

## « Le poing et la rose », un symbole devenu encombrant ? Retour sur la saga d'un logo (1970-2017)

Frédéric Cépède

### L'auteur

Historien, journaliste, Frédéric Cépède est secrétaire de rédaction des publications de l'Office universitaire de recherche socialiste (OURS). Cet article constitue le second volet de l'article « Le poing et la rose, la saga d'un logo » (*Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 49, janvier-mars 1996, p. 18-30). Il a notamment dirigé, avec Noëlline Castagnez, Gilles Morin, Anne-Laure Ollivier, *Les socialistes français à l'heure de la Libération : perspectives française et européenne, 1943-1947* (Paris, L'OURS, CHS du XX<sup>e</sup> siècle, Paris 1, 2016).

### Résumé

Adopté en 1971, le logo « le poing et la rose » marque l'entrée des socialistes français dans l'ère de la communication politique, enrichit leur univers symbolique d'une fleur et s'accompagne d'un geste – brandir une rose – que la victoire de Mitterrand en 1981 magnifie. Repris par de nombreux PS européens, il a été depuis délaissé, et subsiste comme trace de son impact à travers sa rose rouge encore très présente. Par deux fois depuis les années 2000, le PS a changé de logo, sans pour autant abandonner l'image du poing et de la rose : un choix dicté par la fidélité des socialistes à une histoire, ou par les agences de communication ? Observer le sort que les socialistes réservent à leur symbole peut éclairer leurs difficultés, d'hier à aujourd'hui, à montrer ce qu'ils sont et à tracer le chemin qu'ils veulent emprunter.

**Mots clés :** socialisme ; Parti socialiste ; communication politique ; symbolique politique ; sémiologie.

### Abstract

Adopted in 1971, the fist and rose logo marked French Socialists' entry into the world of political marketing, added a flower to their symbolic universe and was accompanied by a gesture – the brandishing of a rose – that seemed magnified by Mitterrand's victory in 1981. Adopted by many European socialist parties, it has since been abandoned, its impact living on only in the still widespread use of the rose. The French Socialist Party has changed its logo twice since the year 2000 without for all that abandoning the image of the fist and the rose. Was this choice dictated by fidelity to their history or by marketing agencies? Examining the fate of this symbol allows one to shed light on the difficulties – past and present – confronting the Socialist Party as it attempts to show what it stands for and the path it wishes to take.

**Keywords :** Socialism, Socialist Party, political marketing, political symbolism, semiology.

**Pour citer cet article :** Frédéric Cépède, « "Le poing et la rose", un symbole devenu encombrant ? Retour sur la saga d'un logo (1970-2017) », *Histoire@Politique*, n° 36, septembre-décembre 2018 [en ligne, [www.histoire-politique.fr](http://www.histoire-politique.fr)]

En octobre 2016, les militants socialistes ont découvert, un peu surpris, le nouveau logo de leur parti (Ill. 1)<sup>1</sup>. Dans un cadre rectangulaire blanc (ou transparent), apparaît sur la gauche le poing et la rose « traditionnel », adopté au congrès d'Épinay en 1971, dans une graphie stylisée, pétales rouges, feuilles vert pâle, avec à sa droite les initiales PS en gras et rouge, et, formant une sorte de socle, l'expression « Social-Écologie » (Social sous le poing et la rose, Écologie en gras sous le nom du parti). Derrière ces éléments, une large feuille vert pâle<sup>2</sup> occupe l'espace, semblant vouloir surligner la place que l'écologie tient désormais dans le message et les objectifs du Parti socialiste (PS). Ce changement, qui tient plus d'une réinterprétation des éléments précédents que d'une innovation graphique radicale, n'a été accompagné ni d'explications ni d'une véritable contestation, bien d'autres sujets plus importants sans doute aux yeux des socialistes les mobilisant depuis quelques mois – déchéance de la nationalité, loi El Khomri, opportunité des primaires en vue des élections présidentielles de l'année suivante.



**Ill. 1 : Le logo du Parti socialiste adopté en 2016 (Coll. OURS). © Droits réservés.**

Nous avons montré, dans un article paru en 1996<sup>3</sup>, l'importance du « poing et la rose » dans la « révolution communicationnelle<sup>4</sup> » du PS à partir de 1971. Ce logo a accompagné la marche à la victoire de François Mitterrand en 1981. Il a enrichi l'univers symbolique politique<sup>5</sup> des socialistes français d'une couleur métaphorique, le rose – le rouge restant privilégié dans sa palette graphique –, et d'une gestuelle spécifique : tenir une rose à la main à la fin d'un meeting, d'un congrès, d'une manifestation. Dans les années 1980-1990, l'image de la rose devient prépondérante dans la communication du PS, le poing, symbole de lutte, se faisant plus discret. Cette pacification de l'image des socialistes marque à la fois sa transformation de parti contestataire (de « rupture », disait François Mitterrand au congrès d'Épinay) en parti de gouvernement, et le rôle des professionnels de la communication dans la

<sup>1</sup> La charte graphique de ce logo est consultable sur le site du PS : <http://www.parti-socialiste.fr/charte-graphique>.

<sup>2</sup> Certains militants et sympathisants « grognons » ont reconnu là une feuille de salade, et d'autres une planche à voile (témoignages recueillis par l'auteur).

<sup>3</sup> Frédéric Cépède, « Le poing et la rose. La saga d'un logo », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 49, janvier-mars 1996, p. 18-30. Sur l'intérêt de l'histoire des signes politiques, voir notamment : Denise Turrel, Martin Aurell, Christine Manigand, Jérôme Grévy, Laurent Hablot et Catalina Girbea (dir.), *Signes et couleurs des identités politiques. Du Moyen Âge à nos jours*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2008, 540 p.

<sup>4</sup> Pierre-Emmanuel Guigo, « Au nom de la rose. La révolution communicationnelle des années 1970 », dans Noëlline Castagnez et Gilles Morin (dir.), *Le Parti socialiste d'Épinay à l'Élysée, 1971-1981*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2015, p. 307-324.

<sup>5</sup> Sur l'importance de la symbolique politique, cf. Philippe Braud, *L'émotion en politique*, Paris, Presses de Science Po, 1996, 256 p.

« fabrication » de son image<sup>6</sup>. En Europe, c'est une rose seule qui symbolise au début des années 1990 le combat des socialistes. Tout au long de ces années, la présence ou la disparition du poing et de la rose dans les outils de propagande (affiches, tracts, journaux, brochures, etc.) du PS ou de ses responsables révèlent les crises politiques identitaires des socialistes

Comme le signalent, au début de la campagne pour l'élection présidentielle de 2017, les mises en scène par Marine Le Pen de son slogan et de son logo la « rose bleue couchée »<sup>7</sup> et par Jean-Luc Mélenchon du signe de ralliement « phi » de la France insoumise<sup>8</sup>, les symboles conservent un réel pouvoir de mobilisation et d'identification en politique. Compte tenu du rôle joué par « le poing et la rose » dans l'histoire récente du PS, comment faut-il analyser la dernière modification adoptée discrètement ? Ce symbole serait-il devenu, comme le sparadrap du capitaine Haddock, un élément de leur passé dont il leur serait désormais impossible de se débarrasser ? Ils le changent, le modifient, mais il reviendrait les hanter, témoin d'une histoire glorieuse aujourd'hui dépassée.

