaulent, conseillent ou aiguillent les candidats qui sortent de l'ombre, de même que ceux qui tentent d'influencer les prétendants au pouvoir ou d'imprimer leur marque sur la campagne.

Parmi eux, certains occupent des positions aussi stratégiques que politiques, à l'image du directeur de campagne du parti des Verts en Allemagne, Michael Kellner. Du choix des slogans aux meilleures manières d'impliquer les militants, la « tête pensante » de la campagne, supposée emmener les écolo-

gistes allemands vers la victoire, c'est lui. Il nous a reçus à Berlin, la mine réjouie par de récents sondages qui placent son parti en bonne position.

Pendant la campagne, nombreux sont ceux qui se raccrochent aux études d'opinion, en attendant, anxieux, les résultats qui tomberont dans la soirée du dimanche 26 mai. A Bruxelles, Nicolas Bécuwe, qui travaille pour l'institut Kantar, s'appuie sur les différents sondages nationaux disponibles pour essayer de savoir à quoi ressemblera la composition du prochain Parlement européen (dans lequel les députés siègent par couleur politique et non par nationalité). Poussée des élus d'extrême-droite ? Raz-de-marée vert ? Nicolas Bécuwe tente de s'en faire une idée aussi précise que possible. Et ses travaux intéressent de près les prétendants au pouvoir, qui peuvent ainsi, eux aussi, savoir à quoi s'attendre s'ils parviennent à intégrer le Parlement.

Dans ses murs, l'Espagnole Blanca de Riquer Gatell, conseillère politique et activiste au sein du mouvement « MeTooEP », voudrait que les lignes bougent en matière de lutte contre le harcèlement et d'égalité des sexes. Elle enjoint donc les candidats aux européennes à signer un manifeste dans lequel ils s'engagent, s'ils sont élus, à faire de ces combats des priorités. Car sur ces questions, la grande maison européenne a encore beaucoup d'efforts à faire.

Pendant ce temps, loin du Parlement, des militants, jeunes ou moins jeunes, s'échinent à polir l'image de leurs candidats préférés. Dans le sud-est de la France, Marine Roche, référente des Jeunes avec Macron (JAM) dans l'Isère, est de ceux-là. Pendant la campagne, nuit après nuit, la Grenobloise colle des affiches estampillées « La République en Marche », et jour après jour, elle distribue des tracts aux passants, en leur rappelant l'importance de voter aux élections européennes et tentant surtout de les convaincre de donner leur voix à la liste « Renaissance », celle du parti au pouvoir dans l'Hexagone.

Récolter des voix

Même si des affiches électorales fleurissent dans toutes les villes d'Europe, la campagne se joue aussi en ligne, et Juliette Glas l'a bien compris. Elle est la « community manageuse », ou responsable des réseaux sociaux, de Manfred Weber, la tête de liste du Parti populaire



européen (PPE). Il pourrait devenir le prochain président de la Commission européenne (à la place du Luxembourgeois Jean-Claude Juncker), mais pour cela, il a besoin d'une communication numérique sur mesure. Ces dernières semaines, Juliette Glas, pour qui Instagram, Facebook et autres Twitter n'ont plus aucun secret, a donc tout mis de côté pour aider « son » candidat.

Le sur-mesure, Ouriel Klein, lui aussi, ne jure que par cela. Basé à Bruxelles, ce conseiller en image épaulé certains candidats aux européennes, afin qu'ils apparaissent sous leur meilleur jour. Du choix des vêtements à celui de

la coiffure, en passant même par celui du parfum, Ouriel Klein fait briller les candidats. Ce faisant, il leur permet de gagner confiance en eux... et, certainement, de récolter quelques voix.

En plus de prendre soin de leur image, les candidats soignent aussi leur verbe. En réalité, l'un ne va pas sans l'autre. Le consultant média Sacha Liling travaille avec les candidats leur éloquence. Comment faire mouche pendant un débat télévisé ? Comment convaincre à tous les coups son audience ? Sacha Liling donne aux prétendants au pouvoir des clefs indispensables pour qu'ils parviennent à se faire entendre. Et pour que leurs idées soient bien comprises.

Elmar Brok, eurodéputé élu dès

question pour le grand sage de dévoiler au premier venu les stratégies que devraient adopter les élus.

La route vers une élection, c'est aussi une aventure humaine et personnelle, qui a des impacts sur la vie privée. Le mari d'Anne Sander, eurodéputée alsacienne membre du PPE, ne le sait que trop bien. Depuis que son épouse fait campagne pour sa réélection, c'est lui qui s'occupe de tout, à la maison. Il l'admet : il attend le 26 mai avec impatience, pour que leur vie de famille (le couple a trois enfants) retrouve un semblant de normalité.

Ainsi, pour le site de Paris Match Belgique, ces dix « Faiseurs de voix » ont accepté de partager leur quotidien pendant la campagne. Ils expliquent leur travail, leur mission, leurs buts, ils racontent leurs joies, leurs peines, ils exposent leurs espoirs, leurs craintes, et surtout, ils donnent un visage humain à une campagne souvent méconnue ou mal perçue.

Car on l'entend encore régulièrement : « Les élections européennes, c'est ennuyeux à mourir ! » Avec les « Faiseurs de voix », Paris Match Belgique vous prouve le contraire, car qu'on l'adore, qu'on la déteste ou qu'elle nous laisse indifférents, l'Europe reste avant tout un formidable terrain de campagne. ■



EN LIGNE !

A l'approche de ce scrutin souvent boudé par les électeurs (en 2014, le taux de participation global en Europe était de 43 %), Paris Match Belgique vous emmène, côté coulisses, à la rencontre de dix « Faiseurs de voix » qui influencent, à différents niveaux, la campagne. Ce long-format est à retrouver sur www.parismatch.be a recueilli le soutien du Fonds pour le journalisme en Fédération Wallonie-Bruxelles.



LES FAISEURS
DE VOIX

POUR LE SITE EN VOGUE PARISMATCH.BE, 10 PERSONNALITÉS ONT ACCEPTÉ DE PARTAGER LEUR QUOTIDIEN PENDANT LA CAMPAGNE. A VOIR !

1980, a lui toujours réussi à faire passer au mieux ses messages. Colérique et caractériel, il n'en reste pas moins l'une des personnalités les plus respectées du Parlement européen. Cette année, il tire sa révérence. Même s'il ne brigue pas un nouveau mandat, il pèse quand même sur la campagne. Les « petits nouveaux », qui n'ont aucune expérience à Bruxelles et à Strasbourg, viennent tout naturellement lui demander conseil. Mais pas

13

Que serait ce scrutin si aucun Européen ne se rendait aux urnes ? Dans les pays où, à la différence de la Belgique, le vote n'est pas obligatoire, ils sont parfois rares à se mobiliser. Le record est détenu par les Slovaques : en 2014, ils étaient à peine 13 % de votants ! Contre 32 % des Roumains, 42 % des Français, 57 % des Italiens et... 90 % des Belges. Outre-Rhin, la Berlinoise Janna Hartmann veut renverser la vapeur : elle intervient dans les lycées pour expliquer le rôle de l'Union européenne et discuter avec les jeunes de l'intérêt de remplir ce devoir citoyen qu'est le vote.