

## Colloque : « Les campagnes électorales de 1848 à nos jours »

Le Comité d'histoire parlementaire et politique (CHPP) organisait, le jeudi 29 mars 2007, au Sénat, une journée d'étude consacrée aux campagnes électorales. Les historiens, politistes et responsables politiques rassemblés pour l'occasion ont balayé l'histoire puis l'actualité de cette question.

La matinée fut consacrée à l'approche historique de ce moment particulier, dont Jean Garrigues nota en introduction qu'il était peu traité en lui-même par l'histoire politique. Si Gilles Le Béguec rappelait l'existence des campagnes électorales à l'époque censitaire, Éric Anceau expliqua son choix d'étudier le printemps 1848 par la nouveauté qu'introduisait l'avènement du suffrage universel masculin, la guerre n'ayant pas laissé de place à une campagne lors du précédent de 1792. Le principe du suffrage universel étant posé le 2 mars 1848, l'élection de l'Assemblée nationale constituante au scrutin majoritaire de liste est d'abord fixée au 9 avril. L'intervalle doit permettre de constituer les listes d'un corps électoral qui passe de 250 000 à 9 millions d'électeurs. Il détermine aussi, par défaut, le temps de la campagne, qu'aucun texte ne régleme. À la confusion idéologique qui règne alors s'ajoute ainsi un profond flou organisationnel : le dépôt des candidatures n'est pas obligatoire, chacun peut imprimer et diffuser ses bulletins de vote. Face au déficit de notoriété d'une majorité de candidats, de surcroît nombreux, on assiste à une « révolution de papier » (brochures, affiches, 600 titres créés pour l'occasion) mais aussi à l'essor de la communication verbale, lors de réunions de clubs, de meetings et de séances de comités électoraux créés en nombre, de l'échelon communal à la structure nationale. Malgré la confusion, le scrutin est un succès, au sens où la participation est au rendez-vous (83,5% des inscrits).

Jean Garrigues mit ensuite en évidence la singularité des campagnes boulangistes. Si Boulanger met en œuvre certains procédés classiques, à l'aide d'un Comité national et de la force de frappe des ligueurs de Déroulède, il fait aussi preuve d'originalité. Candidat à de multiples législatives partielles entre avril 1888 et 1889, il finance sa campagne permanente à une hauteur inédite, grâce au soutien de monarchistes qui espèrent l'instrumentaliser. Il peut ainsi appliquer ce qu'il a retenu de l'exemple américain, dans une débauche de documents et de gadgets : 3 millions de brochures et portraits sont diffusés, 200 000 francs sont consacrés à la promotion d'une biographie à sa gloire, on trouve foulards,

pipes et pains d'épice à son effigie. En outre, piètre orateur, il préfère mettre en scène des journées d'action qui lui permettent d'adresser aux milliers de personnes rassemblées un discours populiste forgé pour la circonstance.

La structuration partisane de la vie politique modifie ensuite en profondeur le déroulement des campagnes. Sous la IV<sup>ème</sup> République, le parti radical est un cas particulier en ce qu'il est structurellement faible face à ses élus. Frédéric Fogacci a montré en quoi le mode de scrutin législatif est un enjeu pour le parti. Bien implantés localement et situés au centre de l'offre politique, les radicaux bénéficient de la création des apparentements, gagnant des sièges à la Chambre malgré l'érosion des voix qui leurs sont accordées. C'est l'échelon fédéral qui choisit les candidats et les alliances électorales, piochant dans des plates-formes nationales suffisamment vagues les grands principes rassembleurs chers au parti. Si les instances nationales mènent la campagne officielle sur les ondes, la campagne radicale est d'abord une affaire de terrain et constitue le moment clé de la vie du parti, par l'usage d'une presse régénérée, l'activation des réseaux militants et des réunions publiques nombreuses chaque jour. Sous la V<sup>ème</sup> République, le manque d'unité et de cohérence du parti contribuent, autant que la politisation des scrutins, à un déclin rapide du vote radical.

