HAL
open science

# L'entrée en politique d'un homme d'affaires. Silvio Berlusconi et la création de Forza Italia (juin 1993-mars 1994)

Jean-Louis Briquet

## To cite this version:

Jean-Louis Briquet. L'entrée en politique d'un homme d'affaires. Silvio Berlusconi et la création de Forza Italia (juin 1993-mars 1994). Congrès de l'Association Française de Science Politique (AFSP), Aug 2011, Strasbourg, France. hal-00903454

**HAL Id: hal-00903454**

**https://hal.science/hal-00903454v1**

Submitted on 12 Nov 2013

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Congrès AFSP 2011 – Section thématique 28 : « Milieux politiques et milieux d'affaires. Pour une sociologie comparée européenne » – 31 août-1er septembre 2011

**L'entrée en politique d'un homme d'affaires : Silvio Berlusconi et la création de Forza Italia**

**Jean-Louis BRIQUET**

Le 28 mars 1994, la nouvelle droite remportait les élections législatives en Italie et le leader de la coalition du « Pôle des libertés et du bon gouvernement », Silvio Berlusconi, était peu de temps après nommé président du Conseil. Cet homme d'affaires qui avait fortune dans le bâtiment puis dans les médias, l'un des hommes les plus riches d'Italie, ne s'était pourtant lancé dans l'arène électorale que moins de trois mois auparavant. Le 4 janvier, il avait déclaré solennellement à la télévision avoir décidé de « descendre sur le terrain » de la politique à la tête d'un mouvement créé pour la circonstance et baptisé Forza Italia (« Allez l'Italie »), afin d'empêcher la victoire annoncée de la gauche. L'événement avait constitué un tournant majeur dans le déroulement de la crise politique que connaissait l'Italie depuis le milieu de l'année 1992. Frappés par une vague sans précédent de scandales de corruption, très affaiblis électoralement, confrontés à des dissensions et des scissions croissantes en leur sein, les partis de gouvernement (en premier lieu la Démocratie chrétienne et le Parti socialiste italien) étaient largement disqualifiés. Ils ne paraissaient pas en mesure de reconduire la majorité parlementaire, ni même de négocier de nouvelles alliances pour y conserver une position déterminante en cas d'élections générales anticipées, considérées comme très probables dès le printemps 1993. Si l'issue de ces dernières était incertaine, la coalition des Progressistes, menée par les héritiers réformistes du Parti communiste italien, semblait la plus à même de tirer parti de la situation. Forte de ses succès aux récentes élections locales, relativement épargnée par les scandales, elle pouvait raisonnablement espérer devenir la première force électorale du pays et jouer un rôle prépondérant dans le prochain gouvernement.

L'entrée en scène de Silvio Berlusconi a bouleversé ces anticipations. Elle a accéléré la décomposition de la Démocratie chrétienne et de ses alliés, en donnant à certains de leurs membres la possibilité de se reclasser par un ralliement au nouveau leader et de conserver ainsi leurs chances de se maintenir dans le jeu politique. Elle a offert des opportunités inédites d'affirmation et de promotion dans ce jeu à des partis qui étaient précédemment relégués à ses marges, exclus des alliances partisanes légitimes et disqualifiés pour leur radicalité – comme le mouvement xénophobe et ethno-régionaliste de la Ligue du Nord ou les anciens fascistes du Mouvement social italien, avec lesquels Forza Italia a passé des accords pour former le Pôle des libertés et présenter des candidats communs sous ce label. Elle a enfin abouti à redéfinir le clivage entre les tenants de « l'ancien régime » et ceux de la « régénération » de la vie publique, qui s'était imposé au cours de la crise comme un cadre d'interprétation déterminant de la situation politique, en le déclinant sous la forme de l'opposition entre les « démocrates-libéraux » (représentés par une droite modernisée et

étrangère aux vieux partis discrédités) et les « communistes » (auxquels était de ce fait contesté le monopole de la rénovation).

Qu'un homme d'affaires qui n'avait jamais exercé de charges publiques ait pu intervenir dans la sphère politique et, qui plus est, accéder au pouvoir, doit beaucoup à la conjoncture très particulière qui a été celle de l'Italie entre 1992 et 1994. A la faveur de la succession des scandales et de l'affaiblissement concomitant des partis établis, la question morale a été placée au centre du débat public. La capacité à incarner la rupture avec la partitocratie, à se présenter en rénovateur de la vie publique, est devenue une ressource déterminante dans la compétition politique. Les tentatives menées au sein même des arènes institutionnelles pour dénouer la crise (moralisation des partis par l'éviction des notabilités compromises, recours à l'expertise apolitique de hauts fonctionnaires dans des gouvernements « techniques », nouvelle loi électorale majoritaire censée rapprocher les citoyens de leurs représentants et hâter le renouvellement du personnel politique) ont fait de l'extériorité à « l'ancien régime » un puissant registre de légitimation. La voie était ainsi ouverte à des outsiders qui, à l'instar de Silvio Berlusconi, pouvaient faire valoir leur radicale différence avec ce régime et les politiciens professionnels qui en avaient été les protagonistes pour revendiquer une place de leader dans le changement et la « régénération » de la politique italienne[1].

La trajectoire politique de Silvio Berlusconi a été rendue possible par une telle conjoncture – et en partie déterminée par celle-ci, sa « descente sur le terrain » ayant sans aucun doute répondu à la volonté de défendre ses intérêts entrepreneuriaux, face à l'affaissement de ses soutiens dans les sphères institutionnelles (en particulier celui du Parti socialiste italien) et à une gauche considérée comme hostile. Elle a résulté aussi d'un intense travail de mobilisation, amorcé en juin 1993, dans le but de mettre sur pied une machine électorale performante : d'élaborer un programme et des thèmes de campagne ; de concevoir les stratégies de communication nécessaires à leur diffusion ; de bâtir une organisation assurant la direction centrale du mouvement et la coordination avec ses ramifications locales ; de repérer et de sélectionner des candidats disponibles et dotés de suffisamment de ressources d'éligibilité pour briguer avec quelque chance de succès un poste de parlementaire ; de forger des alliances avec d'autres forces politiques et de négocier la répartition des candidatures entre les partis coalisés dans le Pôle des libertés[2]. Pour réaliser une telle opération, Silvio Berlusconi a utilisé des ressources spécifiques : celles dont il disposait en tant que chef d'entreprise, et qu'il a converties en ressources politiques. Ma communication

[1] Pour un examen plus développé de ces processus, cf. Jean-Louis Briquet, « A crisis of legitimacy in Italy. The scandals facing the first Republic », *International Social Science Journal*, n. 196, 2010, p. 297-309 et *Mafia, justice et politique en Italie. L'affaire Andreotti dans la crise de la République (1992-2004)*, Paris, Karthala, 2007, chapitre 5. Cf. également l'analyse très précise des dynamiques de la crise politique italienne par Hervé Rayner, *Les scandales politiques. L'opération « Mains propres » en Italie*, Paris, Michel Houdiard, 2005.

[2] La nouvelle loi électorale, votée en août 1993, prévoit que les trois quarts des parlementaires seront élus au scrutin majoritaire uninominal à un seul tour – le quart restant l'étant à la proportionnelle. Elle pousse donc à la création de coalitions afin de concentrer les suffrages, dans chaque circonscription, sur le candidat commun de cette coalition.

est consacrée à l'examen de ces ressources et aux processus de cette conversion. Plus précisément, il s'agira de montrer comment les activités entrepreneuriales de Silvio Berlusconi ont fourni des registres de légitimation (rhétorique de l'efficience, répertoires critiques de la politique partisane), un modèle organisationnel et des savoir-faire techniques (structures d'encadrement, culture d'entreprise, expérience du management et du marketing), des instruments de propagande (les télévisions privées) ainsi que du capital social (réseaux de relations, de liens professionnels et de sociabilité noués par les cadres dirigeants au sein des sociétés locales), qui ont fait de Forza Italia une entreprise politique qui est parvenue à présenter 276 candidats sur l'ensemble du territoire italien, en porter 112 à la chambre des députés et 36 au Sénat[3] et recueillir plus de 20% des suffrages aux élections législatives des 27 et 28 mars 1994[4].

**La naissance d'une vocation : chroniques de la création de Forza Italia**

Selon tous les témoins de la période, qui ont eu une part active dans le projet politique de Silvio Berlusconi, celui-ci ne s'est effectivement développé qu'à partir de juin 1993. Certes, au milieu de l'année 1992, des hauts dirigeants de la Fininvest (la holding propriété de Silvio Berlusconi) avaient déjà chargé une équipe de consultants de mener une série d'études sur la situation politique du pays, de contacter des représentants d'associations professionnelles et syndicales ainsi que des responsables politiques provenant de l'aile « modérée » et d'animer des séances de formation politique pour les managers de Publitalia. L'initiative avait été prise par Marcello Dell'Utri, un ami proche de Silvio Berlusconi dont il avait été le compagnon à la faculté de droit de Milan au début des années 1960 puis le collaborateur dans ses premières sociétés immobilières avant de devenir en 1982 le président de Publitalia '80, la société de concession publicitaire des télévisions privées de la Fininvest. Il s'agissait surtout de disposer d'informations sur les scénarios politiques en cours afin d'en évaluer les possibles conséquences sur les firmes berlusconiennes et de poursuivre un programme de formation interne à l'entreprise qui existait depuis le début des années 1980[5]. L'intention allait peut-être au-delà, certains prêtant à Marcello Dell'Utri le dessein de « donner vie ç un nouveau conteneur politique […] en s'appuyant sur le système organisationnel et économique du groupe [Fininvest] »[6]. L'objectif aurait été de rechercher de nouveaux

[3] Sur un total de 630 députés et 315 sénateurs.

[4] Plus précisément, Forza Italia obtient 21% des voix (8,1 millions) pour l'élection du quart des députés au scrutin proportionnel. Le mode de scrutin pour les autres députés, ainsi que pour l'ensemble des sénateurs, interdit une comptabilisation par parti, les candidats se présentant au titre de la coalition à laquelle ils appartiennent. Le Pôle des libertés recueille 47,2% des voix au scrutin de liste pour la chambre des députés, où il dispose de la majorité absolue avec un total de 366 sièges, et 42 ,7% au Sénat (156 sièges).

[5] Ezio Cartotto, *« Operazione Botticelli ». Berlusconi e la terza marcia su Roma*, Roma, Sapere 2000, 2008. Cf. également les dépositions rendues le même E. Cartotto au parquet de Palerme, le 20 juillet 1997, dans le cadre d'une enquête sur Marcello Dell'Utri, soupçonné de complicité avec la mafia, reproduites dans Elio Veltri, Marco Travaglio, *L'odore dei soldi. Origini e misteri delle fortune di Silvio Berlusconi*, Roma, Editori Riuniti, 2001, p. 71-89. Journaliste, ancien collaborateur de la Démocratie chrétienne à Milan, Ezio Cartotto a directement participé à la création de Forza Italia en tant que consultant externe de Publitalia.

[6] Ezio Cartotto, *« Operazione Botticelli »...*, *op. cit*., p. 29-30. Les traductions sont de moi.

« référents politiques » pour ce groupe, menacé par « l'affirmation de la gauche », voire de repérer en son sein de possibles animateurs d'un futur mouvement politique autonome[7]. Cette initiative n'avait cependant rien de véritablement opérationnel. Elle relevait d'activités habituelles (formation des cadres, lobbying auprès des élus et des associations catégorielles, entretiens des relations avec les principaux clients) de firmes dont les intérêts étaient étroitement liés au monde politique et entrepreneurial ; et ses éventuels prolongements politiques n'avaient alors que le statut de projets vagues et incertains (Dell'Utri aurait lui-même déclaré à l'époque qu'il souhaitait seulement « préparer les plans, les enfermer dans un tiroir et les sortir en cas de nécessité »[8]).

Rien n'indique que Silvio Berlusconi ait été l'instigateur de ces « plans », ni même qu'il en ait été informé avant la fin de l'année 1992 ; pas plus que n'est avérée une rencontre, en avril 1993, avec Bettino Craxi, ancien secrétaire général du Parti socialiste italien, au centre des enquêtes anticorruption de la magistrature et incarnation emblématique de l'ancien régime en perdition. Celui-ci aurait suggéré Silvio Berlusconi de fonder un parti pour « récupérer cette partie de l'électorat qui est bouleversée, confuse, mais aussi décidée à ne pas se faire gouverner par les communistes et les ex communistes »[9]. Il n'est pas besoin de supposer l'intervention d'un mentor extérieur cherchant à orchestrer la survie de « l'ancien régime » ni la divulgation au grand jour d'un dessein caché aux motifs obscurs[10] pour rendre compte du changement survenu au cours de l'été 1993, quand l'éventualité d'un engagement de Silvio Berlusconi dans l'arène politique est devenu tangible et a donné lieu à un début de planification opérationnelle de la part de l'équipe dirigeante de la Fininvest. La manière dont était évaluée la situation politique par Berlusconi et son entourage y suffit, qui a conduit ces derniers à envisager des moyens concrets pour empêcher une victoire de la gauche à des élections législatives anticipées – considérées par l'ensemble des acteurs politiques comme inévitables dans les mois à venir. Les élections locales partielles tenues en juin ont vu s'effondrer la Démocratie chrétienne et le Parti socialiste italien, au profit de la Ligue (qui a triomphé dans les régions du Nord) et des Progressistes (qui se sont imposés dans la majorité des grandes communes, dont Turin et Catane). La réforme annoncée du mode de scrutin dans un sens majoritaire, à la suite de la large victoire du « oui », le 18 avril 1993, au référendum abrogatif de la loi strictement proportionnelle en vigueur, incitait à penser que la gauche était en situation de remporter les élections générales à venir – pas tant du fait

[7] Déposition d'Ezio Cartotto, *in* Elio Veltri, Marco Travaglio, *L'odore dei soldi...*, *op. cit*., p. 72 et p. 85-86. La menace la plus directe pesant sur la Fininvest serait une nouvelle règlementation du secteur audiovisuel, réclamée par plusieurs dirigeants des partis de gauche, et qui pourrait porter atteinte aux intérêts financiers du groupe (avec par exemple la limitation du nombre et de la durée des coupures publicitaires) voire remettre en cause son monopole sur la télévision commerciale privée.

[8] *Ibid*., p. 72.

[9] Toujours selon la version de Ezio Cartotto, *« Operazione Botticelli »…*, *op. cit*., p. 26.

