

Communication complex : the institutionalization of political communication through the case of the former Prime minister Michel Rocard (1965-1995)

Pierre-Emmanuel Guigo

▶ **To cite this version:**

Pierre-Emmanuel Guigo. Communication complex : the institutionalization of political communication through the case of the former Prime minister Michel Rocard (1965-1995). History. Sciences Po, 2016. English. NNT : . tel-04047197

HAL Id: tel-04047197
https://hal.science/tel-04047197

Submitted on 27 Mar 2023

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.

Institut d'Etudes Politiques de Paris

ECOLE DOCTORALE DE SCIENCES PO

Histoire

Centre d'histoire de Sciences Po

Doctorat d'histoire

Le complexe de la communication

Michel Rocard entre médias et opinion (1965-1995)

Pierre-Emmanuel Guigo

Thèse dirigée par Jean-François Sirinelli, Professeur des Universités, Sciences Po

Soutenue le 16 novembre 2016

Jury :
Mme Claire Blandin, Professeure des Universités, Université Paris 13
Mme Noëlline Castagnez, Maître de conférences, Université d'Orléans
M. Jamil Dakhlia, Professeur des Universités, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle
M. Christian Delporte, Professeur des Universités, UVSQ
Mme Caroline Ollivier-Yaniv, Professeure des Universités, UPEC
M. Jean-François Sirinelli, Professeur des Universités, Sciences Po

Remerciements :

Je remercie ma famille et tous mes proches pour leur aide et leur soutien. Je remercie le Professeur Sirinelli, pour sa disponibilité et son soutien sans faille tout au long de cette recherche. Mes remerciements vont également à M. Pierre Zémor qui m'a permis de consulter ses archives et s'est toujours montré disponible, ouvert et compréhensif.

Des pensées spéciales vont à tous mes collègues de l'UPEC qui ont bien voulu m'accueillir et m'ont fait entièrement confiance, tout particulièrement Brigitte Sebbah qui m'a épaulé comme personne.

Un grand merci est destiné à tous les chercheurs qui ont bien voulu me rencontrer et me faire bénéficier de leurs conseils lors de l'élaboration de cette thèse : Alain Bergounioux, Frédéric Cépède, Jean-Noël Jeanneney, Marc Lazar, Pierre Lefébure, Jean-Baptiste Legavre, Georges Saunier, Claire Sécail, Isabelle Veyrat-Masson. Des remerciements particuliers vont à tous mes amis qui ont bien voulu me relire : Brigitte Sebbah, Odile Gaultier-Voituriez, Arthur Delaporte, Alessandro Giacone, Claire Oger, Mathieu Fulla, Léa Pawelski, Nicolas Hubé, et tout particulièrement Eva, ma compagne qui outre ses relectures m'a soutenu durant toutes

ces années.

Les institutions qui ont bien voulu m'apporter leur support sont également chaleureusement remerciées, comme la Fondation Jean Jaurès – et tout particulièrement Thierry Merel et Guillaume Touati – l'Institut National de l'Audiovisuel – et notamment mon amie Géraldine Poëls – ainsi que tous les membres de l'Association MichelRocard.org – tout particulièrement Pierre Pringuet, Roger Godino et Sylvie Hubac – pour laquelle j'ai eu plaisir à œuvrer. Une pensée spéciale va également à l'Institut François Mitterrand qui a presque réussi à me corrompre, par l'œuvre habile de Georges Saunier.

Point d'histoire sans archives, alors ces remerciements ne peuvent manquer de citer aussi Zénaïde Romaneix, Virginie Grégoire, et Vivien Richard pour leur aide sans faille. Merci également aux archivistes de la ville de Conflans-Sainte-Honorine, ainsi qu'aux bibliothécaires de Sciences Po et plus particulièrement Jenna Disseau.

Je remercie les membres du jury d'avoir accepté de lire cette thèse, malgré son épaisseur...
Enfin, j'adresse des remerciements collectifs à tous les témoins qui ont bien voulu me rencontrer et parfois me confier leurs archives – et dont la liste se trouve en fin de volume – et tout particulièrement à Monsieur le Premier ministre Michel Rocard, son épouse Sylvie Rocard, ainsi que ses chauffeurs (Francis Coll et Stéphane Nicolic) et sa secrétaire Amélie Joinet.

A ma chère et tendre Eva qui n'a cessé de me soutenir et de m'encourager.

A toute ma famille, et plus particulièrement ma mère, sans qui tout cela n'aurait pas été possible.

A mon père ✚

Table des matières

Remerciements : 3

Introduction 19

La communication politique : essai de définition 22

La communication politique « moderne » : cause ou conséquence de la médiatisation du politique ? 24

De l'institutionnalisation de la communication politique 26

Des limites de l'institutionnalisation 34

Une histoire médiatisée de la communication politique 38

La communication politique comme focale de l'histoire politique 39

Une histoire connectée de la communication politique 42

Historiographie de la communication politique et approches 43

Une approche historique 46

Structure de la thèse 51

Première partie : Le complexé de la communication (1965-1981) ? 52

Chapitre 1 : Une culture et un écosystème favorables à la communication 54

I) Un enfant du « temps des masses » 54

A) La médiatisation pendant et au lendemain de la Seconde Guerre mondiale 54

1) Une période marquée par l'essor des médias de masse 54

2) La communication comme moyen de rénover la démocratie 55

3) Naissance d'un orateur 56

B) La guerre d'Algérie et les débuts politiques : mesurer l'influence des médias et de l'opinion sur la vie politique 58

1) La guerre d'Algérie et l'émergence de la Vème République : des événements sous le feu des médias 58

2) Le rapport sur les camps de regroupement : le premier « buzz » médiatique de Michel Rocard 59

3) Les débuts au PSU et la prise de conscience du rôle des médias et de l'opinion dans la vie politique française 60

II) Les années 1960 : un tournant de la communication politique en France ? 61

A) La Vème République et la présidentialisation du régime 61

B) Emergence de la télévision et rôle accru en politique 62

C) L'élection de 1965 : l'acculturation de l'opposition à la télévision 63

III) La « deuxième gauche » et la communication, un rapport ambigu 65

A) Une culture politique originale 65

B) Un réseau d'acteurs 70

C) Un regard ambigu sur la communication ... 72
D) La propagande du PSU : l'avant-garde de la communication à gauche ou une propagande traditionnelle ? ... 74
IV) La mise en campagne : les premiers essais communicationnels (1967-1969) ... 77
A) Le colloque de Grenoble (30 avril-1er mai 1966) ... 77
1) Un événement de la gauche non-communiste ... 77
2) L'ouverture d'une brèche médiatique ... 78
B) La campagne législative de 1967 : un laboratoire d'innovations ... 79
1) Une modeste candidature ... 79
2) Des moyens exceptionnels ... 80
C) Michel Rocard à la tête du PSU ... 83
1) Une aura démultipliée par l'institution ... 83
2) Personnaliser la fonction ... 85
D) Premières émergences télévisuelles ... 88
1) Des apparitions assez tardives ... 88
2) Un style qui détonne ... 89
3) Des interventions encore hasardeuses ... 90
V) Le baptême médiatique : les campagnes de 1969 ... 91
A) Une campagne audacieuse ... 91
1) Le candidat du socialisme ... 91
2) Aux moyens limités ... 92
B) Le défi télévisuel ... 95
1) Le soutien d'un entourage spécialisé dans la communication médiatique ... 95
2) Une stratégie d'image assumée ? ... 96
3) Un gauchisme respectable ... 101
4) Un candidat d'un style différent ... 102
5) Une presse séduite ... 104
C) La « piqûre de rappel » : la victoire contre Couve de Murville ... 106
1) Une victoire très médiatisée ... 106
2) …qui lui donne une grande visibilité ... 110
3) Un député qui compte ... 111
VI) Emporté par la dérive gauchiste ... 114
A) Un déclin de sa visibilité ... 114
B) Englué dans des luttes stériles et internes à la gauche ... 119
C) Exister par les livres ... 120
D) La défaite aux législatives ... 123
E) L'échec communicationnel des Assises ... 128

Chapitre 2 : L'institutionnalisation de la communication politique (1974-1981) 133

I) Une stratégie d'intégration 134

A) « Etre le sel dans la mer » 134

1) Rassurer l'aile gauche et les communistes 134

2) Le refus de s'organiser en courant 137

B) En finir avec le stigmate gauchiste 138

1) Un cheminement 138

2) Modérer son positionnement 139

3) Adopter « la gueule de l'emploi » 140

C) Participer à la crédibilisation du Parti 141

1) Renforcer son image d'expert économique 141

2) Séduire les milieux économiques 144

3) Montrer l'autonomie du Parti à l'égard du PCF 146

D) « L'héritier » : Michel Rocard piégé par sa notoriété 147

1) Une nomination remarquable 147

2) Tenter d'éteindre l'incendie 148

3) Un Michel Rocard stigmatisé en ambitieux 149

4) Rejeter la social-démocratie 150

II) La structuration de la communication sur la longue durée 151

A) La naissance du Groupe image 151

1) S'imposer dans l'entourage 151

2) Des membres aux horizons différents 154

3) Financer la communication : une zone d'ombre ? 156

B) Rationaliser la communication 157

C) Sonder l'opinion pour adapter l'image 158

1) Une stratégie marketing 158

2) L'apport de « politologues sondeurs » 159

3) Définir des « cibles » 161

4) L'usage controversé des sociostyles 162

D) S'adapter aux nouvelles attentes des médias 164

1) Le *videotraining* 164

2) La préparation des émissions télévisées 165

3) Entre authenticité et formatage 168

4) De la relativité du plan-média 169

E) Le groupe Prospol 171

III) S'autonomiser à l'égard du Premier secrétaire 173

A) Se bâtir une légitimité locale 173
1) Le choix d'un territoire 173
2) Etudier le terrain 174
3) Un investissement conséquent 176
4) Réaliser un atterrissage en douceur 176
5) Faire de Conflans un laboratoire 180
6) S'emparer de la circonscription 183
B) Se différencier de François Mitterrand 185
1) Les tensions croissantes 185
2) Le discours de Nantes : un message ambigu 188
3) La renégociation du Programme commun 190
IV) La consécration médiatique et sondagière 192
A) L'appel du 19 mars 1978 192
1) Un « coup » faiblement préparé 192
2) L'incarnation de l'espoir 193
3) L'homme du « parler vrai » 195
B) L'essor dans les sondages comme ressource 198
1) L'envolée sondagière 198
2) Une image attractive pour les forces nouvelles du PS 200
3) Une ressource essentielle dans sa confrontation au Premier secrétaire 203
C) Une ascension portée par la presse 205
1) Un positionnement qui rencontre les attentes de la presse de gauche 205
2) Un regard positif de la presse économique et conservatrice 208
3) De bonnes relations fruit d'un intense travail de relations presse 210
D) ... qui rencontre les évolutions du paysage audiovisuel contemporain 212
1) Une visibilité permise par l'émancipation des journalistes audiovisuelles à l'égard du pouvoir politique 212
2) Une médiatisation à relativiser 213
3) Un « bon client » pour les émissions politiques 216
E) Le charme de la raison : à la recherche d'une conviction 221
1) Un « style Rocard » 221
2) Un « art » de la pédagogie 222
3) Se forger par le discours un *ethos* de compétence 224
F) Le *horse racing* comme ressort de médiatisation 228
1) Un journalisme plus tourné vers le « jeu » 228
2) Le feuilleton du combat des coqs 230
G) L'archaïsme : les avatars d'une petite phrase 235
1) Jouer sur l'implicite 235