Anne-Laure Ollivier a ensuite retracé l'histoire de l'échec de Gaston Defferre à l'élection présidentielle de 1969, dans la lignée de celle de 1965. Lancée dans *L'Express* dès septembre 1963, sa première tentative se brise sur l'impossibilité de constituer une coalition allant de la gauche non communiste au Mouvement républicain populaire (MRP). En 1969, 3 facteurs expliquent l'érosion continue des intentions de vote en sa faveur au fil de la campagne. Peinant à trouver un espace électoral entre Duclos et Poher, le candidat s'adjoint tardivement l'aide de Mendès France, façon de reconnaître que sa seule candidature ne suffit pas. Il surestime en outre l'impact de la télévision sur l'électorat et la place au cœur d'une campagne courte, sans pour autant bien maîtriser l'exercice. Il néglige en revanche la campagne de terrain, ce qui relève d'une erreur tactique et illustre l'isolement du candidat, qui craint d'affronter une base socialiste parfois très hostile et voit les forces militantes lui manquer pour un véritable travail de terrain.

Avec Épinay et la création du Rassemblement pour la République (RPR) cinq ans plus tard, la donne change encore. C'est que la maîtrise d'un parti présidentialisé, c'est-à-dire puissant et disposant de nombreux relais locaux, est pour Olivier Rouquan l'un des critères déterminants pour gagner une présidentielle. Il voit également dans la disjonction parti/équipe de campagne et l'émergence chez les candidats d'un « charisme routinier » des

constantes pour mener à bien une campagne. La proportionnelle pour les législatives de 1986 - en offrant au Front national (FN) et à quelques autres une légitimité électorale - et la longue troisième cohabitation - en relativisant l'exercice présidentiel du pouvoir - ont contribué à transformer le premier tour en quasi-élection à la proportionnelle lors de laquelle certains électeurs effectuent un vote tactique au vu des effets du marketing politique.

Puis vint le tour des politistes. Éric Phelippeau analysa la trentaine de propositions de loi consacrées par les députés au financement de la vie politique entre 1970 et la loi de 1988. Proposées le plus souvent par la droite parlementaire, autour des législatives de 1978 puis à l'occasion de la première cohabitation, elles s'intéressent d'abord au plafonnement des dépenses, puis, à partir de 1976, aux recettes des partis. Soumises par une vingtaine de députés, elles relèvent souvent d'une mobilisation rituelle et tentent de tracer des frontières symboliques entre l'admissible et le condamnable, mais échouent devant le tabou que constituent les relations entre politique et argent. Jean-Claude Colliard précisa que la loi de 1988, consolidée en 1991, était le fruit de la première cohabitation. Offrant de synthétiser un droit des campagnes électorales particulièrement touffu, il insista sur deux types de contraintes pesant sur les candidats : les limites à la propagande - strictes pour le jour du vote, obsolètes et inappliquées pour d'autres - et les limites financières concernant l'origine, la destination et le volume des recettes et dépenses. Alors qu'un cinquième des élections législatives fait l'objet d'un contentieux, la réponse des juges vise le plus souvent un équilibre entre principes stricts et interdits relatifs.

Christian Le Bart distingua deux formes de légitimité du pouvoir politique : la proximité et le surplomb. Se fondant sur leurs discours et sur la presse, il décrivit les postures choisies par Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal dans la campagne en cours. Le premier tient une posture descendante, au sens où il a construit une figure de *leader*, marquée par le volontarisme politique, qu'il tente d'atténuer par une proximité au terrain et une certaine mise à nu intime. À l'inverse, Ségolène Royal semble tenir sa légitimité de la base - débats participatifs, contournement du parti socialiste (PS) pour construire une relation directe avec les électeurs - mais suit une stratégie ascendante (voyages à l'étranger, soumission d'un « contrat présidentiel » aux Français). Frédérique Matonti se consacra pour sa part à cette seule candidate, analysant le « contexte discursif » ayant rendu possible sa candidature. La comparaison avec les travaux sur les municipales de 2001, premier scrutin de la parité, et sur les cinq années qui ont suivi l'a menée à un constat : la présentation de la candidate socialiste relève de la même inertie des représentations de genre qu'en 2001 (usage du prénom, mise en