[10] Ce que font fréquemment les tenants de la « légende noire » de l'histoire de Silvio Berlusconi, accusé de répondre aux injonctions des « pouvoirs forts » qui le manœuvrent et d'être l'héritier dissimulé du régime des partis qu'il prétend combattre. Dans une telle perspective, cf. par exemple la biographie très dénonciatrice de Giovanni Ruggeri et Mario Guarino, *Berlusconi. Inchiesta sul signor TV*, Milano, Kaos Edizioni, 1994 ou les analyses de Paolo Flores d'Arcais, *Il ventennio populista. Da Craxi a Berlusconi*, Roma, Fazi Editore, 2006)

d'une croissance de ses soutiens électoraux (ce que n'indiquaient pas les scrutins locaux) qu'en raison de son rassemblement dans le pôle unitaire des Progressistes. Conjuguée à la dispersion de ses concurrents (les héritiers très affaiblis des partis de gouvernement d'un côté, la Ligue puissante dans les seules régions septentrionales de l'autre), cette plus grande homogénéité lui procurerait en effet un net avantage dans le cadre d'un scrutin uninominal.

C'est à ces conclusions qu'était arrivée une étude de Giuliano Urbani, professeur de science politique à l'Université Bocconi de Milan, membre du conseil scientifique de la Confindustria (la confédération patronale italienne) et éditorialiste aux idées « libérales » revendiquées dans plusieurs grands quotidiens nationaux. Contacté par Silvio Berlusconi, il l'a rencontré à la fin du mois de juin dans la résidence de celui-ci à Arcore, une petite ville proche de Milan :

> « Il s'était passé que *[Fedele]* Confalonieri *[ami d'enfance et bras droit de Berlusconi en tant qu'administrateur délégué de la Fininvest]* avait donné au futur président du Conseil *[Silvio Berlusconi]* une de mes études », raconte Giuliano Urbani à propos de cette rencontre. « Il y était démontré deux choses : que, en reprenant le résultat des élections administratives qui venaient de se tenir, avec à peine trente pour cent des votes, le Pds *[Parti des démocrates de gauche, successeur du Parti communiste italien et principale composante des Progressistes]* aurait totalisé soixante-cinq pour cent des sièges. E que, cependant, avec le système uninominal, il aurait suffi un comité électoral qui aurait choisi des candidats crédibles pour donner la parole aux citoyens modérés et battre la gauche. Berlusconi fut extrêmement frappé [...]. La vérité est que le président *[Silvio Berlusconi]* n'a pas voulu plier, n'a pas voulu accepter la victoire communiste piegare. »[11]

Giuliano Urbani avait déjà sensibilisé des intellectuels libéraux et des groupements d'entrepreneurs liées à la Confindustria à son analyse de la situation politique, avant de trouver en Silvio Berlusconi « le seul qui a eu le courage de s'engager »[12]. Appuyé par ce dernier, il fondera quelques temps plus tard, le 29 juillet 1993, l'association « Alla ricerca del Buongoverno ». Les objectifs déclarés de celle-ci étaient explicites : « Unir les forces vitales de la société civile qui se reconnaissent dans les principes et la pratique de la démocratie libérale » afin de soutenir, à la faveur du nouveau mode de scrutin, l'émergence d'une nouvelle classe politique « modérée » en mesure de contrecarrer aussi bien les tentations séparatistes de la Ligue que le retour du vieux « système partitocratique » corporatiste et bureaucratique, cette fois-ci sous les auspices des anciens communistes[13].

Silvio Berlusconi a clairement fait siens ces objectifs. Ceux-ci rejoignaient du reste certaines des initiatives prises au sein de la Fininvest – en particulier par Marcello Dell'Utri et le vice-président de Publitalia, Domenico Lo Jucco, occupés depuis plusieurs mois à mobiliser les cadres territoriaux de la firme pour « sonder » les avis de ses principaux clients[14], ou encore

[11] « Urbani : quel giorno che la segretaria mi passò Berlusconi », *La Stampa*, 29 juin 2003.
[12] Carmen Golia, *Dentro Forza Italia. Organizzazione e militanza*, Venezia, Marsilio, 1997, p. 36.
[13] Giuliano Urbani, Enzo Carnazza, *L'Italia del buongoverno*, Milano, Sperling e Kupfer, 1994, p. 5-6.
[14] Paolo Pagani, *Forza Italia. Come è nato il movimento che in 5 mesi ha cambiato la politica italiana*, Novara, Boroli Editore, 2003, p. 90-93. Entretien de l'auteur avec Domenico Lo Jucco.

de Roberto Spingardi, directeur central du personnel de la Fininvest, organisateur des séminaires de formation pour ses hauts dirigeants et au centre d'un réseau de relations dans les mondes de la culture, de l'entreprise et de la politique qu'il mobilisera plus tard au service du projet politique de son patron[15]. Et ces mêmes objectifs convergeaient très certainement avec les convictions de ce dernier, son inclination à se présenter du côté des « gens communs » contre les « élites » des bureaucraties étatiques et de l'establishment politique et intellectuel, ainsi que de son fort anticommunisme et de sa crainte qu'un gouvernement dirigé par la gauche puisse nuire à ses intérêts entrepreneuriaux.

Dès la fin juillet 1993, Silvio Berlusconi reconnaissait publiquement sa participation à une série de rencontres avec des « entrepreneurs, universitaires, journalistes, artistes » qui « croient dans les valeurs de la démocratie libérale, dans la production, dans le développement, dans la liberté d'entreprendre, dans la famille, dans la tolérance », opposés à « l'étatisme » et au « dirigisme ». Il s'agissait d'aider à la reconstruction d'un centre modéré en suscitant des vocations parmi « les gens de bien, avec une expérience certifiée », des « personnes disposées à mettre leurs compétences et leur honnêteté au service de la collectivité » et de leur fournir des soutiens divers (formation politique, arguments programmatiques, données de sondages, assistance logistique, etc.)[16]. Silvio Berlusconi excluait toute implication politique directe. Son intention déclarée était simplement d'appuyer une « association de recherche et d'impulsion », promotrice du « bon gouvernement » et opposée à la « dérive à gauche » du pays, qui supportera les candidats les plus proches de ses objectifs dans les collèges électoraux[17]. L'influence des positions de Giulano Urbani, devenu l'un des proches conseillers politiques de Silvio Berlusconi, était patente ; elle le sera encore quand celui-ci rendra plus explicites ses intentions – par exemple dans l'hebdomadaire *Epoca* du 19 novembre où il annonçait la création des « clubs Forza Italia »[18] ou dans un long entretien accordé quelques jours plus tard au quotidien *La Stampa* :

> « Le vrai problème que le Pays doit affronter aujourd'hui est […] qu'il existe une majorité d'électeurs qui croient en une série de valeurs – le marché, la libre entreprise, la tolérance, la correction, le bon sens – et qui ne trouvent pas dans les partis actuels un force de représentation réelle […]. Je crois que l'Italie qui travaille, qui produit, qui épargne et qui fait son devoir doit se rendre compte d'une chose. Une chose essentielle. Que si, avec ce système électoral à un seul tour, elle ne veut pas finir par être gouvernée par le Pds, c'est-à-dire par une force politique qui a comme point central de son

[15] *Ibid*., p. 125. Entretien de l'auteur avec Roberto Spingardi.
[16] « Il partito Fininvest », *La Repubblica*, 28 juillet 1993.
[17] « Berlusconi cerca partito », *La Stampa*, 27 juillet 1993.
[18] « J'ai adhéré à l'idée de promouvoir une recherche, province par province, qui tende à orienter vers la politique des personnes de bien, de bon sens, capables, qui ont déjà fait leurs preuves dans les entreprises, dans le travail, dans leur professions libérales, dans les universités », déclare Silvio Berlusconi. Il ajoute avoir comme objectif de s'opposer au risque « de la survie culturelle, ou même de l'hégémonie culturelle de la gauche », une « tradition de pensée qui a eu comme le modèle le socialisme réeel» (cité dans Claudio Fracassi, Michele Gambino, *Berlusconi. Una biografia non autorizzata*, supplemento al n. 7 di *Avvenimenti*, Roma, 1994, p. 25).

programme cette idée étatique et d'assistance qui, partout où elle a été appliquée, a fini en une faillite économique et humaine catastrophique, elle doit construire des alliances. Elle doit trouver une agrégation, un pôle d'unité, une force qui lui donne la parole et l'élève au rang de sujet politique. »

Si son dessein n'était pas de devenir personnellement un « sujet politique », mais de « d'apporter une contribution à ceux qui allaient dans cette direction », poursuivait Berlusconi, il n'excluait pas cependant d'être poussé à boire « le calice amer » de la politique si les leaders des partis du centre ne parvenaient pas à s'accorder pour offrir une représentation à la « vraie majorité qu'il y a dans le pays »[19].

Les options restaient dont ouvertes, entre un engagement direct dans l'arène électorale et un appui collatéral à des leaders et mouvements politiques existants. On sait aujourd'hui, par des témoignages concordants, que Silvio Berlusconi a tenté, entre septembre et décembre 1993, d'impliquer dans son projet politique certains dirigeants « rénovateurs » de la Démocratie chrétienne, soit pour leur proposer la direction d'une coalition modérée qu'il soutiendrait de l'extérieur, soit pour négocier des accords sur des candidatures communes avec un mouvement politique autonome dont il aurait la conduite[20]. Des offres ont été faites dans ce sens à Mario Segni, l'un des principaux critiques des « blocages » du parti catholique et promoteur d'un « grand front libéral et moderne distinct de la Ligue et du Pds »[21], ou encore à Mino Martinazzoli, secrétaire général de la Démocratie chrétienne depuis octobre 1992 et qui en pilotait une « refonte » basée sur le retour à ses racines de mouvement populaire et sur sa moralisation. Tous deux avaient repoussé ces avances : Mario Segni par crainte du conflit d'intérêts que susciterait une telle opération et des tentations « hégémoniques » de Silvio Berlusconi mais aussi parce qu'il avait « sous-évalué les potentialités » de ses initiatives politiques en cours[22] ; Mino Martinazzoli en raison de son opposition à l'accord avec la Ligue et les néofascistes du Mouvement social italien que Berlusconi lui présentait comme indispensable pour s'assurer une victoire électorale, mais antinomique avec l'histoire et les valeurs collectives des démocrates-chrétiens[23].

---

[19] « Sono morti i partiti, non il Centro », *La Stampa*, 23 novembre 1993. L'entretien a lieu le lendemain du premier tour de nouvelles élections locales partielles, qui ont confirmé, en les accentuant, les tendances précédentes : écroulement de la Démocratie chrétienne et des partis du centre, dont les candidats sont éliminés dès ce premier tour dans les grandes villes ; succès des Progressistes, qui conquièrent au tour suivant d'importantes mairies, dont celles de Rome, Naples, Gênes et Palerme ; maintien de la forte présence de la Ligue dans les régions du Nord. Ces élections signalent également une affirmation électorale inédite des néofascistes du Mouvement social italien, dont les candidats, présents au second tour à Rome et Naples, obtiennent respectivement 47% et 41% des suffrages.

[20] Cf. par exemple les récits que font de la période un journaliste proche de Silvio Berlusconi, Bruno Vespa (*1989-2000. Dieci anni che hanno sconvolto l'Italia*, Milano, Mondadori, 1999, p. 246 s.) ou un autre de ses proches, son secrétaire particulier dans la seconde moitié des années 1990, Sandro Bondi (*Tra destra e sinistra. La nuova politica di Forza Italia*, Milano, Mondadori, 2004, p. 36 s.).

[21] Mario Segni, *La rivoluzione interrotta. Diario di quattro anni che hanno cambiato l'Italia*, Milano, Rizzoli, 1994, p. 237.

[22] *Ibid*., p. 10-15.

[23] Giancarlo Loquenzi, *Interviste sulla rivoluzione italiana*, Roma, Fondazione Liberal-Atlantide Editoriale, 1997, p. 68-71. Entretien de l'auteur avec Mino Martinazzoli.

C'est en arguant de ces refus, et des mésententes entre les responsables des forces modérées incapables de s'accorder sur un projet politique commun, que Silvio Berlusconi a soutenu avoir été contraint de s'impliquer directement dans le combat électoral. Il jouera de cet argument jusqu'à la déclaration officielle de son entrée en politique. « Je travaille à créer un accord entre les forces modérées […]. Tous se disent disponibles. Mais ensuite quand on passe aux choses concrètes [...] chacun se referme. Chacun semble choisir l'isolement […]. La décision de m'engager directement en politique ne dépend pas seulement de moi », affirmait-t-il dans les derniers jours de décembre 1993[24] – en ajoutant qu'il ne se soustraira pas à ses responsabilités en cas d'échecs des transactions en cours en vue d'une large alliance nécessaire pour battre la gauche[25]. Le « miracle » ne s'étant pas produit au moment où, le 15 janvier 1994, le président de la République, Luigi Scalfaro, avait annoncé la dissolution du parlement et la tenue prochaine d'élections générales anticipées, Silvio Berlusconi confirmait quelques jours plus tard ce qui était de plus en plus assuré depuis l'extrême fin de l'année précédente : passer à la « phase opérative » de son opération politique pour « empêcher la formation d'un régime « néo-communiste »[26], une décision qu'il officialisera dans un discours retransmis sur les chaînes télévisuelles de la Fininvest le 26 janvier 1994.

**Le porte-étendard de la « nouveauté »**

En l'espace de quelques semaines seulement, la position de Silvio Berlusconi et de l'équipe formée autour de lui pour l'assister dans ses initiatives politiques, s'est ainsi radicalisée. L'option d'un soutien auxiliaire à des dirigeants politiques engagés dans la restructuration des anciens partis de gouvernement ou à des formations susceptibles de s'allier avec eux dans une agrégation centriste a laissé place, d'abord à celle d'un regroupement électoral composé de candidats provenant du monde de l'entreprise et de la « société civile » en appui à cette agrégation, ensuite à la création d'un mouvement politique autonome : le « Mouvement politique Forza Italia », dont les statuts ont été déposés devant un notaire de Rome le 18 janvier 1994. La trajectoire n'a certes pas été linéaire. Son issue a été longtemps incertaine, même si nombreux sont les protagonistes de la période à considérer que la décision de Silvio Berlusconi était arrêtée bien avant sa proclamation officielle.

