

NOTE
A MONSIEUR LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE

S/C DE MONSIEUR LE SECRETAIRE GENERAL

OBJET : Propositions de rencontres

Parmi les analystes et consultants politique internationaux reconnus - dont les moyens (et par conséquent le niveau d'expertise) est souvent incomparable avec celui qui existe en France - certains passent certainement assez souvent par la France : nous pourrions leur faire savoir que vous les rencontreriez volontiers informellement lors d'une prochaine occasion.

Ci-dessous de premières propositions.

Jim Messina

J. Messina est l'un des meilleurs représentants des nouveaux *pollsters* (profession bien plus développée et professionnalisée que nos « sondeurs » français), travaillant à partir d'un grand nombre de données et avec les techniques de big data.

Gravitant dans la sphère démocrate depuis les années 1990, il est reconnu comme l'un des pivots de la campagne victorieuse de Barack Obama en 2008. Il fut par la suite son White House Deputy Chief of Staff (où il a reçu le surnom de « the fixer ») ; puis en 2012 le directeur de sa campagne de réélection.

Son expérience de stratégie politique et sa connaissance des rouages des campagnes électorales ont été exploitées avec succès par David Cameron lors des dernières législatives britanniques (où il était son « Campaign Strategy adviser »). Il dirige aujourd'hui sa propre entreprise de conseil politique, The Messina Group (qu'il présente comme « data-driven strategy »).

David Axelrod

Autre pilier de la stratégie politique de B. Obama (dont il était proche avant même son émergence sur la scène nationale), il est consultant depuis les années 1980, a travaillé sur les campagnes de nombreux candidats démocrates, et maîtrise parfaitement l'analyse des médias et la production de « messages » politiques (à travers la rédaction de discours notamment).

En 2008, il avait pour fonction d'élaborer le « récit » de la campagne d'Obama ; d'en préserver la cohérence face aux attaques des concurrents ; et de lui faire percer le brouillard médiatique ambiant - pas moins dense qu'en France - jusqu'aux électeurs : il dirigeait pour cela les plumes, revoyait les discours, était l'interlocuteur quotidien des journalistes politiques, ...

Revenu à ses fonctions de consultant privé, il a officié sur la campagne de David Miliband - avec moins de succès mais une empreinte semble-t-il assez légère.

Joël Benenson

L'autre grand *pollster* démocrate avec J. Messina, il a participé à 3 campagnes gagnantes : B. Clinton en 1996 (dans l'équipe des sondeurs), B. Obama en 2008 (« Chief pollster ») puis en 2012 (« Senior strategist »). Il vient d'être recruté par H. Clinton pour sa prochaine campagne (avec le titre de « Chief strategist and pollster »). Il a également un cabinet de conseil en stratégies politiques.

- Au-delà de leurs compétences de stratèges et d'analystes politiques, leur longue expérience des campagnes électorales et de leur organisation, leurs observations de l'intérieur de l'évolution du champ politique pourraient s'avérer intéressantes pour nous. Plus que sur l'opinion française (qu'ils connaissent moins que le Royaume Uni ou les Etats-Unis), leurs avis pourraient être particulièrement utiles sur la manière d'élaborer une stratégie cohérente et de transmettre un message.

Drew Westen

Docteur en médecine (ancien chef de service au Cambridge Hospital), il figure parmi les premiers à avoir utilisé les outils de neurosciences pour comprendre comment et pourquoi un message parvient à convaincre ; les ressorts cognitifs de son impact ; les émotions liées à des mots, une image ou une vidéo etc. Son ouvrage « The Political Brain », brisant un certain nombre de tabous et plaidant pour l'utilisation d'émotions et de techniques cognitives pour convaincre l'électorat, est devenu un livre de chevet de nombreux candidats démocrates (dont les équipes de B. Obama).

Il continue aujourd'hui son travail de chercheur, tout en officiant comme consultant politique, aidant les candidats à construire leur stratégie, leur message, et à développer leur image.

Peter Mendelson

Il n'est pas besoin de le présenter. Retiré de la vie parlementaire active, il revient aujourd'hui à sa réflexion initiale sur les évolutions de la gauche, son lien aux classes populaires, et les projets pouvant répondre à leurs aspirations de vie (se reconnecter aux classes paupérisées du Sud de l'Angleterre avait été l'une de ses obsessions - gagnantes - dans l'émergence du New Labour, en particulier aux côtés de Philip Gould - le *pollster* historique du Labour, aujourd'hui décédé - et dans une moindre mesure d'Alastair Campbell).

Il avait fait part de son scepticisme sur la stratégie de Miliband, ce qui lui valu d'être écouté mais tenu à l'écart du cœur opérationnel de la campagne. Son analyse de la défaite pourrait être intéressante, et sa vision des débats qui secouent la gauche britannique aujourd'hui éclairante.

Roger Liddle

Ex-conseiller spécial pour les affaires européennes de Tony Blair (pendant 7 ans), il est actuellement Chairman de Policy Network. Ses analyses peuvent être utiles pour éclairer les débats qui ont agité la gauche britannique depuis l'ère Blair (et ceux qui agiteront probablement la gauche dans les années à venir) et nous aider à tirer les leçons de la défaite Miliband.

Patrick Diamond

Membre de la Policy Unit du premier ministre britannique de 2001 à 2004, puis conseiller spécial du coordonnateur de la campagne électorale de 2005, il fut ensuite nommé directeur de Policy Network. Auteur de plusieurs essais sur les années Blair et les leçons qu'il en a tiré.

Il se situe lui-aussi à un poste d'observation privilégié pour parler des évolutions de la gauche depuis 15 ans (des années Blair à la récente défaite de Miliband) et a également beaucoup travaillé, sur un plan plus conceptuel, sur l'avenir de la social-démocratie.

Adrien ABECASSIS