2) Un déchaînement médiatique incontrôlé ... 237
3) ...porteur de risques pour son image ... 239
H) Renforcer ses positions au sein du parti ... 241
1) Labourer le terrain ... 241
2) Le congrès de Metz ... 244
V) Sortir du piège de Metz ... 247
A) Se présidentialiser ... 247
1) Une stratégie du silence ... 247
2) Avoir les épaules ... 250
3) Renforcer son image internationale ... 253
4) Se mettre à la hauteur du Président ... 254
5) S'entourer ... 255
B) Le coup de la dernière chance : l'Appel de Conflans ... 259
1) Trouver le meilleur moment ... 259
2) Une intervention télévisée ratée ? ... 260
3) Faire campagne « malgré tout » ... 264
4) Une presse qui n'y croit plus ... 265
5) Rentrer dans le rang ... 266
6) Participer à la campagne ... 268
Conclusion de la Première partie ... 271
Deuxième partie : Le complexe de la communication (1981-1988) ... 272
Chapitre 1 : Ce que se taire veut dire. La communication rocardienne à l'épreuve du pouvoir ... 274
I) Ministre du Plan : entre silence et discours technique ... 274
A) Se positionner dans le rang, en dépit d'un désaccord avec la politique menée ... 274
1) Un ministre marginalisé ... 274
2) Un désaccord profond avec la politique menée ... 275
B) Se cantonner à la pédagogie du Plan ... 278
1) Un secteur difficile à médiatiser ... 278
2) Le refus de se désolidariser publiquement du gouvernement ... 279
C) Faire profil bas au sein du PS ... 281
1) Une perte de représentation des rocardiens ... 281
2) L'émergence de contestations internes aux rocardiens ... 283
II) Le réveil de l'agriculture ... 284
A) Un retour sondagier et médiatique ... 284
B) Apaiser les tensions dans le milieu agricole ... 285
C) Se présenter en négociateur minutieux ... 288

D) Nourrir de bonnes relations avec la presse agricole 291
III) Le défi Fabius 294
A) Un concurrent direct 294
1) Un Premier ministre au positionnement proche du maire de Conflans 294
2) Michel Rocard : un ministre socialiste comme les autres ? 295
3) Une offensive de son entourage 296
B) Passer à l'offensive 298
1) Prendre ses distances 298
2) Mailler le territoire 301
IV) Communication personnelle et communication du ministère : une différenciation inextricable 306
A) L'équipe ministérielle 306
B) Le maintien de structures externes au cabinet 309
Chapitre 2 : Un nouveau rapport à la communication 313
I) Un silence étonnant 313
A) Le choix d'un discours technique 313
B) Être dans l'action plutôt que le discours 321
C) En imposer aux journalistes 322
D) Un réseau journalistique qui s'étiole 325
E) Le traumatisme de l'Appel de Conflans 328
III) Rejeter les nouvelles tendances médiatiques : « le tournant de la rigueur » 330
A) L'agacement à l'égard des journalistes 330
B) Une acceptation résignée de la *peopolisation* 333
C) Refuser l'*infotainment* 336
IV) Le théoricien de la com' 339
A) Une théorie imprégnée des sciences sociales 339
B) La critique des « petites phrases » 341
C) Le risque de l'instantanéité 342
D) Les dangers de la symbolisation 343
E) La nécessité du secret 345
F) Une critique à nuancer 345
V) Un Michel Rocard devenu incompréhensible ? 347
A) L'Emergence d'un stigmate journalistique 347
B) ... et de son écho dans l'opinion 350
Chapitre 3 : Le départ du gouvernement et la « pré-campagne » présidentielle. Retrouver une liberté de parole 353
I) Le départ : un coup médiatique ? 353

A) Un « événement » ? 353
B) Un décryptage négatif 354
C) Le recours à l'entourage 355
D) S'expliquer soi-même 356
II) Faire campagne 356
A) Annoncer sa candidature 356
B) Un contexte favorable 357
1) Une forte popularité 357
2) Une gauche fragilisée 358
C) Une stratégie de communication plus offensive 361
1) Retrouver un discours « politique » 361
2) Parcourir le terrain 363
3) Critiquer Raymond Barre 365
4) Cibler les jeunes et les femmes 366
III) Réorganiser son entourage 372
A) Mobiliser ses soutiens 372
1) Restructuration de l'équipe 372
2) Le soutien des clubs : Convaincre et Forum 375
3) S'emparer du Parti ? 381
4) Rassembler des fonds 390
B) Le renforcement de l'équipe de communication 391
1) Une réorganisation 391
2) Le triomphe des publicitaires 392
3) Une professionnalisation des relations presse 394
4) Une professionnalisation de la communication ? 397
IV) Se tailler les épaules d'un chef 402
A) Casser l'image de Poulidor 402
B) Un intellectuel plutôt qu'un homme de pouvoir 403
C) « Un corbeau de mauvaise augure » 406
1) Une rigueur qui commence à peser sur son image 406
2) Michel Rocard : un lecteur comme tout le monde ? 408
3) Devoiler sa vie privée pour s'humaniser 411
D) L'homme du consensus 412
V) Les difficultés de faire campagne jusqu'au bout 415
A) Le déclin dans les sondages 415
B) Des médias de plus en plus sceptiques 418
C) Relancer sa campagne 421

1) Reprendre ses aises à l'égard du PS ... 421
2) L'affichage ... 422
3) Se raconter ... 427
4) Se forger une stature internationale ... 430
5) Afficher une détermination sans faille ... 433
D) Des dissensions internes ... 435
E) L'art de renoncer ... 436
Conclusion de la deuxième partie ... 439

Troisième partie : La communication complexe (1988-1995) ... 441

Chapitre 1 : La communication au pouvoir (1988-1991) ... 443

I) La structuration de la communication du Premier ministre ... 443
A) La communication au sein du cabinet : une fonction non officielle ... 443
1) Les « directeurs de communication » : une position fragile ... 443
2) Guy Carcassonne : un conseiller parlementaire aux manettes de la communication ... 446
3) Jean-Paul Huchon : un Directeur de cabinet très impliqué dans la communication de son ministre ... 448
4) L'emprunt des communicants de l'Élysée ... 449
5) Les attachées de presse ... 451
B) Le rôle du SID : entre communication publique et politique ... 452
1) Une volonté d'autonomisation ... 452
2) Une tentative de « rationalisation » des moyens de communication gouvernementaux ... 456
3) Une communication au service du Premier ministre ... 458
C) Des reliquats de communication extérieurs au cabinet ... 462
1) Le groupe Prospol ... 462
2) Le groupe Chabridon ... 465
II) La « méthode Rocard » ... 466
A) Des débuts difficiles ... 466
1) Une position inconfortable ... 466
2) Des rapports tendus avec le Président ... 467
3) Des législatives décevantes ... 468
4) Une ouverture ratée ... 469
5) S'imposer comme chef du gouvernement ... 471
B) Le triomphe des négociations sur la Nouvelle-Calédonie ... 472
C) Les discours sur la « méthode » : construction d'un topos positif ... 476
D) Les municipales : « l'état de grâce » tardif ... 479

E) Mettre en scène l'idylle avec le Chef de l'État 481
1) « Le génie des carpettes » 481
2) Refuser de s'impliquer dans les affaires du parti 483
3) Encaisser avec le sourire 484
III) Un silence périlleux 486
A) Le Premier ministre le moins communiquant 486
1) Des interventions médiatiques très rares 486
2) Un silence stratégique 491
3) Des rapports dégradés avec les journalistes 496
4) ... compensés par des relations avec la presse soignées par son entourage 501
5) Les difficultés à communiquer sur l'international 502
6) Un déficit d'explication 506
B) Les mouvements sociaux : quand la « méthode » devient un stigmate 510
1) Le parti pris de la rigueur 510
2) Une stratégie du pourrissement 513
C) La menace de l'immobilisme 515
1) L'absence de grand dessein 515
2) Le « Henri Queuille » de la Vème République 516
3) L'incapacité à trancher ? L'affaire du « foulard » islamique et l'immigration 518
D) Un Premier ministre complice ? Les « Affaires » et « l'autoamnistie » 521
1) Une multiplication des scandales 521
2) Adapter la législation au prix d'une image noircie 523
E) Rocard : l'anti-social ? 525
1) Un Premier ministre sourd aux revendications sociales? 525
2) Les critiques au sein du PS 528
3) Les piques insidieuses du chef de l'État 530
4) Une réponse pédagogique et circonstanciée 531
IV) Gouverner avec l'opinion ? 534
A) Un outil central dans l'entourage rocardien 534
B) Un moyen de gouvernance 537
C) Favoriser la concertation 539
D) Un outil argumentatif 541
E) Une érosion discrète de sa cote dans les sondages 543
V) Une rupture favorable au Premier ministre 546
Chapitre 2 : Communiquer pour exister (1991-1995) 550
I) Sauvegarder les chances du présidentiable 550
A) L'attente 550

