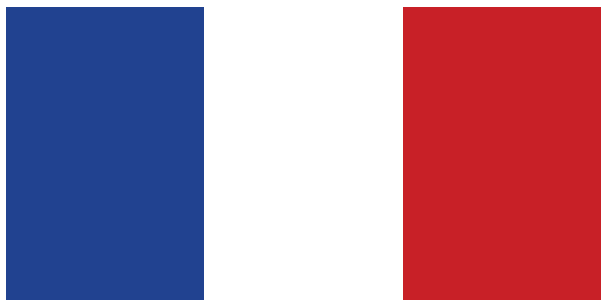


« FRANCE »

Editorial : « France »



France

La France est un bien commun. Elle n'appartient ni à l'un ni à l'autre, elle n'appartient même pas au Général de Gaulle, et certainement pas à ce De Gaulle exhumé par des patriotes de pacotilles.

La France appartient à tous ceux et toutes celles du passé, du présent et à venir qui ont fait, font et feront son identité. Elle appartient à ce regard inconnu croisé dans une rue, à cet enfant qui vient de naître sur lequel le sourire d'une infirmière se pose, à cet homme venu de loin, au visage buriné, à cette femme voilée dont le fils est mort pour la France, à ces enfants qui tapent dans un ballon dans une banlieue stigmatisée, à cet ouvrier fier de son fils qui fait de brillantes études en Angleterre, à ce policier, lui aussi mort pour la France, drapé de la dignité de son compagnon. La dignité, quel plus bel étendard pour la France ?

La France n'est pas faite de frontières, de barrières, de barbelés, mais d'âmes et de sangs mélangés depuis plus de mille ans, une France-monde, une France grande, forte, diverse, résistante lorsque la peste brune l'a frappée. Notre France ne mérite certainement pas d'être improvisée, redessinée, imposée par ceux, indignes, ivres de désirs de pouvoir, ne font que la bafouiller, la ridiculiser, la ternir, l'appauvrir, lui donnent le visage de la haine et viennent nous donner des leçons de France. Car le visage de la France, c'est celui qui se mobilise lors du téléthon, les secours populaire et catholique, les associations qui s'occupent du handicap, ces volontaires de médecins sans frontières, ceux qui au quotidien se dévouent pour les autres.

« Quand les blés sont sous la grêle

Fou qui fait le délicat

Fou qui songe à ses querelles

Au cœur du commun combat »

(Aragon, La Rose et le Réséda, La Diane Française)

Didier Heiderich, Natalie Maroun

Sommaire

Les discours d'adieu : les vases communicants d'une posture **3**

La place des sondages dans une élection contemporaine **7**

La communication de crise de l'extrême-droite : triomphe de la facilité **9**

Le mot du moment **11**

L'Observatoire en campagne
Magazine de la communication de crise et sensible
Edité par l'Observatoire International des Crises
Avec la collaboration du cabinet Heiderich
©2017

Rédaction
Directrice de la rédaction : Natalie Maroun
Rédacteurs : Nathan Cahn, Florian Demmel,
Noémie Maurand, Johnny Maroun

Les discours d'adieu : les vases communicants d'une posture



Les douze derniers mois ont été émaillés de plusieurs fins de carrières politiques d'anciens responsables de haut rang en France, comme à l'international avec Hillary Clinton pour les Etats-Unis et Matteo Renzi pour l'Italie.

Chronologiquement, ce sont Nicolas Sarkozy, Alain Juppé, François Hollande, et François Fillon qui nous ont fait part de leur testament politique.

Loin d'être dénuées de sens, ces allocutions révèlent souvent malgré elles un certain tempérament, une certaine attitude face à la défaite. Elles ont en commun le voile d'une grande amertume et sont porteuses d'une certaine maîtrise ou non de la communication de crise.

