



Le Centre d'Études Jacques Georgin est un centre d'éducation permanente reconnu par la Fédération Wallonie-Bruxelles
ASBL Centre d'Études Jacques Georgin – 127, Chaussée de Charleroi à 1060 Bruxelles
N° d'entreprise : 0412.759.942. – RPM : Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles. BE30 7320 3232 6111

Note d'analyse 9 – 25 du Centre d'études Jacques Georgin

« POURQUOI GAGNENT-ILS ? POURQUOI PERDENT-ILS ? »

Bruxelles, le 7 août 2025

Charles-Étienne LAGASSE, Président honoraire du Centre d'études Jacques Georgin et membre du Comité scientifique.

AVANT-PROPOS

Une récente enquête de la RTBF a interrogé les citoyens belges sur les motivations de leurs votes si de nouvelles élections intervenaient cette année. Bien que les réponses varient légèrement d'une Région à l'autre, les raisons principales mentionnées par les électeurs sont dans l'ordre : l'idéologie et les valeurs du parti, les thèmes défendus par le parti, et la fidélité au parti. On notera toutefois qu'en moyenne globale, 20% des sondés se prononcent par rejet des autres partis ou de la politique en général.

Au-delà des déclarations faites par les électeurs eux-mêmes, on peut aborder le sujet par un autre biais, non quantitatif, mais plus intuitif, cherchant à confronter quelques hypothèses aux réalités historiques des XXème et XXIème siècles dans divers régimes démocratiques, en posant deux questions : comment expliquer les victoires retentissantes de certains candidats ? Comment expliquer la perte de popularité des dirigeants une fois au pouvoir ?

Les résultats des élections belges de 2024 peuvent ainsi s'éclairer à la lumière de situations rencontrées ailleurs et naguère.

I. LE TIERCÉ GAGNANT DES RAISONS DE LA VICTOIRE

L'observation couvrant plusieurs périodes et plusieurs pays fait apparaître que trois raisons principales expliquent de brillantes victoires.

La première est qu'il n'est pas rare qu'une part de l'électorat se prononce prioritairement **contre** une politique, un groupe social ou une évolution de la société davantage que pour la promotion d'un modèle de société précis. Le vote « contre » n'exerce-t-il pas un pouvoir de cristallisation de l'électorat plus fort que le projet positif, notamment en période de tensions sociales ? L'on peut citer un certain nombre de motivations qui ont pu trouver place dans la tête des électeurs dans différents pays et à différentes époques: contre le système des partis traditionnels dans les années trente, avec, en Allemagne, une fixation contre l'ennemi désigné par le nazisme qu'était la communauté juive ; en Belgique, contre l'école laïque ou catholique lors des guerres scolaires, contre l'agressivité flamande dans les années soixante et soixante-dix, contre la tache d'huile francophone autour de Bruxelles ; plus récemment : contre les immigrés, contre le voile, contre le mal nommé « goodmove » à Bruxelles, contre les « wokistes » et les prétendues dérives laxistes en matière d'éthique, etc. Bref, dans plusieurs de ces exemples, contre une menace mettant en péril l'identité des électeurs.

Quant aux réactions contre le système, les dernières élections législatives belges de 2024 ont prouvé l'art de certains hommes politiques de se présenter contre le système alors qu'ils l'ont géré eux-mêmes pendant plusieurs législatures.

Un autre facteur de réussite, autre face de la même médaille, consiste à présenter à l'électeur un **grand dessein** perçu comme enthousiasmant par un certain public dans un certain contexte: la journée des huit heures et les congés payés, le retour du roi Léopold III après la guerre, *Bruxellois-maître-chez toi*, le fédéralisme, sauver la planète ; aux États-Unis, on citera le New Deal de F-D Roosevelt en 1932, le projet de New America et de conquête spatiale de Kennedy, le *Yes we can* de Barack Obama, les *Make America great again* de Ronald Reagan et de Donald Trump...

Enfin, un ingrédient non négligeable est la **personnalité** du candidat ; et ce dernier peut être devenu populaire pour les raisons les plus diverses, y compris les moins recommandables. On rangera dans cette catégorie des personnalités aussi dissemblables que Charles de Gaulle, John Kennedy, Eva Peron, Nelson Mandela, Lucien Outers, André Lagasse, Léo Tindemans, dans le passé ; ou, plus récemment : Barack Obama, Justin Trudeau, Donald Trump, Emmanuel Macron en 2017, Yves Leterme, Sophie Wilmès, Georges-Louis Bouchez, Conner Rousseau, Raoul Hedebouw, Maxime Prévot, Jean-Luc Mélançon...