1) Reconstruire sa communication et son courant 550
2) Garder le silence pour se préserver 553
3) Se justifier sur son œuvre 556
B) Un déclin inexorable dans l'opinion 557
1) Une cote en chute libre face à de nouveaux espoirs 557
2) Se relancer en se démarquant : le Big Bang 559
C) La défaite aux législatives 562
II) La prise du parti : Une tentative désespérée de conquête d'une nouvelle légitimité 565
A) Un « coup de force » 565
B) Les États généraux 569
C) L'intronisation : Le Congrès du Bourget 570
D) Les Assises de la transformation sociale 571
III) Un contrepied hasardeux 572
A) Une médiatisation à outrance 572
B) Le retour à la *peopolisation* 576
C) Le premier opposant de France 579
D) Une image brouillée dans l'opinion 581
IV) Le naufrage des Européennes 584
A) Une candidature à reculons 584
B) Derniers espoirs et effacement du premier plan 589
Conclusion de la troisième partie 592
Epilogue 593
A) Se construire une image de sage 593
1) Un député européen engagé 593
2) La tentation sarkozyste 595
3) La volonté maintenue d'inspirer 596
4) Le mythe de « l'homme honnête » 598
B) Un durcissement du discours à l'égard des médias 602
1) Michel Rocard pris au piège du talk-show 602
2) Une critique renouvelée des médias 605
Conclusion 609
Liste des sigles et abbréviations utilisés 621
Sources 623
Sources archivistiques 623

I) Archives publiques....623
A) Archives nationales.... 623
1) Fonds de Michel Rocard (680AP).... 623
2) Fonds du PSU (581AP).... 624
3) Versements de Matignon (1988-1991).... 624
4) Fonds de la présidence de la République, François Mitterrand, AG/5(4).... 624
B) Archives municipales de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard (3Z) ... 624
C) Archives audiovisuelles, fonds de l'Inathèque, Bry-sur-Marne.... 625
1) Ses interventions.... 625
2) Extraits de journaux télévisés qui l'évoquent.... 626
3) Interventions d'autres acteurs politiques.... 626
4) *Bébête Show*.... 627
5) Archives des audiences.... 627
II) Archives privées....627
A) Archives de Pierre Zémor.... 627
B) Archives de Michel Rocard à son domicile (Saint-Rémy-L'Honoré).... 628
C) Archives de Bernard Spitz.... 628
D) Archives de Jean-François Merle.... 628
E) Archives de Gérard Colé.... 628
F) Archives de Gentiane Weil.... 629
G) Archives du Centre de recherche politique de Sciences Po (CEVIPOF).... 629
1) « Sondothèque » du CEVIPOF.... 629
2) Tracts.... 629
H) Archives socialistes (Fondation Jean Jaurès et Office Universitaire de Recherche socialiste).... 629
1) Fonds Michel Rocard, coupures de presse, discours, et chronologie : 1971-1981.. 629
2) Fonds de Robert Chapuis (107APO).... 630
3) Fonds de Pierre-Yves Cossé.... 630
III) Sources imprimées....630
A) Dossiers de presse de Sciences Po.... 630
B) Dépouillement de la presse nationale à partir des fonds de la Bibliothèque de Sciences Po, de la Bibliothèque nationale de France et de la Bibliothèque de Nice.... 631
C) Revues internes ou partisanes (PS et Conflans).... 633
D) Autres revues.... 633
Sources orales (entretiens avec l'auteur).... 634
Bibliographie.... 639
Politique et histoire culturelle du politique.... 639

Généralités 639
Témoignages des journalistes 641
Histoire du socialisme et des gauches 642
Michel Rocard et la « deuxième gauche » 645
Ouvrages et articles sur Michel Rocard 645
Ouvrages de Michel Rocard 646
Deuxième gauche 648
Communication 650
Généralités 650
Médias 651
Communication Politique 655
Généralités 655
Communication politique en France 658
Histoire de la communication politique 659
Propagande 662
Campagnes électorales 663
Marketing politique 664
Conseillers en communication 665
Peopolisation 668
Communication publique 669
Analyse du discours 670
Index 672

« Il ne faudrait pas être démesurément surpris si l'on finissait par découvrir un jour une petite annonce rédigée de la sorte : "Politologue accompli mais perplexe cherche à comprendre mystère Rocard. Pourquoi aussi populaire ? Si éclaircissements, contacter"[1]... »

« Les sages qui veulent parler au vulgaire leur langage au lieu du sien n'en sauraient être entendus » (Rousseau, *Du contrat social*, chapitre 6).

[1] Article de Maurice Szafran dans *Le Matin Magazine*, 24 octobre 1981

Introduction

Michel Rocard : « On vous a prévenu que j'étais un très mauvais communicant ?[1] » C'est ainsi que Michel Rocard introduisit notre premier entretien dans le cadre de cette thèse. Derrière le bon mot d'un homme qui ne cache pas sa capacité à jouer de l'autodérision, cette anecdote révèle tout le rapport de Michel Rocard à la communication. Aujourd'hui, il suffit de parcourir des ouvrages sur la communication politique pour constater qu'il apparaît comme une énigme :

« Au PS, certains, depuis longtemps, parfois bien avant les partis de droite, ont cédé aux sirènes de la communication. Et le premier d'entre eux, même si on a le sentiment que cela ne se voit pas beaucoup à l'écran, s'appelle Michel Rocard[2]. »

Cet avis de l'historien Christian Delporte est largement répandu. Il semble y avoir un paradoxe Rocard : un homme qui a très tôt pris en considération les médias et la communication, sans pour autant être parvenu à briller et à occuper le rang de leader médiatique. C'est plutôt l'image de l'anti-communicant qui s'est diffusée au sein de la société, synthétisée dans le célèbre « Anaha » qui vient toujours conclure les discours de sa marionnette aux *Guignols de l'info*.

Si l'on porte attention à sa communication dans les années 1970, il apparaît une tout autre image[3]. Elle se distingue, selon les communicants et journalistes de l'époque, comme plus moderne, plus efficace, et son entourage apparaît très professionnel. Quant aux moyens employés, ils n'ont guère d'égal, excepté peut-être à l'Elysée époque giscardienne. Mieux, loin de l'idée qu'elle ne serait pas efficace, elle marqua les esprits durablement, à tel point que certaines de ses interventions sont encore aujourd'hui des points de repères du discours politique (le « parler vrai » notamment, sans doute l'élément le plus rappelé dans les articles couvrant son décès, ou encore son intervention du 19 mars 1978, sans parler du « Big Bang »). En reconstituant les représentations des années 1970, on perçoit donc que ce que l'on commençait à peine à nommer « communication politique » apparaissait clairement comme une arme de Michel Rocard et si, effectivement, dès cette époque, on voyait les « travers » ultérieurement soulignés (débit rapide, phrases longues et alambiquées,

[1] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[2] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux : Une histoire de la communication politique en France des années 1930 jusqu'à nos jours.* Paris : Flammarion, 2007, p. 309.

[3] GUIGO, Pierre-Emmanuel. *Le chantre de l'opinion : La communication de Michel Rocard de 1974 à 1981*. Paris : INA Editions, 2013

vocabulaire complexe), ils n'en gommaient pas pour autant les capacités d'adaptation, la maîtrise de la télévision et le succès sondagier du maire de Conflans. Unanimes, les journalistes se disputaient ses interviews et sa participation aux émissions de télévision : « Une rapide incursion dans les principales gazettes (...) on ne l'aime pas, on l'adore[1]. »

Un retournement semble s'être produit entre les années 1970 et 1980, modifiant son image. C'est cette mutation que nous entendons comprendre. Comment « le chantre de l'opinion », celui qui souhaitait établir un dialogue avec celle-ci et s'en faire le porte-voix, se mue dans les années 1980 en « anti-communicant » ? Comment expliquer que celui qui fut l'un des pionniers à gauche dans l'usage des médias et des sondages comme ressource politique, qui utilisa, bien avant François Mitterrand, les méthodes du marketing et s'appuya sur les conseils d'universitaires et de publicitaires, se transforma en farouche contempteur de la même communication ? A partir des années 1980, Michel Rocard élabore ainsi une critique systématique des médias, très inspirée par Marshall McLuhan et Neil Postman et parfois, également, Pierre Bourdieu. Selon lui, les médias pervertiraient la politique et simplifieraient à outrance le discours. Il les accuse même d'empêcher les dirigeants de gouverner.

Cette évolution, si elle n'est plus guère dans les esprits, est par contre perçue par les acteurs de l'époque et en particulier les journalistes, dont Alain Duhamel se fait le porte-voix en soulignant le paradoxe qu'il y a à « découvrir ainsi le plus volubile des dirigeants de la gauche devenu soudain le moins bavard de tous, le plus conceptuel des hiérarques socialistes tenir désormais le langage le plus étroitement pratique, voire prosaïque, et le plus imaginatif (parfois imprudent) des princes du PS faire de la circonspection sa vertu cardinale[2] ».

Dès lors, comment sa relation à la communication se transforme-t-elle en complexe, entre l'attraction qu'elle suppose et le désir permanent de s'en prémunir, pour revenir à la pureté originale d'une politique idéalisée ? L'image de mauvais communicant est-elle une construction qui vise à conforter son *ethos* – entendu comme mode de présentation de soi[3] – d'homme politique rigoureux, pour mieux se démarquer de ses contemporains ? Ou le fruit

[1] HAMON, Hervé et ROTMAN, Patrick. *L'effet Rocard.* Paris : Stock, 1980, p. 9

[2] DUHAMEL, Alain cité par DE VIRIEU, François-Henri. *La médiacratie*. Paris : Flammarion, 1990

[3] AMOSSY, Ruth. *Images de soi dans le discours – La construction de l'ethos*. Lausanne : Delachaux et Niestlé, 1999

des évolutions médiatiques toujours tournées vers la simplification et l'appauvrissement, comme le prétend le Premier ministre lui-même ?

Si le cas rocardien paraît bien sûr spécifique, on peut toutefois s'interroger sur ce qu'il nous dit du rapport plus général des politiques à la communication politique. L'objet Michel Rocard va donc nous permettre de comprendre par quel biais la « communication politique » s'impose dans le champ politique au point de voir des « professionnels » s'y consacrer et inventer des techniques spécifiques, mais aussi les limites (potentielles et réelles) de cette institutionnalisation.