La com' de crise Nicolas Sarkozy : De la revanche au deuil

La défaite cinglante de Nicolas Sarkozy à la primaire de la droite et du centre de novembre 2016 marquait au fer rouge la fin de sa carrière politique. Dans l'impossibilité de se présenter comme le candidat de la droite à la présidentielle de 2017, l'ancien chef de l'État a déclaré vouloir se consacrer à présent à sa vie privée, signe assumé d'une retraite politique anticipée. Il s'agit donc incontestablement d'une crise pour ce passionné de politique de seulement 61 ans, et qui ne pensait pas échouer en si bonne route, après sa victoire confortable à la présidence de l'UMP fin 2014. Ce second désaveu électoral de grande ampleur en cinq ans l'empêche dorénavant de revendiquer une quelconque légitimité

populaire et politique, car comme l'énonce le proverbe français : « *Qui fait deux fois naufrage, ne doit pas s'en prendre à la mer* ». Deux stratégies différentes sont adoptées par le candidat malheureux et relève à la fois du contexte de l'élection et de son adversaire.

La défaite de 2012 s'inscrit dans une perspective de résilience. Dans son allocution prononcée à la Mutualité, Nicolas Sarkozy veut incarner la responsabilité qu'incombe sa fonction de président de la République et son statut de candidat démocratique en feignant d'accepter sa défaite. Cela ne saurait pour autant dissimuler l'immense amertume qu'il laisse paraître à de multiples occasions. Il demande par exemple à ses militants de ne « *pas donner le mauvais exemple* », lui-même ayant souffert que « *son institution n'ait pas été respectée* ». Il déclare notamment : « *Je ne serai jamais comme ceux que nous avons combattu* » et évoque également les « *nombreuses forces coalisées* » contre lui. Il estime aussi que de nos jours « *trop de discours comprennent des mots prononcés qui ne veulent rien dire* », et que « *ceux qui les prononcent, vivent le contraire de ce qu'ils disent* ».

Or un véritable discours d'adieu est censé dénoter l'apaisement que confère la sagesse d'un nouveau statut, celui d'une personne qui tourne une page de sa vie.

Il rappelle cela dit son fair-play, estimant que la « *France avait fait son choix* » et que « *François Hollande se devait d'être respecté en ajoutant qu'il souhaite*

au nouveau président « *bonne chance au milieu des épreuves* », et soulignant que son mandat sera « *difficile pour lui* » : il s'agit là d'un acte de courtoisie responsable qui convient à un Président bien que déchu, à un démocrate bien que déçu.

Cependant, il tient à affirmer « *toute sa responsabilité dans la défaite* », en raison du fait qu'il n'avait pas « *réussi à faire triompher ses valeurs* » et qu'il n'était « *pas un homme qui n'assumait pas ses responsabilités* ». Il accepte donc complètement sa faute dans cet échec. Il déclare notamment que « *dans une défaite, c'est le numéro 1 qui porte la responsabilité* ». Cette phase de responsabilité est une préalable d'un discours de défaite : une stratégie de reconnaissance inévitable. Cependant, afin de ne pas trop s'accabler, il déclare en fin de discours que la « *vie est faite de succès et d'échec* » et qu'on est « *toujours grand dans l'échec* ».

Les dernières phrases de sa prise de parole résumant bien son allocution : « *Soyons dignes, patriotes, le contraire de certains. Une France éternelle* ». Un mélange donc bien huilé de patriotisme, de fierté et d'amertume.

Il est aisé de constater que ce discours relève plus d'un discours d'échec plein d'amertume que d'un discours d'adieu sage, réfléchi. On sait Nicolas Sarkozy loup politique, hyperactif, assoiffé de pouvoir : son costume que des juristes en droit constitutionnel qualifient d'« hyper-président » en est le reflet. Additionné à l'immense rancune que son voile de dignité ne saurait trahir, à son relatif jeune âge pour un retraité (57 ans), et à la frustration d'un score plus qu'honorable (il échoue à 1,65% près) pour un candidat dont l'ensemble des autres prétendants souhaitaient la défaite annoncent déjà son retour programmé sur la scène politique.

D'autant plus que François Hollande et lui se sont silencieusement offensés mutuellement. On se souvient de la passation de pouvoir dont la courtoisie républicaine en a été réduite au minimum. Le nouveau Président ne citera pas son prédécesseur comme un « grand Président », au contraire de son meilleur ennemi Jacques Chirac. Quelques mois plus tard, l'humiliation a été portée à son comble lorsque François Hollande enterre de son chef Nicolas Sarkozy lorsqu'il répondit avec de grands éclats de rire à un jeune garçon lui indiquant « *n'avoir jamais vu*

Nicolas Sarkozy » « *eh bien tu ne le verras plus* ».