> « L'idée que nous nous étions faite *[du « possibile impegno politico » de Silvio Berlusconi]* », rapporte par exemple Domenico Lo Jucco, « était différente de ce qui s'est ensuite réalisé. Nous tous avions en tête qu'il ne s'agissait pas du tout de travailler pour construire un parti au sens propre [...]. Nous imaginions plutôt la création d'une structure de lobbying, disons un groupe de pression [...]. C'est pourquoi l'idée initiale était : constituons une structure qui accompagne un groupe de parlementaires possibles [...]. Au moins au début, nous croyions devoir accompagner la préparation, la formation de certains futurs parlementaires […]. Aujourd'hui, je crois que l'idée que le Cavaliere *[Berlusconi]* se retire s'il ne réussissait pas à trouver l'homme juste à envoyer au gouvernement était surtout

[24] « « Il cavaliere : con me solo persone rispettate », *Corriere della sera*, 21 décembre 1993.
[25] « Berlusconi si butta nella mischia », *La Repubblica*, 21 décembre 1993.
[26] « Berlusconi : un miracolo mi può fermare », *Corriere della sera*, 24 janvier 1994.

rhétorique », poursuit Domenico Lo Jucco. « A la fin, il avait monté cet alibi par ruse, sachant que l'homme juste n'existait pas. A part lui. »[27]

Les tentatives pour pousser Silvio Berlusconi à renoncer à entrer personnellement dans l'arène politique ont en outre été nombreuses, de la part notamment de dirigeants politiques et de porte-paroles de l'aire libérale, mais aussi au sein du groupe dirigeant de la Fininvest, profondément divisé sur l'opportunité de ses initiatives politiques[28].

Quelles qu'en aient été les motivations (préserver les intérêts de ses entreprises, mener une bataille idéologique contre une gauche rejetée pour ses valeurs et crainte pour ses intentions, voire satisfaire un désir d'action et de reconnaissance narcissique[29]), une telle trajectoire a conduit Silvio Berlusconi à rompre avec les règles et les mécanismes admis et adoptés ordinairement par les acteurs du jeu politique. Au fur et à mesure de l'accélération de la crise des partis traditionnels (écroulement électoral, multiplication des défections), des opportunités d'alliances qui s'offraient à lui ou de celles qu'il suscitait (en partie récusées), de l'expérimentation de l'efficience de la machine politico-électorale qu'il était en train de mettre en place (attestée tout autant par les résultats des sondages que par le recrutement massif de candidats ralliés à sa cause), l'option est devenue envisageable d'une stratégie charismatique[30] qui le poussait à des positions d'offensive et à des conduites inédites, que les autres protagonistes de la compétition politique excluaient généralement ou qui leur étaient inconcevables. Silvio Berlusconi a ainsi renversé les règles établies du recrutement du personnel politique par les appareils partisans en leur substituant le parrainage de notables locaux issus de la « société civile » par des comités électoraux créés pour l'occasion. Il a renouvelé les modalités habituelles de mobilisation des militants et des électeurs en important dans l'espace politique des techniques du marketing et du management des entreprises. Il a édifié en alternative à une organisation partisane dont il ne disposait pas un mouvement politique modelé sur la structure de ses firmes commerciales et en utilisant les ressources. Il a brisé un interdit qui pesait sur les élites politiques en place en s'alliant avec l'extrême-droite néofasciste et en permettant à la Ligue de devenir un partenaire autorisé des alliances politiques, en dépit de sa radicalité « antisystème » et de ses revendications sécessionnistes.

---

[27] Paolo Pagani, *Forza Italia*..., *op. cit*., p. 93-94. Entretien de l'auteur avec Domenico Lo Jucco.

[28] Les deux principaux collaborateurs de Silvio Berlusconi et vice-présidents de la Fininvest, Fedele Confalonieri et Gianni Letta, ont été opposés dès l'origine à son projet politique, considéré comme voué à la « faillite » et conduisant au « suicide économique » : le groupe risquerait selon eux d'être la cible de représailles politiques (restriction des crédits bancaires, législations audiovisuelle anti-trust, enquêtes judiciaires) nuisibles à ses intérêts. Ils ont d'abord tenté de l'en dissuader, puis de le pousser à s'en tenir à un appui externe aux partis du centre. Sur ces points, cf. par exemple Bruno Vespa, *1989-2000….*, *op. cit*., p. 235-237.

[29] Outre l'exaltation et l'enthousiasme que suscite le sentiment d'être chargé d'une « mission », que partagent Silvio Berlusconi et son équipe selon de nombreux témoignages, ce dernier rapporte de plus en plus fréquemment son engagement à un appel large et diffus des « gens », auquel il est en devoir de répondre.

[30] Michel Dobry, *Sociologie des crises politiques*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1986, 227 s.

Dans le même temps, Silvio Berlusconi a progressivement endossé, et de plus en plus ouvertement revendiqué, le rôle de « l'homme nouveau », étranger au régime des partis et à l'establishment. Ses invitations à renouveler la classe politique, qui s'adressaient dans un premier temps aux « candidats des formations politiques les plus proches de l'idée libérale-démocratique » et aux « hommes nouveaux » des forces centristes existantes[31] se sont de transformées en une exhortation à un « ample renouvellement » du personnel dirigeant et à de vives critiques contre les « professionnels de la politique »[32]. Il s'est érigé en contempteur et en adversaire radical de l'ancien « système », identifié aussi bien démocrates-chrétiens qui refusaient ses offres de collaboration et œuvraient à la reconstruction d'une coalition centriste dont il serait exclu, qu'aux « communistes » eux aussi issus des « vieux appareils ». Il écrivait ainsi dans une lettre ouverte à la presse, publiée le jour même de l'annonce de son entrée en politique et qui en justifiait les raisons :

> « Une injection de forces sociales qui n'ont pas fait de la politique un métier est décisive pour passer dans le faits à la seconde République. Il faut considérer un élément typiquement politique. La tentation consociative reste très forte. L'idée que cette loi électorale doive être trahie dans les faits et qu'au centre du système parlementaire et de gouvernement on doive reconstruire un hybride très similaire aux majorités brouillonnes du passé, plus encore avec les anciens communes jouant le rôle du nouveau centre, cette idée circule de façon maligne chez de nombreux acteurs de la vieille scène politique. Je crois que l'on doit tout faire pour empêcher une telle issue. Nous avons choisi, avec un référendum et avec une loi majoritaire, de conférer directement au peuple, aux gens, la possibilité de décider qui doit gouverner et qui doit être dans l'opposition. Ce serait une belle affaire que de leur enlever maintenant, au dernier moment, cette possibilité, par un escamotage politicard, une tromperie […]. Le problème Berlusconi est ici, dans la conviction absolue que je me suis faite de la nécessité de véritablement tourner la page... »[33]

L'allocution de la « descente sur le terrain », prononcée par Silvio Berlusconi le 26 janvier 1994 et retransmise en direct sur les chaînes de télévision privées de la Fininvest, a elle aussi témoigné de ce repositionnement « antipolitique »[34]. Face à l'effondrement « des vieux gouvernants écrasés par le poids de la dette publique et par le système de financement illégal des partis », y déclarait-il, il était prêt à relever le défi de la fondation d'un mouvement politique original, baptisé Forza Italia, guidé par des « personnes avec la tête sur les épaules et une expérience solide, créative et innovatrice, capables de [...] faire fonctionner l'Etat » et « d'offrir au Pays une alternative crédible au gouvernement des gauches et des communistes » – ceux-ci étant non seulement « incapables de gouverner le

[31] « Non è un partito, non lo guido io », *La Repubblica*, 23 octobre 1993.
[32] « « Il cavaliere : con me solo persone rispettate », *Corriere della sera*, 21 décembre 1993.
[33] « Berlusconi : perchè scendo in campo », *Corriere della sera*, 26 janvier 1994.
[34] Dans le sens très général d'une offre politique fondée sur l'opposition à l'establishment et structurée sur un double clivage, opposant d'un côté la classe politique aux citoyens ordinaires et, de l'autre, les partis de l'ordre politique établi à ceux qui en proposent le dépassement et la régénération (cf. Andreas Schedler, « Anti-political-establishment parties », *Party Politics*, vol. 2, n. 3, 1996, p. 291-312) Pour un développement de la notion dans le cas de l'Italie de la fin des années 1990, cf. Alfio Mastropaolo, *Antipolitica. Alle origine della crisi italiana*, Napoli, L'Ancora, 2000 et Salvatore Lupo, « Il mito della società civile. Retoriche antipolitiche nella crisi della democrazia italiana », *Meridiana*, n. 38-39, 2000, p. 17-43.

Pays » mais aussi les héritiers d'une histoire et les défenseurs d'une idéologie opposée aux « principes fondamentaux des démocraties modernes ». Il avait ainsi décidé de descendre sur le terrain », pour défendre « une société libre […] où il n'y aurait pas la peur, où à la place de l'envie sociale et de la haine de classe, il y ait la générosité, le don de soi, l'amour pour le travail, la tolérance, le respect de la vie ».

> « Ce que nous voulons offrir aux Italiens », concluait-il, « c'est une force politique faite d'hommes totalement neufs. Ce que nous voulons offrir à la nation, c'est un programme de gouvernement fait seulement d'engagements concrets et compréhensibles [...]. L'histoire de l'Italie est à un tournant. En tant qu'entrepreneur, que citoyen, [...] je vous dis qu'il est possible d'en finir avec une politique de bavardages incompréhensibles, de querelles stupides, de politiciens sans métier. »[35]

En reprenant à son compte la critique morale du régime et en la politisant au nom d'un libéralisme modernisateur, en se présentant comme un homme neuf contraint de se sacrifier pour l'intérêt du pays, en mettant en avant ses compétences d'entrepreneur et ses qualités d'homme d'action (opposées à l'inefficacité des politiciens professionnels), Silvio Berlusconi tentait d'occuper une position qui avait été constituée en solution à la crise politique au cours de son déroulement : celle d'un outsider qui incarne et garantit le changement, la « régénération » de la vie publique.

Phénomène insoupçonnable moins d'un an auparavant, cette position lui a été reconnue au fur et à mesure des ralliements à la coalition qu'il s'est attelé à former dès après sa « descente sur le terrain ». Des accords pour la présentation de candidats communs ont été conclus par Forza Italia, le 1er février avec le Centre chrétien démocrate (fraction sécessionniste de la Démocratie chrétienne hostile à l'option isolationniste de sa direction), le 11 du même mois avec la Ligue et le 13 avec Alleanza nazionale (le nom du regroupement politique placé sous la houlette du Mouvement social italien, adopté pour le démarquer de son héritage fasciste et afficher sa volonté de conversion en un parti de la droite conservatrice). L'entrée en scène de Silvio Berlusconi, conjuguée à la nouvelle loi électorale, poussait à de tels accords – d'autant plus cruciaux que les formations de gauche s'étaient réunies dans la coalition des Progressistes. Le risque qu'une part importante de leur électorat se dirige vers Forza Italia (ce qu'indiquaient les sondages, dont l'usage se généralisait à cette époque d'incertitude quant à la consistance de l'opinion publique) a incité les responsables de la Ligue et d'Alleanza nazionale à s'associer dans un même rassemblement, malgré leurs différends et les contradictions de leurs programmes[36]. D'autres, notamment parmi les élus des anciens partis de gouvernement, se sont saisis d'une opportunité dont ils ont fait le pari qu'elle leur permettrait de continuer à participer au jeu

[35] « Per il mio Paese », 26 janvier 1994, allocution télévisuelle reproduite dans Silvio Berlusconi, *L'Italia che ho in mente*, Milano, Mondadori, 1999, p. 289-292.

[36] En raison de leur hostilité déclarée (Alleanza nazionale s'oppose notamment à l'option fédéraliste de la Ligue), ce sont en fait des accords séparés qui sont passés par Forza Italia avec la Ligue dans les circonscriptions du nord (sous le label du « Polo delle libertà ») et avec Alleanza nazionale dans celles du centre et du sud (sous le nom de « Polo del buongoverno »).

politique – quand bien même ils ont été contraints pour cela de consentir au leadership de nouveaux venus qui remettaient en cause les formes de la professionnalisation partisane dont ils étaient le produit et de cautionner l'adoubement de mouvements politiques qu'ils avaient précédemment contribué à disqualifier.

La victoire du « Pôle des libertés et du bon gouvernement » aux élections législatives des 27 et 28 mars 1994 a consacré Silvio Berlusconi en liquidateur de la « première République italienne »[37] et en rénovateur de la vie publique. Forza Italia s'est imposé comme le premier parti du pays et son fondateur comme le leader incontesté de la nouvelle majorité – il sera nommé le 11 mai président du Conseil. Le centre catholique, très en-deçà des scores réalisés par la Démocratie chrétienne jusqu'en 1992, a été marginalisé. Parmi les partis « historiques » de l'Italie républicaine, seul l'ancien Parti communiste italien a réussi à conserver une part conséquente de son électorat ; mais les résultats des Progressistes ont été très inférieurs à ceux qu'ils avaient escomptés et la désillusion a été grande alors que la perspective de la victoire leur avait semblé très proche. Ces élections marquaient toutefois pour les commentateurs et pour l'ensemble du monde politique la fin d'une époque et le début d'une ère nouvelle. Les vainqueurs en ont fait l'inauguration d'une période de « profond changement et rénovation que les gens nous demande avec urgence et passion »[38]. Le vaincus y ont vu le présage d'un futur incertain et inquiétant, le signe de la faillite des espoirs de renouveau qu'avait éveillés la transition[39] et même, pour les plus radicaux d'entre eux, un danger pour la démocratie. Tous se retrouvaient cependant dans le constat de la ruine définitive de « l'ancien régime », qui aboutissait à une Italie inédite dont personne n'aurait pu prévoir l'apparence ne serait-ce que quelques mois auparavant.

Parmi les moyens mis en avant pour représenter la nouveauté et la rupture, l'histoire professionnelle de Silvio Berlusconi, son statut d'entrepreneur à succès, ont été une ressource de poids. Elles ont servi de support à un usage rhétorique du label entrepreneurial[40], visant à accréditer l'originalité et la valeur de son offre politique, et qui

[37] L'expression s'impose entre 1992 et 1994 pour désigner le régime né de l'instauration de la République en 1948, dominé par la Démocratie chrétienne et en train de se défaire au cours de la crise politique.

[38] Discours de Silvio Berlusconi lors de la présentation de son gouvernement au Sénat, 16 mai 1994, reproduit dans Silvio Berlusconi, *Discorsi per la democrazia*, Milano, Mondadori, 2001, p. 18.