La communication politique : essai de définition

La communication politique reste un objet d'étude difficile à définir[1]. L'association de deux termes aussi généraux que communication et politique y est pour beaucoup. Communication que l'on peut définir comme un ensemble d'interactions avec autrui transmettant des informations, recouvre en réalité une pluralité de sens suivant qu'on l'utilise en sociologie, en ethnologie, en histoire, en sémiologie, sans même parler des sciences dites « dures ». Daniel Bougnoux résume cette difficulté à définir l'objet communication : « Nulle part ni pour personne n'existe LA communication. Ce terme recouvre trop de pratiques, nécessairement disparates, indéfiniment ouvertes et non dénombrables[2]. » Quant au politique, on trouve là encore une multitude de définitions. On distingue assez généralement la politique qui renvoie à la lutte pour le pouvoir ou son exercice – ce qu'on nomme en anglais *politics* –, du politique qui concerne l'organisation générale de la société – *policy*. On voit ainsi que suivant la définition prise de chacun des termes on peut arriver à des définitions très larges ou au contraire très étroites. Jacques Gerstlé en arrive ainsi à quatre conceptions principales. Une définition « œcuménique », d'abord, qui décrit la communication politique comme étant « un processus interactif concernant la transmission de l'information entre les acteurs politiques,

[1] GERSTLE, Jacques. *La communication politique*. Paris : Armand Colin, 2004, p. 9

[2] BOUGNOUX, Daniel. *Introduction aux sciences de la communication*. Paris : La découverte, Collection repères, 2001, p. 7

les médias d'information et le public[1] ». On retrouve là, à peu de choses près, la définition de Dominique Wolton, souvent utilisée dans la recherche française, considérant la communication politique comme « l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité pour s'exprimer publiquement sur la politique, et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique[2] ». Elle se situe donc à l'intersection de l'information journalistique, du discours politique et de l'opinion publique : « c'est leur interaction qui structure la communication politique considérée non pas comme un espace de "communication", mais comme le lieu d'affrontement de logiques contradictoires[3]. »

Cette définition a l'avantage d'être suffisamment large pour englober nombre de pans de la recherche, mais pour inconvénient de gommer les inégalités entre ces différents acteurs. Jacques Gerstlé distingue également une conception « compétitive » de la communication politique comme « lutte explicite pour le contrôle des représentations collectives[4] ». Troisième définition possible, la conception délibérative fait de la communication politique un objet remontant au moins aux origines de la démocratie. Elle est le moyen par excellence du débat public. Enfin, il distingue une conception « instrumentale » pour laquelle la communication politique « est constituée par l'ensemble des techniques et procédés dont disposent des acteurs politiques, le plus souvent les gouvernants, pour séduire, gérer et circonvenir l'opinion[5] ». Si cette définition est bien évidemment réductrice, comme le souligne l'auteur, puisqu'elle restreint un objet bien plus complexe à un aspect technique et gomme l'histoire de la confrontation public-politique pour encenser la modernité, elle correspond au point de vue de nos acteurs. Elle est en effet la conception qui triomphe chez les « professionnels » de la communication[6]. C'est, par exemple, celle que l'on retrouve dans les écrits de Jean-Marie Cotteret, à la fois acteur et analyste du domaine, qui considère qu'il

[1] NORRIS, Pippa. *The virtuous circle. Political communication in postindustrial societies*. New York : Cambridge University Press, 2000

[2] WOLTON, Dominique. La communication politique : construction d'un modèle. In *Hermès,* n° 4, Editions du CNRS, 1989, p. 30

[3] WOLTON, Dominique. Les médias, maillon faible de la communication politique. In *Hermès*, n° 4, *op. cit.*

[4] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 11

[5] *Ibid*., p. 12

[6] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication, l'institutionnalisation d'un rôle,* thèse de doctorat sous la direction de Philippe Braud : Université de Paris I : 1993, p. 30

s'agit de « l'échange d'informations entre gouvernants et gouvernés, par des moyens formels ou informels, pour conquérir le pouvoir ou bien l'exercer[1] ». En effet, il serait anachronique de vouloir partir d'une définition scientifique de la communication politique et la plaquer sur notre terrain de recherche. Nous préférons donc partir du discours « indigène » des acteurs – celui qu'ils utilisent concrètement et dans notre contexte – pour mieux comprendre comment ils forment, légitiment et usent de l'objet « communication politique ».

La communication politique « moderne » : cause ou conséquence de la médiatisation du politique ?

Comme le montre bien Jean-Baptiste Legavre, il y a une étonnante unanimité des chercheurs en sciences sociales français sur la datation des « débuts de la communication politique[2] ». Celle-ci trouverait son origine dans les années 1960, en lien avec le développement des médias de masse, et en particulier de la télévision. L'émergence de la « communication politique » est d'ailleurs conçue par ses entrepreneurs comme une manière de répondre aux évolutions des médias. La communication politique comme « processus continu d'équipement cognitif, technique et instrumental des entrepreneurs politiques destiné à réduire l'incertitude imposée par les nouvelles règles du jeu régissant désormais la conquête et l'exercice du pouvoir » est bien sûr influencée par les évolutions médiatiques[3]. Mais le risque en ne voyant dans l'émergence de la communication politique que la conséquence de la médiatisation de la société est de verser dans le média-centrisme. Comme le rappelle Benjamin Ferron, « il est nécessaire, en effet, de rapporter les instruments techniques à des relations sociales, c'est-à-dire de faire passer l'analyse des "médias" d'une approche de sens commun essentiellement fondée sur une vision instrumentale des instruments (selon laquelle ils ne seraient que des outils neutres de l'expression d'opinions préconstituées), à une

[1] COTTERET, Jean-Marie et EMERI, Claude. De la communication élective à la communication cathodique. In SFEZ, Lucien. *Dictionnaire critique de la communication*. Paris : PUF, 1993

[2] LEGAVRE, Jean-Baptiste. La quête des origines. Retour sur la fondation de la communication politique en France. *Questions de communication,* n° 7, 2005, p. 323-344

[3] ALDRIN, Philippe et HUBE, Nicolas. Conclusion. In ALDRIN, Philippe, HUBE, Nicolas et OLLIVIER-YANIV, Caroline. *Les mondes de la communication publique*. Rennes : PUR, 2013, p. 170-171

approche qui leur donne un statut d'objet politique et une fonction d'objectivation de relations sociales et politiques historiquement situées[1] ». Ainsi, la télévision n'impose pas en tant que telle de faire recours à des spécialistes extérieurs. La preuve en est que malgré son rôle massif dans certains pays européens comme l'Italie, et ce dès les années 1960, les acteurs politiques locaux refusent d'adopter les codes forgés par les stars du petit écran. Ils continuent à y asséner jusqu'aux années 1980 de longs discours lus sans passion[2].

La communication est plutôt une réalité anthropologique du politique – au sens où elle se situe à son fondement – comme ont pu le montrer les travaux d'ethnologues, notamment Georges Balandier[3]. Des historiens comme Bernard Guénée nous rappellent que la volonté de s'adresser à une « opinion publique » n'est pas propre à l'histoire contemporaine, « les "prédications" du roi de Navarre sont là pour nous prouver qu'au XIV^{ème} siècle déjà les princes se souciaient de ce que pensaient les gens, et travaillaient à les convaincre[4] ». De même, l'empreint par les politiques de formes de communication proches de celles des célébrités – ce que l'on appelle désormais la *peopolisation* –, loin d'être propre à notre période, s'ancre au tournant des XVIII^{ème} et XIX^{ème} siècles comme le montre Antoine Lilti : « La célébrité n'est pas une nouveauté de notre monde contemporain, qui témoignerait du déclin de la culture et de la sphère publique, voire de l'oubli des promesses émancipatrices de la modernité, c'est un trait caractéristique des sociétés modernes, la forme de grandeur qui leur correspond, une grandeur presque impossible, toujours menacée d'illégitimité[5]. »

Jean-Philippe Genet rappelle lui l'association étroite entre la communication et le politique :

« Le "politique" me paraît indissociable du concept de communication. Dès qu'il y a politique, c'est-à-dire participation active des citoyens et/ou sujets à la vie de la cité, que celle-ci soit une cité ou un *regnum*, il y a communication politique : c'est vrai à Athènes, c'est

[1] FERRON, Benjamin. *La communication internationale du zapatisme, 1994-2006*. Rennes : PUR, 2015, p. 26

[2] NOVELLI, Edoardo. *La Turbopolitica. Sessant'anni di communicazione politica e di scena pubblica in Italia : 1945-2005*. Milano : Biblioteca Universale Rizzoli, 2006

[3] BALANDIER, Georges. *Le pouvoir sur scènes*. Paris : PUF, 1980

[4] GUENEE, Bernard. *L'opinion publique à la fin du Moyen Age*. Paris : Perrin, 2002, p. 9-10

[5] LILTI, Antoine. *Figures publiques. L'invention de la célébrité (1750-1850)*. Paris : Fayard, 2014, p. 22

vrai à Rome, c'est vrai dans les Etats modernes européens, tels qu'ils apparaissent au cours du XIII[ème] siècle[1]. »

Constatant lui aussi la consubstantialité de la communication aux activités politiques, Erik Neveu invite ainsi à « se demander pourquoi le mot communication n'est devenu que depuis les années 1980 une des clés de perception des luttes politiques[2]. »

De l'institutionnalisation de la communication politique

Il faut sans doute remonter à la propagande, apparue avec la Révolution française et atteignant son apogée dans l'entre-deux-guerres, pour trouver la première trace d'appellation à l'activité communicationnelle du politique. Avant cette période la communication politique existait donc bel et bien, mais sans qu'on la nomme comme telle ; communiquer pour la conquête du pouvoir ou son exercice paraissait une évidence sans qu'il soit besoin de la préciser. En lisant Machiavel on perçoit diverses techniques de ce que l'on appelle aujourd'hui « communication », mais sans que l'auteur se sente le besoin de le préciser. A la fin du XVIII[ème] siècle, c'est parce que le pouvoir ne peut plus se fonder uniquement sur la transcendance qu'il est nécessaire de convaincre et donc de mettre en œuvre les moyens nécessaires. La Révolution française constitue clairement un tournant dans ce mouvement avec l'apparition du terme de propagande en politique :