On imagine dès lors l'ancien chef de l'Etat, du fond de ses salles de conférence à un bout du monde, ou de ses vacances à l'autre bout, attendre avec impatience le moment adéquat pour prendre sa revanche sur François Hollande. Il est plus que jamais prêt à rebondir, et de façon extrêmement rapide (ce qui s'est vérifié dans les faits). Son objectif était alors de protéger la droite le temps de son absence tout en s'assurant qu'aucune personnalité ne saura rassembler autant que lui, afin d'être en mesure d'être le candidat naturel du mouvement en 2017. C'est dans ce contexte qu'est née la guerre Fillon-Copé. C'est incontestable, Nicolas Sarkozy savait qu'il allait revenir.

Et Il est revenu. Mais la soif de revanche d'ancien leader déchu n'a jamais porté bonheur aux dirigeants français : c'est l'effet Napoléon. Le retour de Sarkozy se termine ainsi par une défaite finale. Cependant celle-ci s'inscrit dans un cadre beaucoup plus apaisé pour l'ancien chef de l'Etat.

Dans son allocution d'adieu, Nicolas Sarkozy insiste énormément sur le succès populaire des primaires, cet événement politique ayant été organisé sous sa présidence du parti. Il laisse entendre être parvenu à résorber les « *guerres fratricides* ». Enfin, l'évocation du nouveau nom du parti est le dernier élément de rappel qui a pour but de graver son héritage, celui de l'apaisement.

Il insiste également énormément sur l'aspect collectif de cette campagne. Il remercie à de nombreuses reprises sa base, que ce soit son équipe, sa formation politique, les élus Les Républicains ou les militants du parti. Il déclare que « *la confiance des élus l'a touché* ». Il s'honore aussi de la « *fidélité des militants* » avec lesquels il rappelle son « *amitié* ». Il parle de « *l'aventure magnifique* » qu'il a pu vivre avec les élus. Tout en déclarant, qu'il avait décelé en eux « *leur courage et leur persévérance* ». Il leur souhaite également une « *vie politique épanouie et pleine de succès* », ce qui révèle une tentative de proximité, récurrente dans les discours d'adieu des politiciens, et une manière sûrement pour Nicolas Sarkozy, de s'éloigner de son image « d'hyper-président ». Un président qui ne respectait pas les échelons hiérarchiques

inférieurs (il traitait notamment François Fillon de « *simple collaborateur* »).

Il reste ancré dans sa mouvance politique, en estimant que François Fillon et Alain Juppé sont des « *personnalités de grande qualité* », qui « *font honneur à la droite française* ». Il a rappelé avoir d'ores et déjà travaillé avec eux, tout en rappelant que son unique objectif était que le candidat désigné gagne la présidentielle de 2017, car seul « *l'intérêt de la France compte à ses yeux (...) Pays qu'il aime tant* ». Il s'agit bien là d'un fair-play qu'il convient de souligner et qui diffère de 2012.

Le discours de 2016 est donc bien différent de celui de 2012. On peut supposer que Nicolas Sarkozy n'ait jamais réellement voulu intégrer cette campagne, et que cette dernière représentait plus une vengeance personnelle sur l'Histoire (suite à l'échec de 2012 évidemment, surtout face à un socialiste qu'il méprisait), que d'une véritable quête politique. Soulagement qui a été reconnu d'ailleurs par certains de ses proches, a posteriori, dans des propos repris par le JDD, publié le dimanche suivant sa défaite. Il tient à partir la tête haute, sa blessure étant à présent définitivement cicatrisée.

Le discours d'adieu de Fillon : les marques de l'annonce classique d'une retraite

L'allocution de renoncement de l'ancien élu sarthois ne restera pas dans les annales de la vie politique française en ceci qu'elle est bien ordinaire. Ce qui nous permet d'établir des comparaisons avec les discours de son ancien supérieur hiérarchique entre 2007 et 2012.

