



De Candidat 2.0 à Président 2.0

Une chose est à peu près certaine, vous allez “bouffer” du Obama dans les jours, semaines, mois et années qui viennent ! Son élection fort probable mardi prochain va secouer, fort positivement, l’ensemble de la planète et pas seulement les USA. Obama est en train de devenir une icône et un mythe vivant. Nous n’avons jamais eu d’élection présidentielle américaine si porteuse de symboles, notamment sur le fameux “rêve américain”. Martin Luther King croirait effectivement rêver s’il vivait ces événements ! Les médias vont donc nous saturer d’émissions, documentaires, débats et autres news sur l’élection et la prise de fonction de Barack Obama. Et des débats induits comme cette recherche d’un “Obama français” qui divise déjà les politologues.



L’élection de Barack Obama, si elle est bien confirmée, aura été celle d’une parfaite exécution de campagne électorale, démarrée début 2007. Une campagne qui s’inspire de méthodes “à la web 2.0” que j’aimerais avec vous passer un peu en revue, tant elle m’a passionné.

D’autres comme **Ségolène Royal** avaient appliqué certains de ces principes, mais avec moins de bonheur. Bien entendu, la méthode de la campagne n’est pas le seul facteur permettant d’aller à la victoire. Le personnage à élire compte tout autant ! Tout autant que les circonstances qui ont aidé Obama : un assez mauvais candidat républicain, une bien piètre colistière, le bilan désastreux des huit années de W et l’explosion opportune de la crise financière en septembre permettant de placer l’économie au centre des débats.

Pourquoi un candidat 2.0 ?

Parce qu’il y a au moins deux grosses différences opérationnelles entre la campagne d’Obama et celle de McCain : l’approche “bottom up” et l’usage de l’Internet.

L’approche “bottom-up”, c’est à la fois la mobilisation des classes moyennes et le financement de la campagne par leur truchement. Obama a réussi “à lever” près du double du financement grâce notamment à des dons de particuliers de moins de \$200. Un petit côté “long tail” ! De son côté, la campagne de McCain a été plus financée par les entreprises et lobbies. Même si certaines industries comme les médias, Hollywood et Wall Street (!), ont bien financé Obama. La mobilisation sur le terrain était extraordinaire avec des campagnes pour faire s’inscrire sur les listes électorales et voter les classes défavorisées et moyennes, en particulier dans les

“swing states”.

La participation aux discours de campagne a aussi montré un net avantage chez Obama avec par exemple ce discours le 26 octobre à Denver devant plus de 100000 participants – ci-dessous (après les 85000 du stade du discours d’acceptation en août dans la même ville de ce “swing state”), quand l’équipe McCain en rassemble difficilement 10000 à 20000, et en général, quand Sarah Palin est présente.

Autre exemple : l’usage du téléphone dans le processus de recrutement qui relève du “porte à porte téléphonique” chez Obama alors que le camp de McCain s’est spécialisé dans l’usage de “Robocalls”, ces appels téléphoniques publicitaires avec des messages débités automatiquement.



Sur Internet, la mobilisation a été toute aussi forte. A la fois dans le foisonnement de sites, blogs et l’emploi d’outils au goût du jour comme Twitter utilisé pour annoncer la sélection de Joe Biden comme “running mate”, et dans tout le travail de **mobilisation permanente des militants** et des sites pour contrer les rumeurs et la propagande du camp adverse – connu pour les coups tordus – comme **Fight The Smear** (face à des sites comme “The Real Barack Obama”).