Les relations entre les socialistes et leurs symboles n'ont jamais été simples. Elles révèlent, selon les époques, les tensions entre l'image que le PS veut donner de lui et le « ressenti » (pour ne pas dire l'identité) de ses militants. Elles incitent donc à ne pas négliger les évolutions qui se manifestent en ce domaine, d'autant qu'elles anticipent souvent les crises qu'ils traversent. Alors que de nombreux partis socialistes européens qui avaient adopté « le poing et la rose » les ont abandonnés, que signifie finalement l'« attachement » des socialistes français à leur logo ? Après un rapide rappel des transformations de l'univers symbolique des socialistes depuis ses origines, nous proposons, vingt ans après, un deuxième épisode à la saga du logo choisi à Épinay, en examinant sa place dans la communication d'un parti de gouvernement qui depuis vingt ans alterne belles victoires (élections législatives 1997, élections régionales 2012, élection présidentielle 2012) et lourdes défaites électorales (élections législatives 1993, élections européennes 2009, élections présidentielles et législatives 2017).

## Du drapeau rouge aux trois flèches

Dans la panoplie des symboles socialistes – ils ont aussi un drapeau, rouge, un hymne, une « constitution » avec leurs déclarations de principes et statuts, des devises, des dates clés, des héros, des martyrs, etc. –, on trouve, depuis les premiers pas des partis organisés, le soleil levant, la Marianne virile, l'ouvrier aux manches relevées, le drapeau rouge, l'Églantine – la rose sauvage chère aux

<sup>6</sup> Sur cet aspect, voir les travaux de : Fabrice d'Almeida, *Images et propagande*, Paris, Casterman 1995 ; Laurent Germain, *Images, une histoire mondiale*, préfacé par Jean-Yves Moirin, Paris, Nouveau Monde éditions/CNDP, 2008 ; Christian Delporte, *Une histoire de la séduction politique*, Paris, Flammarion, 2011.

<sup>7</sup> Le 16 novembre 2016, Marine Le Pen a présenté, lors d'une conférence de presse, son nouveau logo de campagne : une rose bleue couchée du côté gauche, séparant son prénom « Marine » – en majuscules bleues et en italiques, placé au-dessus – de son objectif, « Présidente » – inscrit en minuscules grisées juste en dessous. [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=27&v=W6AicZ3y9Zg](https://www.youtube.com/watch?time_continue=27&v=W6AicZ3y9Zg) (vidéo postée le 16/11/2016). [Tous les liens internet cités dans cet article étaient en service le 28 octobre 2017].

<sup>8</sup> En janvier 2017, Jean-Luc Mélenchon est parti à la bataille présidentielle avec un nouveau symbole, la lettre grecque « Phi », qui sonne comme FI, les initiales de la France insoumise, nom de son nouveau parti : Phi comme philosophie, savoirs, renvoyant à la patrie qui vit naître la démocratie, et bien d'autres significations qu'il explique dans une vidéo mise en ligne sur le site Internet de son Parti. <https://lafranceinsoumise.fr/2017/01/23/faites-connaître-le-phi-%CF%86/>.

internationalistes –, mais aussi le coquelicot<sup>9</sup>. Unifiés en France en 1905 dans le Parti socialiste-Section française de l'Internationale ouvrière (SFIO), les socialistes se dotent d'un insigne officiel emprunté au Parti ouvrier français de Jules Guesde : un soleil levant avec dorénavant les initiales SFIO. Quelques années plus tard, l'insigne du drapeau rouge avec les lettres PS dorées le remplace, la SFIO continuant à utiliser d'autres signes de reconnaissance et d'appartenance. À partir de 1934, elle ajoute à sa panoplie « les trois flèches » (« inventées » quelques mois plus tôt par Serge Tchakhotine pour barrer les croix gammées nazies sur les murs) et le poing levé<sup>10</sup>, participant à ces nouvelles mises en scène du politique de l'ère des masses, et de la contagion des symboles et des pratiques entre les grandes idéologies. Mais ces signes guerriers, surtout utilisés par les jeunes ou par les courants les plus à gauche de la SFIO, et notamment dans la fédération de la Seine, heurtent une partie de la direction qui en reste à une conception traditionnelle et donc pédagogique de la propagande : faire de la formation et de l'éducation.

Au sortir de l'Occupation, en novembre 1944, pour marquer la rupture avec le Parti socialiste de Paul Faure qui s'est auto-dissous en juillet 1940, la nouvelle direction issue de la Résistance, après avoir hésité à changer de nom, adopte un nouvel insigne qui établit son double caractère socialiste et républicain : un bonnet phrygien avec cocarde tricolore et lettres PS enlacées. Mais quelques semaines plus tard, il est rejeté par les militants qui le jugent trop proche de celui du Parti radical. Après quelques mois de discussion, la SFIO choisit en mai 1945 comme nouvel insigne officiel les trois flèches, qui ont le mérite de faire du neuf avec du vieux, mais affirment aussi un parti prêt au combat à un moment où la pression du PCF est forte. Elles vont désormais apparaître sur toutes les affiches<sup>11</sup>, les tracts, les banderoles de la SFIO au moins jusqu'au milieu des années 1960. Mais la symbolique républicaine reste aussi très présente dans la propagande socialiste<sup>12</sup>, le *Bulletin intérieur de la SFIO* arborant, à sa une, une Marianne coiffée d'un bonnet phrygien s'inscrivant en surimpression sur les trois flèches. À partir de 1965, et de la longue marche à l'unité socialiste, les trois flèches ont tendance à disparaître. Le PS signe désormais ses affiches des quatre lettres SFIO, s'y accrochant désespérément à un moment où les militants des clubs ou partis nés de scissions-recompositions dans la gauche non communiste durant les années 1956-1960 en font un parti repoussoir. Il est sur le repli et, en dehors des élections, fait peu de campagnes de propagande, manifeste peu son identité sur le terrain.

<sup>9</sup> Sur la gauche, la symbolique républicaine et Marianne, voir les trois volumes pionniers de Maurice Agulhon, *Marianne au combat. L'imagerie et la symbolique républicaines de 1789 à 1880* ; *Marianne au pouvoir (1880 à 1914)* ; *Les Métamorphoses de Marianne (de 1914 à nos jours)*, Paris, Flammarion, 1979, 1989, 2001. Voir également Frédéric Cépède et Gilles Morin, « Les socialistes et la symbolique républicaine, XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle », p. 97-110, dans Gérard Monnier et Évelyne Cohen (dir.), *La République et ses symboles. Un territoire de signes*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2013, 439 p.

<sup>10</sup> Philippe Burrin, « Poings levés et bras tendus. La contagion des symboles au temps du Front populaire », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 11, juillet-septembre 1986, p. 5-20. Gilles Vergnon, « Le « poing levé », du rite soldatique au rite de masse. Jalons pour l'histoire d'un rite politique », *Le Mouvement social*, n°212, 2005, p. 77-91.

<sup>11</sup> Les illustrateurs Paul Ordner, Paul Colin, Robert Fuzier, Anri Ubair, Henri Monier, Sujoy... les intègrent dans leurs compositions soit pour indiquer une direction, sur un panneau ou dans le ciel. Voir notre article : « Réforme ou révolution, quelles images pour le socialisme ? Regard sur un siècle d'affiches socialistes », dans *Histoire@Politique*, n° 13, janvier-avril 2011 [en ligne].