« La Révolution française est un moment essentiel de l'histoire du mot. D'une part, "propagande" quitte le simple plan religieux où il avait été cantonné jusqu'alors et désigne plus généralement toute association dont le but est de propager certaines opinions, en particulier des opinions politiques. D'autre part, dès ce moment-là, le mot est employé pour désigner non plus une institution, mais l'action exercée sur l'opinion pour l'amener à avoir certaines idées politiques et sociales[3]. »

---

[1] GENET, Jean-Philippe. Culture et communication politique dans l'Etat européen de la fin du Moyen Age. In BERSTEIN, Serge et MILZA, Pierre. *Axes et méthodes de l'histoire politique*. Paris : PUF, 1998, p. 273

[2] NEVEU, Erik. *Les mots de la communication politique*. Toulouse : Presses Universitaires du Mirail, 2012, p. 4-5

[3] GUENEE, Bernard. *Op. cit.*, p.8

L'on fait alors glisser le mot *propaganda,* issu du champ lexical religieux, vers celui de la politique. L'institutionnalisation de ce domaine, ou son « processus d'objectivation sociale » selon Bernard Lacroix[1], est donc en partie le fruit de la démocratisation. Le terme n'avait pas à l'époque le sens négatif qu'il a acquis par la suite. Loin d'être bornée à sa définition moderne comme stratégie de manipulation, la propagande devait permettre de diffuser les idées au plus grand nombre. La pérennité du terme au sein de la gauche – en particulier socialiste et communiste – témoigne de cet attachement à un mode de communication à vocation pédagogique. Si on se réfère à *L'Encyclopédie socialiste* de Paul Louis, être socialiste pour lui, c'est avant tout « propagander[2] ».

Ce n'est qu'avec la Seconde Guerre mondiale et l'usage intensif de la propagande par les régimes totalitaires que le terme va se limiter à cette définition négative, bien synthétisée par Emmanuel Taïeb, dans un numéro de *Mots* consacré à la propagande : « Un message de forme discursive ou factuel, mensonger ou vrai du point de vue de son émetteur, dont l'identification de la source, conjuguée à l'analyse propre du contenu, laisse supposer qu'il est partial, orienté, et qu'il n'inclut pas de contrepoint à ce qu'il contient[3]. »

Ainsi, les acteurs de la propagande, dont certains se voulaient des « professionnels » et « théoriciens » du secteur – on peut penser notamment à Edward Bernays –, vont chercher un nouveau terme et des pratiques différentes pour relégitimer leur activité. Dès la Seconde Guerre mondiale, aux Etats-Unis, en particulier chez des entrepreneurs de la communication du politique, se forge l'idée qu'il faut repenser une propagande sur un modèle plus libéral et bilatéral, accordant toute sa place à l'opinion publique. C'est ainsi que la propagande américaine de la Seconde Guerre mondiale apparaît, paradoxalement, beaucoup plus souple que celle de la Première Guerre mondiale, du moins dans ses formes[4]. Le changement étymologique est donc avant tout une réhabilitation. A la propagande manipulatrice, unilatérale s'opposerait ainsi la « communication politique » – nous emploierons désormais

[1] LACROIX, Bernard. Ordre politique et ordre social. Objectivisme, objectivation et analyse politique. In GRAWITZ, Madeleine et LECA, Jean dir. *Traité de science politique*. Tome 1, Paris : PUF, 1985, p. 469-565

[2] REBERIOUX, Madeleine. Guesdisme et culture politique : recherches sur *l'Encyclopédie socialiste* de Compère-Morel. In *Mélanges d'histoire sociale offerts à Jean Maitron*. Paris : Les éditions ouvrières, 1976, p. 209-227 ; LOUIS, Paul. *Le Parti socialiste en France*. Paris : Aristide Quillet, 1912.

[3] TAÏEB, Emmanuel. La propagande revisitée. *Quaderni*, n° 72, printemps 2010, p. 5

[4] AXELROD, Alan. *Selling the Great War : The making of American Propaganda*. New York : Palgrave Macmillan, 1992

des guillemets pour qualifier cette « communication politique » dite « moderne » et basée sur les techniques de la publicité et du marketing – plus bilatérale et démocratique. Les travaux des chercheurs ont bien montré que ces définitions indigènes sont avant tout des vues de l'esprit ne recoupant pas une réalité, au final assez similaire entre les deux termes[1]. Jacques Le Bohec qualifie de « tour de passe-passe linguistique » cette « transfiguration méliorative de la propagande en "communication"[2] ». Après la guerre, le terme de « communication politique » va donc faire florès pour caractériser ce changement idéologiquement construit. Si on s'intéresse aux données collectées par Google pour son moteur de recherche Ngram viewer – dont la scientificité reste très relative, reposant sur les ouvrages numérisés par Google dans le cadre de Google Books et dont le choix n'est pas toujours soumis à des réflexions scientifiques –, on voit que le terme *political communication*, après une période de quasi-disparition durant l'apogée de la propagande – l'entre-deux-guerres –, connaît un pic entre 1954 et 1956, date de la réélection de Dwight Eisenhower, l'un des premiers à faire appel à une agence de publicité et à faire réaliser des spots de campagne. Les pics suivants sont d'ailleurs aussi corrélés avec les scrutins présidentiels, ce qui montre qu'il s'agit d'étapes importantes de cette institutionnalisation (graphique 1).

[1] D'ALMEIDA, Fabrice. *Histoire mondiale de la propagande*. Paris : Lamartinière, 2014

[2] LE BOHEC, Jacques. *Les rapports presse-politique*. Paris : L'Harmattan, 1997, cité par OLLIVIER-YANIV, Caroline. Discours politiques, propagande, communication, manipulation. *Mots*, n° 94, 2010, p. 35

Graphique 1 : Diffusion du terme « political communication » à travers le temps, selon les données du logiciel de Google Ngram



Graphique 2 : Diffusion du terme « communication politique » à travers le temps, selon les données du logiciel de Google Ngram



Pour les données françaises, la « communication politique » se répand avec un peu de retard. La date de 1965, celle de la première élection présidentielle au suffrage universel, est là aussi cruciale et constitue le point de démarrage, avant que le terme ne se diffuse très largement au cours des années 1970-1980, avant de s'imposer, cantonnant la « propagande » à son seul sens négatif (graphique 2), ou à la « propagande électorale ».

Toutefois, au-delà du changement de terme et de vision, il y a également un changement d'ambition. Les propagandistes et les méthodes utilisées appartiennent à la politique. La mise en œuvre de secteurs propres dans les partis, comme dans les activités gouvernementales, est très tardive (Première Guerre mondiale, voire Deuxième Guerre mondiale) et d'autant plus limitée que le secteur est rapidement délégitimé, comme on vient de le voir. Au contraire, la « communication politique » qui émerge à partir de la Seconde Guerre mondiale se veut une discipline en soi, avec son marché, ses techniques et ses acteurs. Ce qui démarque donc la « communication politique » contemporaine ce n'est pas tant son efficacité, ni ses techniques (la plupart pourraient être rapprochées de la rhétorique antique ou de la théorie machiavélienne), que son rapport au politique. Il n'y avait pas de « conseillers en communication » dans la cour de Rome, ou dans celle de Louis XIV. La politique était

pensée comme un acte de communication en soi, sans que cela engendre une spécification. Ce sont d'ailleurs plutôt les historiens qui viennent plaquer ces notions contemporaines de « propagande » ou de « communication politique » sur l'époque[1]. Au contraire, la « communication politique » se veut un champ en soi avec ses techniques, son corpus théorique et ses professionnels. C'est en cela que l'on peut parler d'une véritable tentative d'institutionnalisation au sens que lui donne Julien Frétel :

« L'institutionnalisation est un processus par lequel une réalité sociale, quelle qu'elle soit, est en train de se faire jour au sein d'une société ou de l'un de ses groupes. Dit autrement, c'est un mécanisme au cours duquel ce qui n'était pas encore perçu comme existant par des agents sociaux prend peu à peu forme par et en leur présence, au travers de leurs activités mentales, de leurs discours et pratiques, et finit par se voir doté d'une extériorité, d'une force ou d'une consistance suffisantes à leurs yeux pour bénéficier du qualificatif de réalité[2]. »

Avec la communication, ces promoteurs veulent instituer une approche plus professionnalisée de la pratique. Cela se traduit par la tentative de mise en œuvre d'un corpus théorique[3], d'un ensemble de registres, et de la naissance des premières formations. On ne s'étonnera pas qu'émergent alors les premières écoles pour professionnels des relations presse, comme l'Ecole française des attachés de presse, fondée par Denis Huisman en 1961. Cette « professionnalisation » se veut clairement une autonomisation à l'égard du champ politique, au sens donné par Bourdieu de la notion de champ, comme une sphère de la vie sociale devenue progressivement autonome à travers l'histoire. Il s'agit là de répondre aux critiques adressées à la propagande. L'autonomisation est censée garantir une modération que ne pouvait permettre la propagande, dont les acteurs étaient trop impliqués pour avoir un recul à l'égard de l'idéologie.

---

[1] BURKE, Peter. *Louis XIV : Les stratégies de la gloire*. Paris : Seuil, 1995

[2] FRETEL, Julien. L'institutionnalisation. In *Encyclopedia Universalis* : https://www-universalis--edu-com.acces-distant.sciences-po.fr/encyclopedie/institutionnalisation/. Consulté le 20 août 2016

[3] On peut penser aux différents ouvrages se voulant théoriques de ces acteurs : SAUSSEZ, Thierry. *Nous sommes ici par la volonté des médias*. Paris : Robert Laffont, 1990 ; BONGRAND, Michel. *Le marketing politique*. Paris : Presses Universitaires de France, coll. Que sais-je ?, 1986 ; ZEMOR, Pierre. *La communication publique*. Paris : Presses Universitaires de France, coll. Que sais-je ?, 1995 ; NOIR, Michel. *Réussir une campagne électorale : suivre l'exemple américain ?* Paris : Editions d'Organisation, 1977

Des héros sont aussi promus – voire auto-promus – afin de servir de modèle. Michel Bongrand sera le premier en France à construire sa propre légende avec la campagne de Jean Lecanuet en 1965, les techniques mises en œuvre pour les élections servant souvent de « mythe indigène[1] ».