[39] Outre la dénonciation des motivations intéressées de sa vocation politique, de son alliance avec l'extrême-droite et de son « populisme », l'un des principaux arguments polémiques contre Silvio Berlusconi consiste à lui contester la « nouveauté » qu'il revendique, en rappelant notamment sa proximité avec les hiérarques de l'ancien régime (Bettino Craxi tout particulièrement), qui ont facilité sa conquête du monopole des télévisions commerciales dans les années 1980. Cf. par exemple un éditorial dans ce sens du directeur quotidien de gauche *La Repubblica* (« Scende in campo il ragazzo coccodè », 27 janvier 1994) ou un article de Paolo Florès d'Arcais, dans lequel il décrit Silvio Berlusconi en « entrepreneur symbole des enchevêtrements entre les affaires et la politique », en héritier de la partitocratie qu'il prétend combattre et en instigateur occulte de sa restauration (« Ricominciare dalla libertà », *MicroMega*, n. 2, 1994, reproduit dans Paolo Flores d'Arcais, *Il ventennio populista…*, *op. cit*., p. 70-78.

[40] Sur les usages politiques de la référence managériale, ainsi que sur les processus d'importation dans la sphère publique des instruments et des dispositifs qui lui sont associés, cf. Cécile Robert, « Les transformations managériales des activités politiques », *Politix*, n. 79, p. 7-23.

s'est décliné selon trois registres principaux : sa différence foncière avec les hommes politiques professionnels ; l'efficience du marché et de la libre initiative, associée à la disqualification de « l'étatisme » et du « bureaucratisme » ; l'engagement missionnaire du leader visionnaire et innovant. Les deux premiers de ces registres apparaissent nettement dans le discours que Silvio Berlusconi a prononcé devant trois mille partisans de Forza Italia (responsables nationaux et locaux, candidats déjà sélectionnés, militants des clubs), le 6 février 1994, à l'occasion de la première convention nationale du parti. Les thématiques de ses précédentes interventions s'y déployaient avec plus d'ardeur et de passion, plus de charges polémiques également, dans une exaltation des vertus de l'entreprise servant la disqualification des « politicards » et de la « machine politico-bureaucratique » à laquelle était assimilé l'Etat :

> « Nous voulons une Italia avec moins de taxes, moins de bureaucratie, une Italie qui donne plus de place à qui assume le risque de l'entreprise, à qui assume la charge de créer du travail et du bien-être. Nous voulons, en somme, une Italie qui donne plus d'espace au privé et moins à l'Etat [*applaudissements*] [...]. Je crois que l'on doit porter à la direction du Pays des hommes différents de ceux qui l'ont jusque-là dirigé et administré. Je crois que jamais autant qu'aujourd'hui l'Italie a besoin d'homme avec la tête sur les épaules [...], des hommes qui ne sachent pas seulement faire de beaux discours, faire bonne figure lors de tables-rondes ou à la télévision, tenir des réunions électorales, répondre aux questions et faire des traits d'esprit, mais qui sachent à l'inverse et surtout agir ; des hommes qui sachent dire clairement ce qu'ils veulent faire, mais qui sachent surtout transformer leur parole en actions et dont les résultats du travail témoignent de leurs capacités *[applaudissements]*. Des hommes qui ont été en première ligne dans leur vie et dans leur travail, des hommes d'espérance, de fidélité, d'optimisme, animés par une grande volonté d'agir [*applaudissements*]. »[41]

Le troisième registre se laisse plus difficilement appréhender, qui ressortit autant des arguments et thématiques explicitement formulés que de leurs formes expressives. Il se manifeste dans un « style de leadership », des manières de se vêtir, d'utiliser son corps, de prendre la parole en public, d'exposer son mode de vie et ses pratiques de consommation, etc.[42], qui sont autant de manifestations d'un imaginaire de la réussite et du pouvoir fondé sur la valorisation de la prospérité matérielle, de l'appétence pour l'action opérationnelle, du sens de l'initiative, de la prodigalité et de la convivialité ouverte[43]. Il se donne aussi à voir, plus explicitement, dans la mise en scène d'un parcours personnel présenté comme un destin héroïque, la réalisation d'une mission de nature spirituelle et inspirée propre à

[41] Discours de Silvio Berlusconi à la Convention de Forza Italia, Rome, 6 février 1994, reproduit dans Silvio Berlusconi, *L'Italia che ho in mente*, *op. cit*., p. 19-33.

[42] Sur les processus de subjectivation à travers la culture matérielle et les techniques du corps, cf. les travaux de Jean-François Bayart, par exemple « Total subjectivation », *in* Jean-François Bayart, Jean-Pierre Warnier, dir., *Matière à politique. Le pouvoir, les corps, les choses*, Paris, Karthala, 2004, p. 215-253.

[43] Sur les soubassements matériels des imaginaires du pouvoir et du prestige, cf. l'examen qu'en propose dans le cas de l'Afrique Richard Banegas, « Nouvelles figures de la réussite et du pouvoir », *Politique africaine*, n. 82, 2001, p. 5-23. Dans celui qui nous intéresse ici, ces imaginaires se rattachent très directement aux univers idéologiques et aux registres d'actions de la « cité par projets » telle que l'analysent Luc Boltanski et Eve Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999, chapitre 2.

« l'entrepreneur créatif »[44]. C'est ainsi qu'une biographie hagiographique de Silvio Berlusconi – réalisée sous contrôle à la veille des élections législatives de mai 2001 et qui a été distribuée gratuitement à plus de douze millions de foyers italiens – retrace sa trajectoire sous l'aspect d'une geste homérique : celle d'un homme ayant manifesté dès son enfance « le sens du devoir, l'amour pour le travail, la capacité de sacrifice », doté d'un « solide sens pratique », d'un puissant « charisme » et d'un sentiment aigu de l'amitié ; que son « origine de bourgeois moyen » ne prédisposait en rien à « construire un empire » mais qui y est parvenu en sachant « cultiver de grands projets, allumer de grandes espérances, lancer de grands défis, réaliser des choses qui ne semblaient que des utopies » ; qui s'est engagé dans une « bataille de liberté » en luttant d'abord pour la fin du monopole télévisuel public et pour télévision tout entière vouée à son public, puis en se lançant dans la « grande aventure » de Forza Italia quand il considèrera de son devoir de « se lancer dans le jeu et de prendre des risque en première personne pour éviter à son Pays un futur suffocant et illibéral »[45].

En arguant de ses qualités d'entrepreneur – et de celles des principes managériaux d'efficience, de créativité et de détermination auxquels elles sont censées correspondre –, Silvio Berlusconi a élaboré un nouveau répertoire de l'offre « antipolitique ». Celle-ci s'était en effet étendue, dans les années qui avaient précédé la crise politique des années 1992-1994, bien au-delà du périmètre des partis « antisystème » comme la Ligue ou le Mouvement social italien et de celui des groupements civiques de contestation et de critique (associations antimafia ou anticorruption, activistes de la gauche radicale, cercles intellectuels progressistes). De nombreux dirigeants des partis conventionnels s'en étaient emparés : l'équipe de direction du Parti communiste italien par exemple, initiatrice à la fin des années 1980 d'une réforme qui visait à promouvoir une « nouvelle culture politique » fondée sur les « capacités autonomes de la société civile »[46] ; ou des responsables des fractions progressistes de la Démocratie chrétienne engagés à la même époque dans une bataille contre son appareil et la « classe politique désormais professionnalisée et toujours plus détachée de la société civile »[47] qui le dirigeait. Elle avait pris la forme d'un appel salvateur à la « société civile » contre les oligarchies partisanes figées dans la préservation

[44] Emanuela Poli, « Silvio Berlusconi and the myth of the creative entrepreneur », *Modern Italy*, vol. 3, n. 2, 1998, p. 271-279.

[45] *Una storia italiana*, Verona, Mondadori printing, avril 2001, respectivement p. 6, p. 10, p. 44-45, p. 56 et p. 73. La brochure, de 134 pages, est abondamment illustrée de photographies en couleur représentant Silvio Berlusconi avec ses amis d'enfance, en famille, dans ses activités politiques et institutionnelles, etc. ; il reproduit même son horoscope. Sandro Bondi, son secrétaire particulier et fervent adulateur, qui en a coordonné la rédaction, propose une version encore plus homérique de la biographie de son mentor, évoqué en « entrepreneur humaniste », en utopiste pragmatique « capable de transformer les rêves en réalité » et de « proposer des grands objectifs de civilisation pour son Pays » (Sandro Bondi, *Tra destra e sinistra…*, *op. cit*., p. 21-30).

[46] Selon les termes utilisés en 1991 par son secrétaire général, promoteur de son « tournant » social-démocrate et de la transformation cette même année du Parti communiste italien en Partito democratico della sinistra, Achille Occhetto *(Il sentimento e la ragione*, Milano, Rizzoli, 1994, p. 95-96).

[47] Mario Segni, *La rivoluzione interrotta…*, *op. cit*., p. 36.

de leurs intérêts corporatistes et inaptes à assurer la modernisation de la démocratie italienne. Pendant la crise, la condamnation politique ou morale des blocages et des dérives du régime démocrate-chrétien s'était encore plus largement propagée : elle avait été reprise à leur compte par la très grande majorité des individus et des groupes pouvant prétendre à la succession des élites de la « première République », qui avançaient l'argument de sa corruption et de sa dégradation pour appuyer une telle prétention[48].

Silvio Berlusconi a redéfini les termes de ces critiques et de ces revendications en les plaçant sous les auspices du marché, de la libre entreprise et de la modernité managériale. Il en a radicalisé les thématiques privilégiées. L'invitation à renouveler la classe dirigeante en l'autonomisant de la tutelle des bureaucraties partisanes s'est transformée en une injonction à substituer aux « politicards » incompétents des « hommes totalement nouveaux ». La réforme de l'Etat à laquelle aspiraient des fractions modernisatrices de la haute fonction publique et du monde politique n'impliquait plus seulement un remodelage de l'action publique reposant sur la privatisation de certains services collectifs et l'adoption d'une nouvelle gouvernance inspirée du management des firmes privées[49], mais de mettre fin à la « voracité de notre Etat » et à « l'hyper-régulation » (qui rend « difficile, si ce n'est pas impossible, l'activité de ceux qui travaillent ») par une réduction drastique du champ d'intervention étatique et de la pression fiscale[50]. Ce faisant, Silvio Berlusconi a soustrait le monopole de « l'offre de changement » aux professionnels de la politique qui se l'étaient appropriés. Plus encore, l'usage de la référence managériale et l'exaltation du marché a contribué à disqualifier les prétentions de ses concurrents à représenter la nouveauté, à partir d'une réélaboration de ses critères à laquelle ils ne pouvaient totalement souscrire ni être réputés avoir été partie prenante[51].

L'offre politique inédite qu'a proposée Silvio Berlusconi s'est adossée à un ensemble de valeurs, de croyances et de modèles sociaux d'identification qui s'étaient développés parmi

---

[48] Alfio Mastropaolo (*Antipolitica…*, *op. cit*.) étudie dans le détail les processus et les acteurs de cette « mobilisation antipolitique de la classe politique ». Cf. également Jean-Louis Briquet, *Mafia, justice et politique en Italie…*, *op. cit*., p. 252-269.

[49] Sur les débats autour de la réforme de l'Etat dans les années 1980, cf. Paul Ginsborg, *L'Italia del tempo presente. Famiglia, società civile, Stato 1980-1996*, Torino, Einaudi, 1998, p. 418-426.

[50] Discours de Silvio Berlusconi à la Convention de Forza Italia, Rome, 6 février 1994, *loc. cit*., p. 26. De la radicalité de la proposition ne découle pas celle des politiques mises en œuvre par la suite, comme en témoigne le programme du premier gouvernement Berlusconi, peu différent dans ce domaine de celui de ses opposants (réduction des déficits publics, privatisations, introduction de la concurrence dans les secteurs publics des services).

[51] Comme l'écrit Cécile Robert (« Les transformations managériales des activités politiques », *art. cit*., p. 12-13), « l'introduction de certains principes et outils managériaux permet non seulement de parer des attributs de la modernité les acteurs qui prétendent importer et/ou incarner le management, mais aussi de "faire vieillir socialement" certains modes d'être et de faire au sein des organisations dans lesquelles il est introduit ». Dans le cas présent, ce sont les revendications de changement des anciens challengers du régime démocrate-chrétien (partis de gauche, mouvements de la société civile, fractions contestatrices et rénovatrices de la Démocratie chrétienne) qui sont ainsi déqualifiées au nom de leur modération, mais aussi parce que les hommes issus des « vieux partis » sont soupçonnés de masquer, sous le couvert de la rénovation de ces partis, un projet inavouable de reproduction de la « partitocratie ».

les « classes émergentes » de la petite industrie familiale, des travailleurs indépendants et de la nouvelle bourgeoisie tertiaire, en forte croissance dans les années 1970 et 1980 spécialement dans les régions septentrionales. « Individualisme, libéralisme économique, propension à l'extension des aires régulées par le marché, antiétatisme explicite, intolérance à l'égard de la régulation politique de l'économie, réduction des compensations du welfare, sont des valeurs néo-bourgeoises que le programme de Forza Italia s'est approprié », a écrit à ce sujet le sociologue Arnaldo Bagnasco[52]. C'est certainement l'une des raisons de son succès auprès de ces groupes que d'avoir présenté un programme ajusté à leurs attentes en termes politiques (réduction de la pression fiscale, desserrement des contrôles bureaucratiques), symboliques (apologie du travail, de la famille et de l'initiative individuelle) et culturels (valorisation de l'hédonisme consumériste)[53].

Les thèmes de ce programme, et les motifs idéologiques qui en étaient au fondement, avaient été formulés précédemment, dans le cours et en raison des activités entrepreneuriales de Silvio Berlusconi. Celles-ci l'ont amené à nouer des contacts étroits avec des responsables politiques ainsi que – à partir du moment où, dans la seconde moitié des années 1970, son impressionnante réussite dans les affaires lui avait permis d'accéder à la notoriété – à intervenir dans l'espace public. Il a très ouvertement exposé un anticommunisme dont il ne démordra jamais – en justifiant par exemple l'achat de 12% des parts de la société éditrice du quotidien conservateur *Il Giornale*, en 1997, par le fait qu'il était « très préoccupé de voir avancer en Italie une gauche qui n'avait pas encore parcouru entièrement le chemin vers la démocratie » et qu'il lui fallait de ce fait « descendre sur le terrain pour construire un bastion susceptible de combattre la tendance dangereuse qui s'était instaurée »[54] ; ou, plus tard, quand les tentatives des partis de gauche et d'une fraction de la Démocratie chrétienne de réguler le secteur audiovisuel (limitation des coupures publicitaires, projet de loi antitrust) le feront se dresser avec virulence contre les « ennemis du marché » que sont les « catho-communistes »[55].

