

Démocratie

# UNE OCCASION MANQUÉE. RETOUR CRITIQUE SUR LA CAMPAGNE PRÉSIDENTIELLE DE YANNICK JADOT

Denis Pingaud

30/05/2022

**Pour cette élection présidentielle de 2022, Yannick Jadot avait un boulevard devant lui ; pourquoi a-t-il fini dans une impasse ? Denis Pingaud, conseiller en communication et membre du « cercle de confiance » du candidat écologiste de 2020 à 2022, porte son regard personnel sur le processus qui, depuis la primaire écologiste de septembre 2021, a abouti à l'élimination au premier tour de l'élection présidentielle de Yannick Jadot.**

Tout en assumant sa part dans la responsabilité collective de l'échec, Denis Pingaud propose un retour critique, à froid, sur la stratégie et le positionnement du candidat. Il livre ainsi ses impressions personnelles sur cette déconvenue dont les causes sont multiples et qui ne peut être imputée uniquement au candidat qui « s'est heurté au réel. Trop concentré sur le chemin politico-médiatique sinueux pour faire valoir sa candidature, il a sous-estimé quelques fondamentaux stratégiques pour devenir, comme il le souhaitait, le président du climat. Sa campagne de longue haleine n'a pas débouché sur une stratégie claire au moment d'entrer dans l'arène et l'a finalement rangé dans le camp des divisés de la gauche. Son positionnement sur l'enjeu central du climat et du vivant n'a pas surpassé les clivages politiques habituels, faute à la fois de radicalité dans la démarche, de simplicité dans le propos et d'audace dans la posture. Sa machinerie composite constituée à l'issue d'une primaire incertaine a produit un certain amateurisme dans la trajectoire compliquée de la rencontre avec les électeurs. Enfin, son incarnation sérieuse, tout entière tournée vers la crédibilité, mais aussi solitaire, sans appui manifeste de personnalités ou de représentants de la société civile, a suscité moins d'attraction mobilisatrice que de regards polis. »

## Table des matières

### Introduction

#### Une stratégie trop peu lisible

L'écologie a gagné la bataille culturelle

Exit l'hypothèse d'une candidature solitaire

Le faux pas du rassemblement de toute la gauche

Le fondamentalisme vert en réponse à l'offre d'Anne Hidalgo

### **Un positionnement trop peu disruptif**

57 % des électeurs écologistes, seulement, s'autopositionnent à gauche

Un gisement électoral à faire fructifier

Ce qu'il manque : une dose de radicalité et un effort de simplicité

Privilégier l'affrontement sur le bilan ou imaginer les compromis du futur ?

### **Une machinerie trop peu professionnelle**

Une appréciation erronée de l'opinion électorale

La mécanique répétitive et fastidieuse des déplacements

Une attention imparfaite aux médias

Quelques couacs de programme et de communication

### **Une incarnation trop peu collective**

Le coup de fraîcheur du collectif Ibiza

La « mano a mano » avec Emmanuel Macron

Une autre démarche était possible

Un comité scientifique atone

La bande à Jadot ne se forme pas

### **Conclusion**

#### **L'auteur :**

**Denis Pingaud** est président de Balises, cabinet spécialisé en stratégie de communication et d'opinion. Il conseille, à ce titre, de nombreux dirigeants d'entreprise. Il est par ailleurs vice-président de la Fabrique écologique, think tank de réflexions et de propositions sur les politiques publiques environnementales, et membre du conseil d'orientation de la Fabrique de la cité, think tank sur les problématiques urbaines et de mobilité sponsorisé par le groupe Vinci.

Denis Pingaud a publié plusieurs ouvrages ayant trait aux campagnes présidentielles ou à l'univers écologiste :

- *La longue marche de José Bové* (Seuil, 2001),
- *L'impossible défaite*, analyse critique de la campagne de Lionel Jospin en 2002 (Seuil, 2002),

- *L'effet Besancenot* (Seuil, 2008),
- *Europe Écologie : électorat volage, électorat stratège* (Fondation Jean-Jaurès, 2010),
- *L'homme sans com'*, après l'élection de François Hollande en 2012 (Seuil, 2013).