Pour fonder ces techniques spécifiques, c'est au modèle sociétal en vogue alors que la politique va emprunter : le marketing et la publicité[2]. Comme la rhétorique pour s'institutionnaliser avait utilisé les méthodes des avocats grecs – ainsi les historiens de l'Antiquité grecque font remonter les plaidoiries aux actions en justice menées par les victimes après les spoliations des tyrans de Syracuse –, la « communication politique moderne » s'inspire des méthodes de ceux qui sont les plus en vue socialement et apparaissent les mieux adaptés à la communication de leur temps : les publicitaires et hommes de télévision. Les avocats étaient les « maîtres » de la communication orale, les lettrés les « maîtres » de la communication écrite du XIX^{ème} siècle, les publicitaires et les hommes de télévision, les « maîtres » de la communication audiovisuelle.

Le marketing, comme technique de vente de la société de consommation, utilise les valeurs de démocratie et de liberté pour se répandre et s'institutionnaliser, dès l'entre-deux-guerres, mais plus profondément après la Seconde Guerre mondiale[3]. C'est comme vecteur et produit de la démocratie en Europe que les biens de consommation de masse se répandent à l'aide du Plan Marshall. Parmi les techniques du marketing, les sondages vont être un outil déterminant pour accentuer la différenciation entre la « propagande » et la « communication politique ». Ils rendraient en effet possible la bilatéralité de l'échange politique-citoyen que ne permettait pas la propagande[4]. Le politique aurait face à lui une opinion publique avec laquelle dialoguer et dont on connaîtrait les attentes. Grâce au support d'une opinion publique identifiée et à l'appui d'une technique qui a fait ses preuves, la communication politique ne peut que favoriser la démocratie, pense-t-on alors. Jacques Walter parle à ce propos d'une

[1] LEGAVRE, Jean-Baptiste. La quête des origines. *Art. cit.*

[2] CHESSEL, Marie-Emmanuelle. *Histoire de la consommation*. Paris : La Découverte, 2012

[3] *Ibid.* ; KROEN, Sheryl. La magie des objets, le plan Marshall et l'instauration d'une démocratie de consommateurs. In CHESSEL, Marie-Emmanuelle et alii. *Au nom du consommateur*. Paris : La Découverte, 2005, p. 45

[4] BLONDIAUX, Loïc. *La fabrique de l'opinion*. Paris : Seuil, 1998

« rupture déontologique[1] ». Les « relations publiques » – c'est le terme majoritairement employé alors – ne seraient plus une simple technique de vente, mais auraient un aspect moral. Ce discours va toucher une série de leaders politiques en quête de renouvellement de la démocratie et soucieux d'accorder toute sa place au marché. De Michel Rocard à Valéry Giscard d'Estaing, en passant par Jean Lecanuet ou Bernard Tapie, on remarquera que tous ces leaders « pionniers » de la « communication politique » se situent dans un spectre libéral ou social-libéral en accord avec les principes du marché capitaliste.

Comme on le voit, les « communicants » ne sont pas les seuls entrepreneurs de l'émergence de cette « communication politique », les professionnels de la politique ont toute leur part dans cette institutionnalisation. Obsédés par les médias, notamment audiovisuels, qui prennent leur essor et dont ils considèrent les effets comme massifs – en dépit de la foule des travaux montrant le contraire[2] – certains voient dans ces méthodes et ces agents qui semblent avoir fait leurs preuves ailleurs, une ressource bienvenue pour bousculer les hiérarchies politiques habituelles. Le désalignement du vote contribue à leur faire apparaître comme nécessaire le formatage de leur image, entendue comme « correspondance entre ses caractéristiques personnelles et les qualités requises pour exercer un leadership politique efficace[3] », alors que celle-ci paraît prendre de plus en plus de poids dans l'élection. On ne s'étonnera pas que ce soit chez les plus marginaux, dans leur propre parti – Michel Rocard, Jean-Jacques Servan-Schreiber – ou au sein du champ politique – Valéry Giscard d'Estaing qui a certes été ministre de l'Economie et des Finances pendant treize ans, mais qui n'a pas le soutien d'un grand parti –, qu'on trouve les premiers cas d'émergence de cette « communication politique moderne[4] ». Leur croyance, partagée avec les communicants, dans le pouvoir massif des médias les amène à considérer que ces stratégies de communication leur apporteront de « bons sondages » et par là même un poids, jusque-là, jamais atteint. Cette association entre « communication politique » et sondages, plus fantasmée que réelle, mais qui rencontre le discours journalistique, est donc censée leur permettre de brûler les

[1] WALTER, Jacques. *Directeur de communication. Les avatars d'un modèle professionnel*. Paris : L'Harmattan, 1995, p. 29

[2] LAZARSFELD, Paul. *The People's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign.* New York : Duell, Sloan, and Pearce, 1944

[3] NADEAU, Richard et alii. *Le vote des Français de Mitterrand à Sarkozy.* Paris : Presses de Sciences Po, 2002, p. 181

[4] BRIZZI, Riccardo. *De Gaulle et les médias. L'homme du petit écran*. Rennes : PUR, 2014, p. 98

étapes du *cursus honorum* pour arriver à la fonction la plus haute du champ politique. Dans un jeu politique nécessitant des ressources, c'est-à-dire « aussi bien des positions que des savoir-faire et aptitudes accumulées et intériorisés, inégalement distribués et efficaces selon les contextes, perçus par soi et par les autres comme susceptibles d'avoir du "poids" dans les interactions[1] », apparaît la croyance dans ce que nous qualifierons la ressource « médiatico-sondagière ».

Des limites de l'institutionnalisation

L'institutionnalisation de la « communication politique » pose toutefois question. Comme le souligne d'ailleurs Julien Frétel, une institution n'est pas inscrite dans le marbre, elle peut connaître des crises et être remise en cause : « L'institutionnalisation, c'est aussi le remous continu que connaît une institution, sans quoi cette dernière irait en s'effaçant peu à peu de la conscience et des activités des agents sociaux tant ces derniers l'auraient désinvestie soit par choix ou intérêt quand l'heure est au changement, soit par indifférence quand les mornes habitudes conduisent à l'oubli[2]. » A-t-on assisté depuis 60, 40 ou 50 ans dans le contexte français, au développement ininterrompu du marketing politique, à une professionnalisation accrue du métier de communicant, à l'émergence d'une formation spécifique[3] comme semblent le supputer les tentatives de typologies périodiques, très développées au sein du champ universitaire anglo-saxon ? Ainsi, si l'on suit Pippa Norris, par

[1] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 220

[2] FRETEL, Julien. L'institutionnalisation. *Art. cit.*

[3] Dans sa thèse Jean-Baptiste Legavre (LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 316-333) avançait comme argument pour montrer l'institutionnalisation du rôle de conseiller en communication l'accroissement de la formation dans ce domaine à Sciences Po. Plus de vingt ans après, et même s'il existe un master dédié à la communication (L'école de la communication), nous pouvons douter que la communication y occupe une place centrale. Nous avons en effet pu y enseigner durant deux ans et ainsi constater que très rares sont les étudiants à se consacrer à une carrière en « communication politique ». Au sein même du master seuls deux cours sont consacrés à cette « discipline » dont celui que nous animions. La direction de « l'école » a plutôt tendance à retenir les étudiants qui souhaiteraient s'investir dans ce domaine. Mais ces jugements devraient bien sûr être étayés par une étude plus large. L'étude menée par Caroline Ollivier-Yaniv sur le développement des formations en communication publique nous invite à relativiser cette conclusion (OLLIVIER-YANIV, Caroline. La « communication publique » comme « monde social » : une approche réflexive. ALDRIN, Philippe, HUBE, Nicolas et OLLIVIER-YANIV, Caroline. *Les mondes de la communication publique*. *Op. cit.,* p. 31-42).

exemple, on serait passé d'une pratique de campagne pré-moderne – pour ne pas dire archaïque – basée sur les relations interpersonnelles, l'écrit et les rassemblements publics de faible envergure, à des campagnes « professionnalisées », usant largement des médias de masse, et notamment d'internet, et appliquant strictement les techniques de marketing[1]. Concernant le cas français, cette vision très téléologique paraît plus difficile à appliquer telle quelle[2]. Les manières de faire campagne au local n'ont guère varié, depuis les outils utilisés par Armand de Mackau, étudié par Eric Phélippeau[3]. Le marketing politique qui apparaissait comme l'expression même de la communication politique « moderne » semble perdre de son charme dès le début des années 1990[4]. Si l'on se concentre sur la professionnalisation, par exemple, les formations spécifiques aux métiers de la « communication politique » restent rares. Quand on compare les pratiques des différents communicants aucune unité ne ressort et les parcours de ces acteurs sont d'ailleurs très différents. Comme le souligne Caroline Ollivier-Yaniv, la « communication politique » « recouvre une grande diversité d'acteurs sociaux, tant du point de vue de leurs formations que de leurs savoir-faire. Elle recouvre également une grande diversité de pratiques professionnelles, notamment du fait du caractère hétérogène des contextes de mise en œuvre de ces pratiques (...) Hétérogène aussi, la reconnaissance sociale de ces agents : en effet, seuls certains d'entre eux peuvent prétendre à un nom de métier reconnu et stabilisé dans le secteur d'activité de la communication en général, comme, par exemple, "webmaster" ou "attaché de presse". Les autres, sans doute la majorité, sont identifiés par des désignations générales – "conseiller pour la communication", "conseiller pour la presse" – ou au contraire très conjoncturelles – "chargé de mission en communication de proximité", "chargé de mission démocratie locale"[5]. »

Il est incontestable que la communication a pris une place accrue dans le champ politique comme en témoigne la multiplication des postes dédiés à ce domaine au sein des

[1] NORRIS, Pippa. *The virtuous circle. Op. cit.*

[2] DESRUMAUX, Clément et LEFEBVRE, Rémi. Pour une sociologie des répertoires d'actions électorales. *Politix*, n° 113, « Faire campagne », 2016

[3] PHELIPPEAU, Eric. *L'invention de l'homme politique moderne. Mackau, l'Orne et la République*. Paris : Belin, 2002

[4] FRADIN, Guillaume. Cinquante ans de dévoilement de soi : le recours des hommes politiques français aux émissions de divertissement (1955-2005). *Le Temps des médias*, n° 10, 2008, p. 53-65

