

Analyse du débat présidentiel 02 Mai 2007

Ségo versus Sarko : un débat qui aura bien lieu

En 2002, les Français n'ont pas eu la chance d'assister au rituel du débat entre Chirac et Jospin, entre le Président sortant et son Premier ministre. Celui-ci s'annonçait pourtant explosif. Ecrivant à l'époque une note sur la stratégie de communication de ces présidentielles, je ne pus analyser ce débat, me laissant, je dois vous l'avouer, une certaine frustration.

En 2007, le débat aura bien lieu : la dernière ligne droite entre les deux tours, celle déterminante où une « petite phrase » percutante sort le vainqueur sur l'autre. Le moment clé, en termes de stratégie médiatique dans une campagne présidentielle. Un numéro d'équilibriste où le téléspectateur juge la forme et où le moindre défaut apparaît... fatal ! L'exercice du télévisuel s'avère cruel. L'impact, positif comme négatif, en est décuplé. Les téléspectateurs y verront, selon la prestation de l'un et de l'autre confiance, sentiment de subjectivité ou au contraire défiance, crainte, hostilité.

Ségolène Royal souhaitait un débat à l'américaine, figé, comme l'avait été, à ce titre, les trois débats lors des primaires socialistes. Finalement, les états Majors s'accorderont avec le CSA le 24 avril 2007 pour un débat dit classique, à la française. Je m'en réjouis, un débat figé, pas trop pour moi ! Ni pour les Français ! Un détail à relever malgré tout : ce jour-là, au CSA, seul Jack Lang, fera le déplacement côté Ségolène Royal, tandis que Claude Guéant, Frank Louvrier et Jean-Claude Goudart seront les représentants du Président de l'UMP. Au-delà du rapport de force apparent que l'on imagine, je me demande quelles sont les raisons de l'absence de professionnels de la communication dans le camp socialiste ? Dans une élection présidentielle, qui plus est à ce stade crucial de la compétition, le diable est dans le détail.

Les Français voulaient un vrai combat. Ils auront un match de boxe avec une gauche et une droite. Dans le coin rose, « *la challengeuse* » et dans le bleu, « *le favori* ». Deux « *punchers* » qui se retrouvent près de 15 ans après leur premier affrontement au soir du 21 mai 1993. Lors de cette soirée électorale, Ségolène Royal avait maîtrisé son sujet en employant l'attaque comme technique (« *laissez nous respirer* », « *ça y est, c'est le rouleau compresseur qui commence, ça suffit* », « *ne me parlez pas sur ce ton* », « *respectez vos interlocuteurs* »). L'objectif ? Profiter de son statut de femme pour taxer son rival d'arrogant. Piégé, Nicolas Sarkozy ne pourra riposter.

Aujourd'hui, la donne a changé et les deux prétendants à l'Elysée abordent ce rituel télévisé avec des objectifs différents. L'une fait un débat sur le fond où elle devra convaincre de sa présidentialité. L'autre opte pour un débat sur la forme, qu'il devra soigner, pour rassurer. Conscient, en effet, de son image d'agité qui le handicape, pour Nicolas Sarkozy, le *brief* est simple : rester serein, rond, consensuel et ce le plus longtemps possible.

Rencontré le jour même du débat (le 02 mai 2007), Philippe Lentschener, président de Publicis France, me confiera que, « *pour Sarkozy, ce débat est un enfer* ». « *Premièrement, parce qu'il est en tête. Deuxièmement, parce qu'il est face à une femme, symbole physique de rupture. Nicolas Sarkozy n'aborde pas le même débat que Ségolène Royal. Lui doit connaître ses dossiers, avoir une réponse à chaque sujet et surtout ne pas faire d'erreurs. Pas de petites phrases. Rien. Zéro risque. L'enjeu de son débat, consiste à ne pas perdre l'élection* ».

Quant à la candidate socialiste, « *son statut de challengeur la contraint à « attaquer son rival* ». Les formules pour faire « mouche », doivent faire « choc », comme en 1974 et 1981, lors des duels entre Mitterrand et Giscard d'Estaing. Exercice périlleux car il convient en même temps « *de ne pas perdre son sang froid* », selon le publicitaire.

Un décor théâtralisé

Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy sont devenus de vrais professionnels de la communication. Et à ce titre, rien ne sera oublié. Le lieu du débat, d'abord. Neutre, il s'agira d'un studio de la société française de production à Boulogne-Billancourt. Le décor sera confié à un décorateur de renom, Philippe Désert, spécialiste des émissions de télévisions, à qui l'on doit plus de milles décors, toutes chaînes confondues. A lui d'imaginer la théâtralisation, le design et l'ambiance du plateau. La télévision aussi a ses impératifs : chacun sait que le décor est l'une des clés du succès d'une émission de télévision. Compte tenu du sujet, il sera sobre voire minimaliste. Une difficulté toute simple : la présence de la couleur blanche sur le petit écran est souvent bannie par les professionnels de la technique et Ségolène Royal adore précisément porter cette couleur. Il a donc fallu concilier ces deux impératifs, pas facile le jeu de l'équilibriste !