L’usage de la vidéo sur Internet a été une grande nouveauté de cette campagne. Lors de la dernière élection (2004), on pouvait certes disposer de vidéos sur Internet, mais les débits étaient encore faibles et YouTube n’existait pas encore ! Les démocrates ont innové avec l’usage de la **vidéo HD sur Internet** pendant la convention démocrate à Denver fin août 2008. Vous pouvez encore y visionner avec une remarquable qualité le discours d’acceptation d’Obama. Même si c’est un peu anecdotique, cet usage contrastait avec la pauvreté du contenu vidéo du **site de la convention républicaine** (vidéos 320×240 sur YouTube, son dégueulasse notamment au début du **discours d’acceptation de McCain** – incroyable !). Et puis pendant toute la campagne, le site d’Obama faisait le relai en direct et en différé de tous les discours des candidats. Sans compter tous les **téléchargements possibles**, notamment cette vidéo “**Signs of Hope and Change**” (catégorie vidéos, grassroots organizing; mettez le caisson de basse à fond), très bien faite et avec son poids d’émotionnel (ci-dessous, sur **YouTube**, vue 501000 fois). Une force que McCain n’a pas réussi à porter dans sa communication poussive et à connotation trop négative !

Le site Internet d’Obama a aussi ceci de particulier qu’il traite plus largement les sujets de la campagne et s’adresse à un électoral en moyenne plus éduqué. Ainsi, l’obsession sur la guerre en Irak a fait oublier le reste

du monde à McCain (qui ne sait même pas que l'Espagne est une alliée des USA), ce qui n'est pas le cas d'Obama qui a une vision plus extensive du monde (cf la comparaison de la table des matières des sites des candidats ci-dessous). C'est un relai Internet puissant, mais loin d'être suffisant. La campagne Sarkozy/Royal est un bon contre-exemple car le futur Président avait plus utilisé la vidéo que le texte pour pousser ses messages de campagne alors que la perdante a plus utilisé le texte et les blogs comme relais.



L'usage de l'Internet par les candidats a été bien couvert par les médias US. Voir par exemple **Our first Internet President, Obama's Web Sites Generate Six Times More Traffic than McCain's** et **Obama's Secret Weapons: Internet, Databases and Psychology** dans Wired. Le camp républicain n'a pas été en reste, mais visiblement, pas assez organisé pour exploiter l'Internet.

Mais le web 2.0 appliqué à une campagne a un effet pervers : il a généré une **addiction malade** chez certains internautes, complètement drogués d'informations sur la campagne. A suivre tous les discours, les blogs, les réactions et les sondages. J'en fais partie depuis fin août et pourtant, je suis loin de tout cela ! Pour couronner le tout, signalons que le créateur du concept du web 2.0, Tim O'Reilly, **soutient** lui aussi Obama, au demeurant de manière très bien documentée. Mais c'est le cas de nombreuses personnalités en Californie et dans la Silicon Valley, avec notamment Eric Schmidt, l'actuel CEO de Google. En tout cas, l'application du web 2.0 à la politique ne présente pas les lacunes de modèle économique que nombre de startups rencontrent actuellement. Il n'est pas nécessaire d'en avoir !

Cette double mobilisation, sur le terrain et sur Internet, rappelle le besoin de synergie entre le réel et le virtuel. L'un ne va pas sans l'autre. L'un renforce l'autre. Et puis, elle est liée à une attitude : plus centrée sur l'écoute et l'expertise pour Obama, tout en sachant faire vibrer l'émotionnel, alors que les républicains travaillent beaucoup plus sur l'émotionnel, les peurs et moins sur l'écoute et l'intellect.

Le rôle des médias

Au delà de tactiques "web 2.0", la campagne d'Obama a été aussi aidée par les **grands médias US** dont la force de frappe compense celle des médias locaux, souvent très conservateurs (radios et TV locales).

Les trois quarts des journaux locaux et nationaux soutiennent ainsi Obama, ce qui est unique dans l'histoire récente. Quelques exemples : le comité de rédaction du très conservateur (et canadien...) **The Record** soutient Obama après avoir systématiquement préféré les candidats républicains depuis **1940**, y compris Dewey qui s'était opposé à Franklin Roosevelt en pleine guerre mondiale ! Et surtout, le **Chicago Tribune** qui fait de même alors qu'il soutenait systématiquement les candidats républicains depuis 1847 ! On redécouvre aussi un trait particulier de la presse US : cette capacité à pondre des enquêtes fouillées comme il est rare d'en trouver en France. C'est notamment le cas dans **Vanity Fair** et dans **Rolling Stone** qui a publié une **bio de McCain édifiante** montrant qu'il est plus tire au flanc que franc tireur. Il y a aussi le très démocrate **The Huffington Post**, captivant par la profusion de commentaires de lecteurs qui alimentent chaque article.