<sup>12</sup> Frédéric Cépède et Gilles Morin, « Les socialistes et la symbolique républicaine, XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle », *op. cit.*

## Les années « le poing et la rose »

En 1966-1968, la SFIO se projette dans la Fédération de la gauche démocrate et socialiste (FGDS), puis dans le nouveau Parti socialiste en 1969. À la tête de la nouvelle organisation, que la majorité de la Convention des institutions républicaines (CIR) de François Mitterrand a refusé de rejoindre, Alain Savary privilégie le fond sur la forme. Mais il peine à marquer la rupture avec la SFIO, négligeant les questions de communication au profit du « projet socialiste », et du dialogue idéologique avec le PCF. Le Centre d'études, de recherches et d'éducation socialiste (CERES) de Jean-Pierre Chevènement développe à Paris, dont il a conquis la fédération, son propre symbole au premier semestre 1970, popularisé par une affiche lors des élections municipales de mars 1971 dans la capitale. À gauche du message, « Contre les profiteurs, Parti socialiste, prenez votre ville en main », apparaît le dessin d'un poing tenant une rose rouge, fruit de réflexions collectives traduites graphiquement par Yann Berriet, et dessiné par Marc Bonnet (ill. 2).



Ill. 2. Affiche de la fédération de Paris du PS pour les municipales de 1971 (coll. OURS). © Droits réservés.

En 2010, Didier Motchane, l'un des fondateurs du CERES, en revendique – « dans un mouvement de vanité ingénue » – la paternité dans son *Voyage imaginaire à travers les mots du siècle* :

« Qu'avons-nous apporté aux socialistes (quand je dis nous, j'entends ici la petite troupe du CERES, et quand je dis *les socialistes*, j'entends à la fois les militants d'une SFIO, en fin de vie, héritiers d'un fonds de commerce quasi endormi dont l'enseigne, naguère prestigieuse, tombait en lambeaux, et les militants socialistes d'aujourd'hui) ? Nous leur avons apporté "le poing et la rose", le programme commun de gouvernement, c'est-à-dire à la fois un projet de changement social et politique, l'union de la gauche et l'esprit d'un réalisme eschatologique. Nous leur avons apporté enfin, cerise sur le gâteau, « l'importation » de François Mitterrand. En somme, des buts de guerre, une stratégie et les moyens de l'organiser : aux socialistes, sinon au socialisme bien sûr, nous avons fait redécouvrir une raison d'être, nous l'avons fait revivre à leurs propres yeux et dans le sentiment des Français. [...] J'avais "inventé"



cet emblème, en demandant à un graphiste de nos amis, Berriet, d'en dessiner le logo<sup>13</sup>. »

Paternité qui lui est reconnue dans les articles de *Libération* et du *Monde* notamment parus au lendemain de sa mort, le dimanche 29 octobre 2017, mais qui est également revendiquée par d'autres membres du CERES, club qui fonctionnait comme un intellectuel collectif (les articles n'étaient pas signés dans les revues du CERES). Didier Motchane oublie aussi de signaler que le dessin a été réalisé par Marc Bonnet<sup>14</sup>.

Ce symbole combine donc des éléments déjà présents dans la boîte à outils des socialistes, le poing, et une fleur rouge, la rose, plus « bourgeoise » que l'églantine, et s'inscrivent dans l'imagerie née sur les murs et les affiches en mai 68, avec un regard jeté aussi outre-Atlantique vers l'affiche de Woodstock (la main qui serre le manche d'une guitare). En septembre 1971, après le congrès d'Épinay, le CERES « offre » son symbole au PS qui en fait un outil de propagande. Il impose son retour sur le terrain en déclinant ce symbole sur tous ses supports (affiches, autocollants, tracts, banderoles, brochures, etc.), et en utilisant des métaphores sur la rose dans ses discours. François Mitterrand lui-même en donne la définition : le poing pour les luttes, passées, présentes et futures, et la rose, pour l'espoir, le bonheur, et la volonté de changer la vie<sup>15</sup>). Les paroles de l'hymne du PS, *Changer la vie*, créé en 1977, proclament « tendons la rose rouge ». « Le poing et la rose » devient alors un véritable logo, rigoureusement codifié : il est précisé dans les brochures de propagande<sup>16</sup> qu'il ne faut pas le modifier, qu'il est bicolore et donc que ses feuilles restent blanches. Il va accompagner le développement du PS, renouvelant la « geste » socialiste (brandir ou offrir des roses en fin de congrès, etc.), inventant une nouvelle couleur politique (de la rose au rose comme couleur non revendiquée des socialistes), et un nouveau récit<sup>17</sup>. Il est repris par les socialistes espagnols, portugais, belges, par l'Internationale socialiste, à l'identique ou modifié. Et il se décline et se métamorphose : la rose aux étoiles du Parti socialiste européen (PSE) dans les années 1990 traduit la victoire de la rose sur le poing, affichant le caractère réformiste et européen des sociaux-démocrates européens.

Après les années soleil et drapeau rouge (1905-1944), les deux logos les trois flèches (1944-1969) puis « le poing et la rose » (depuis 1971) identifient et opposent deux périodes de la « communication » des socialistes. Ce n'est donc pas la première fois qu'ils changent ainsi l'« image » de leur parti, et ces changements ont toujours une signification politique et « communicationnelle ». Si la fin de la SFIO s'accompagne de la disparition des trois flèches, l'évolution du PS en parti de gouvernement depuis 1981 pose également la question du maintien de son logo en l'état. En 1992, Joseph Daniel, conseiller en communication, alors directeur du cabinet de Laurent Fabius, premier secrétaire du PS, dont la carrière politique s'appuie sur sa maîtrise

<sup>13</sup> Didier Motchane, *Voyage imaginaire à travers les mots du siècle*, Paris, Fayard, 2010, p. 254-255.

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> <http://fresques.ina.fr/miterrand/fiche-media/Mitter00110/francois-mitterrand-explique-le-choix-de-l-embleme-du-ps.html>

<sup>16</sup> *La communication politique et ses techniques*, Parti socialiste, supplément à la *Nouvelle Revue socialiste* n° 27, novembre 1977, 120 p. ; *La communication politique et ses techniques*, 2<sup>e</sup> édition revue et augmentée, Parti socialiste, supplément à la *Nouvelle Revue socialiste*, n° 44, janvier 1980, 140 p.

<sup>17</sup> Noëlline Castagnez, « La mémoire au service de la conquête du pouvoir », dans Noëlline Castagnez et Gilles Morin (dir.), *Le Parti socialiste d'Épinay à l'Élysée, 1971-1981*, op. cit., p. 59-76.

des médias<sup>18</sup>, mène une réflexion sur un nouveau « relookage » du sigle, « qui aurait lui aussi impérativement conservé et le poing des combats et la rose de l'espérance<sup>19</sup> ». En 1993, au lendemain de la lourde défaite des socialistes aux élections législatives, Michel Rocard, nouveau premier secrétaire, tente de faire disparaître le poing et la rose, lui préférant un soleil levant jaune pour accompagner les États généraux, comme il avait décidé – avec plus de succès – de renuméroter les congrès depuis le premier de 1905 (et de ne plus les nommer uniquement par le nom de la ville où il s'est tenu). Cette rupture avec le PS d'Épinay, et cette volonté de réinscrire l'histoire du PS dans le temps long heurte les mitterrandistes. L'une des premières décisions d'Henri Emmanuelli, devenu premier secrétaire l'année suivante après l'échec des socialistes aux élections européennes, est de réintroduire le poing et la rose dans la communication interne du PS et sur les affiches. On ne touche pas impunément aux symboles.