Tout d'abord, Fillon assume sa responsabilité dans la défaite « *malgré tous mes efforts* » : « *je n'ai pas réussi à vous convaincre* ». Plus tard, il confirmera « *cette défaite est la mienne. C'est à moi et à moi seul qu'il revient de la porter* ». La responsabilité assumée est en effet un des premiers axes de communication dans un système démocratique.

L'ancien locataire de Matignon nous fait ensuite part de sa rancune à l'endroit de ses détracteurs qui lui ont barré la route par des obstacles malhonnêtes : c'est ce que l'on peut comprendre à travers la formulation « *trop nombreux, trop cruels* ». Cette partie est la seule qui transgresse avec un parfait modèle

de discours d'adieu traditionnel. Elle laisse paraître une pointe d'amertume, comme l'illustre sa phrase énoncée avec un certain ton tranchant : « *le moment venu, la vérité de cette élection sera écrite* ». L'amertume est un sentiment humain qui peut se comprendre, imaginant l'émotion que consiste la nouvelle subite d'apprendre une défaite après de nombreux mois de travail pour tenter de convaincre.

Celle-ci est d'ailleurs commune à Sarkozy, Juppé, Hollande et Fillon.

Le candidat investit par la Primaire de la droite et le centre remercie par la suite ses fidèles, comme il convient de le faire : « *j'adresse à tous ceux qui depuis quatre ans me soutiennent avec dévouement et avec courage un message d'amitié et de reconnaissance. Je ne les oublierai jamais.* »

Il exhorte les membres de son camp de « *ne pas [se] disperser. Restez unis, restez déterminés* » : cette volonté de rassemblement est logique lorsqu'on sait le leader obligé de partir. Cela l'emmène à adopter une position en vue du second tour. Il rappelle l'histoire du Front National pour justifier de son combat. Puisqu'il ne considère pas l'abstention et le vote blanc comme des options, il ne se résout qu'à un choix : « *je ne le fais pas par gaieté de cœur [...] il n'y a pas d'autre choix que de voter contre l'extrême-droite. Je voterai donc en faveur d'Emmanuel Macron* ».

Il parle ensuite d'avenir, répétant une formule bien connue : « *mon rêve* ». Cela lui permet de léguer son projet à des générations futures, « *il revient de vous battre et de vous unir pour le concrétiser. L'avenir de la France est d'abord dans vos mains* ». Il s'agit là d'une forme de testament politique, elle aussi classique dans le discours d'adieu d'un ancien haut responsable.

Enfin, il convient de terminer une telle allocution par un éclaircissement sur la vie qui sera la sienne après cette vie publique. Dans ce cadre, Fillon, comme Sarkozy, se rétrograde en affirmant être « *l'un des vôtres* » c'est-à-dire un « *simple* » « *Français qui aime son pays et qui croira toujours en lui* ».

Que ce soit Sarkozy, Juppé, Hollande ou Fillon, force est de constater l'émotion qui traverse des loups politiques forts de décennies de vie publique lorsqu'il s'exerce dans ce moment

difficile qu'est l'annonce de leur mise en retraite. Aussi trouvons-nous là un certain paradoxe français : alors que le mouvement dit du « *sortez les sortants* » a fait des ravages ces dernières années, une grande partie de la population exprime une forme de nostalgie qui se traduit par un fort bond de popularité à la suite des adieux de personnalités.

Une illustration que nous permet de souscrire à cette belle reprise de « l'Empereur de tous les Français » par le poète Robert Sabatier qui disait « *Les Français sont ces gens impossibles qui répètent qu'impossible n'est pas français* ».

F.D., N.C.

La place des sondages dans une élection contemporaine



Les résultats du 1er tour de l'élection présidentielle 2017 ont surpris en ne surprenant pas : là où l'on semble s'être acclimatés aux décomptes des voix venant prendre le contre-pied des enquêtes d'opinion, ceux-ci ont respecté scrupuleusement les prévisions des sondages des derniers jours précédant le scrutin : le dernier sondage de l'IFOP est ainsi méticuleusement proche de la réalité.

Nous avons donc assisté à une réhabilitation de l'outil sondagier par la fiabilité de leurs dernières prévisions par rapport aux résultats finaux.