Côté télévision, la plupart des chaînes de TV nationales penchent en faveur d'Obama, tout en essayant de respecter une certaine neutralité (contradictoire ?). Seule MSNBC est clairement marquée démocrate, avec notamment les éditorialistes **Keith Olbermann** et Rachel Maddow qui a **récemment interviewé Obama**. Et Fox News soutient explicitement McCain, et quoi qu'il arrive y compris pour des futilités comme **critiquer l'absence de retouche** d'une photo de Sarah Palin dans Time. Le buzz TV/vidéo a connu sinon une véritable explosion grâce au show Saturday Night Live de NBC, avec Tina Fey imitant Sarah Palin. Si vous n'avez pas vu ces sketches, **jetez vous dessus**. Notamment sur ce duo entre Tina Fey (Palin) et McCain lui-même faisant du télé-achat avec un petit parfum de loser, l'excellente **parodie de l'interview** de Sarah Palin par **Katie Couric** sur CBS (qui reprend une part de verbatim de la candidate) et ce **croisement** étonnant entre la vraie et la fausse Palin il y a deux semaines à l'issue d'une parodie de conférence de presse !



On est là en face d'une capacité d'autodérision des politiques américains qui acceptent de jouer le jeu avec les chaînes de TV. C'est très surprenant par cette désacralisation du politique. Un peu comme on l'a aussi vu en France avec la "pipolisation", mais pas à ce point là.

Signalons aussi le rôle d'Hollywood qui a habitué les américains à l'idée d'avoir un président noir. Notamment dans le film Deep Impact et dans la série 24 heures chrono (David Palmer). Les scénaristes d'Hollywood sont en majorité démocrates et usent ainsi de leur influence pour faire passer quelques idées nouvelles en avance de phase ! Ce phénomène est bien décrit dans l'excellent documentaire "**Mister President**" diffusé récemment sur ARTE.

L'originalité de cette élection tient aussi aux soutiens des deux camps. Avec de nombreux soutiens issus de milieux républicains ou pas typiquement démocrates pour Obama : **200 anciens diplomates**, l'ancien secrétaire d'Etat de Bush **Colin Powell**, **Bill Weld**, ancien gouverneur républicain du Massachussets, **Scott McClellan**, ancien porte parole de la Maison Blanche de Georges W. Bush (premier mandat), **Christopher Hitchens**, un républicain de Vanity Fair, **Charles Fried**, un ancien haut fonctionnaire de l'époque Reagan qui faisait il y a un mois partie du staff de la campagne de McCain. Et **Ron Reagan**, le fils de Ronald Reagan, tout comme la fille

du Président Eisenhower. Ca fait un beau paquet même si l'on prend en compte que les revirements sont légion aux USA, tel celui de Joe Lieberman en faveur de McCain, ou celui d'une **speechwriter d'Obama** en faveur de McCain, un bien maigre butin ! Et le soutien récent de Dick Cheney à McCain n'était pas forcément le plus attendu par ce dernier. En gros, l'annonce incessante de soutiens à Obama a régulièrement alimenté les médias et le spin positif en sa faveur. Un bon "sustain marketing" comme on dit.

Mais les médias US sont aussi castrateurs de la campagne *parallèle* qui a lieu avec les petits candidats qui ont encore moins de chances de gagner que leurs homologues en France. C'est le cas de l'altermondialiste **Ralph Nader**, sorte de Arlette Laguillier américain, qui se présente pour la cinquième fois. Et de **Ron Paul**, un républicain dissident, constitutionnaliste et non interventioniste. Internet est le lieu où l'on peut en savoir plus sur eux. Comme ce **débat parallèle** entre Ralph Nader et **Chuck Baldwin**, du Constitutional Party diffusé sur CSPAN. Les petits candidats n'ont impacté la **campagne qu'en 1992**, quand Ross Perot avait sérieusement écorné le capital de voix de Georges Bush père alors face à Clinton, avec 18,9% des voix (et 8% en 1996 reproduisant le même scénario avec Clinton / Dole). Sans Ross Perot, Clinton n'aurait donc peut-être pas été élu !