Ses affaires dans la construction et la promotion immobilière, à l'origine de sa fortune, l'ont conduit à tisser très tôt des liens avec plusieurs élus de la région milanaise, en particulier de

---

[52] Arnaldo Bagnasco, *L'Italia in tempi di cambiamento politico*, Bologna, Il Mulino, 1996, p. 37-38.

[53] Cette hypothèse est par exemple celle de Paul Ginsborg (*Berlusconi. Ambizioni patrimoniali in una democrazia mediatica*,Torino, Einaudi, 2003), qui insiste sur le rôle de la télévision privée et de la publicité commerciale dans le développement d'une telle culture « consumériste » (*Ibid*., p. 25-39 plus spécialement).

[54] Cité dans Giorgio Ferrari, *Il padrone del diavolo. Storia di Silvio Berlusconi*, Milano, 1990, p. 59. En 1979, Silvio Berlusconi deviendra l'actionnaire majoritaire de la société éditrice de *Il Giornale*, avec 37,5% de ses parts.

[55] Cité dans Giuseppe Fiori, *Il venditore. Storia di Silvio Berlusconi e della Fininvest*, Milano, Garzanti, 1996, p. 154. Silvio Berlusconi est souvent bien plus violents à propos des seuls communistes (mais la gauche démocrate-chrétienne est aussi l'une de ses cibles privilégiées), dont il dira par exemple qu'ils « ont démontré en soixante ans d'être stupides, vivant dans l'erreur et offrant aux gens seulement deux choses : la faim et la misère » (Propos tenus par Silvio Berlusconi lors d'une réunion à Rome en juin 1989, reproduits dans Stefano E. D'Anna, Gigi Moncalvo, *Berlusconi in concert*, Viareggio, Otzium, 1994, p. 180 – L'ouvrage relate dans le détail la « tournée » entreprise par Silvio Berlusconi dans plusieurs villes d'Italie en juin et juillet 1989 pour rencontrer des industriels et des responsables de leurs associations professionnelles, des clients de la Fininvest, des cadres et des employés du groupe ainsi que, plus généralement, des personnalités locales).

l'aire démocrate-chrétienne et socialiste[56]. Mais c'est surtout avec sa reconversion dans le domaine de la télévision privée, à la fin des années 1970, qu'il a été directement confronté à l'univers de la politique. Devenu au milieu de la décennie suivante le propriétaire des trois seules chaînes commerciales italiennes, ayant délibérément violé la loi en diffusant leurs programmes sur l'ensemble du territoire, engagé dans une violente campagne contre la télévision publique qui disposait légalement du monopole des transmissions nationales[57], Silvio Berlusconi a non seulement cherché des appuis parmi les leaders politiques disposés à régulariser la situation de ses chaînes, mais son cas a été aussi au centre d'un débat national portant sur les modes de règlementation de l'audiovisuel. Il a trouvé ces appuis au sein des partis de gouvernement – en particulier du Parti socialiste et de son secrétaire général Bettino Craxi, président du Conseil de 1983 à 1987 – qui, en 1985, ont autorisé par décret les chaînes berlusconiennes à poursuivre leur diffusion, en l'attente d'une loi générale qui ne sera adoptée que cinq ans plus tard[58]. Quant aux débats qui ont précédé cette loi, Silvio Berlusconi y a pris une part active, endossant le rôle de censeur des corporatismes publics et de défenseur de la liberté d'entreprendre.

Dans les batailles pour la défense de ses entreprises et la conquête de nouveaux marchés – plus spécialement le marché publicitaire –, Silvio Berlusconi a mobilisé des thématiques et des arguments très voisins de ceux qu'il utilisera plus tard au moment de son engagement en politique. Son combat contre la RAI, aux dirigeants de laquelle il imputait l'intention de le « l'anéantir » en œuvrant pour limiter le temps dédié au spots commerciaux ou en en le confinant à la possession de seulement deux chaînes, est allé de pair avec des charges violentes et répétées contre la prépotence des « partis », les pratiques de distribution des postes et de clientélisme au cœur de leur pouvoir : « La RAI est aux mains des partis, elle est

[56] Silvio Berlusconi a commencé sa carrière au milieu des années 1960, en construisant et commercialisant plusieurs ensembles immobiliers, dont un immense et luxueux centre résidentiel de la banlieue de Milan (« Milano 2 »), édifié entre 1970 et 1979. L'origine des fonds lui ayant permis de se lancer dans ces entreprises est inconnue, ce qui a incité plusieurs biographes critiques à supposer des opérations de blanchiment d'argent provenant de la fraude fiscale, voire des activités de la mafia (par exemple Giovanni Ruggeri, Mario Guarino, *Berlusconi…*, *op. cit*.). Les enquêtes judiciaires sur ces faits sont restées sans résultats tangibles.

[57] Pour plus de précisions sur la manière dont Silvio Berlusconi a construit son « empire » dans les médias, cf. notamment Giuseppe Fiori, *Il venditore…*, *op. cit*., deuxième partie. Entre 1979 et 1993, Silvio Berlusconi créée ou acquiert notamment, via la Fininvest : trois chaînes télévisuelles nationales, une agence de régie publicitaire (Publitalia), une société de production cinématographique et télévisuelle, un groupe éditorial (contrôlant en particulier plusieurs périodique et une importante maison d'édition, la Mondadori), une société de distribution de produits financiers (Programma Italia), une chaîne de grands magasins (Standa). En 1993, le capital de la Fininvest est détenu par vingt-deux holdings, dont treize possédées intégralement par Silvio Berlusconi, qui dispose ainsi personnellement de 50,4% des parts de l'ensemble des sociétés dépendantes de la Fininvest. Ces dernières emploient autour de 40 000 personnes (dont 13 500 employés de la Standa) et réalisent un chiffre d'affaires de 11 533 milliards de lires, soit approximativement, actualisées en 2009, neuf milliards d'euros (Vito Meli, « Strutture del gruppo Fininvest », *Politica ed economia*, n. 5-6, décembre 1994, p. 3-7). Toujours en 1993, Silvio Berlusconi est la quatrième fortune d'Italie, à la tête d'un patrimoine estimé par le magazine Forbes à un milliard et demi de dollars de l'époque.

[58] On trouve une analyse détaillée de ces décrets et de la loi en question, ainsi que des « protections gouvernementales » envers les sociétés de Silvio Berlusconi dont ils témoignent, dans Elio Testoni, « La costituzione illegale del monopolio dela Fininvest e le protezioni governative », *Democrazia e diritto*, vol. 34, n. 1, 1994, p. 425-467.

leur “propriété”, elle est “leur chose”. La RAI est l’expression directe, et concrète, de cette démocratie spéciale qui est aujourd’hui la nôtre en Italie […]. Notre démocratie est gouvernée par certains partis qui sont privés de démocratie, de méthodes authentiquement démocratiques, jusqu’à leur intérieur [...]. Et ils mettent ainsi la RAI sous leur dépendance, à travers le contrôle des postes-clés, avec leurs hommes. En somme, la RAI è la “longa manus” des partis »[59]. Ses efforts pour lutter contre ces mêmes projets ont été présentés comme un insupportable gaspillage de temps et d’énergie, une entrave inacceptable au droit d’exercer son travail d’entrepreneur ; « contre moi », ajoutait-il, « il n’y a pas les gens qui travaillent, qui ont des idées, qui créent ; il y a ce que l’on nomme les “maîtres-à-penser”, qui ne me supportent pas parce que je me suis fait à partir de rien et que j’ai eu du succès »[60]. Ils ont été érigés en campagnes en faveur du « libre choix de chacun » contre « l’arriération et l’intoléance »[61].

En même temps que celle de les « gens qui travaillent », Silvio Berlusconi évoquait fréquemment l’opinion des « gens ordinaires », supposés soutenir son combat et dont il cherchait à satisfaire les aspirations. Il avait ainsi jugé scandaleuse la suspension des retransmissions des chaînes de la Fininvest, le 16 octobre 1984, à la suite d’une décision de trois juges d’instance déterminés à faire appliquer la loi réservant la diffusion nationale à la télévision d’Etat, au motif qu’elle allait à l’encontre de la « voix de l’opinion publique ». Plus généralement, ce combat était identifié à la défense des « gens » contre les « élites » : « La nouveauté irrite certaines personnes. Il y a la jalousie à l’égard de celui qui réussit : une attitude aristocratique qui n’en est plus vraiment une. Tout ce qui relève de la consommation de masse est antithétique aux élites […]. Cela me paraît des discours présomptueux de gens qui n’ont rien de mieux à faire. Nous ne faisons pas de la télévision pour les intellectuels. Nous nous adressons aux gens »[62].

Sa plus vaste histoire entrepreneuriale a pu être retracée sous la forme d’un engagement en faveur du bien-être et de la prospérité collective, continuellement entravé par la « machine politique et bureaucratique » et qui n’a pu être s’accomplir qu’au prix de « l’abnégation » et du « sacrifice ». La construction de Milano 2 en a été la première expérimentation :

> « Milano 2 a été mon entreprise la plus difficile [...]. Je me souviens du nombre de personnes qui étaient contre moi : ils étaient tous, mais vraiment tous, contre moi. Il y avait la machine politique et bureaucratique parfaite pour empêcher, pour interdire, pour retarder, pour placer des obstacles sur le chemin. Il y a avait les juges communistes, la Préfecture, les syndicalistes, les Verts de l’époque [...].

[59] Propos tenus par Silvio Berlusconi lors d’une réunion avec des clients de la Fininvest à Bologne en juin 1989, reproduits dans Stefano E. D’Anna, Gigi Moncalvo, *Berlusconi in concert*, *op. cit*., p. 56.
[60] *Ibid*., p. 143 et p. 145. Propos tenus par Silvio Berlusconi lors d’une réunion à Pérouse en juin 1989.
[61] *Ibid*., p. 181. Propos tenus par Silvio Berlusconi lors d’une réunion à Rome en juin 1989.
[62] Cité dans Giorgio Ferrari, *Il padrone del diavolo…*, *op. cit*., respectivement p. 121 et p. 147-148. La décision de suspendre les transmissions des chaînes de Silvio Berlusconi avait déclenché une vaste campagne de protestation orchestrée par des dirigeants de la Fininvest et des journalistes de ces chaînes. La réaction du gouvernement Craxi avait été immédiate, avec la promulgation le 20 octobre d’un décret-loi autorisant la reprise des transmissions.

> Malgré tout cela, malgré l'efficience de cette machine qui s'opposait à moi, j'ai réussi à construire une ville de dix mille habitants. Cela a été difficile, mais on ne peut rien faire sans abnégation [...]. Je pense que sans sacrifice personnel on ne peut rien obtenir. Pour réussir, on a besoin de son propre bagage, de talent, d'intelligence, de préparation. Mais si, malgré tout ça, on ne trime pas comme un fou, on n'y arrivera jamais. »[63]

La « bataille » contre le monopole de la RAI en a été le prolongement, dont l'enjeu a été « la liberté de faire, finalement, une télévision dans laquelle l'unique critère de jugement valide était la satisfaction du public et non pas les pressions et les contraintes provenant des Palais du pouvoir », des partis l'utilisant comme instrument de « propagande » et un endroit où « placer des parents et des amis »[64]. Cette histoire prenait alors tout son sens, que Sandro Bondi, hagiographe « officiel » de Silvio Berlusconi, formulait en ces termes :

> « Toute sa vie, *[Silvio Berlusconi]* a cherché à mettre en pratique les idéaux auxquels il croyait, de réaliser des rêves, de se rapprocher de l'utopie. Si faire de la politique est la possibilité de changer, en améliorant la vie de tous, le leader de la Maison des libertés *[le nouveau nom de la coalition des partis de droite après 2000]* a toujours été un homme politique même quand il construisait des maisons et des quartiers ou quand il posait les fondations d'une télévision qui a enrichi et élargi les espaces de liberté de la société italienne. »[65]

L'offre programmatique élaborée au moment de la création de Forza Italia n'était donc pas entièrement nouvelle. Elle s'adossaient, au moins partiellement, à des croyances et à des représentations qui avaient été antérieurement forgées dans et par l'expérience de chef d'entreprise ; elle en reprenait plusieurs des motifs (qu'il s'agisse de l'anticommunisme, de la déconsidération de la politique politicienne, de la condamnation du bureaucratisme ou encore de l'exaltation de l'action créatrice et visionnaire de l'homme d'affaires innovateur et conquérant) et jusqu'à des formulations ou des expressions quasiment identiques (le devoir de « descendre sur le terrain », le sens du « sacrifice » pour la collectivité, la responsabilité morale vis-à-vis des « gens » contre l'establishment). Le recours à des répertoires idéologiques et à des références symboliques élaborées dans l'activité entrepreneuriale a du reste accompagné la radicalisation de l'offre politique de Silvio Berlusconi. Dans la trajectoire qui l'a conduit à s'investir directement dans l'arène politique, celui-ci a de plus en plus fréquemment utilisé des tels répertoires et de telles références, afin de s'affirmer en challenger des politiciens de métier et en rénovateur de la politique traditionnelle. Il a contribué en cela à remanier en profondeur les formes de la compétition politique, dans laquelle il a importé des modèles de « vertu » propres au monde des affaires (valorisation de la capacité d'initiative et de l'innovation prédatrice[66]) ainsi que des styles expressifs (relative

---

[63] Propos tenus en juillet 1989 par Silvio Berlusconi à Arcore devant des étudiants, reproduits dans Stefano E. D'Anna, Gigi Moncalvo, *Berlusconi in concert*, *op. cit*.., p. 316-317.
[64] *Una storia italiana*, *op. cit*., p. 56.
[65] Sandro Bondi, *Tra destra e sinistra*, *op. cit*., p. 27.
[66] Sur ces modèles de « vertu » associés aux « activités de prédation » caractéristiques de la vie des affaires, cf. Michel Villette, Catherine Vuillermot, *Portrait de l'homme d'affaires en prédateur*, Paris, La Découverte, 2007 [2005], en particulier le chapitre 6.

désinvolture corporelle alliée à un soin constant de son image physique, postures et positions offensives assumées) qui leur sont associés.