Sur le plan psychosociologique, nous pourrions analyser en quoi la propagation perpétuelle des sondages dans l'espace médiatique contribue à un effet incitatif qui perturbe le choix des électeurs.

En effet, les sondages sont présentés comme des données scientifiques illustrant une photographie de la cartographie politique du pays à un instant T précédant un vote. Le mécanisme de répétition des résultats des sondages provoque un cadrage cognitif qui affaiblit l'esprit critique des récepteurs.

La répétition permet comme le soulignait le philosophe Olivier Reboul de « faire sens ». Il s'agit d'un mécanisme qui suscite par essence la certitude, l'évidence. Ainsi, pour une large partie des récepteurs, les sondages sont considérés comme fiable, d'autant plus que

leur succession permet d'évaluer des tendances à la hausse ou à la baisse, dans une arithmétique qui présuppose une justification scientifique. Mais très peu de personnes sont vraiment au fait du processus arithmétique qui corrobore la fiabilité (relative) des enquêtes d'opinion.

Cette technique qu'est la répétition porte un nom, une expression qui fête cette année son centenaire : le « bourrage de crâne ». S'il s'agissait en 1917 d'une technique de propagande volontairement instituée pour conditionner l'esprit du peuple, en 2017 il pourrait plutôt s'agir de ce que le professeur Philippe Breton qualifie de « manipulation cognitive » mécanique (sans pour autant que cela soit nécessairement volontaire). Pour ce dernier, « le cadre manipulateur consiste à utiliser des éléments connus et acceptés par l'interlocuteur et à les réordonner d'une façon telle qu'il ne peut guère s'opposer à leur acceptation ».

En établissant un classement des candidats, les électeurs intègrent ce classement comme acté, ce qui polarise une élection de façon totalement différente de ce qu'elle serait sans ce classement.

Le législateur a donné une légitimité politique voire constitutionnelle aux instituts de sondage du fait du passage d'« égalité » à « équité » de temps de parole, ce qui permet aux médias

d'interpréter cette équité en fonction des sondages, et donc de donner beaucoup plus échos à des candidats qu'eux-mêmes définissent comme « grands » ou « sérieux ».

Sur les candidats sérieux, certains sont considérés comme plus « dangereux » ou à l'« néfaste » que d'autres par les électeurs, ce qui contribue à fabriquer le « vote utile » : voter pour un des favoris contre un autre malgré des affinités idéologiques parfois moins évidentes qu'avec d'autres candidats.

Dès lors, on comprend comment de simples estimations répétées par l'ensemble des médias dominants ont des effets d'agitateurs d'opinion. Ce cadrage contraignant stimule —s'il n'oriente pas— le vote.

En effet, l'exemple de ce « vote utile » est la position adoptée par une très grande partie de l'électorat contre le vote de conviction, qui est l'essence même de la démocratie dans ce qu'elle a de plus pur. Il s'agit donc là d'un mimétisme qui contribue à une dérive de l'idéal démocratique.

Prenons pour justification le résultat du 1er tour des élections présidentielles, en nous intéressant aux votes des candidats Mélenchon et Hamon.

Plus de 19% pour l'un, moins de 7% pour l'autre.

Que nous disaient les instituts de sondage à deux mois de l'élection ? Hamon était estimé à 17% d'intentions de vote, contre 11% pour Mélenchon.

Les deux hommes ont fait des campagnes différentes, dont la dynamique de l'engouement populaire a été progressivement ascendante pour le candidat de la France Insoumise et descendante pour le représentant du parti au pouvoir, dynamiques amplifiées par les sondages.

Ce constat est une constante dans toute élection, surtout les plus récentes. Prenons pour exemple la primaire de la droite et du centre : François Fillon, estimé à 10% d'intentions de vote, a bénéficié d'un engouement populaire dont la dynamique a été décuplée par l'annonce des derniers sondages précédant un

1er tour promis depuis plusieurs mois à M. Juppé et M. Sarkozy. Résultat : une écrasante victoire de M. Fillon à près de 40%.