[5] OLLIVIER-YANIV, Caroline. « Petites phrases » et « éléments de langage ». *Communication et langages*, n° 168, juin 2011, p. 59

ministères. Pour autant, le processus d'institutionnalisation ne paraît guère avoir avancé. Pire, la remise en cause sociale paraît forte, comme le constate Jean-Baptiste Legavre : « La "communication politique" a probablement épuisé les charmes – relatifs – qu'elle suscitait il y a seulement dix ans. (...) Les communicateurs les plus caricaturaux se font discrets, après quelques faillites, mises en examen ou rappels à l'ordre de leurs clients[1]. »

La « communication politique » comme pratique est même l'objet d'une diabolisation importante dont la fiction est un des repères les plus saillants – on peut penser à la série française *Les Hommes de l'ombre* qui dépeint un milieu cynique, où tous les coups sont permis. Les communicants sont souvent perçus comme des figures pervertissant une politique qui, dans l'idéal, devrait être détachée des stratégies de conquête du pouvoir. La dénonciation de la « com' » et de son emprise est donc devenue un passage obligé du discours politico-médiatique. Michel Rocard n'est pas isolé dans sa critique des médias, plusieurs leaders retraités ou actifs dénoncent la « tyrannie » de la communication[2]. Quant aux journalistes, il est presque devenu une habitude d'écrire un ouvrage dénonçant les travers du spectacle médiatique, après en avoir été des acteurs essentiels[3]. Ce phénomène se retrouve dans le choix des professionnels de la politique de cacher leurs communicants ou de s'en remettre à leurs semblables[4]. Il y a donc un paradoxe dans le rapport à la communication politique, entre fascination et rejet comme le remarque Arnaud Benedetti : « La com est tout à la fois le

[1] LEGAVRE, Jean-Baptiste. L'horizon local de la communication politique. *Art. cit.,* p. 76

[2] On peut penser à François Fillon (*Le supplément de Canal+,* 26 avril 2015), Arnaud Montebourg à *Arrêt sur image*, 12 février 2006 et Jean-Luc Mélenchon à de multiples reprises (voir : SIEFFERT, Denis et SOUDAIS, Michel. *Mélenchon et les médias*. Paris : Politis, 2012

[3] Notamment DE VIRIEU, François-Henri. *La médiacratie*. Paris : Flammarion, 1984 ; MASURE, Bruno. *Journalistes à la niche ? De Pompidou à Sarkozy, chroniques des liaisons dangereuses entre médias et politiques*. Paris : Hugo et compagnie, 2009

[4] GUIGO, Pierre-Emmanuel. Des hommes de l'ombre? Quel professionnalisme des consultants en communication ? Intervention au Colloque « Communication et médias dans la campagne présidentielle de 2012 », 24 mai, LCP-CNRS, Paris ; — Conseiller en communication: regard transatlantique sur une institutionnalisation dissymétrique. In Colloque « L'influence des présidentielles françaises et américaines de 2007-2012. Vers un nouveau modèle transnational de campagnes électorales ? », Ceccopop, 14 et 15 juin 2013, Sénat, Paris ; —L'Europe des amateurs ? Professionnalisation de la communication politique dans les européennes de 2014. In Colloque « La communication des élections européennes de 2014 », Ceccopop, Sénat, 28-29 juin 2014

parent pauvre et le gourou de l'action. Reste à comprendre pourquoi ; et surtout à expliciter les conséquences de ce paradoxe où alternent mépris d'un côté, fascination de l'autre[1]. »

On paraît donc bien loin du triomphe de la « communication politique » dans les années 1980, qui voyait tous les politiques s'en remettre aux publicitaires, des figures comme Jacques Séguéla plastronner dans les médias, et la publicité politique – l'utilisation des techniques publicitaires et en particulier de l'affichage et des spots télévisés en politique – s'imposer comme le mode de communication dominant, au point de ponctionner lourdement les budgets de campagne et des ministères[2]. Notre hypothèse est que la rupture est à chercher au milieu des années 1980. Dans son rapport paradoxal à la communication, entre vif intérêt et répulsion, Michel Rocard paraît donc un papier chimique important de cette mutation. Sa pensée va même influencer largement la situation de la « communication politique » en France, puisqu'il est à l'origine de la loi du 15 janvier 1990 qui réglemente drastiquement le financement des campagnes électorales et rend quasi-impossible le recours à la publicité politique. Nous ne tirerons pas de notre cas unique une loi générale. Il faudra confronter nos conclusions à d'autres cas d'études. Le grand nombre de sources sur lequel fonder notre étude, ainsi que le rapport paradoxal de Michel Rocard à la communication que nous avons commencé à esquisser, justifient que l'on ne se focalise que sur lui pour cette thèse. D'autant que sa longue carrière au premier plan, étalée sur une trentaine d'années, nous permet de desserrer notre objet pour mieux en comprendre les mutations sur une temporalité médiane. Celle-ci s'inscrit d'ailleurs dans ce que Jean-François Sirinelli a appelé les « Vingt décisives », à peine dilatée pour notre sujet, cette période qui voit s'établir les mutations qui touchent encore aujourd'hui notre société. Elles sont marquées par la sortie de la guerre qui avait rythmé jusque-là l'histoire au XX^{ème} siècle, l'émergence de nouvelles générations, « les baby boomers », au modèle culturel en décalage avec les générations précédentes, l'émergence de la culture de masse, l'institutionnalisation de la V^{ème} République, et la pérennisation de la crise économique.

---

[1] BENEDETTI, Arnaud. La « com » à l'épreuve de la communication. *Hermès*, LEPASTIER, Samuel dir. « L'incommunication ». coll. Les Essentiels d'Hermès. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 90

[2] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 225 et également : PAWELSKI, Léa et GUIGO, Pierre-Emmanuel. « L'instant pub » : 1984-88, l'apogée de la com' ? Colloque conclusif « François Mitterrand, les années d'alternance 1984-1988 », Hôtel de Lassay, Présidence de l'Assemblée Nationale, Paris, 21 et 22 janvier 2016 (actes à paraître)

Une histoire médiatisée de la communication politique

Comme on le voit, les outils de la communication recouvrent un champ très large de pratiques. Pour l'historien, cette étude posait parfois des enjeux complexes, ce qui nous a décidé à nous centrer principalement sur la médiatisation du politique. En effet, la communication interpersonnelle aurait été un objet d'étude passionnant – surtout si l'on se rappelle son influence[1] –, mais impliquant pour un historien des contraintes méthodologiques auxquelles nous n'avons pas trouvé d'issue. Comment appréhender cette relation directe entre politique et citoyen en l'absence d'une étude de terrain, *in situ*, à la manière des ethnologues ? Les témoignages, le discours journalistique nous permettent d'envisager en partie cette forme de communication, et nous donnent ainsi l'occasion de l'évoquer – notamment lorsque nous nous penchons sur le vocabulaire de Michel Rocard –, mais ce sera d'une manière marginale.

Si cette approche par les médias est bien sûr critiquable, elle n'en est pas pour autant insensée. En effet, si l'on revient au discours indigène des communicants comme des politiques, teinté de média-centrisme, ce sont les médias de masse, que l'on peut définir avec Fabrice d'Almeida et Christian Delporte comme « tout moyen, outil ou système d'organisation permettant la diffusion massive ou la communication publique d'une information ou d'un message dans l'espace et dans le temps[2] », qui sont censés avoir créé la « communication politique ». Ils auraient engendré certes des supports aux échos spectaculaires, mais impliquant une adaptation obligatoire. Les médias de masse créeraient un « impératif de communication » mis en valeur par des « entrepreneurs professionnels[3] ». Le choix d'une focalisation sur les médias et l'adaptation aux médias – pour laquelle l'usage

[1] GERBER, Alan S., and GREEN, Donald P. The Effects of Canvassing, Telephone Calls, and Direct Mail on Voter Turnout : A Field Experiment. *The American Political Science Review* vol. 94, n° 3, 2000, p. 653-63

[2] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias en France, de la Grande Guerre à nos jours*. Paris : Flammarion, coll. Champs histoire, 2003, p. 15

[3] WALTER, Jacques. *Directeurs de communication : les avatars d'un modèle professionnel*. *Op. cit.,* p. 9

des sondages, du marketing politique sont des outils essentiels selon les discours des acteurs – nous permet donc de mieux nous plonger dans leur vision pour comprendre comment ils promeuvent ces techniques.

La communication politique comme focale de l'histoire politique

On le voit, interroger l'histoire de la communication politique c'est aussi appréhender les mutations du champ politique. Pour les historiens, et en particulier les historiens du politique, se consacrer à l'histoire de la communication politique ne semble pas aller de soi, comme nous avons pu le découvrir aux débuts de nos travaux de recherche. Un stigmate pèse sur l'objet tant chez les historiens que dans les autres disciplines, d'ailleurs. La communication politique se résumerait à « du vent ». Un objet largement vanté par des entrepreneurs mais dont l'efficacité est très contestée. Le fait est, que même sans efficacité, le « vent » reste un objet intéressant. Puisque la communication politique est inutile et inefficace, pourquoi séduit-elle ? Mais on verra que bien loin d'une inanité totale, la communication politique modifie « les processus de dévolution du pouvoir au sein de ces groupes, l'examen des tensions et des luttes en découlant et l'étude des idées qui nourrissent ces affrontements[1] », objets de l'historien du politique. Notre recherche se veut d'ailleurs plus spécifiquement inscrite dans ce que l'on appelle « l'histoire culturelle du politique ». Celle-ci se concentre sur le « sujet pensant et agissant » et entend, en plus des phénomènes de « légalité », comprendre ceux plus complexes de « légitimité » au sein de l'espace politique[2].