scène de la famille et du rôle de mère, omniprésence du corps). Et elle est particulièrement portée par les femmes, journalistes ou politiques, ces dernières investissant en outre (consciemment ou par contrainte ?) les domaines d'activités qui leurs sont traditionnellement dédiés. Mais le cas Royal a semé le trouble dans une représentation des femmes souvent sexuée : à l'usage de figures non sexuées (Jeanne d'Arc, Madone, Walkyrie) a suivi une « resexualisation » lorsque certains ont mis en doute ses capacités, avant que n'émerge dernièrement un nouveau registre sémantique, qui fait d'elle une Marianne (seins nus chez un Plantu inspiré par Delacroix, « Marianne Royal » dans *Libération*). Considérant la campagne comme un « processus d'interaction entre des communications stratégiquement orientées de définition de la situation », Jacques Gerstlé revint sur la partie de la communication non-maîtrisée par les candidats lors des trois derniers scrutins présidentiels, alors que le plafonnement des dépenses déplace la pression de la communication des candidats vers l'information médiatique. Évaluant pour chaque candidat l'accès différentiel aux médias (l'agenda), le mode de présentation des candidats (le cadrage) et l'orientation de l'attention publique (l'amorçage), il mit notamment en évidence le fait que si Barre bénéficie en 1988 d'une couverture presque aussi importante que Mitterrand et Chirac, la rivalité des cohabitants produit un cadrage qui l'exclut de la légitimité électorale.

Des quelques conclusions qu'on puisse tirer de cette journée, la première tient de l'évidence : le mode de scrutin configure la façon de mener campagne, l'histoire des campagnes électorales est affaire de circonscriptions et d'électorat autant que de programmes et de candidats. Le vice-président du Sénat, Philippe Richert, en témoigna en ouverture de la journée, par le récit d'une première campagne sénatoriale qui lui fit rencontrer les 500 maires du Bas-Rhin. Valérie Pécresse, porte-parole de l'Union pour un mouvement populaire (UMP), estima pour sa part que le quinquennat présidentiel avait fait des législatives un scrutin à quatre tours : si au soir du 6 mai 2007 Nicolas Sarkozy n'est pas élu, elle aura probablement perdu sa circonscription des Yvelines, considérant qu'un « bon député » peut tout au plus déplacer 5% des voix à son avantage. Expliquant en outre que son budget plafonné lui interdisait d'écrire à chacun de ses administrés, elle souligna la richesse que constituaient pour un parti les forces militantes, qui, en sus de l'information de masse, permettent de mener la bataille présidentielle de marchés en salles des fêtes, sur tout le territoire. Le cas de Defferre en 1969 évoqué plus tôt avait mené à cette même conclusion : une campagne présidentielle est aussi une campagne de terrain. Mais c'est bien la production médiatique qui

constituait le cœur de la plupart des interventions, soulignant le rôle que les médias, et singulièrement les médias de masse - presse à grand tirage, radio, télévision - jouent dans la campagne depuis plus d'un siècle. Le candidat qui maîtrise leur langage peut ainsi construire une crédibilité et porter ses propositions. Si Jean-Marcel Bichat, assistant de François Mitterrand tout au long des années 1970, témoigna de la contrainte que fut pour Michel Rocard son naturel jargonnant, d'autres ont montré qu'ils maîtrisaient la parole médiatique et savaient à l'occasion construire l'événement qui permet de faire parler de soi et de ses propositions. Le général Boulanger a sur ce point bien des héritiers.

La parution des actes de cette journée sera annoncée sur le site du CHPP, où l'on pourra retrouver prochainement les interventions des trois témoins ([www.parlements.org](http://www.parlements.org)).

Alexandre Borrell