De même, s'il y a parfois des réactions de militants pour porter ou critiquer le symbole, jamais la direction ne l'a fait approuver, ni n'a sollicité ses militants sur l'opportunité d'un changement : l'image du Parti « appartient » à sa direction. C'est ce que l'on constate aussi dans la palette des couleurs pour les campagnes électorales. Aux élections législatives de 1988, les socialistes utilisent le bleu de la campagne victorieuse de François Mitterrand, puis, en 1993, la couleur orange, puis différents verts pour les campagnes présidentielles (1995) puis législatives (1997) conduites par Lionel Jospin, avant que François Hollande ne reprenne le rouge pour les élections européennes de 1999. Le PS s'y tient désormais pour ses campagnes nationales. Notons, enfin, que la fédération de Paris a, contre les usages – mais on sait que ce parti est, d'après ses statuts, une fédération de fédérations – mis depuis des années du vert dans les feuilles de la rose du logo. Les campagnes présidentielles ont également été propices à l'exploration d'autres univers symboliques et graphiques<sup>20</sup>. Jusqu'au début des années 2000, le groupe socialiste à l'Assemblée nationale utilise dans sa communication et à la une de son bulletin « le poing et la rose » dans sa version originale. En 2003, un logo spécifique est créé en « assemblant » les deux tiers gauche du « poing et la rose » avec les deux tiers du bâtiment de l'Assemblée nationale (côté Seine) (Ill. 3).

<sup>18</sup> Agnès Chauveau, « La communication audiovisuelle de Laurent Fabius Premier ministre (juillet 1984-mars 1986) », *Bulletin de l'IHTP*, n° 10, 1989. La communication de l'ancien Premier ministre de François Mitterrand (1984-1986) est l'objet d'une thèse en cours de Léa Pawelski : « Laurent Fabius en politique. Communication politique, discours et idées. 1978-2006 », université de Rouen, sous la direction de Ludvine Bantigny, Christian Delporte (Université de Versailles Saint Quentin) et Olivier Feiertag.

<sup>19</sup> Joseph Daniel, conseiller en communication, membre de la commission propagande-communication du PS dans les années 1970, a dirigé le SID (actuel SIG : service d'information du gouvernement) de 1981 à 1986. Courriel de Joseph Daniel à l'auteur, 4 mars 2010.

<sup>20</sup> Le bleu dans la campagne présidentielle de 1988 de François Mitterrand a été repris par le PS lors des élections législatives suivantes. De même, en 1995, le candidat Lionel Jospin fait campagne sur des fonds vert d'eau et orange, le PS lors des législatives suivantes affichant un vert franc. Ces affiches sont en ligne sur le site <https://www.archives-socialistes.fr>. Cf. également, Barbara Atlan, *Politiques, affichez-vous !*, préface de Roland Canu, Paris, L'Harmattan, 2012, 141 p.



**Ill. 3. Le logo du groupe socialiste à l'Assemblée nationale, 2003-2010.**  
Coll. OURS. © Droits réservés.

Il autorise ainsi une double lecture : soit une « conquête » de l'Assemblée par les socialistes, soit une dilution des socialistes dans l'Assemblée. À partir de 2010, le groupe socialiste se passe du « vieux » logo pour un visuel spécifique, un arc de cercle violet symbolisant l'hémicycle, avec au centre un rond vert pour marquer l'attachement à l'écologie, l'intitulé du groupe en lettres rouges, le rouge à lui seul rappelant sa couleur politique (sauf à lire dans l'arc de cercle un retour au soleil levant qui renverrait aux origines du mouvement socialiste, Ill. 4). Du côté des sénateurs socialistes, « le poing et la rose » s'inscrit depuis 1989 à la une de leur bulletin, en surimpression sur un visuel stylisé du toit du Palais du Luxembourg, puis à partir des années 2010 avec, en surimpression, la lettre S<sup>21</sup>.



**Ill. 4. Le logo du groupe socialiste à l'Assemblée nationale, 2013 (Coll. OURS).**  
Droits réservés.

## Le destin du poing et la rose à l'échelle européenne

Durant les années 1990 et au début du XXI<sup>e</sup> siècle, de nombreux partis socialistes ou sociaux-démocrates européens qui avaient adopté dans les années 1970 « le poing et la rose » tournent cette page. La rose reste présente dans les emblèmes ou logos de la moitié des partis du PSE, mais le poing ne résiste qu'en France, en Espagne et aux Pays-Bas, où il se place au cœur de la rose, discrètement, de façon quasi subliminale. Une exception au Portugal, où le poing est seul dressé. Cette victoire de la rose semble traduire graphiquement la transformation de ces organisations en partis tournés vers l'exercice du pouvoir, en partis de gouvernement. Elle accompagne une pacification de la vie politique dans les démocraties européennes<sup>22</sup>. Alors que les thèses de la « troisième voie » modernisatrice portées par le New Labour de Tony

<sup>21</sup> Depuis 2014, le groupe socialiste du Sénat n'édite plus de bulletin. Les informations sont diffusées sur son site Internet, où le visuel avec le poing et la rose est visible. <http://www.senateurs-socialistes.fr>.

<sup>22</sup> Christain Delporte, Laurent Gervereau, Denis Maréchal (dir.), *Quelle est la place des images dans l'histoire ?*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2008, rééd. 2015, 480 p.



Blair et le SPD de Gerhard Schröder gagnent du terrain en Europe du Nord<sup>23</sup>, la simplicité des logos de leurs partis, des carrés rouges avec l'acronyme en lettres blanches, séduit de nombreux partis (l'autrichien SPÖ, le finlandais SDP, le flamand SPA, l'espagnol PSOE, combiné avec le poing et la rose).

Dans le cas du changement d'emblème du Parti socialiste belge en 2002, un travail collectif a été entrepris par l'équipe du graphiste Thierry Brunfaut qui propose un retour au signe de ralliement originel des socialistes : le drapeau rouge<sup>24</sup>. Elio Di Rupo, élu président du Parti en octobre 1999, veut changer l'emblème adopté deux ans plus tôt, une rose sans le poing qui a fortement déplu aux militants. Après une véritable réflexion collective, le nouvel emblème qu'il propose est dévoilé le 13 janvier 2002 devant le congrès extraordinaire réuni pour l'approuver. On relève quelques rares réactions négatives à la disparition de la rose. Cette rénovation graphique a été menée au grand jour, en comparant les logos des autres partis européens. Un diaporama, présenté à l'occasion du congrès, détaille le processus politique et graphique, la lisibilité des symboles du SPD, du SPÖ – des carrés rouges avec l'acronyme du parti s'inscrivant en blanc – sert de modèle. Elio Di Rupo, dans son discours, en reprend les principaux éléments et invite les militants à se l'approprier, à le diffuser partout :

« La fidélité à notre passé s'exprimera donc désormais par la symbolique de la couleur, le rouge, et par la symbolique du drapeau qui était déjà le principal signe de ralliement aux temps de Jaurès et de Vandervelde.