**Le « parti-entreprise »**

Comme le note Salvatore Lupo, l'offre de nouveauté « antipolitique » que propose Forza Italia est ainsi solidement enracinée idéologiquement. Elle consiste en une reformulation de l'appel à la société civile contre la société politique, qui passe par l'utilisation emphatique de la rhétorique managériale, l'exaltation des vertus du marché et la dépréciation de l'Etat. Elle se présente comme un projet de transposition dans l'espace public des capacités gestionnaires et innovatrices expérimentées dans les activités entrepreneuriales, voisin des révolutions conservatrices engagées dans les années 1980 en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis notamment – et associé comme celles-ci à l'apologie des valeurs traditionnelles dans le domaine des mœurs, de la famille ou du travail. Elle fournit une expression politique aux aspirations et aux intérêts de groupes sociaux et professionnels (entrepreneurs, commerçant et travailleurs autonomes notamment) qui se reconnaissent dans une telle offre, dans les modèles culturels et idéologiques qu'elle véhicule[67]. En ce sens, Forza Italia ne peut être identifié à un « parti électoraliste personnel », créé pour soutenir les seules ambitions de son leader charismatique et privé de tout soubassement idéologique conséquent[68]. Plus précisément, la relation causale qu'établissent les tenants de cette identification entre, d'un côté, le développement au sein de ce type de partis de technologies d'organisation et d'instruments de mobilisation de l'électorat dérivant du marketing et du management des firmes privées et, de l'autre, le dépérissement de leur assises idéologiques et de leurs capacités de proposition en termes de valeurs[69] est loin d'être attestée dans le cas de Forza Italia. Au contraire, c'est en prenant appui sur de telles technologies et de tels instruments que le projet politique et idéologique de Silvio Berlusconi a pu se déployer ; et ce sont les correspondances et les congruences entre les premiers et le second qui ont doté l'entreprise berlusconienne d'une force et d'une cohérence inédites.

---

[67] Salvatore Lupo, « Il mito della società civile… », art. cité, p. 30-33.

[68] C'est la thèse que proposent notamment Richard Gunther et Larry Diamond, « Species of political parties. A new typology », *Party politics*, vol. 9, n. 2, 2003, p. 167-199. « The most purely electoralist party is what we call the *personalistic* party […] as its *only* rationale is to provide a vehicle for the leader to win an election and exercise power. It is not derived from the traditional structure of local notable elites, but, rather, is an organization constructed and converted by an incumbent or aspiring national leader exclusively to advance his or her national political ambitions. Its electoral appeal is not based on any programme or ideology, but rather on the personal charisma of the leader/candidate. […] Numerous twentieth century examples abound, including Silvio Berlusconi's Forza Italia » (p. 187-188). Cf. également dans le même sens Joseph La Palombara, Jeffrey Anderson, « Political parties », *in* Mary Hawkesworth, Maurice Kogan, *Encyclopedia of government and politics*, London-New York, Routledge, 2004, p. 381-398.

[69] Richard S. Katz et Peter Mair (« Changing model of party organization and party democracy: the emergence of the cartel party », *Party politics*, vol. 1, n. 1, 1995, p. 5-28) suggèrent un lien similaire dans le cas des partis cartellisés, quand ils notent que l'émergence de ces derniers s'accompagne de celle d'un « normative model of democracy » caractérisé par la marchandisation du vote et le déclin des incitations idéales à l'engagement lié à la professionnalisation croissante des activités politiques (p. 23-25).

La décision de la « descente sur le terrain » n'aurait en effet pas été envisageable sans les ressources matérielles, organisationnelles et humaines ainsi que les savoir-faire techniques dont disposait Silvio Berlusconi par l'intermédiaire de ses entreprises. L'intense travail de mobilisation effectué entre le milieu de 1993 et les élections générales de mars 1994 a été avant tout orchestré par des dirigeants du groupe Fininvest ; il a demandé un « l'emploi de ressources humaines et logistiques considérables qui, presque sans exception, venaient des entreprises [de ce] groupe »[70]. Certains analystes ont pour cette raison qualifié Forza Italia de « parti personnel-patrimonial », soulignant le fait que ce mouvement s'est édifié en empruntant très directement ses cadres, ses structures et ses méthodes à ceux des sociétés dont Silvio Berlusconi était le propriétaire et le chef incontesté[71].

A la fin de l'été 1993, celui-ci a contacté plusieurs cadres dirigeants de la Fininvest pour leur proposer de participer à son initiative politique. La très grande majorité d'entre eux n'avaient jamais exercé auparavant de fonctions partisanes ou syndicales ni eu d'expérience active du militantisme. Leur contribution à cette initiative a été le prolongement de leur collaboration professionnelle à l'entreprise : un comportement habituel et normal face à un commandement hiérarchique et la manifestation d'une loyauté vis-à-vis de ce commandement – tous deux très certainement encouragés par les perspectives de promotion au sein de la Fininvest qu'offrait l'implication dans le projet politique de son leader. Roberto Spingardi, directeur du personnel et du développement organisationnel de la Fininvest, raconte par exemple de la sorte comment il a été amené, en décembre 1993, à devenir le responsable l'administration générale et des relations externes de Forza Italia :

> « Ce n'était pas une nuit noire et tempétueuse, mais seulement un dîner normal à Arcore, quand Silvio Berlusconi a fait état devant moi et les présents de sa décision d'entrer en politique. Nous étions ses plus proches collaborateurs et amis [...]. En fait, je pense qu'il n'y a rien de mal à confesser que parmi les valeurs exprimées dans ce groupe, il y avait aussi un profond sens de l'amitié. Parce que l'entreprise était fondée sur cette valeur. Le noyau dur de la Fininvest, qui comprend Publitalia et Canale 5 mais aussi la branche des assurances et le Milan AC *[équipe de football acquise par Silvio Berlusconi en 1986]*, possède un esprit d'équipe et un sens de l'appartenance très, très fort […]. Donc : il n'y a pas eu d'ordre, de demande, d'investiture officielle. Quand il s'est agi d'œuvrer à la naissance de Forza Italia, étant donné que c'était moi l'expert des relations, de la gestion et de l'organisation, je dis au Cavaliere *[Berlusconi]* : OK, c'est d'accord, je m'en occupe… Ce fut quelque chose d'automatique. »[72]

Comme l'indique ce témoignage, l'engagement politique des cadres du groupe Fininvest s'est inscrit dans le prolongement direct de leurs activités au sein de ce groupe ; leurs rôles

[70] Emanuela Poli, *Forza Italia. Strutture, leadership e radicalemento territoriale*, Bologna, Il Mulino, 2001, p. 30. Je reprends dans cette partie plusieurs des éléments de l'analyse de la création de Forza Italia que propose l'auteur dans les deux premiers chapitres de ce livre, p. 25-71.

[71] Marco Maraffi, « Forza Italia », *in* Gianfranco Pasquino, a cura di, *La politica italiana. Dizionario critico 1945-95*, Roma-Bari, Laterza, 1995, p. 247-259. Cf. également la thèse du « parti personnel » développée par Mauro Calise, *Il partito personale*, Roma-Bari, Laterza, 2000.

[72] Paolo Pagani, *Forza Italia...*, *op. cit.*, p. 127. Entretien de l'auteur avec Roberto Spingardi.

dans le parti ont été généralement similaires (ou fortement apparentés) à ceux qui étaient les leurs au sein de l'entreprise. Ainsi, Gianni Pilo, ancien responsable des programmes de la télévision berlusconienne Canale 5 devenu directeur du service marketing éditorial de la Fininvest et chargé à ce titre des études de satisfaction auprès des téléspectateurs, quittera ces fonctions à la fin de septembre 1993 pour se consacrer à la stratégie de communication de Forza Italia, à la tête de la Diakron SpA – une société de sondages qu'il a fondée à cette date avec un autre dirigeant de la Fininvest, Mario Valducci[73]. Ce dernier, jusqu'alors directeur du secteur Développement immobilier de la chaîne de grands magasins Standa, acquise par Silvio Berlusconi en 1988, sera en charge de la gestion administrative de Diakron et, plus généralement, des finances de Forza Italia (dont il a été l'un des cinq membres fondateurs au moment de son enregistrement officiel devant notaire, le 18 janvier 1994). « Jamais auparavant », raconte-t-il, « je n'avais exercé une quelconque activité politique. Même pas civique, même pas une association professionnelle ou de loisir ». C'est sous l'impulsion de Silvio Berlusconi – et en conformité avec sa nature de « moderato naturale » – qu'il a mis à la disposition de son patron ses compétences comptables et gestionnaire pour « pousser en avant » le projet politique de celui-ci[74].

C'est également dans le vivier des cadres dirigeants de la Fininvest qu'a principalement puisé Silvio Berlusconi pour mettre en place les clubs Forza Italia, destinés à mobiliser sur le territoire les sympathisants et les activistes du parti en formation, à le promouvoir localement et à soutenir ses candidats ; pour sélectionner ces derniers dans chaque circonscription ; pour les assister dans leur campagne électorale en programmant leurs apparitions télévisuelles, en leur fournissant des argumentaires clés-en-main ou des outils de marketing (affiches, gadgets promotionnels) ; ou encore pour organiser celle de leur leader et coordonner la stratégie nationale de Forza Italia. Angelo Codignoni, ancien directeur général de la chaîne télévisuelle française privée La Cinq et administrateur d'une société de production et d'investissement dans le domaine des médias, du cinéma et de la télévision[75], a été rappelé en Italie par Berlusconi pour diriger l'association nationale des clubs Forza Italia et coordonner leurs activités. « Avec Silvio Berlusconi, le leader que personne d'autre n'avait, les clubs Forza Italia ont été sans l'ombre d'un doute l'ingrédient principal de la grande, de l'inattendue victoire de mars 1994 », rapporte-t-il à un journaliste. Il a fallu pour cela créer en un temps record plusieurs milliers de ces clubs pour assurer la « presenza capillare » du parti sur le territoire et servir de « supporto alla nascita di una

[73] Les liens entre Diakron et les firmes de Silvio Berlusconi sont étroits : celui-ci a apporté les capitaux nécessaires à la création de la société de sondage ; elle est hébergée dans des locaux appartenant à Edilnord, société immobilière de la Fininvest (ces locaux abriteront également, en novembre 1993, la direction de l'Association nationale des clubs Forza Itaia et, en décembre, celle du mouvement politique du même nom) ; près de la moitié de ses employés proviennent du service marketing de la Fininvest (cf. Carmen Golia, *Dentro Forza Italia…*, *op. cit*., p. 37 ou Emanuela Poli, *Forza Italia…*, *op. cit*., p. 53).

[74] Paolo Pagani, *Forza Italia…*, *op. cit*., p. 60. Entretien de l'auteur avec Mario Valducci.

[75] Il s'agit de la société Quinta communication, fondée en 1990 par le producteur et hommes d'affaires tunisien Tarrak Ben Ammar et Silvio Berlusconi. Ce dernier a été également copropriétaire des diverses sociétés concessionnaires de La Cinq pendant toute la durée de son existence (entre 1985 et 1992).

classe politica nuova »[76]. « Notre mot d'ordre : renouveler la liturgie », poursuit Angelo Codignoni :

> « Comment est-ce que les gens normaux, effrayés par le futur et éloignés de Rome, pouvaient se rapprocher de la politique ? Les clubs s'inspirèrent vite des mouvements d'opinion américains [...]. José Maria Aznar, en Espagne, m'avait frappé de façon particulière […]. Il avait créé une méthode moderne pour impliquer les gens. *Ahora vamos a ganar* avait été son slogan. Pour les campagnes électorales, il avait expérimenté un moyen nouveau de faire circuler son message. Un mix jamais vu de tradition européenne et venant d'Amérique, de spectacularisation : les drapeaux, la musique, l'implication émotive des électeurs. En plus, il y avait moi très fidèle collaborateur Fabio Minoli […]. C'était un rotarien. Ainsi, c'est lui qui m'a donné l'idée de tâter le pouls du Pays en répliquant, dans le mouvement auquel nous étions en train de rapidement donner forme, le statut d'association des clubs du Rotary. »[77]

Lors de la première convention nationale de Forza Italia, le 6 février 1994, un collaborateur d'Angelo Codiglioni avancera le chiffre de plus de 6 800 clubs créés depuis la mi-décembre de l'année précédente, regroupant près d'un million de membres[78].

Outre la grande facilité avec laquelle les volontaires pouvaient fonder un club (ils recevaient un « kit » comprenant des statuts types, un assortiment de produits de merchandising estampillés Forza Italia, le programme de l'association nationale des clubs, auquel ils devaient simplement déclarer adhérer, et un module d'affiliation à cette association[79]), la mobilisation des agents d'une autre société du groupe Fininvest, Programma Italia, spécialisée dans la vente de produits financiers (assurances, placements), a été cruciale dans cette floraison des clubs. Alors que les managers de Publitalia, sous la conduite de Marcello Dell'Utri et de Domenico Lo Jucco, étaient engagés depuis la fin du mois de septembre 1993 dans le recrutement des candidats, les « promoteurs » de Programma Italia, guidés par Ennio Dorris, co-fondateur en 1982 de cette société avec Silvio Berlusconi, s'activaient pour faire naître et animer les clubs Forza Italia, qui joueront le rôle de comités électoraux au service de ces candidats lors de la campagne des élections législatives de mars 1994. Les tâches étaient distribuées de la sorte, ainsi que l'explique par exemple Mario Valducci :

> « Il a eu une différence entre la contribution de Programma Italia et celle des hommes de Publitalia, l'équipe d'élite de Marcello Dell'Utri [...]. Programma Italia a fourni un énorme appui dans la campagne électorale, même si elle a joué un rôle secondaire par rapport à Publitalia, qui a sélectionné les candidats. Parce que les hommes de Dell'Utri représentaient la culture aristocratique de la

[76] Paolo Pagani, *Forza Italia*…, *op. cit*., p. 68-69. Entretien de l'auteur avec Angelo Codignoni.
[77] *Ibid*., p. 71.
[78] Emanuela Poli, *Forza Italia*…, *op. cit*., p. 48.
[79] Ce programme n'est autre que le projet de « bon gouvernement » élaboré par Giuliano Urbani et évoqué précédemment. Un journaliste du journal de gauche *La Repubblica* expérimente cette grande facilité en se faisant passer pour un fondateur potentiel : il lui suffit d'acquérir le « kit-président » pour une somme réduite (l'équivalent à l'époque de 250 euros), de faire acte de ses convictions pro-berlusconiennes, de recruter au moins cinq membres parmi ses « amis » et connaissances et de disposer d'une adresse postale (« Io, arruolato nei club Forza Italia », *La Repubblica*, 18 décembre 1993).