En somme, les instituts de sondage sélectionnent en amont les candidats présidentiables au gré de leurs enquêtes. Dès lors, il convient de savoir si l'efficacité réelle de notre système de suffrage universel est directe, comme le souhaitait les Français à travers le référendum de 1962, ou si cette efficacité n'est pas sous influence. Aussi, dans la mesure où l'on peut considérer l'expression de la souveraineté populaire polarisée par les sondeurs, nous pouvons nous inquiéter d'une dérive de l'esprit de l'Article 3 de la Constitution de 1958, qui prévoyait notamment que « *La souveraineté nationale appartient au peuple qui l'exerce par ses représentants et par la voie du référendum. Aucune section du peuple ni aucun individu ne peut s'en attribuer l'exercice* ».

F.D.

La communication de crise de l'extrême-droite : triomphe de la facilité



L'extrême-droite française qui est représentée dans l'échiquier politique par le Front National est en proie à deux grands types de phases de pressions : positives (comme la qualification à un second tour mais avec le statut d'*outsider*) ou négatives (comme l'avènement d'une crise en cas de qualification). Face à ces situations, la gestion de l'événement et sa communication constituent une véritable marque de fabrique propre à l'extrême-droite. En premier lieu, notons la récurrence de l'accusation du système et des élites, prémisse du complotisme. Deuxièmement, la virulence de l'offensive des frontistes à l'encontre de leurs détracteurs surpasse la défense et pour un FN en proie aux affaires, voire à l'affairisme, « la meilleure défense, c'est l'attaque ».

Machination - Dans la crise concernant l'affaire de l'emploi fictif de son ancien garde du corps, Marine Le Pen et son entourage dénoncent une « *machination* » venue tout droit des responsables européens. L'argument est d'accuser l'Europe, qui est la source des plus vives critiques du Front National, d'être aux manettes de personnes qui ont délibérément sorti cette affaire à ce moment précis pour discréditer la sincérité de Mme Le Pen. C'est parce qu'elle représente la plus grande menace sur les institutions européennes que ses défenseurs trouveraient les plus vils moyens pour l'empêcher de leurs nuire. Cela contribue donc

à une stratégie de contre-attaque, par le dessin d'un complotisme europhile.

Déplacement du lieu du débat - Concernant la pression positive que constitue le second tour de l'élection présidentielle, Marine Le Pen reste sur sa rhétorique anti-système : accuser les médias, les intellectuels, en bref, les élites de « *rouler pour Macron* ». Ce dernier est d'ailleurs accusé d'être le fidèle représentant de la « *mondialisation sauvage* ».

Rumeur - On observe d'ailleurs ici un parallèle intéressant entre les rouages du complotisme et ceux de la rumeur. Comme nous l'avons vu dans l'article sur la gestion de la rumeur selon Macron (Observatoire en Campagne n°2), une rumeur est une excellente technique de déstabilisation qui se caractérise par sa simplicité de mise en œuvre et une très grande complexité pour la démentir.

Complot - Concernant la crise des révélations sur les emplois fictifs des parlementaires frontistes européens, l'idée est ainsi d'accuser les représentants des instances européennes de chercher à protéger leurs propres intérêts. Les soutiens de la candidate soutenue par le Front National nomment ces responsables et évoquent un passé trouble, souvent sans possibilité de vérifier ces dires, qui viendrait conforter cette idée.

Culot - L'extension logique de cette rhétorique est d'aboutir à assumer des erreurs en prétendant qu'elles furent volontaires, ce dans le but soi-disant de piéger les médias, assez stupides pour tomber dans le panneau.

Dans la crise des affaires d'emplois fictifs européens, certains cadres frontistes ont par exemple affirmé que ces emplois sont de simples provocations à l'encontre des institutions européennes qu'ils ne respectent pas. Durant l'entre-deux-tours, Marine Le Pen s'est illustrée par un plagiat incontestable d'un discours de Fillon : si les premières réactions frontistes, à chaud, récusaient ce parallèle, ils ont par la suite parlé d'un « *clin d'œil* » pour ensuite que Mme Le Pen au journal télévisé de TF1 du lendemain dise « *assumer ce clin d'œil, et puis ce buzz, disons-le, puisqu'il n'y a que ça qui vous fait courir* ». Pour justifier cette antithèse d'un discours de fond, elle indique « *ce discours a été entendu des centaines de fois* ». Or sans ce plagiat, il « *n'aurait pas été écouté ni entendu* ». Elle dérive ainsi sur le sujet de fond, qui était l'authenticité de ses discours.