La primauté de nos valeurs sera symbolisée par l'affirmation du "S" de socialisme, par rapport au "p" de parti qui se fait plus humble. Le désir de changer le monde l'emporte sur la structure ! Nous sommes socialistes, progressistes, de gauche, bien avant d'être "du parti". Toutes les sensibilités qui partagent nos valeurs doivent pouvoir "se retrouver" dans l'expression emblématique de ce que nous sommes. Notre modernité se manifesterá par un style contemporain, clair et lisible. Ainsi conçu, notre nouvel emblème réaffirmera avec éclat, notre identité et nos valeurs<sup>25</sup>. »

Pour les socialistes belges, le choix d'un nouvel emblème est une affaire sérieuse, elle concerne les militants et mérite qu'on lui accorde du temps.

L'Internationale socialiste n'a, quant à elle, pas changé de logo depuis qu'elle a adopté en 1979 « le poing et la rose » dans une version stylisée, et en trois couleurs (rouge, vert, noir). Peut-on émettre l'hypothèse qu'il s'agit plus en l'occurrence de la force de l'habitude que d'une véritable adhésion à un symbole qui réunirait toujours les socialistes ?

## 2010 : un nouveau logo, pour quoi faire ?

Au lendemain de l'élection présidentielle perdue de 2007 (succédant au choc du 21 avril 2002), le Parti socialiste affronte une nouvelle crise. Les tensions nées de la primaire socialiste remportée par Ségolène Royal sont vives : ses « transgressions » (ses discours sur l'ordre juste, le drapeau bleu blanc rouge, la Marseillaise...) par

<sup>23</sup> Thibaut Rioufreyt, *Les socialistes français face à la Troisième voie britannique*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2016.

<sup>24</sup> Frédéric Cépède, « Des symboles, des logos, des images. À la recherche de l'Europe des socialistes », *Recherche socialiste*, n° 26, janvier-mars 2004, p. 63-77. Nous résumons ici quatre pages de cet article consacrées au travail entrepris par le PS Belge.

<sup>25</sup> *Ibid.* Signalons que le texte du discours de Elio Di Rupo repris ici de cet article n'est plus consultable sur le site du PS belge en octobre 2017.

rapport à une identité socialiste traditionnelle et leur instrumentalisation par ses adversaires ont bousculé les militants socialistes. Avec l'élection mouvementée de Martine Aubry à la tête du PS au lendemain du congrès de Reims en 2008, l'hypothèse d'un changement de nom du Parti, portée par Manuel Valls et Ségolène Royal notamment, s'éloigne, mais la nécessité de faire évoluer le parti, de marquer le changement tout en maintenant ses « valeurs » s'impose : un nouvel organigramme, la création d'un groupe d'experts pour alimenter un « Laboratoire des idées », la perspective de primaires ouvertes pour désigner le candidat des socialistes à la prochaine élection présidentielle témoignent de cette volonté de renouvellement des idées et des pratiques. Changer le logo du parti peut aussi être un moyen de signifier cette nouvelle étape. En mars 2009, la campagne contre la politique de Nicolas Sarkozy sur le thème du « printemps des libertés » – renvoyant au « printemps des peuples et à février 1848 – donne lieu à une nouvelle déclinaison du « poing et la rose », avec des feuilles de couleurs éclatantes « s'épanouissant » autour de lui (Ill. 5). La métaphore graphique – les cent fleurs de la révolution chinoise ?, des idées essaimées – peut déjà surprendre, mais une autre interprétation de ce visuel peut ramener les esprits sarcastiques au congrès de Rennes du PS en mars 1990.



**Ill. 5. Dépliant : le printemps des libertés, 22 mars 2009 (Coll. OURS).  
© Droits réservés.**

De sombre mémoire socialiste, celui-ci s'était terminé dans la confusion symbolisée par les images (photographies, et reportages aux journaux télévisés du soir) du premier secrétaire Pierre Mauroy, debout à la tribune, une rose à la main dont les pétales se détachaient un à un<sup>26</sup>. Mais, en 2009, il ne s'agit pas encore d'abandonner « le poing et la rose ». C'est chose faite en janvier 2010. Le nouveau logo s'affiche à la une de *L'Hebdo des socialistes*<sup>27</sup> qui change au même moment de format et de formule : le petit magazine de poche d'une trentaine de pages, adopté fin décembre 2006<sup>28</sup> pour accompagner la campagne présidentielle de Ségolène Royal, se transforme en un document de quatre pages au format A4, proposé en version électronique envoyée par courriel aux militants qui le souhaitent, ou téléchargeable sur le site du PS. Ce changement entend placer les socialistes sous le signe d'un nouveau départ, d'une « reconquête » comme l'annonce la Première secrétaire

<sup>26</sup> Rémi Lefebvre, « Pierre Mauroy, premier secrétaire à l'épreuve de la présidentialisation du Parti socialiste », actes de la journée d'étude « Pierre Mauroy et François Mitterrand. Une longue histoire (1965-2013) » organisée à Lille, le 19 juin 2015, par la Fondation Jean-Jaurès, l'Institut François Mitterrand et Sciences Po Lille, publiés sur le site de la FJJ. <https://jean-jaures.org/nos-productions/pierre-mauroy-premier-secetaire-a-l-epreuve-de-la-presidentialisation-du-parti>

<sup>27</sup> *L'Hebdo des socialistes*, n°553, 9-15 janvier 2010.

<sup>28</sup> *L'Hebdo des socialistes*, n°429, 30 décembre 2006.

Martine Aubry à deux ans de la prochaine élection présidentielle de 2012. Sa réalisation aurait coûté 20 000 euros, selon *Le Parisien* du 19 janvier 2010. Comme s'il se défendait de toucher à un monolithe de son histoire, le PS explique : « On ne voulait pas tout changer, mais seulement poser le logo de façon protégée et rigoureuse [...]. Auparavant, les initiales du parti étaient placées autour du poing et de la rose un peu au petit bonheur la chance, au-dessus, en dessous<sup>29</sup>... »

La nouvelle composition s'inscrit dans un cadre ou un rectangle, sur fond blanc (Ill. 6). L'accent est désormais mis sur l'acronyme PS en rouge<sup>30</sup> – d'un rouge moins vif que le précédent – avec le poing et la rose apparaissant en petit en haut à droite, comme un appel de note, voire un indice. Cette insistance sur l'acronyme est une tendance lourde des logos des partis socialistes européens. L'ancien symbole est présent dans une version épurée, avec des feuilles vert pâle, et des pétales rose foncé. Cette « identité visuelle » conçue par l'agence « quatre » (prononcer "quatre") a été présentée le mardi 12 janvier 2010 lors du lancement de son réseau social « la coopool » (il devait concurrencer Facebook auprès des militants...), qui avait lieu après les vœux de Martine Aubry. Sa réalisation aurait coûté 20 000 euros, selon *Le Parisien* du 19 janvier 2010. À la question « Pourquoi un nouveau logo ? », le PS répond : « C'est une volonté de faire bouger les choses » de la part de la Première secrétaire. Avant de préciser, comme si on se défendait de toucher à un monolithe de l'histoire du Parti socialiste : « Il n'y a pas de grand changement avec l'ancien : la rose et le poing sont toujours présents, le rouge est le même<sup>31</sup>. » Dans les explications des socialistes français, aucune allusion aux modifications intervenues chez les partenaires européens, aucune réflexion sur le sens de ces nouveaux logos. Il serait pourtant peu probable que les communicants sollicités n'aient pas exploré l'univers graphique des socialistes européens (au moins).