> Fininvest [...]. Il s'agissait d'hommes qui avaient eu de grand succès. Les réseaux de Publitalia avaient désormais atteint les objectifs fixés de chiffre d'affaires et tous les vendeurs avaient été fortement récompensés, autant en terme de carrière que de rémunération. Ils avaient des salaires d'administrateurs délégués. L'aristocratie, précisément. Programma Italia […] avait un bassin de centaines de milliers, sinon de millions, de petits clients. La cible était beaucoup plus populaire que les grands investisseurs institutionnels qui formaient les objectifs de vente de Publitalia. Mais cela, en compensation, se traduisait par la possibilité concrète, bon marché, de disposer de relations capillaires sur le territoire. D'atteindre des millions d'épargnants auxquels ils vendaient des plans d'épargne et à qui ils exposaient les idées politiques naissantes. Une force de frappe et de pénétration fondamentale, croyez-moi. »[80]

L'encadrement de Forza Italia – tant au niveau central de l'appareil que dans ces ramifications locales – et jusqu'à une partie de sa base militante ont donc été des émanations directes des firmes de Silvio Berlusconi. Celles-ci étaient d'ailleurs très bien adaptées à un possible transfert de certaines de leurs activités et de leurs modes d'organisation du secteur économique au secteur politique. La conquête des télévisions privées et des marchés publicitaires s'était accompagnée du développement en leur sein de technologies de mesure de l'opinion, de compétences en termes de communication et de marketing, transférables dans la compétition électorale. Les sociétés de la Fininvest étaient en outre actives dans tout le territoire national et pouvaient de ce fait servir de support à une structure politique bien implantée et coordonnée dans les divers espaces composant ce territoire. Enfin, une culture entrepreneuriale spécifique s'y était diffusée, faite de loyauté vis-à-vis du collectif professionnel, d'esprit de conquête et de compétition ainsi que de valorisation de l'initiative individuelle, qui a incité une grande partie du management de la Fininvest à se mobiliser avec ardeur et célérité en faveur du projet politique de leur leader.

Les domaines d'activités spécifiques de la Fininvest (communication, marketing), qui différenciaient les sociétés du groupe de celles agissant sur des marchés plus traditionnels (grand capitalisme industriel ou petites et moyennes entreprises familiales), ont facilité le passage de l'expérience entrepreneuriale à l'expérience politique. Comme l'a fait remarquer Emanuela Poli, il existait une « affinité naturelle entre les ressources entrepreneuriales à la disposition de Berlusconi et celles demandées pour entrer dans une campagne électorale [...]. La Fininvest, en d'autres termes, était une entreprise qui possédait déjà en interne tout autant les ressources nécessaires pour la création d'un nouveau produit *soft* – le produit politique – que les canaux pour sa communication/distribution (ou qu'un public attaché de consommateurs potentiels »[81]. Les firmes commerciales de Silvio Berlusconi ont en effet fourni à la fois les moyens humains (l'encadrement du parti), les modèles organisationnels (des sociétés fonctionnant en réseaux, coordonnées de manière peu formalisée, subordonnées à un leadership fortement centralisé et personnalisé), les savoir-faire

[80] Paolo Pagani, *Forza Italia…*, *op. cit*., p. 64. Entretien de l'auteur avec Mario Valducci.

[81] Emanuela Poli, *Forza Italia…*, *op. cit*., p. 40-41. Sur ce sujet, voir aussi Nicola Porro, « L'innovazione conservatrice. Fininvest, Milan club e Forza Italia », *Quaderni di sociologia*, vol. XXXVIII-XXXIX, n. 9, 1994-1995, p. 6-18.

professionnels (techniques de communication publicitaire, marketing) et, comme nous le verrons bientôt, le capital social qui ont permis à Forza Italia de s'édifier en une entreprise politique structurée et efficiente. Elles l'ont également doté de modèles culturels et symboliques (sentiment de la « mission » collective, identification positive à la marque entrepreneuriale) susceptibles de soutenir tout autant l'implication dans la lutte économique que dans la lutte politique, d'entretenir les loyautés et de susciter les enthousiasmes nécessaires à l'engagement au service de l'entreprise commerciale aussi bien que de l'entreprise politique.

Ce faisant, l'émergence de Forza Italia a modifié profondément les manières de faire de la politique en Italie. Les sondages d'opinion ont été utilisés massivement, d'abord pour évaluer les chances de réussite politique de Silvio Berlusconi (enquêtes de notoriété, évaluation de la propension au vote pour un parti qu'il conduirait), ensuite pour préciser les messages adaptés à ses cibles prioritaires et les stratégies de communication de son leader, enfin pour affiner son offre programmatique en fonction des « demandes des citoyens » et « les canaliser dans les directions désirées, en organisant les réponses politiques »[82]. Selon Gianni Pilo, coordinateur des recherches de la Diakron, dont il a été aussi l'un des fondateurs, les sondages ont largement contribué à convaincre Silvio Berlusconi de l'opportunité de sa « descente sur le terrain » en confirmant les attentes des citoyens envers un « personnages extérieur au système » et l'ont incité à baser sa communication sur « l'offre de nouveauté » qu'il représentait[83]. Ils ont en outre constitué pour Forza Italia un élément d'innovation et de différenciation par rapport à ses concurrents de la gauche progressiste, en lui permettant de « jouer pleinement ce rôle de récepteur et de canalisateur de la demande politique » qui devrait être celui des partis modernes, « de manière à maintenir […] le contact avec la société civile et pour garantir aux citoyens la présence de récepteurs sensibles, capable de faire parvenir leur *voice* au Palais [du pouvoir] »[84]. Les modes d'organisation des partis ont également été bouleversés, ainsi que les dispositifs de mobilisation de l'électorat, à la faveur de leur recours croissant aux médias, de l'importation en leur sein de techniques de management et de gestion expérimentées dans les firmes commerciales. Le transfert s'est opéré très directement dans le cas de Forza Italia : des spécialistes en communication de la Fininvest ont été impliqués dans la sélection et la formation des candidats potentiels (média training, cours de perfectionnement dans le

[82] Gianni Pilo, *Perché il Polo ha perso le elezioni*, Roma, Newton & Compton editori, 1996, p. 34. Responsable de la coordination des recherches et des sondages au sein de Diakron, l'auteur propose dans ce livre un récit circonstancié de la manière dont les sondages ont orienté la campagne électorale de Silvio Berlusconi.

[83] *Ibid*., p. 14 et p. 32-33.

[84] « La funzione etica del marketing politico », publication de Diakron citée dans Carmen Golia, *Dentro Forza Italia*..., *op. cit*., p. 44-45. Selon cette même publication, les partis traditionnels ignoraient ou dédaignaient les techniques modernes d'exploration du marché électoral et privilégiaient comme « antenne sur le social » les structures intermédiaires (sections de parti, syndicats, mouvements associatifs) qui leur étaient attachées. Ce faisant, ils s'interdisaient de saisir des demandes politiques profondément transformées du fait de l'affaiblissement des anciennes cultures partisanes et de la défiance croissante des citoyens vis-à-vis de la politique établie.

domaine politique, mise à disposition d'argumentaires clés-en-main, etc.) de la même manière qu'ils l'avaient été auparavant dans celles des cadres dirigeants de l'entreprise ; plusieurs de ces derniers ont mobilisé leurs collaborateurs et leurs subordonnés en faveur du projet politique berlusconien comme ils l'avaient fait par le passé dans les cadres des activités commerciales de cette entreprise ; les ressources logistiques et organisationnelles de celle-ci ainsi que les compétences expertes de son encadrement ont concouru à l'efficience de la machine partisane par les mêmes moyens que ceux qui assuraient celle de l'outil entrepreneurial. « La réorganisation de la politique », a remarqué à ce propos Roberto Spingardi, « n'est en fait pas si éloignée que ça de l'organisation de l'entreprise. Il faut de la synthèse, de la flexibilité, de l'invention et de l'esprit de service. Donc, une *task force* comme la nôtre *[celle de la Fininvest]*, dans laquelle chacun à une tâche précise, peut bien fonctionner »[85].

**Le capital social partisan**

Il reste que les ressources entrepreneuriales proprement dites de la Fininvest ne pouvaient suffire à l'implantation du parti. Sa fortune électorale a très probablement découlé des qualités charismatiques de Silvio Berlusconi, de son contrôle des médias et des stratégies de communication qu'il a mis en œuvre pour faire valoir l'offre de changement qu'il représentait. Mais elle a également résulté de la capacité du parti à rassembler sous son étiquette des candidats suffisamment notoires et établis localement pour prétendre légitimement accéder au statut d'élu[86] et pour qui l'affiliation à Forza Italia permettait de viser réalistement cet objectif. Ceux des dirigeants de la Fininvest qui se sont consacrés à cette tâche l'ont fait selon des critères explicites (enracinement territorial, capacité à communiquer et à s'exprimer dans les médias, nouveauté et extériorité à l'establishment politique) dont les sondages avaient établi la pertinence (ou, au moins, dont ils l'avaient confirmée en terme d'attentes des électeurs et donc de rendement électoral probable) et auxquels la conformité des prétendants à des charges parlementaires était évaluée à travers des épreuves formalisées (sondages de notoriété, tests visant à apprécier leur comportement lors d'une prestation télévisuelle ou d'un débat public). Ils ont aussi mobilisé, pour repérer et recruter des éligibles comme pour assurer une base militante au parti, les réseaux de relations, les liens professionnels et de sociabilité qu'ils avaient noués dans les sociétés locales – c'est-à-dire leur capital social[87].

Les activités des sociétés de Berlusconi ont contribué à la formation et à l'entretien de ce capital social territorialisé. Les 764 employés de Publitalia et les 300 agents de Programma

[85] Cité in Alessandro Gilioli, *Forza Italia…*, *op. cit*., p. 59.

[86] C'est-à-dire des individus disposant de de ressources « d'éligibilité », au sens que donne à ce terme Marc Abélès, *Jours tranquilles en 89. Ethnologie politique d'un département français*, Paris, Odile Jacob, 1989.

[87] Le « capital social » est ici entendu au sens large, comme l'ensemble des ressources découlant de la possession d'un réseau durable de relations, impliquant de la connaissance et de la reconnaissance réciproques, de la solidarité, de la coopération et de la confiance.

Italia (auxquels on peut ajouter 2500 mandataires indépendants) étaient implantés sur l'ensemble du territoire, en raison des particularités des produits commercialisés par ces sociétés : la vente d'espaces publicitaires sur les chaînes télévisuelles de la Fininvest, qui nécessitait d'entretenir des liens avec des annonceurs agissant dans la totalité des régions italiennes ; celle de produits financiers par des agents commerciaux en rapport étroits avec leurs clients. Les seconds – nous l'avons évoqué plus haut – ont eu pour mission principale l'organisation des clubs, celle de la campagne électorale et la mobilisation des électeurs. Une brochure qui leur a été distribuée, ainsi qu'aux promoteurs des clubs Forza Italia, à la fin d'octobre 1993, les invitait à rassembler « premier noyau de sympathisants très convaincus […] auquel confier la chaîne des recrutements successifs », à rechercher des « adhérents et volontaires » pour mener à bien la campagne électorale (« propagande orale, distribution de matériel, réservation de locaux publics pour les réunions, affichage, organisation de banquets pour récolter des signatures *[de soutien aux candidats]*, accords avec des commerçants pour exposer du matériel de merchandising dans leurs vitrines, distribution de ce matériel, service téléphonique, contacts avec la bureaucratie locale, service d'ordre, fonctions de bureau (secrétariat, archive, photocopies, correspondances, statistiques variées, propagande par téléphone, etc.) ») et à « individualiser parmi les électeurs de chaque siège électoral cinq ou dix personnes qui seront les référents du candidats, en mesure "d'activer et de contrôler" les votes »[88].

Quant aux managers de Publitalia, ils ont été plus spécialement chargés du recrutement des candidats. Ils formaient, selon son président Marcello Dell'Utri, « la seule équipe existante prête à être immédiatement opérative. *[Publitalia]* a toujours été la task force de la Fininvest, les marines prêts à l'engagement immédiats » et les intermédiaires avec les « milliers d'annonceurs avec lesquels nous avions des rapports de connaissance et même d'amitié »[89]. Ainsi, ces candidats, quand ils ne provenaient pas directement de l'encadrement des firmes berlusconiennes, ont été recrutés parmi les personnes en relations d'affaires avec elles ou appartenant aux mêmes milieux sociaux et professionnels. La composition du groupe parlementaire de Forza Italia à la chambre des députés élue en 1994 a été le résultat de ce processus de sélection. A la différence notable des autres formations politiques – en particulier du Parti des démocrates de gauche (PDS), principale force de l'opposition – les représentants du monde entrepreneurial (chef d'entreprises, cadres

[88] Extrait de la brochure *L'Italia che noi vogliamo*, citée dans Claudio Francassi, Michele Gambino, *Berlusconi...*, *op. cit*., p. 25-28. La brochure est très précise, concernant les moyens pour élargir le consensus électoral de ces « référents » (en s'adressant à leur parenté, à leurs collègues de travail, à leurs voisins, aux associations dont ils sont proches, etc.), pour donner l'impression d'un « rapport personnel entre le candidat et les électeurs », pour organiser des rencontres et réunions électorales, pour gérer les relations avec le public et les journalistes en relation avec les spécialistes en communication de la Fininvest et de Forza Italia (diffusion de « scoops », d'argumentaires « rédactionnels », de gadgets partisans, etc.). « Un "mouvement" donc qui entend adopter les techniques de la vente publicitaire à la structure "lourde" des partis », commente un journaliste dans un article qui accompagne la publication des principaux passages de cette brochure dans *La Repubblica* (« "Prendiamo l'Italia". La ricetta di Berlusconi », 22 octobre 1993).

[89] Entretien avec Marcello Dell'Utri, cité dans Bruno Vespa, *La grande muraglia*, Milan, Mondadori, 2002, p. 238.

dirigeants) ainsi que certaines professions auxiliaires à ce monde (avocats d'affaires, consultants) formaient la majeure partie des députés.