Contre-vérité - Le paroxysme de cette stratégie communicationnelle en proie à la facilité rhétorique, souvent utilisée par l'extrême-droite dans une perspective populaire, est la tactique de la contre-vérité : il s'agit d'inverser les rôles et prêter à son adversaire le costume du porteur de maux de l'extrême-droite.

Lors de la crise sur les emplois fictifs européens, des frontistes ont accusé beaucoup de journalistes et de représentants européens de malhonnêteté et d'usurpation. La stratégie était alors de faire un parallèle avec l'affaire dit du *PenelopeGate* qui courait au même moment en prenant à témoin les Français sur un choix qu'ils auraient à faire : « *les Français savent faire la différence entre de vraies affaires et les fausses affaires* » martelaient Marine Le Pen et Florian Philippot. En ce qui concerne l'entre-deux-tours, la candidate affuble ainsi son adversaire des principales critiques qu'elle subit : il serait l'héritier de son père spirituel François Hollande, souhaiterait une France recroquevillée sur elle-même et, en outre, soutenu par des associations xénophobes, antisémites ou racistes. Lors du débat, elle estime que M. Macron

porte un « *projet peur* », « *extrémiste* » et d'être « *le candidat de la fermeture* ». Il s'agit donc là clairement d'une stratégie de contre-attaque de cour d'école : « *Toi-même, na !* ».

Connotation défavorable - Une des stratégies de communication de Marine Le Pen pour le second tour de l'élection présidentielle est d'affubler son adversaire d'un surnom contenant un adjectif péjoratif pour renvoyer une mauvaise image. Usage de la facilité linguistique pour optimiser les chances pour que cette critique devienne virale. On se souvient du « *crooked Hillary* » de Donald Trump : Marine Le Pen a choisi « *bébé Hollande* ». Cela renvoie d'une part la mauvaise image de la jeunesse et du manque d'expérience d'Emmanuel Macron, d'autre part les liens de proximité qui ont existés entre Macron et François Hollande, dont l'impopularité en tant que Président de la République a battu tous les records. Aussi, elle dépeint régulièrement l'ancien salarié de la banque Rothschild comme le « *suppôt de la mondialisation* » : quel meilleur moyen que celui de parler de « *suppôt* » pour assimiler Macron au majordome du diable ?

Évitement - Un troisième aspect de stratégie communicationnelle à relever chez Marine Le Pen est un appel à la logique pour lui donner raison.

Elle utilise dès lors les artifices de cette rhétorique, ce qui passe notamment par la sémantique. En effet l'emploi de certains mots est privilégié par Mme Le Pen, de manière presque abusive : ainsi s'aperçoit-on d'après les statistiques de l'indicateur Google Trends que le terme « *évidemment* » est plus souvent présent dans ses prises de parole que le terme « *économique* ». De la même façon, la candidate frontiste et ses porte-parole, refusent systématiquement tout débat sur le programme et préfèrent flatter les électeurs.

Sophisme - A propos de la crise sur la révélation des emplois fictifs : L'appel à l'évidence est appuyé par la facilité argumentative que représente le complotisme dont nous avons déjà parlé. Parce qu'il est difficile de démontrer en quoi le raisonnement complotiste est faux,

notamment du fait que les représentants de l'extrême-droite dénoncent des intentions, l'appel à la logique est une arme redoutable.

Images - Lors du second tour de l'élection présidentielle, loin de vouloir se confronter à M. Macron sur le fond, Marine Le Pen privilégie la forme. Cette dernière s'est illustrée sur des terrains caractéristiques de ce que M. Raffarin appelait « *la France d'en bas* », ou de ce que le Général de Gaulle qualifiait de « *la France qui se lève tôt* » : à un marché, sur un parking au milieu des grévistes de Whirlpool, dans un bateau de pêche, etc. Cette image la candidate au milieu *gens* lui permet de refléter celle de l'évidence d'une femme du peuple.