### Ill. 6. Le logo du Parti socialiste adopté en 2010 (Coll. OURS). © Droits réservés.

On peut être étonné qu'un événement de communication conçu, on l'imagine, pour faire du bruit, voire du « buzz », en ait finalement fait si peu. Faute de texte officiel

<sup>29</sup> Bérénice Dubuc, « Le PS pimpe sa com' », *20 minutes*, 12 janvier 2010, <https://www.20minutes.fr/politique/375810-20100112-ps-pimpe-com>. Consulté le 9 juin 2018.

<sup>30</sup> La charte graphique du logo sur le site du PS précise : Pantone 186 - CMJN 0/100/65/0 – Web e30040 [http://www.parti-socialiste.fr/wp-content/uploads/2016/01/PS\\_Mini-charte\\_page-a-page.pdf](http://www.parti-socialiste.fr/wp-content/uploads/2016/01/PS_Mini-charte_page-a-page.pdf)

<sup>31</sup> <http://www.leparisien.fr/politique/du-vert-dans-la-rose-du-ps-19-01-2010-782890.php>. Bérénice Dubuc, dans *20 minutes* (art. cit.), rapporte et commente les propos de Grégori Vincens, directeur associé de l'agence quatre, qui précise : « "Nous avons étudié beaucoup de documents publiés par le PS, et nous avons réalisé que, non seulement le logo était assez peu visible, mais qu'en plus il n'était quasiment jamais le même". Les designers sont donc allés au-delà du logo, pour créer une charte graphique et un langage identitaire pour l'ensemble des outils de communication du parti. Objectif : ramener de la cohérence. »

accompagnant et présentant le « nouveau » logo<sup>32</sup>, les intentions des créateurs et surtout des commanditaires nous échappent mais il est fort possible qu'elles n'aillent pas au-delà de ces propos rapportés. Les rares commentaires parus dans la presse à la suite de ce changement pointent, comme dans *Le Parisien* du 19 janvier 2010, « le coup de jeune calculé au millimètre afin de ne pas brusquer des socialistes chatouilleux quand il s'agit de leur identité ». Du rouge, la présence du symbole traditionnel en plus petit, des pétales en vert pâle comme un clin d'œil vers la sensibilité écologiste des socialistes, des traits épurés quand le graphisme précédent commençait à dater, et l'accent sur les lettres PS pour se rapprocher des autres logos des partis européens, le dosage est subtil à défaut d'être original. On peut aussi noter que la seule véritable modification du logo originel concerne les feuilles de la rose, simplement détournées, celles-ci ayant perdu leurs nervures. Est-il toujours impossible pour le PS, en 2010, de se séparer de son poing sur le modèle de ses partenaires européens ? En 2017, sur les trente-trois logos des partis membres du Parti des socialistes européens, le rouge est partout sauf pour le Pasok grec (en vert) et le parti social-démocrate tchèque (en orange). Dix partis – Kinima (Chypre), le PS bulgare, les deux partis hongrois, le PS français, le Parti démocrate italien... – ont ajouté du vert. Dix-neuf affichent une rose, plus ou moins stylisée. Le PS et le PSOE (dans une version stylisée, traits blancs dans un carré rouge, à côté de son acronyme lui aussi en lettres blanches dans un carré rouge) sont les seuls à avoir conservé le poing et la rose dans leur logo, le PS portugais utilisant toujours son poing fermé « historique ». Le Parti social-démocrate hongrois a transformé le poing en deux mains fraternellement assemblées. Huit partis n'indiquent que leur acronyme<sup>33</sup>. De même, si le graphisme est plus moderne, l'ensemble renoue d'une certaine façon avec le premier symbole socialiste, le drapeau avec les lettres PS. Sauf que si le rectangle évoque le drapeau, il est cette fois blanc – et la charte graphique insiste sur ce point. On est ici devant une nouvelle déclinaison, sans renouvellement des symboles. C'est un changement du (et non de) logo, et on ne touche pas aux symboles. L'enjeu de communication – ne pas heurter, coller à l'air du temps – est privilégié au détriment d'une véritable réflexion sur une image ou une symbolique qui pourrait exprimer le message socialiste des années 2010. Ceci explique sans doute le peu de réactions qu'il a suscitées.

## **2015 : encore un nouveau logo, pour un autre « chemin » ?**

Cinq ans après l'évolution de 2010, le PS modifie à nouveau son symbole en 2015-2016. Mais cette fois, il n'en parle même pas. Il l'impose sans l'imposer vraiment, d'une manière presque subreptice. La généalogie de ce changement graphique se situe au moment de l'université d'été de La Rochelle, fin août 2015 (Ill. 1). Jean-Christophe Cambadélis lance à la fois le compte à rebours des primaires pour l'élection présidentielle de 2017 avec son idée d'une « Alliance populaire », et la COP 21 (30 novembre au 12 décembre 2015, au Bourget), plaçant le combat des

<sup>32</sup> *L'Hebdo des socialistes* (n° 429, *op. cit.*) n'apporte aucun commentaire sur le logo. Le *Guide de l'adhérent du PS* de 2013 (p. 87) présente les symboles et les logos depuis 1905. Pour celui de 2010, il faut se contenter de la précision suivante : « Introduction de l'acronyme PS dans le logo, les feuilles passent au vert. »

<sup>33</sup> Tous les logos actuels des partis membres du Parti des socialistes européens sont visibles sur une page dédiée sur son site : <https://www.pes.eu/en/members/parties-map/#list>.

socialistes dans l'optique de la « social-écologie ». *L'Hebdo des socialistes*<sup>34</sup>, qui rend compte de l'université d'été, affiche en dernière page le nouveau visuel, et le slogan « Bâtissons la social-écologie ». Le Parti socialiste utilise ce nouveau visuel dans le cadre de la manifestation qui, en octobre, adopte la « Déclaration de Paris des leaders progressistes pour la COP21 ». Il est repris en décembre en couverture d'une brochure sur le Front national<sup>35</sup>. En janvier 2016, il signe la plupart des documents du PS, et il est présent sur les fonds de scène des réunions nationales, comme sur les pupitres des orateurs.

Ce nouveau message et son visuel ont été orchestrés par l'agence de communication publique Opérationnelle, dirigée par Thierry Daguzan et Gérard Obadia, un proche du premier secrétaire, à laquelle ont été également confiés la refonte du site internet du PS dans le cadre de l'élection présidentielle<sup>36</sup>, et la création de celui de la Belle alliance populaire (BAP), « fédération » de groupes ou partis que le premier secrétaire souhaite engager dans la primaire citoyenne qui désignera son candidat. La BAP se voit dotée d'un logo et d'une charte graphique spécifique. C'est la même agence qui, en 2014, avait été chargée de mettre en place le site hébergeant les contributions aux États généraux des socialistes (août-décembre 2014) lancés par Jean-Christophe Cambadélis. Un visuel, déclinant une nouvelle version du « poing et la rose » – un bouquet de roses de toutes les couleurs, accompagnait la communication de cet événement (Ill. 7), réutilisé lors du congrès de Poitiers l'année suivante. À chaque événement, le PS propose désormais un nouveau visuel.