*Tab. 1. Professions des députés italiens, XIe législature (1994-1996)*

| Professions | Forza Italia | PDS | Ensemble des députés |
|---|---|---|---|
| Chefs d'entreprise | 21 (19%) | -- | 32 (5%) |
| Commerçants | 9 (8%) | 3 (2%) | 46 (7%) |
| Avocats | 11 (10%) | 7 (5%) | 67 (11%) |
| Autres professions libérales | 25 (22%) | 11 (9%) | 102 (16%) |
| *dont médecins* | *15* | | |
| *dont conseil aux entreprises* | *5* | | |
| Cadres dirigeants du secteur privé | 15 (13%) | -- | 22 (4%) |
| *dont dirigeants Fininvest* | *10* | | |
| Cadres dirigeants du secteur public | 9 (8%) | 9 (7%) | 30 (5%) |
| Journalistes, enseignants, universitaires | 18 (16%) | 25 (19%) | 120 (19%) |
| Personnel politique et syndical | 2 | 57 (45%) | 134 (21%) |
| Employés, ouvriers | 2 | 10 (8%) | 39 (6%) |
| Autres | -- | 5 (4%) | 36 (6%) |
| Total | 112 (100%) | 127 | 628 |

*Sources : Elaboration personnelle à partir de La Navicella. Annuario del parlamento italiano '94-95, Roma, Editoriale italiana, 1994 ; Verzichelli (L.), « La classe politica della transizione », Rivista italiana di scienza politica, XXVI (3), décembre 1996, p. 727-768.*

Les modes de mobilisation qu'implique une organisation partisane modelée sur l'entreprise (le « parti-entreprise » ou « business firm party »[90]) ont influé sur les canaux de recrutement des candidats et, de ce fait, du personnel parlementaire. Il s'est agi de « réseaux de contacts professionnels, d'affaires, de solidarités catégorielles, qui se sont développées entre les sélectionneurs et les sélectionnés, tous privés d'expérience politique, dans un modèle de recrutement professionnel-notabiliaire qui s'est distingué de façon nette des modèles traditionnels utilisés par les partis italiens, basés sur un apprentissage politique plus ou

[90] Jonathan Hopkin, Caterina Paolucci, « The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy », *European Journal of Political Research*, n. 35, 1999, p. 307-339. Le « parti-entreprise » est une forme de parti électoral-professionnel (Panebianco), qui a comme caractéristiques selon les auteurs d'être créé sur le modèle d'une firme dans le but de maximiser les avantages de ses membres (prestige, biens matériels liés à la détention de postes publics) et d'utiliser pour ce faire des techniques (management du personnel, marketing publicitaire, usage des médias) issues de la gestion des entreprises.

moins long qui se déroulait à l'intérieur des appareils de parti, des collectivités locales, des agences publiques et de celles dépendantes de l'Etat »[91].

En activant leurs réseaux relationnels, les managers de Publitalia ont suscité des vocations politiques à l'intérieur de milieux sociaux qui avaient été jusque-là peu présents dans l'espace de la représentation parlementaire (les milieux entrepreneuriaux mais aussi les cadres du management et, parmi les professions libérales, les consultants et prestataires de services aux entreprises) et que, précisément, leur extériorité à l'establishment politique rendaient conformes aux attentes de l'équipe dirigeante du parti (et à ce qu'ils estimaient être celles de l'opinion, aidés en cela par les sondages, par leurs convictions et par leur propre évaluation de la situation politique du moment). Si une partie non négligeable des députés de Forza Italia avaient eu une expérience politique antérieure à leur élection, dans l'un des partis de la « première République », la grande majorité était toutefois composée de novices en politique – lesquels revendiquaient d'ailleurs cette qualité.

*Tab. 2. Expérience politique des députés italiens, XIe législature (1994-1996)*

| | **Forza Italia** | **PDS** | **Ensemble des députés** |
|---|---|---|---|
| Députés sans expérience politique antérieure à leur élection | 85 (76%) | 40 (31%) | 276 (44%) |
| Députés avec une expérience politique antérieure à leur élection | 27 (24%) | 87 (69%) | 352 (56%) |
| *Fonctions nationales* | *18* | *35* | *167* |
| *Fonctions locales* | *9* | *52* | *185* |

*Sources identiques à celles du tableau 1*

L'entreprise politique a bénéficié en contrepartie de la notoriété et du capital relationnel dont les candidats sélectionnés disposaient dans leur circonscription. L'adoption d'un scrutin de type majoritaire, annoncée en avril 1993, mais aussi la situation politique marquée par les scandales de corruption et l'effondrement des anciens partis de gouvernement, ont conduit l'équipe de direction du parti à privilégier les candidats dotés d'un fort enracinement local, provenant de la « société civile » et du monde des « professions », capables de se présenter comme extérieurs à l'establishment politique largement discrédité[92]. Les vingt-sept responsables régionaux chargés de la sélection des candidats, dans leur quasi-totalité issus de la direction de Publitalia[93], ont ainsi entrepris de choisir « dans chaque ville le leader

[91] Emanuela Poli, *Forza Italia...*, *op. cit*., 2001, p. 204.
[92] Pour plus de précisions sur ces points, cf. Jean-Louis Briquet, « L'impératif du changement. Critique de la classe politique et renouvellement des parlementaires dans la crise italienne », *in* Michel Offerlé, dir., *La profession politique XIXe-XXe siècles*, Paris, Belin, 1999, p. 255-277.
[93] On en trouve la liste complète dans Paolo Pagani, *Forza Italia*…, *op. cit*., p. 37-40.

naturel, le professionnel estimé, l'entrepreneur de valeur et de les transformer en nos porte-drapeaux »[94] – ou, pour reprendre les paroles de Silvio Berlusconi, des « personnes des entreprises, des professions libérales, de l'université » qui « jouissent de l'admiration, du respect et de l'estime des gens »[95]. Ils se sont ensuite appliqués à les préparer à leurs tâches, comme le relate Domenico Lo Jucco, devenu dans les derniers mois de 1993 le responsable de la coordination des responsables régionaux de Forza Italia :

> « Ceux qui partageaient les valeurs fondamentales du mouvement *[Forza Italia]* e possédaient le *physique du rôle*, en un certain sens, étaient lancés. Les candidats possibles, qui devenaient aussi des amis, vivaient avec nous nos angoisses. Il me revenait de contrôler la qualité du personnel, la sélection. Mais, bien sûr, le dernier mot appartenait à Berlusconi. L'essentiel est que nous devions choisir et envoyer sur le terrain seulement des "excellences" […]. Nous avons puisé dans notre patrimoine bien rôdé d'expérience professionnelle en mettant en place dans une période très brève, avec une société qui s'était constituée entre temps *[Diakron]*, un modèle de *training*. Parce que, une fois trouvés les candidats, il fallait les aider. Les candidats devaient être mis en condition de relever le défi. L'idée de départ était : nous ne savons pas comment s'appellera le parti ni qui le conduira ou ce qui se passera ; mais nous savons avec certitude que chacun de vous sera appelé à participer à des débats publics et télévisuels portant sur une série de problématiques. Alors, nous devions préparer une série de fiches pour enseigner les thématiques précitées. Parce que nous parlons de gens privés d'expérience spécifique. Donc une grande table de réunion à la Via Isonzo *[adresse du siège de Diakron, des clubs et du mouvement politique Forza Italia]*. On leur apprenait comme se vêtir, comment interagir avec les journalistes, comment regarder les caméras, les paroles qu'il fallait prononcer et celles qu'il ne fallait pas. »[96]

Ce à quoi se réfère Domenico Lo Jucco quand il mentionne le « physique du rôle » ou les qualités « d'excellence » » recherchées chez les candidats potentiels correspond de fait à des propriétés relativement spécifiques. Si l'on excepte les professionnels de la politique des petits partis ainsi que les anciens démocrates-chrétiens ralliés à Forza Italia, les députés provenant du monde de la fonction publique, de l'université ou du journalisme, ou encore les employés de la Fininvest (soit un peu moins d'un tiers des 122 députés berlusconiens), la majeure partie des élus de Forza Italia aux législatives de mars 1994 ont en commun d'appartenir directement au monde des petites et moyennes entreprises familiales ou d'y être de quelque façon liés par des relations commerciales (fournisseurs) ou d'expertise (consultants et experts, avocats d'affaires). Beaucoup sont des clients directs des sociétés de la Fininvest (annonceurs publicitaires en particulier) ou font partie aux mêmes cercles professionnels (associations de chefs d'entreprise, syndicats patronaux) ou sociaux (clubs sportifs, Rotary et Lions, associations de loisir) que ces derniers.

Giorgio Grati, entrepreneur dans le secteur textile dans les Marches (sa fabrique de vêtements féminins comptait deux cents employés, son chiffre d'affaires avoisinait

---

[94] Cité dans Pino Corrias, Massimo Gramellini, Curzio *Maltese, 1994. Colpo grosso*, Milano, Baldini & Castoldi, 1994, p. 66.
[95] « Il Cavaliere : con me solo persone rispettate », *Corriere della Sera*, 21 décembre 1993.
[96] Paolo Pagani, *Forza Italia…*, *op. cit*., p. 97. Entretien de l'auteur avec Domenico Lo Jucco.

l'équivalent à l'époque de vingt millions d'euros), en est une illustration parmi d'autres. Ancien président de l'association nationale des petits entrepreneurs, vice-président de la confédération patronale italienne (la Confindustria), client de Publitalia à qui il confiait une part importante de son budget publicitaire, il a été l'un des premiers à être contacté dans les Pouilles par le coordinateur régional de Forza Italia, Giuseppe Cornetto. Président du club de football d'Ancône pendant neuf années, il était un notable connu et reconnu de cette ville. Il en est de même de Vittorio Tarditi, avocat spécialisé en droit des entreprises, qui a assuré également la présidence d'un important cercle culturel de Novara, dans le Piémont, celle de l'équipe footballistique et celle du Rotary de la cité ; ou encore de Giuliano Godino, propriétaire d'une entreprise de transport international, membre du Lions club de la ville de Chioggia, dans les environs de Venise, dirigeant du Tennis club et de l'association des usagers du port marchand de cette ville, ancien activiste du mouvement scout local[97].

Dans un contexte politique marqué par la puissance de la demande de rénovation de la vie publique et le discrédit de la classe politique établie, des personnes appartenant à l'entourage relationnel des managers de Fininvest ont pu ainsi endosser le rôle de candidat idéal. Ils étaient en effet en mesure de faire valoir des ressources classiques de la notabilité et de l'éligibilité (position sociale et professionnelle élevée, ancrage local résultant de l'appartenance à des réseaux locaux de sociabilité et de l'implication dans des associations récréatives, sociales ou catégorielles) tout en mettant en avant leur extériorité à la politique professionnelle et aux partis traditionnels. Cela a été le cas de nombreux entrepreneurs, commerçants ou professions libérales proches du monde des affaires, mais aussi d'autres figures sociales et professionnelles qui, comme celle de Michele Caccavalle, cadre bancaire élu en mars 1994 député de la circonscription du Latium, ont fait de l'adhésion à Forza Italia un moyen de valoriser un patrimoine notabiliaire localisé qu'ils avaient acquis par le militantisme associatif, l'activité syndicale ou l'exercice de fonctions collectives au service de la communauté[98].

En sollicitant de telles personnes, et en suscitant leur adhésion au projet berlusconien, les animateurs de Forza Italia ont capté au bénéfice de l'entreprise politique collective les capitaux individuels de notoriété des candidats qu'ils ont distingués. Ils leur ont offert en contrepartie un appui logistique ainsi que la possibilité d'élargir leur base électorale en se réclamant d'un label partisan national et en mobilisant à leur profit les réseaux relationnels qu'ils avaient constitués dans les circonscriptions. Les relations nouées par l'encadrement des sociétés du groupe Fininvest à la faveur de leurs activités professionnelles au sein de ces sociétés ont joué dans ce domaine un rôle crucial. Ces activités ont favorisé les liens avec une multitude de personnalités locales (acteurs économiques, représentants catégoriels,

[97] Ces profils types ne sont donnés qu'à titre illustratif, en l'attente d'une analyse plus systématique en cours des caractéristiques sociales, des trajectoires professionnelles, de la structure et des modes d'accumulation du capital social des élus de Forza Italia.

[98] Michele Caccavale, *Il grande inganno. La banda del partito-azienda berlusconiano raccontata da un ex deputato di « Forza Italia »*, Milano, Kaos edizioni, 1997.

responsables associatifs) et renforcé les allégeances et les loyautés de ces dernières à l'égard de Silvio Berlusconi et de son équipe. Ce dernier en rend compte personnellement, quand il décrit en ces termes le rôle de Publitalia dans la formation et l'entretien d'un capital relationnel fait « d'amitié » et de proximité :

> « J'ai mis sur pied un système d'intéressement des employés, des dirigeants, de nos clients, qui devait (et qui est parvenu ensuite à le faire), qui devait les attacher à nous, disons-le comme cela, avec ce que j'ai appelé "profession amitiés", à Publitalia plus que dans mes autres sociétés. Et quel était ce système ? Il consistait en une série d'initiatives continues, auxquelles inviter les dirigeants de nos entreprises clientes, les épouses, les familles, etc. Et ces choses vont d'initiatives culturelles diversifiées, à… Il y en a une multitude. Publitalia a développé une série d'activité de ce genre qui ont eu la fonction d'instaurer un lien amical, au-delà le pur rapport du donner-recevoir, entre la société concessionnaire et les clients […]. Cette activité, qui a été suivie en première personne par le Docteur Dell'Utri, et qui le plaçait dans une véritable relation d'amitié avec les clients, avec les présidents des diverses sociétés, les titulaires des diverses entreprises, a été une activité continue qui se poursuit encore aujourd'hui. »[99]

Ces loyautés et ces « amitiés » ont été mobilisées dans la phase de formation de Forza Italia et au cours de la campagne législative des premiers mois de 1994. Elles ont contribué à la conversion des réseaux relationnels tissés autour des structures de la Fininvest en des réseaux de la mobilisation politique. L'ancrage territorial du parti s'est ainsi opéré à partir de deux formes différenciées de capital social : celui dont disposaient les cadres des entreprises berlusconiennes en raison des relations qu'ils avaient noués au sein des milieux sociaux et professionnels collaborant avec ces entreprises ; celui des membres de ces milieux, en mesure d'exercer une influence dans les cercles élargis des groupements associatifs ou catégoriels, des espaces de sociabilité, de ceux des clientèles politiques et des fréquentations informelles diverses desquels ils étaient partie prenante.

[99] Déposition de Silvio Berlusconi devant le tribunal de Turin, dans le cadre d'un procès contre Marcello Dell'Utri pour fausses factures et fraudes fiscales, reproduite dans Elio Veltri, Marco Travaglio, *L'odore dei soldi…*, *op. cit*., p. 269.