Action - De manière moins spécifique, le Front National choisi les mots et verbes d'action. Ainsi, on note l'omniprésence des verbes « *faire* », « *vouloir* », « *dire* », « *donner* » ou encore « *lutter* », « *rendre* » et « *protéger* ».

Puérile - Enfin, une des particularités de l'extrême-droite lorsqu'elle se trouve sous pression est de rappeler sa volonté de proximité avec le peuple : le fleurissement d'un langage populaire –voire infantile– est dans ce sens surexposé. C'est ainsi que tout récemment, dans le cadre de l'entre-deux-tours, Marine Le Pen a eu des propos comme « *Front Republicain tout pourri* », ou « *on serre le kiki des Français* ».

Notons enfin que ce particularisme à l'extrême-droite constituent une forme nouvelle de langage politique et représentent aux yeux de beaucoup une rupture avec le discours politique classique. La faculté du FN d'utiliser ces armes rhétoriques est terriblement efficace : ainsi pourrions-nous expliquer pourquoi les affaires d'emplois fictifs n'émaillent pas la campagne du second tour de Mme Le Pen au point que son adversaire n'en fasse plus étalage, et pourquoi la candidate de l'extrême-droite est passée de 29 à 41% d'intentions de vote en l'espace de trois jours.

FD., D.H.

Le mot du moment : Logorrhée

une interpretaris est. Diam oporteat apeirian nam ea, pro cu possim delenit. An quo dissidans. Sed assum bonorum menandri id. Est inani impedit ne. Ludus sanctus fuisset at mconsequat intellegam has at, enim vituperata id usu. Ubique oporteat cu vel, ex pro anirit. Pri et tota nominavi noluisse, vix sint eismod tractatos ad. Esse convenire pri eu, qui it tacimates ut, cu summo verear nec. Ea ius vidisse eligendi temporibus. Sea ne feugait it. Atomorum rationibus cu pro, an cum mundi suscipit. Te nam luptatum eleifend, labor ta mel ut. Munere mucius albucius at sea, paulo quaerendum ullamcorper vim an. Vix lo n ad, qui saepe virtute legendos ex, per nibh sonet zril ex. Lorem ipsum dolor sit amet, e ta persequeris, vix dicant mucius interpretaris an. In nec doctus verear, cum constituam trastus ei, at vel elit legimus incorrupte. Sit in dicant maiestatis, ad sea intellegam referre a feugait mediocritatem. Mea justo error essent ut. Eu duo sumo quando quidam, has id s. An nam melius commodo abhorreant, sit no vide explicari. Oblique fabulas philosophinam graeci essent vix at, alia minim sensibus nam no, cu commune interpretaris est. Dia at apeirian nam ea, pro cu possim delenit. An quo dissentiet reformidans. Sed assum bo dri id. Est inani impedit ne. Ludus sanctus fuisset at mei. Habeo consequat intellegam hatuperata id usu. Ubique oporteat cu vel, ex pro animal detraxit. Pri et tota nominavi nolu eismod tractatos ad. Esse convenire pri eu, qui doctus offendit tacimates ut, cu summ

« *Vous allez continuer votre logorrhée, comme vous le faites à longueur d'intervention ?* » s'exclamait le candidat Macron à l'encontre de son adversaire.

Mettons-nous à la place d'un spectateur moyen et rendons à Marine ce qui est à Le Pen : celui-ci a été habitué à un langage familier tout au long de la campagne de Marine Le Pen, au sein même de ce traditionnel illustre débat. Entre les classiques « *c'est fini là ?* » ou l'emploi excessif de l'adjectif « *nul* » (preuve cela dit que Marine Le Pen a lu avec attention l'édito « *nuls !* » de l'Observatoire en Campagne n°5), l'usage d'un vocabulaire d'amphithéâtre par Emmanuel Macron contraste avec le quotidien de la rhétorique politique.

Logorrhée décrit un trouble, une manie qui consiste à jaboter sans cesse, désignée comme de l'incontinence verbale, propre ou impropre à un débat de second tour, certes, irrévérencieux entre deux néophytes, débat saupoudré de perlimpinpin !