**Ill. 7. Affichette : États généraux des socialistes, 29 août-6 décembre 2014 (Coll. OURS). © Droits réservés.**

Le logo de 2010 reste pourtant à la une de *L'hebdo des socialistes* jusqu'en septembre 2016, ne cédant sa place au logo social-écologie que le 10 septembre 2016<sup>37</sup>. Le précédent logo n'est pour autant pas abandonné, la charte graphique en ligne sur le site du PS proposant en effet toujours les deux logos en octobre 2017.

Est-ce une manière pour le premier secrétaire d'imposer sa marque sur le Parti ? Si le changement graphique date de 2015, le message qu'il illustre vient, lui, de plus loin. En effet, Jean-Christophe Cambadélis explique dans sa *Chronique d'une débâcle* qu'en juin 2012, alors qu'il aspire au premier secrétariat du PS, il a rencontré

<sup>34</sup> *L'Hebdo des socialistes*, n° 788-789, du 5 au 11 septembre 2015.

<sup>35</sup> *Le livre noir. 18 mois de gestion municipale par le Front national*, PS, décembre 2015.

<sup>36</sup> « Rénové pour moins de 30 000 euros, le nouveau site du PS hébergera les sept cahiers de la présidentielle qui serviront de boîte à idées pour le candidat de la gauche en 2017. [...] Dans une formule en *responsive design* (compatible avec tous les supports : ordinateurs, mobiles et tablettes, ndlr), le nouveau site proposera des vidéos explicatives sur des sujets du moment deux fois par semaine, et des articles d'analyse de fond. [...] Marc de Boni, « Le site du PS fait peau neuve en vue de 2017 », *Le Figaro*, 11 février 2016.

<sup>37</sup> *L'Hebdo des socialistes*, n° 833, du 10 au 16 septembre 2016.



François Hollande à l'Élysée afin de lui exposer sa vision du rôle du Parti durant le quinquennat : « Je lui suggère de refonder notre doctrine en empruntant le chemin de la social-écologie<sup>38</sup>. » C'est sur ce même « chemin » qu'il engage le PS, à l'occasion de la Charte pour le progrès humain en 2014 issue des États généraux – quelques mois après avoir succédé en avril à Harlem Désir à la direction du PS au lendemain d'élections municipales « perdues » –, et que Benoît Hamon empruntera pour sa campagne présidentielle. Alors, pourquoi avoir tardé à le traduire dans la communication de son parti ? Jean-Christophe Cambadélis constate pourtant lui-même, pour le déplorer, que la « débâcle » de 2017 tient en grande partie à l'incapacité du président Hollande à expliquer le sens de son action : « Les résultats furent préférés au récit, qui de fait fut quasiment absent du septennat. [...] Sans récit, l'action est noyée dans l'actualité. Sans récit, le sens des efforts ne peut pas être compris. Sans récit, l'action se rétrécit : on ne peut jamais lui rendre crédit<sup>39</sup>. » L'absence d'explications (ou de réflexions) accompagnant le nouvel emblème a nourri les commentaires sarcastiques déjà évoqués, mais également des interprétations plus politiques. Pourquoi dans l'expression « social-écologie », le terme « social » est-il composé en minuscules et celui d'« écologie » en gras, ont pu s'interroger des militants socialistes ? Faut-il y voir un message subliminal adressé aux écologistes pour les séduire et leur concéder des points du programme ? Mais n'est-ce pas plutôt le retour du refoulé, l'aveu de l'abandon progressif des catégories populaires par les socialistes<sup>40</sup> ? Abandon dénoncé par Pierre Mauroy durant la campagne avant le choc du 21 avril 2002<sup>41</sup>. Les images et les mots ont leurs propres langages, et peuvent susciter des lectures problématiques.

Sur un plan strictement graphique, on peut remarquer dans cette version 2016 du « poing et la rose » l'intégration d'éléments également présents dans les nouveaux logos des socialistes européens<sup>42</sup>. Plusieurs partis ou groupes dans les instances européennes, en plus de l'acronyme de l'organisation, ont intégré des mots à leur symbole. Le PES (Party of European socialists, ou PSE) a récemment ajouté « *Socialists & Democrats* » à son nouveau logo un phylactère carré et rouge<sup>43</sup>. Son groupe au Parlement européen (Groupe de l'alliance progressiste<sup>44</sup> des Socialistes démocrates) reprend pour son logo le carré rouge et l'acronyme S & D en blanc, un rouge toujours commun à la plupart des partis socialistes européens. Mais désormais,

<sup>38</sup> Jean-Christophe Cambadélis, *Chronique d'une débâcle, 2012-2017*, Paris, L'Archipel, 2017, p. 37.

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 130-131.

<sup>40</sup> Henri Rey, *La gauche et les classes populaires, histoire et actualité d'une mésentente*, Paris, La Découverte, 2004. Voir également, Rémi Lefebvre, Frédéric Sawicki, *La société des socialistes, Le PS aujourd'hui*, Vulaines-sur-Seine, Éditions du croquant, 2006.

<sup>41</sup> Pierre Mauroy : « Nous devons parler plus fort aux travailleurs. Lionel, il faut que tu adresses un message à la France qui travaille. Le mot "ouvrier" n'est pas un gros mot. » Cité par R. Lefebvre et F. Sawicki, *La société des socialistes, op. cit.*, p. 233, note 324.

<sup>42</sup> À propos de la rénovation du site en vue de l'élection présidentielle de 2017, Karine Gautreau, directrice de la communication du PS, confie au *Figaro* : « Pour cette nouvelle mouture du site, les sources d'inspiration ont été prises chez les voisins européens. » Si la communication web du Labour britannique ou du SPD allemand a largement inspiré Karine Gautreau, elle ne cache pas avoir gardé un œil sur le succès du mouvement espagnol de gauche alternative Podemos, dont l'une des forces a été de renouveler la communication politique sur Internet. *Le Figaro*, 11 février 2016, *op. cit.* On peut penser que les « sources d'inspiration » ne se limitaient pas au site mais à l'ensemble de la communication politique des partis frères, ou autres.

<sup>43</sup> Tous les logos actuels des partis membres du Parti des socialistes européens sont visibles sur une page dédiée sur son site : <https://www.pes.eu/en/members/parties-map/#list>.

<sup>44</sup> L'usage de plus en plus courant du terme « progressiste » par la gauche et les socialistes mériterait une étude.

l'emblème du PS paraît de plus en plus daté, surchargé de sens, l'isolant de ce point de vue de ses partenaires qui ont quasiment tous choisi la simplicité graphique.