Internet et les sondages

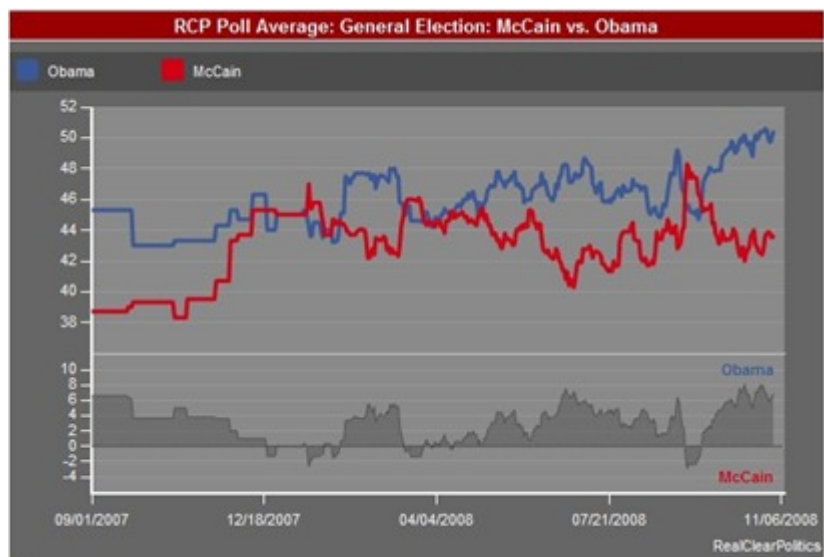
Dans ce foisonnement d'informations, les sondages ont une place un peu à part. Ils sont innombrables et mis à jour quotidiennement. Ils sont nationaux (USA) ou par états, pour suivre l'évolution de l'opinion au niveau du potentiel de grands électeurs que chaque candidat peut obtenir. Et contrairement à ce que l'on peut lire un peu partout, il est utile d'y jeter un oeil et de tirer des leçons des élections passées.

Nous avons quatre sources d'information pour ces sondages :

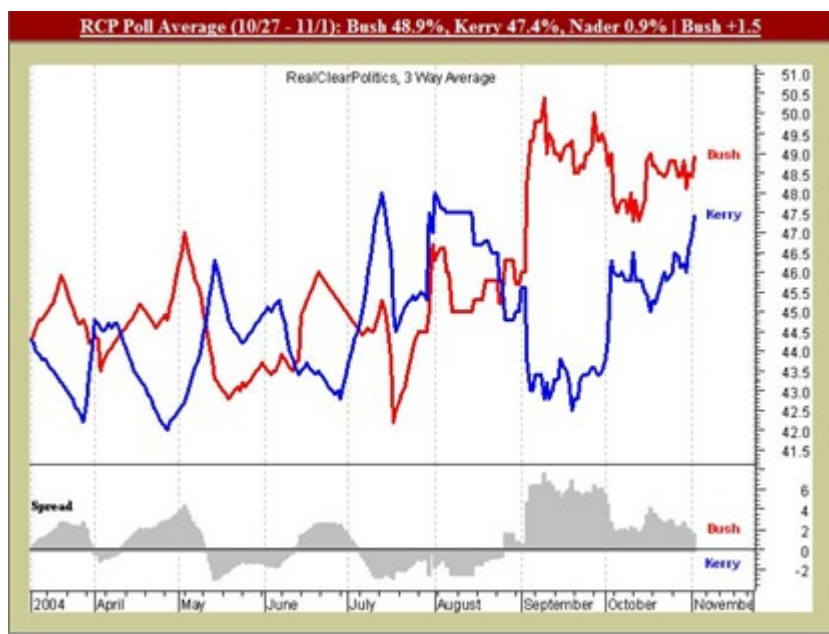
- Les sondages traditionnels des instituts de sondage,
- Les sondages en direct pendant les débats entre les candidats (sur CNN), qui ont montré qu'Obama et Biden avaient la faveur des indécis.
- Les paris en ligne, très favorables à Obama depuis le début,
- Le suivi de l'audience sur Internet avec **notamment** Google Trends.

