

Hillary Clinton : les secrets de fabrication de sa candidature révélés

écrit par Laveritetriomphera | 19 octobre 2016



Près de trois ans avant le scrutin présidentiel américain, Hillary Clinton savait ce qu'elle allait faire. Et comment elle devait le faire. Pas question de reproduire les erreurs de 2008, quand sa candidature fut minée par le flou et le fluctuant. Dès 2014, elle avait élaboré une stratégie politique et la façon de communiquer sur ses idées. Tous ces préparatifs viennent d'être dévoilés au grand jour.

Début 2014, une fuite dans la presse révélait que Robby Mook était l'un des finalistes pour devenir le directeur de l'éventuelle campagne présidentielle d'Hillary Clinton. En réalité, le trentenaire était déjà au travail, plus de 34 mois avant le scrutin.

« Tu as raison sur une stratégie presse de long terme. Avons besoin de répondre à ce genre de trucs », écrit-il en février 2014 à l'une des fidèles d'Hillary Clinton, Cheryl Mills, à propos d'un article sur des divergences entre les proches de Barack Obama et ceux de la candidate-en-devenir.

Des milliers de messages Gmail

Hillary Clinton entretiendra le faux suspense jusqu'en avril 2015 sur ses ambitions politiques, affirmant en public qu'elle se donnait le temps de la réflexion et voulait profiter de sa petite-fille.

Mais [WikiLeaks publie depuis plusieurs jours des milliers de messages Gmail de John Podesta](#), proche de l'ancienne Première dame et président de son équipe de campagne, qui dévoilent la minutie des préparatifs d'une candidate bien décidée à ne pas reproduire les erreurs de 2008, quand sa candidature fut minée par un processus décisionnel flou et un message fluctuant.

Ces e-mails ont été piratés par la Russie, accuse le camp démocrate, dans le but de gêner Mme Clinton et d'aider son adversaire, Donald Trump.

Discours rémunérés

Le 22 mars 2014, Robby Mook ébauche déjà une stratégie politique. Selon lui, faire campagne comme première femme représenterait une « **erreur** », et il propose que la candidate se mue en « **avocate de la classe moyenne** », une expression qu'elle reprendra un an plus tard.

À l'époque, Hillary Clinton a [un agenda chargé de discours rémunérés](#) et prépare une tournée de promotion de ses mémoires de secrétaire d'État – rien d'ouvertement politique.

Mais Robby Mook, en avril 2014, réfléchit déjà à la structure juridique qu'il faudra monter pour payer la vingtaine de salariés requis avant toute annonce officielle. « **Cela inclura la création d'un site, la stratégie média et les déplacements pour le lancement** », écrit-il dans une note. Dans tous les cas, « **pas avant le 4 novembre 2014** », le jour des élections de mi-mandat.

En mai 2014, Hillary Clinton réunit ses plus proches conseillers. Même eux ignorent que Robby Mook œuvre en coulisses. « **Les seuls de ce groupe qui sont au courant pour toi sont John (Podesta) et moi** », lui écrit Cheryl Mills.

« **Félicitations !** »

À l'automne 2014, alors qu'Hillary Clinton donne un coup de pouce sur le terrain aux candidats démocrates aux élections législatives, sa plume Dan Schwerin écrit un document de 20 pages présentant trois scénarios pour justifier sa candidature : « **mettre l'État au service de tous, pas seulement de quelques riches** »... « **renouveler le rêve américain** »... « **une battante à la Maison Blanche** ».

« **L'objectif est que vous commenciez à cristalliser les idées et motivations qui sont les plus importantes à vos yeux** », lui écrit son conseiller.

Lire aussi. [Clinton – Trump : le point sur les sondages](#)

Puis les embauches s'accélérent. « **Félicitations ! Vous avez désormais une directrice de la communication et une adjointe à la communication très enthousiastes !** » l'informe Robby Mook en janvier 2015, à propos du recrutement de Jennifer Palmieri et Kristina Schake, transfuges de la Maison Blanche.

La stratégie presse prend forme. Nick Merrill, venu du département d'État, écrit dans un mémo « **qu'il est temps de placer un article avec un journaliste connu** », afin d'orienter la couverture médiatique qui commence à s'emballer en ce début d'année. Il énumère plusieurs noms de conseillers à fuiter.

Influencer la presse

« **Nous savons que les reporters vont écrire sur les préparatifs de la campagne, donc autant influencer ces articles** », écrit Robby Mook, qui planifie une série de tweets pour le mois de mars.

Quant au message, des « **focus groups** » d'électeurs sont montés en janvier 2015 dans l'État stratégique du New Hampshire.

En février 2015, un conseiller en communication rapporte qu'un premier test ne génère guère d'enthousiasme. « **Nous ne créons pas le sentiment d'une candidature nouvelle et innovante que nous espérons** », conclut Joel Benenson.

Un « **H** » en guise de signature

A J-7, un coup de fil quotidien à 8 heures est programmé pour coordonner la stratégie parmi la galaxie Clintonienne. Les e-mails s'accumulent dans la boîte de John Podesta, afin de préparer le lancement officiel, prévu le 12 avril 2015.

La veille, John Podesta et d'autres parlent sous couvert d'anonymat à des journalistes influents.

Puis, le jour J, Hillary Clinton envoie ce message sur Twitter : « **Je suis candidate à la présidence. Les Américains ordinaires ont besoin d'être défendus, et je serai leur avocate -H** ».

Le « **H** »

<http://www.ouest-france.fr/etats-unis/elections-americales/hillary-clinton-les-sec>

[rets-de-fabrication-de-sa-candidature-reveles-4569534](#)