Force est de constater que le logo social-écologie n'a pas été systématiquement repris sur les professions de foi et affiches des candidats socialistes aux élections législatives de juin 2017, certains utilisant le logo de 2010 (comme Patrick Menucci à Marseille ou Stéphane Le Foll dans la Sarthe), d'autres se dispensant d'afficher leurs couleurs (Marisol Touraine) et se présentant comme socialistes et soutiens (voire soutenus) par la majorité présidentielle En Marche. De même que dans les années 1970, la fédération du Nord avait mis du temps à reprendre « le poing et la rose », elle utilise toujours en novembre 2017 le logo de 2010 dans sa communication. La fédération de Loire-Atlantique n'a repris le logo social-écologie à la une de son journal *Ensemble* qu'en septembre 2017<sup>45</sup>. En revanche, du côté des socialistes finistériens, *Cap Finistère* a mis le logo social-écologie à sa une dès le 12 février 2016, ajoutant même le 22 avril suivant, le logo du PES<sup>46</sup>. Cette confusion – ou cette profusion – dans les images identifiant les socialistes en 2017 ne résume-t-elle pas, après d'autres épisodes, le manque d'assurance d'une organisation qui ne sait plus comment se montrer ?

« Chaque décision graphique est porteuse d'une signification doctrinale et institutionnelle<sup>47</sup> » : cet avertissement que Marie-José Mondzain, philosophe, spécialiste des images, reçoit bien des échos. L'Anglais Tony Blair, le Belge Elio Di Rupo et l'Espagnol José-Luis Zapatero – comme François Mitterrand en 1971 – en sont conscients puisque leur accession à la tête de leur organisation politique s'est accompagnée d'un nouvel emblème ou logo. Un renouveau « doctrinal » ne peut s'appuyer sur de « vieilles » images. Il semble en revanche que le rappel de l'emprise des images et des émotions sur les comportements rencontre peu d'échos chez les socialistes français qui évitent de s'interroger collectivement sur la place du symbolique en politique. De même, ils font de la communication politique tout en s'en méfiant<sup>48</sup>. À l'heure où les images guident ou accompagnent le monde, où en politique tout est communication, cette attitude interroge. « Le poing et la rose » qui a accompagné de 1971 à 1981 la marche victorieuse du PS incarne encore cette histoire pour le PS, mais les défaites successives modifient le regard jeté sur lui. Depuis le milieu des années 1990, les usages comme les modifications à la marge du logo soulignent les difficultés du Parti socialiste à exprimer le sens de son action. Qu'en 2017 Marine Le Pen ait l'idée de communiquer avec une rose bleue incite à se demander si la rose des socialistes n'est pas d'une certaine manière démonétisée. Mal

<sup>45</sup> *Ensemble*, journal de la fédération de Loire-Atlantique du PS, n° 268, septembre 2017.

<sup>46</sup> *Cap Finistère*, hebdomadaire de la fédération socialiste du Finistère, n° 1128, 12 février 2016 et n° 1138, 22 avril 2016.

<sup>47</sup> Marie-José Mondzain, *Images, icônes, économie. Les sources byzantines de l'imaginaire contemporain*, Paris, Seuil, 1996. Voir également, de la même auteure, *L'image peut-elle tuer ?*, Paris, Bayard, 2002.

<sup>48</sup> Benoît Hamon déclare, le 20 avril 2017, place de la République, à Paris : « Vous êtes des citoyens alors ne les laissez plus vous parler comme à des clients, comme à des parts de marchés, comme à des consommateurs, qu'on séduit comme une publicité à la télévision, avec cette novlangue creuse qui dépolitise tout, pour rendre *vintage* les vieilles recettes libérales et vous vendre du giscardisme relooké par quelques bonnes agences de communication ! » <https://www.benoithamon2017.fr/2017/04/20/faire-battre-le-coeur-de-la-republique/>.

à l'aise avec leur histoire<sup>49</sup>, leur doctrine, leur programme, avec eux-mêmes et avec leurs images, les socialistes sont restés sans réaction. L'usage de ces signes politiques envoie des messages aux citoyens, autant qu'aux militants des partis politiques. À l'Assemblée nationale, les élus socialistes se sont regroupés au sein d'un groupe dénommé « Nouvelle gauche » aspirant à marquer la rupture avec l'ancien groupe et la prise en compte d'une nouvelle donne politique. Nouvelle gauche qui a pu reprendre sans difficulté le visuel de son prédécesseur : un arc de cercle, symbolisant un hémicycle, le point central rouge étant cette fois colorié en vert, la couleur rouge de la typographie maintenant le lien avec le passé « socialiste » (Ill. 8). En revanche, on accède toujours à leur site internet à l'adresse [lessocialistes.fr](http://lessocialistes.fr). Les sénateurs, quant à eux, ont gardé sur leur site le poing et la rose.



**Ill. 8. Le logo du groupe socialiste à l'Assemblée nationale, 2016 (Coll. OURS).  
© Droits réservés.**

En août 2017, les débats lancés par certains responsables sur un éventuel changement de nom du PS<sup>50</sup>, inchangé depuis 1905 (si l'on excepte l'abandon de l'acronyme SFIO), porteront-ils également sur le symbole ? Les changements de logos plus fréquents opérés par les socialistes et les sociaux-démocrates européens montrent leur souci d'adapter leurs signes politiques aux « tendances » graphiques et idéologiques du moment, tout en conservant un fonds de références commun (la couleur rouge notamment). Il semble que dans l'univers des signes, le langage des socialistes français est brouillé<sup>51</sup>.

<sup>49</sup> Cf. Noëlline Castagnez, « La mémoire au service de la conquête du pouvoir », *op. cit.* Voir aussi Marion Fontaine, « De Jaurès à Macron (et retour ?). Les socialistes et l'histoire », *L'OURS hors-série Recherche socialiste*, n° 80-81, juillet-décembre 2017, p. 51-54.

<sup>50</sup> Manuel Vals demande de longue date l'abandon du mot « socialiste » auquel il préfère celui de « gauche » ([Huffingtonpost.fr](http://Huffingtonpost.fr), 23/10/2014), Jean-Christophe Cambadélis ne s'oppose pas à ce qu'un congrès en discute ([Huffingtonpost.fr](http://Huffingtonpost.fr), 22/05/2017), Stéphane Le Foll propose pour sa part « Les socialistes » ([Huffingtonpost.fr](http://Huffingtonpost.fr), 25/08/2017).

<sup>51</sup> Élu(e) en avril 2018 à la tête du groupe Nouvelle gauche, Valérie Rabault écrit dans la *Lettre d'information du Groupe des députés Socialistes et apparentés* du 14 septembre 2018 : « Parce que notre renaissance ne pourra se faire sans assumer notre identité politique, j'ai proposé de changer le nom de notre groupe à l'Assemblée nationale. Ce dernier, anciennement Nouvelle Gauche, s'appelle donc désormais "Socialistes et apparentés". Le changement de nom a été voté à l'unanimité par les députés du groupe. » La *Lettre d'information* du 19 octobre 2018 affiche à sa une un nouveau visuel, que l'on retrouve aussi en bannière du site Internet du groupe : il réintègre le cœur d'une rose rouge stylisée, avec un pétale vert, au milieu d'un hémicycle (ou une sorte d'arc-en-ciel) symbolisé par trois arcs de cercle rouge, vert, bleu-gris, <http://lessocialistes.fr/> [lien consulté le 08/11/2018].