Cette diversité des sources d'information présente un avantage : on peut moyenner les résultats obtenus, notamment des sondages, et obtenir des tendances plus solides que sur un sondage particulier, les échantillonnages et méthodes de correction variant d'un institut à l'autre. C'est ce que font de nombreux sites tels que **RealClearPolitics** et **Pollster**. Et aussi **VoteForAmerica** et **ses graphes compliqués** ou bien **FiveThirtyEight** qui prévoit 96,2% de chances pour une victoire d'Obama. Tout est mis à jour en temps réel.

Obama est devant McCain dans ces moyennes de sondages depuis début 2008 sauf pendant de très courtes périodes, notamment la dizaine de jours après la convention républicaine. Dans l'histoire des élections américaines, le gagnant de la présidentielle était toujours numéro un dans les sondages pendant le mois précédent l'élection. L'avance d'Obama est nette depuis la mi septembre. Une date qui correspond à l'explosion de la crise financière mais aussi à la découverte progressive des dangers que constituerait Sarah Palin, une VP bien mal préparée avec un candidat âgé atteint d'un cancer avec une espérance de vie moyenne.



On retrouvait ce scénario dans les cas récents de Bush vs Gore et Bush vs Kerry où Bush persistait devant ses adversaires démocrates sur septembre et octobre, les candidats démocrates remontant la pente au dernier moment, mais pas assez. Kerry a perdu à un Etat près (on dit que c'est l'Ohio). Tout comme Gore, même si ce dernier avait 0,5% de voix en plus que Bush.

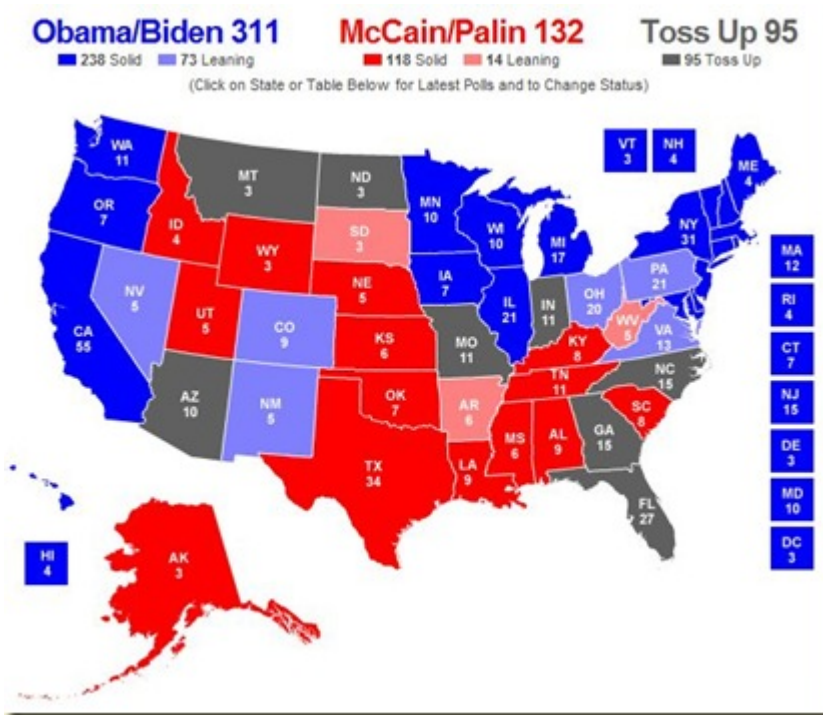


Dans le cas présent, McCain a perdu du terrain après chaque débat et régulièrement depuis la mi septembre et le come-back de fin de campagne n'est pas arrivé ! Il ne peut plus espérer **remonter la pente comme Gore** en fin de campagne 2000.