Lorsque les trois ingrédients de la recette se cumulent, comme ce fut le cas pour Roosevelt en 1932, Margaret Thatcher en 1979, et Trump en novembre 2024, le triomphe est assuré.

À cette liste, on peut ajouter un ingrédient accélérateur, à savoir le contexte du rapport des forces ; à bien y regarder, la faiblesse des autres formations est également un facteur qui a contribué à la performance des libéraux francophones et des Engagés lors des scrutins législatifs de 2024.

II. ROCHE TARPÉIENNE OU MUR DE LA RÉALITÉ

Double paradoxe de la démocratie : un candidat bien élu ne fait pas nécessairement un bon dirigeant ; et un bon dirigeant ne fait pas nécessairement un bon candidat à sa réélection ; qu'on pense aux cas célèbres de Churchill et de de Gaulle après la guerre.

Gagner une première élection ne suffit pas ; encore faut-il exercer le pouvoir, c'est-à-dire appliquer son programme, au risque d'être défait aux élections suivantes ; et là, les obstacles et les pièges s'offrent comme autant de gouffres ou de marécages à éviter tant pour réaliser son programme que pour se ménager des perspectives de réélection future.

La première difficulté est de se donner **les moyens démocratiques de la mise en œuvre** de son programme électoral. À moins de disposer de la majorité absolue au Parlement, il faut négocier des compromis avec d'autres forces politiques. Parmi les facteurs explicatifs de l'échec électoral d'Ecolo et de Défi en juin 2024 figurent les concessions qu'ils ont été obligés de faire à leurs partenaires gouvernementaux au cours de la législature précédente. On citera seulement pour les Verts le retour du nucléaire et des investissements militaires ; pour Défi à la Région bruxelloise, les blocages du PS et d'Ecolo de ses propositions en faveur de la neutralité des services publics et contre l'abattage sans étourdissement.

Même en présence d'un Parlement acquis à l'Exécutif, comme ce fut plusieurs fois le cas en France, l'opposition peut venir du **conservatisme de la population**. Les kyrielles de grèves en France comme en Belgique (quelle que soit la couleur des gilets) témoignent de la quasi impossibilité de procéder à de grandes réformes telles celles des retraites ou des finances publiques.

Du reste, la contrariété aux projets du dirigeant peut venir de la **réalité** elle-même, dont le mur est plus fort qu'un Lord maire. L'effervescence désordonnée et les palinodies de Donald Trump sont là pour nous le rappeler. En remontant le temps, on songe au désamour subi par la majorité de gauche deux ans seulement après la victoire de François Mitterrand : les revers électoraux se sont succédé pour déboucher en 1986 sur la première cohabitation.

Par ailleurs, un des aspects ingrats de la gestion, à quelque niveau que ce soit, est que la prévention des risques rapporte moins de popularité que l'intervention de crise. Qui félicitera le ministre de l'Intérieur qui aura déjoué plusieurs tentatives d'attentat ou des cyber-attaques ? Mais la crise survenant, les médias seront au rendez-vous de la descente sur les lieux de l'homme fort et « providentiel », dont l'inaction ou l'absence de vision aura peut-être été la cause-même du péril dont il entend sauver les citoyens-électeurs.

De même, une élection ne se gagne pas sur un bilan gouvernemental : un bon gestionnaire ne pourra se contenter de faire état de son action passée. Il ne sera réélu que s'il vend une nouvelle vision, un nouveau rêve et s'il parvient à éviter l'usure du pouvoir, à ne pas fatiguer l'électeur avide de nouvelles têtes.

Un autre piège dans cette énumération tient à l'**aspiration vers les hautes sphères** supra- et internationales. S'il menace en premier lieu les fonctions de chef d'État et de gouvernement et de ministre des affaires étrangères ou de la défense, nombreux sont les postes qui mobilisent les ministres dans les réunions des instances européennes ou de forums intergouvernementaux. L'absence physique du territoire, et donc l'éloignement de la base électorale, risquent de favoriser la montée en popularité de concurrents.