Tout sera minutieusement préparé. La table sera en bois, la distance séparant les deux finalistes sera de 2m 20, le choix des chaises fera l'objet de discussion pour que les candidats ne glissent pas pendant leur joute oratoire, même la température du studio (autour de 23°C) fera débat. Les staffs respectifs brieferont, le réalisateur Jérôme Revon, comme il est coutume depuis 1981, afin d'interdire tout plan de coupe, même si finalement les aléas du direct en laisseront échapper quelques uns. Grande nouveauté, « *Revon multiplie les plans larges. Résultat : le téléspectateur a pu voir ce que l'un faisait pendant que l'autre argumentait* ». (*Libération* du 03 Mai 2007).

Retransmis en simultané sur TF1 et France 2, seuls les journalistes Patrick Poivre D'Arvor et Arlette Chabot, choisis par l'un et l'autre camp, seront sur le plateau. Réduits à comptabiliser le temps de parole, je m'interrogerai, pendant les 2h30 de débat, sur leur rôle marginal. Des journalistes qui resteront bien silencieux devant les approximations, parfois « grossières » des deux candidats. Je pense qu'à l'avenir, il faudra moderniser ce genre de confrontation et redonner au journaliste son pouvoir d'arbitre et de contradicteur, quand le débat l'exige.

Conscient qu'à la télévision, le non verbal prime, Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy soigneront la forme. Hasard du tirage au sort, la candidate socialiste sera à gauche et le candidat de l'UMP à droite. La première « *tenue stricte et présidentielle : jupe noire, veste noire, chemisier blanc* », le second « *costume sombre, chemise bleue, cravate à grosses rayures, brushing arrière* » (*Libération* du 03 Mai 2007). On note que pour la circonstance, il avait oublié sa célèbre cravate bleue marine à petits pois blancs. « *Aucune faute de goût dans le maquillage et le brushing* » ni « *de gaffe vestimentaire* », selon Nathalie Rykiel, directrice artistique de la marque Sonia Rykiel. (*Libération* du 03 Mai 2007).

Avantage Sarkozy

Lors de ce débat, la stratégie de Ségolène Royal va reposer sur la formule suivante extraite de l'art de la guerre « *Si le Général de l'armée ennemie est obstiné et enclin à la colère, insultez-le et rendez-le furieux, de façon qu'il soit courroucé, qu'il n'y voie plus clair et qu'il marche étourdiment sur vous, sans plan* » (Sun Tzu – L'art de la guerre). Considérant que les chances de victoire résident dans l'attaque, il ne faudra attendre que deux petites minutes pour voir Ségolène Royal bousculer son adversaire et l'attaquer sur son bilan. « *... Vous estimez-vous pour une part responsable de la situation dans laquelle se trouve la France aujourd'hui ?* ». La stratégie du « sortez les sortants » est en marche.

Dès les premiers *rounds*, la candidate socialiste assène les premiers coups. Elle fait preuve de caractère et use de techniques dialectiques afin de tourner le débat à son avantage. Connaissant, de par mon métier ces moyens de déstabilisation, il m'est facile de reconnaître, dans cette figure de style, l'influence et la patte des communicants.

Mettre son interlocuteur dans le rôle qui le dessert, jouer du « non dit », créer le doute, donner l'impression de comprendre le contraire, jouer le recadrage sont autant d'outils qui aident à « mystifier » l'adversaire. Et Ségolène Royal marque les premiers points. A titre d'illustration, elle l'interrompt régulièrement (« *permettez que je vous interrompe* »), le contredit presque systématiquement (« *ah bon ? ce n'est pas possible ?* », « *et pourquoi pas ?* ») et, comme pour le défier, ne cesse de le fixer même quand la caméra n'est pas sur elle. Et que fait-elle lorsque Nicolas Sarkozy prend la main ? Elle prend des notes poussant son interlocuteur à chercher du regard un autre appui, celui des journalistes, pas le choix ! L'élève dépasse le maître.

A cet instant, je ne pouvais rêver de meilleure entrée en matière. Le ton est donné. Une surprise. Ségolène Royal, pourtant sous-estimée (à tort), fait front. Me vient alors une certitude. Ce débat sera moderne, passionné et passionnant. En somme, l'anti-thèse de celui de 1995 entre deux finalistes frileux. Une question subsiste pourtant. Lequel des deux craquera le premier ?