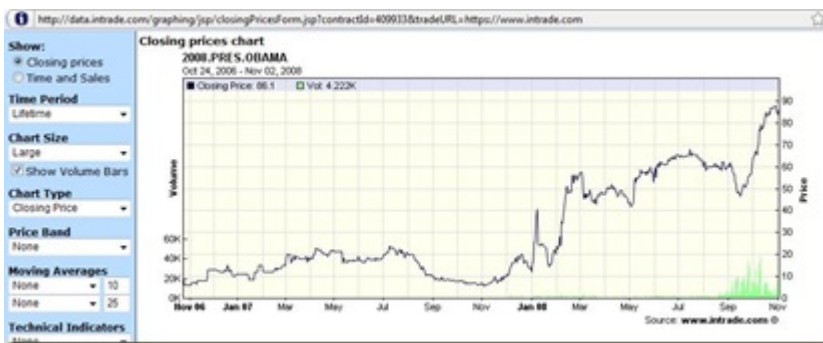
Après, ce pose la fameuse question de l'effet Bradley (le candidat démocrate noir et malheureux au poste de gouverneur en Californie en 1982). Il serait pris en compte par les sondeurs et se serait atténué 26 ans après. La mobilisation de l'électorat républicain est aussi une incertitude. Mais sa **démotivation contraste avec l'optimisme des partisans d'Obama** car McCain a déçu une grande partie des républicains et que la défaite est prévisible alors qu'Obama fait plutôt l'unanimité chez les démocrates et a généré un véritable enthousiasme comme les américains n'en ont jamais connu depuis longtemps.

En tout cas, en prenant en compte les états où Obama est largement devant McCain dans les sondages, Obama est sûr d'obtenir au moins 300 grands électeurs (ci-dessous). Donc, sans prendre trop de risques, l'incertitude à deux jours de l'élection est de savoir si Obama bénéficiera d'une avance confortable ou bien gagnera de

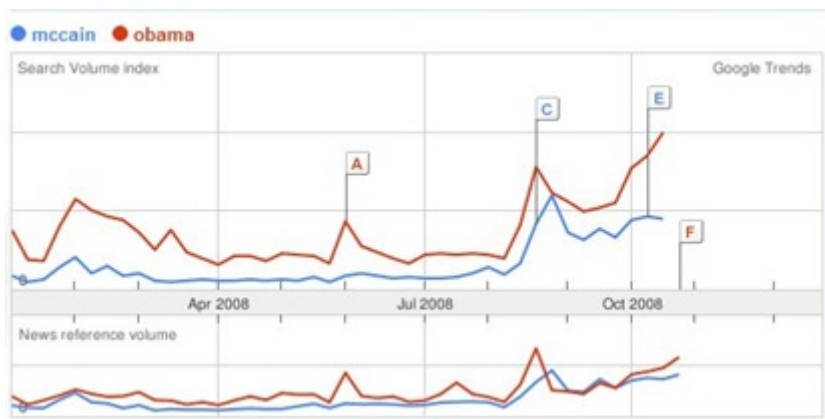
justesse comme Bush en 2000 et 2004. Je penche plutôt pour une victoire nette qui donnera à cette élection un aspect encore plus historique.



Pour ce qui est des paris en ligne sur **Intrade**, qui sont aussi en phase avec les gagnants, Obama est largement en tête, et ils ne se sont jamais trompés récemment :