Voilà pour les pièges extérieurs à la réélection. Il en est d'autres, peut-être plus redoutables encore, plus intérieurs, **propres à l'homme ou à la femme politique-même**.

D'une part, les qualités pour accéder au pouvoir ne sont pas les mêmes que celles requises pour gérer et diriger un attelage gouvernemental. Un candidat fort présent sur le terrain, très habile à se créer des amitiés et des complicités, pourra révéler son amateurisme et son manque d'endurance dans la course de fond que constitue une fonction exécutive.

Certains dirigeants peuvent se suicider politiquement en se laissant aller à des dérapages soit politiciens (Richard Nixon avec le Watergate), soit de conflits d'intérêts (Van den Boeynants, Berlusconi...), soit encore de comportement personnel comme Bill Clinton avec Monika Lewinsky ou Vincent Van Quickenborne lors du « pipigate », soit de propos inconsidérés (Boris Johnson, Conner Rousseau).

En définitive, la personnalité au pouvoir ne risque-t-elle pas de trouver en elle-même sa principale menace ? Et ce, d'autant plus que s'accroît sa longévité exécutive : l'hubris risque d'être au rendez-vous. Les Romains l'avaient déjà bien perçu à l'occasion des défilés triomphaux des généraux vainqueurs. L'esclave tenant au-dessus de la tête du triomphateur la couronne de laurier lui répétait *cave ne cadas* (prends garde de ne pas tomber) ou *memento mori* (souviens-toi que tu es mortel).

III. DE LA CONQUÊTE À LA PÉRENNISATION DU POUVOIR : RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR GAGNER, GOUVERNER ET PRÉPARER LA RÉÉLECTION

3.1. Stratégie avant l'élection

Avant l'élection, la campagne doit d'abord s'appuyer sur un vote « contre » maîtrisé : il s'agit d'identifier clairement l'adversaire (une politique, un système ou une menace perçue) et d'articuler ce positionnement de façon ferme mais mesurée, afin de galvaniser l'électorat sans le radicaliser. Parallèlement, un grand récit mobilisateur – une « idée forte » adaptée au contexte national (modernisation économique, renforcement de l'autonomie locale, transition écologique...) – doit être déployé de manière cohérente dans tous les supports (slogans, visuels, vidéos), à l'instar des campagnes du « New Deal » ou du « Yes We Can ». Au cœur de ce récit, une personnalité incarnée et authentique joue un rôle décisif : choisir un porte-parole crédible et empathique permet de donner corps au projet et de créer un véritable effet d'entraînement. Enfin, pour maximiser l'impact, il convient d'exploiter les faiblesses et divisions de l'adversaire (scandales passés, manque de vision, rivalités internes) en nouant des alliances ciblées et en concentrant les efforts sur les zones géographiques les plus réceptives.

3.2. Formation et début de mandat

Une fois la victoire acquise, la priorité est de consolider le pouvoir. La formation de coalitions impose des compromis soigneusement négociés : il faut préserver l'intégrité de la plate-forme initiale tout en affichant chaque avancée comme le fruit d'un véritable travail démocratique. Cela implique une communication permanente sur les progrès obtenus grâce aux concessions négociées et sur la manière dont ces accords font « mieux fonctionner » le système politique.

3.3. Narration de progrès et lien avec l'électorat

Pour éviter l'usure de l'image, il est essentiel de maintenir un récit de progrès continu, qui mette en lumière à la fois la prévention des risques (sécurité, cybersécurité, retraites...) et la gestion des crises. La périodicité de nouveaux chantiers ou de symboles forts (lancement d'un plan national, inauguration d'un projet emblématique) permet de donner l'impression d'un exécutif toujours dynamique. Par ailleurs, le lien avec la base électorale doit rester vivant : déplacements réguliers hors des capitales et présence mesurée sur la scène internationale préservent l'image d'un dirigeant « à hauteur d'électeur ».

3.4. Anticipation des crises et renouvellement de la vision

Pour prévenir les crises internes, la mise en place d'une cellule d'éthique et de contrôle, ainsi que la formation des équipes de communication à la gestion des controverses, sont indispensables. Enfin, pour démontrer que l'élan ne faiblit pas, une « seconde phase » de projet (lancement d'un nouveau plan, consultations citoyennes) à mi-mandat permet de réinventer la vision et de renforcer la légitimité participative, ouvrant ainsi la voie à une éventuelle réélection.