« *Parfois confuse mais combative* » (*Libération* du 03 Mai 2007), Ségolène Royal endosse avec brio l'habit de la maîtresse d'école (« *je ne peux pas vous laisser dire des choses inexactes* », « *vous avez une approche approximative* », « *vous venez de dire une série d'erreurs, ça peut arriver, mais il faudra que vous révisiez un peu votre sujet* ». Quant à Nicolas Sarkozy, dans le rôle délicat et consensuel de l'élève (« *mais bien sur madame* », « *ce n'est pas gentil de dire des choses comme ça* »), il jouera la carte du respect en usant de formules de politesse et en abusant d'un « *madame, madame* » parfois grotesque. Peu importe, le message passe. Le candidat de l'UMP est constant, conscient qu'un changement abrupt de son comportement pourrait lui être fatal. Brillamment coaché par le publicitaire Jean-Michel Goudart et Frank Louvrier, il ne fera pas d'erreur. L'acteur est quasi parfait.

Le chrono tourne. J'attends avec impatience « la petite phrase » assassine, l'estocade. Une formule courte, généralement préparée, qui frappe par son caractère explosif, et qui a pour objectif d'avoir le plus fort impact médiatique possible.

Dans cet exercice, l'improvisation n'est guère de mise. C'est pourquoi le staff fait appel en amont au génie du publicitaire dont l'un des métiers vise à jouer avec les mots et à « performer » les formules. Le *brief* est simple : défaire l'adversaire. Un grand stratège n'est ni loyal ni moral. Comme l'a dit Clausewitz, « *la guerre est la continuation de la politique sous d'autres moyens* ».

Ce sera autour de la scolarité des enfants handicapés que se jouera le débat. Ce thème, sensible et compassionnel, ne sera pas choisi par hasard (rappelons-nous son passage réussi sur TF1 où en une seconde elle avait ému toute la France à faire preuve de tant de compassion devant une personne en fauteuil roulant). Profitant de son statut de femme, du niveau élevé de l'*item* « proximité » et « écoute » par rapport à son adversaire, elle sort subitement ses griffes. Signe de désarroi, Ségolène Royal perd son contrôle et masculinise son discours. « *Je suis scandalisée de ce que je viens d'entendre. Car jouer avec le handicap comme vous venez de le faire, est proprement scandaleux* », « *... vous venez, là, de faire de l'immoralité politique* ». Indignée, Ségolène Royal déclare « *être très en colère* », mais dans une colère « *saine* » et « *utile* ». Une sortie préméditée, qui tournera, contrairement à l'avis de la plupart des communicants, à l'avantage de Nicolas Sarkozy.

A la télévision, il y a une règle : ce qui se dit compte moins que ce qui se voit. Par conséquent, une colère, même « saine », s'apparente souvent à de l'agressivité. Cherchant à être pugnace et offensive, Ségolène Royal apparaîtra tout à coup arrogante. Un écart de comportement que n'oubliera pas de faire remarquer Nicolas Sarkozy en soulignant qu'elle « *n'a pas besoin d'être méprisante pour être brillante* ». En communication, rien n'est plus catastrophique que le décalage d'image.

L'effet sera immédiat. Selon le baromètre Opinion Way du 04 Mai 2007, « *le débat a quelque peu modifié l'image des deux finalistes. Royal n'est plus perçue comme sympathique que par 53% des sondés* » (*Le Figaro* du 04 Mai 2007), perdant par conséquent treize points à la suite du débat.

Qui plus est, Ségolène Royal ne réussira pas « *à départir Nicolas Sarkozy de son calme* » (*Libération* du 03 Mai 2007). Pis, elle verra le piège se refermer sur elle. « *Calmez vous* », « *Pour être Président de la République, il faut être calme* ». Opportuniste, le candidat de l'UMP profitera de la faiblesse apparente de sa rivale pour dénoncer son manque de sang froid « *Je ne sais pas pourquoi Mme Royal, d'habitude calme, a perdu ses nerfs* », « *Vous sortez de vos gonds avec beaucoup de facilité, Madame. Président de la République, c'est quelqu'un qui a des responsabilités lourdes, très lourdes* ».

Je rejoins le propos de Jacques Séguéla qui écrivait *Dans le Vertige des urnes* (Flammarion / 2000) qu'un « *un homme qui se met dans tous ses états ne peut être un homme d'Etat. Cette perte de sang froid le décrédibilise* ». Cela vaut aussi pour une Femme. Hasard du scénario, la communication s'inversera et Nicolas Sarkozy gagnera la bataille des nerfs. Il restera « *zen et courtois, presque obséquieux* ». (*Libération* du 03 Mai 2007). Gagner, c'est aussi amener son adversaire à la faute.

Selon l'institut de sondage OpinionWay LCI *Le Figaro* paru le 03 Mai 2007, « *53% des Français jugeront Nicolas Sarkozy plus convainquant* » contre 31% pour sa rivale socialiste. La dernière image d'un débat est souvent décisive dit-on. Et comme pour enfoncer le clou, le candidat de l'UMP, *fair play* reconnaissant même du talent à son adversaire, lui offrira près de trois minutes de temps de parole supplémentaire (72mn / SR = 74.20mn). Grand Seigneur.