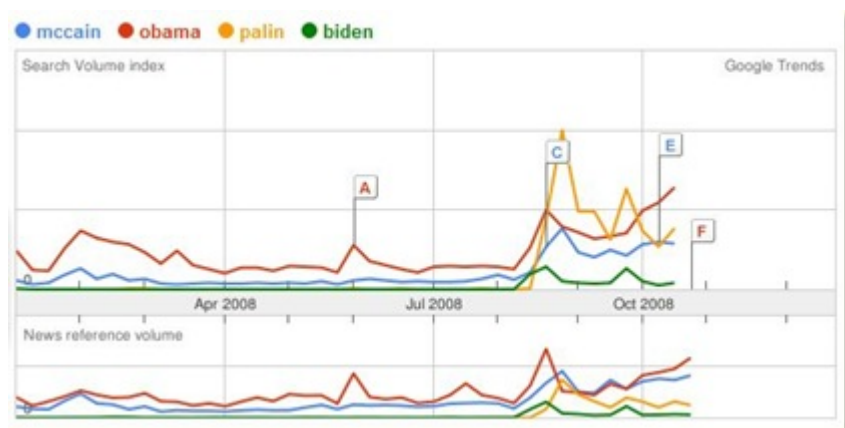


Si on passe aux indicateurs web, la tendance est identique : Obama intéresse plus que McCain. Même si cela ne mesure évidemment pas les intentions de vote, loin s'en faut, ni n'est parfaitement représentatif de la socio démographie électorale aux USA.



Et même en intégrant la "curiosité" Sarah Palin, Obama est devant et encore en hausse (toujours ici, en ne

prenant que les données sur les USA) :



On aura beau commenter en long en large et en travers les sondages, ils ne se trompent pas tant que cela, surtout lorsque l'on prend des précautions comme le moyennage de plusieurs sondages. Ce qui faisait dire il y a un mois à Robert Schlesinger que “**Barack Obama will defeat John McCain – This one’s over**”. Plus que deux jours pour vérifier. Nombreux seront les médias qui expliqueront alors en long et en large les raisons de l'échec de McCain, qu'il était inévitable, et que son choix de Sarah Palin était probablement assez haut dans la liste. Et les sceptiques seront étonnés : “ils l'ont fait, ils ont osé” (les américains).

Président 2.0 ?

Une fois élu Président, Obama aura évidemment du pain sur la planche. On peut espérer qu'il sera aussi sérieux dans la constitution de son équipe que pour sa campagne et évitera l'amateurisme qui avait marqué les débuts de Bill Clinton à la Maison Blanche en 1993. Il a en tout cas créé son **équipe de transition** en charge de préparer la constitution du gouvernement d'Obama alors que McCain n'a rien fait de sérieux dans ce sens.

Obama prendra certainement des décisions symboliques fortes comme la fermeture de Guantanamo, la finalisation d'un calendrier de retrait d'Irak, sur l'économie, sur l'énergie et l'environnement, sur son plan de couverture santé, il visitera un grand nombre de pays, etc. Il y aura aussi cet autre symbole avec la poignée de mains entre Laura Bush et Michelle Obama en janvier prochain ! Obama utilisera sûrement les médias, prononcera des discours inspirants, ce que l'on peut attendre de son “inauguration” en janvier 2009. Il aura à créer un style, probablement dans la lignée de sa campagne.

Mais le syndrome du “baby blue” affectera certainement l'opinion et tous ceux qui se sont investis avec passion dans cette élection historique. Une fois sortie de la campagne électorale, l'équipe d'Obama devra maintenir la capacité de rester en contact avec “sa base” et le souffle qui a alimenté la campagne. Pas évident ! On le verra déjà à la manière de conduire ses conférences de presse à la maison blanche, à la manière de faire passer les lois et à travailler avec le congrès – qui sera probablement encore plus à majorité démocrate qu'aujourd'hui, à la manière de gérer l'économie (qui échappe pas mal à la Présidence...). Et les républicains ne manqueront pas de continuer à attaquer Obama par quelque biais que ce soit. L'affaire Lewinski est là pour nous le rappeler !

L'histoire que nous vivons en ce moment – en grande partie grâce à Internet – ne fait que commencer et pourrait durer jusqu'en 2016 ! Une période pendant laquelle un service fédéral sera particulièrement mis à contribution et devra ne pas faillir : le Secret Service qui protège notamment le président ! Dans l'immédiat, je vais savourer le temps présent comme beaucoup de citoyens de ce bas monde intéressés par cette campagne : scotché sur Internet et la télévision US pendant la longue soirée du 4 novembre.

Cet article a été publié le 2 novembre 2008 et édité en PDF le 21 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>