Pour cela, la communication politique est un objet particulièrement intéressant. Outil, la « communication politique » permet de voir les évolutions des moyens utilisés par les leaders politiques. Comme nous l'avons vu plus haut, la « communication politique » est censée influer sur les sondages et donc faire émerger une nouvelle ressource pour les professionnels de la politique : la « popularité de papier[3] ». Elle a pour but de contester les

[1] SIRINELLI, Jean-François. *Désenclaver l'histoire. Nouveaux regards sur le XX^ème siècle français*. Paris : CNRS Editions, 2013, p. 159

[2] *Ibid.,* p. 19

[3] LEGAVRE, Jean-Baptiste. Une popularité de papier. In ASSOCIATION FRANÇAISE DE SCIENCE

hiérarchies politiques établies jusque-là comme les mandats locaux, les fonctions ministérielles ou l'ascension partisane. Cette ressource vient ainsi contester la légitimité conférer par les partis politiques, centraux dans le jeu démocratique depuis le début du XX^{ème} siècle. Bernard Manin parle même du passage de la « démocratie des partis à celle du « public[1] ». Les sondages joueraient un rôle essentiel dans la sélection des prétendants politiques, affaiblissant le rôle des partis, qui seraient même contraints de s'y plier. Michel Rocard, tout à la fois marginal dans sa propre organisation politique, à laquelle il oppose sa cote de popularité, mais aussi incapable de se maintenir durablement à la tête du PS, donne cependant une image plus nuancée du « déclin » supposé des partis politiques.

Dans son analyse des formes démocratiques contemporaines, Bernard Manin voit dans les sondages bien plus qu'une ressource politique pour les acteurs. Ils seraient même un moyen de gouvernance, pour mieux comprendre la manière dont évolue l'opinion et ainsi guider l'action publique[2]. Là encore, l'exemple d'un Michel Rocard tout à la fois critique de l'impact des sondages publiés sur le gouvernement et avide de sondages pour mener ses politiques, nous sera un bon guide dans cette interrogation. Voit-on émerger une forme de « gouvernance » – entendue comme « forme plus souple de gouvernement politique et qui consiste dans l'interaction d'une pluralité d'acteurs "gouvernants" qui ne sont pas tous étatiques ni même publics[3] » –, appuyée sur l'opinion et la « société civile », se substituant aux modes anciens de gouvernement centralisé, comme l'esquisse Michel Rocard dans son discours de Joué-les-Tours en 1990 ?

Cette nouvelle méthode de gouvernement témoigne également de la recherche d'une plus grande rationalisation, voire d'une « scientifisation » du travail politique, en s'inspirant notamment de la science politique alors en plein développement, en particulier dans ses approches quantitativistes. Cela correspond à l'attrait de notre leader politique pour la méthode scientifique. La « science » sert ainsi une fois de plus la volonté d'encadrement du pouvoir sur la société, les sondages entre autres outils, étant un moyen essentiel de

---

POLITIQUE. *Actes du colloque « La popularité politique »,* 1990

[1] MANIN, Bernard. *Principes du gouvernement représentatif.* Paris : Flammarion, 2008

[2] *Ibid.,* p. 281

[3] LE GALES, Patrick. Gouvernance. In BOUSSAGUET, Laurie et alii. *Dictionnaire des politiques publiques*. Paris : Presses de Sciences Po, 2014, p. 300

« biopouvoir » tel que l'a conceptualisé Michel Foucault[1]. Sonder la population et vouloir la persuader sont des moyens essentiels de domination des esprits alors que la coercition arbitraire se trouve délégitimée.

L'émergence des entrepreneurs de communication politique bouscule les entourages traditionnels. Si Balzac dans sa *Psychologie de l'employé* nous décrit le secrétaire particulier du ministre « toujours un jeune homme », qui « amadoue les journaux et travaille les rédacteurs », tout en s'occupant d'éléments plus politiques[2], on constate, au cours du XX^{ème} siècle, une claire rationalisation du travail politique. Vont ainsi émerger, en dessous des directeurs de cabinet et chefs de cabinet, une foule de conseillers techniques sur les thèmes les plus divers, mais aussi des conseillers en communication. Cette spécialisation n'est pas propre aux cabinets. Ainsi, l'exemple de Michel Rocard nous montrera que le souci de se préparer, d'anticiper les échéances électorales, notamment en termes de communication, amène à s'organiser très en amont, avant même l'accès au pouvoir.

L'objet « communication politique » est aussi un bon moyen d'appréhender les mutations du rapport politiques-médias. Michel Rocard, par ses trente années de carrière active au plan national, nous permet de voir la mutation d'un audiovisuel, très soumis au pouvoir politique au début de la période, à une distanciation croissante. La manière de présenter le politique évolue, privilégiant une posture critique, voire ironique des journalistes à l'égard des politiques. Plutôt que le soutien affiché et la mise en valeur des idées, c'est le « jeu politique », entendu comme les « attaques, soutiens, réactions, évaluation, événements, affaires, campagne, images et sondages[3] » qui focalise l'attention. Devant une baisse de l'intérêt du public pour le politique, on voit également l'émergence de nouveaux formats afin de rendre plus attractif ce thème, comme l'*infotainment* ou la *peopolisation*.

[1] FOUCAULT, Michel. *Surveiller et punir*. Paris : Gallimard, 1975

[2] BALZAC, Honoré de. *Physiologie de l'employé.* Paris : Aubert, 1841, p. 62-65

[3] GERSTLE, Jacques, DUHAMEL, Olivier et DAVIS, Dennis. La couverture télévisée des campagnes présidentielles. L'élection de 1988 en France et aux États-Unis. *Pouvoirs*, n° 63, 1992

Une histoire connectée de la communication politique

Mais cette histoire de la communication politique en France ne peut être cloisonnée. Plus que d'autres secteurs, la communication politique se nourrit de modèles, de techniques et de stratégies, voire de conseillers venus de l'étranger[1]. En outre, le rejet de la communication politique par la culture républicaine fait de ces exemples étrangers et en particulier des Etats-Unis, des modèles beaucoup plus puissants que les quelques cas d'une histoire sans passé. Comme le souligne Didier Georgakakis, après les expériences de propagande publique dans les années 1930, puis le Régime du Vichy, toute volonté de mise en place d'une information gouvernementale est déligitimée. La communication publique n'émerge pas à partir des années 1970 et surtout 1980 en se fondant sur ces expériences, mais au contraire contre elles et en s'appuyant sur des exemples venus d'outre-atlantique : « C'est ainsi surtout à l'étranger que sont recherchés les références et les modèles, lorsque dans les années 1960-1970 se reconstituent des administrations de l'information d'Etat, puis dans les années 1980, au moment de l'essor multiforme de la communication publique[2]. » On peut parler d'une véritable obcession des communicants pour « l'exemple américain » – pour plagier le titre d'un ouvrage de Michel Noir, communicant puis homme politique français[3] –, d'ailleurs très souvent fantasmé[4]. John Fitzgerald Kennedy, Jimmy Carter, Ronald Reagan, et Bill Clinton apparaissent régulièrement dans les notes des conseillers de Michel Rocard, comme des modèles à suivre. Ce poids des Etats-Unis dans la « communication politique » s'explique d'autant mieux que la France vit alors « à l'heure du monde » selon l'ouvrage de Ludivine Bantigny, et son histoire depuis la fin des années 1970 ne peut se comprendre sans les mutations que connaît le globe[5].

[1] Le cas de Pierre Sallinger, d'abord conseiller de John Fitzgerald Kennedy, puis journaliste en France, avant de conseiller des présidents africains en est représentatif.

[2] GEORGAKAKIS, Didier. *La République contre la propagande*. Paris : Economica, 2004, p. 282.

[3] NOIR, Michel. *Op. cit.*

[4] Cette fascination pour les Etats-Unis est d'ailleurs plus générale dans la société d'après guerre comme l'a bien montré BOLTANSKI, Luc. America, America... Le Plan Marshall et l'importation du « management ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 38, 1981

[5] BANTIGNY, Ludivine. *La France à l'heure du monde : de 1981 à nos jours*. Paris : Seuil, 2013

Plus qu'un transfert tel quel, il s'agit d'une « hybridation » pour adapter ce modèle américain aux spécificités françaises[1]. Déjà en 1988, Marie-France Toinet avait montré qu'il n'y avait pas vraiment d'« américanisation » de l'élection présidentielle[2]. Dans une moindre mesure, d'autres pays vont influencer cette communication politique rocardienne comme l'Allemagne de son « ami » Helmut Kohl ou encore, de manière moins avouée, la Grande-Bretagne de Margaret Thatcher. Michel Rocard très impliqué dans l'Internationale socialiste – il rêvait de la présider un jour – a en outre eu régulièrement l'occasion de rencontrer ses camarades étrangers et de suivre leurs campagnes.

Historiographie de la communication politique et approches

Si la « communication politique » est un objet en quête de légitimité politique, on peut en dire de même de son étude dans le champ des recherches en sciences sociales. Comme décrite précédemment, la communication politique est un objet d'étude aux contours flous. Depuis maintenant plus de soixante ans, les travaux les plus divers sont menés sur le sujet, et de manière très dispersée, comme le faisait remarquer il y a quelques années Arnaud Mercier[3] : « En dépit de l'importance des enjeux dont elle a à traiter, la communication politique ne correspond pas aujourd'hui encore à un champ disciplinaire bien établi. (...) Les études de communication sont en effet placées sous le signe de la pluridisciplinarité, réunissant près d'une dizaine de disciplines, qui vont de l'histoire à la sociologie, de la psychologie à la linguistique, de la science politique et du droit à l'anthropologie ou l'économie, ou encore la philosophie[4]. »

Cette hétérogénéité ne doit pas être lue uniquement comme un handicap, elle permet aussi de faire fructifier l'interdisciplinarité lorsque le dialogue entre les différents travaux se réalise. Pour autant, on peut aussi la lire comme le témoignage du manque

[1] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 26

[2] TOINET, Marie-France. La fausse américanisation de la vie politique. *Journal des élections*, n° 2, mai 1988, p. 17-18

[3] MERCIER, Arnaud. La communication politique en France. *L'année sociologique,* 2001, n° 2, p. 355-363.

[4] *Ibid.*

d'institutionnalisation de cet objet disciplinaire, pas toujours perçu comme « sérieux[1] ». Cette diversité est d'autant plus criante qu'au-delà des différentes approches disciplinaires l'étude de la communication politique est fortement clivée. Nous n'entendons pas ici présenter un paysage global des travaux en communication politique – ce qui serait prétentieux – tant on compte de clivages divers et variés, suivant les disciplines. Mais si on se concentre sur les approches en sciences de l'information et de la communication et en science politique, on dégage deux grandes visions assez nettes de l'objet communication politique. D'abord une théorie plus critique, qu'Arnaud Mercier qualifie de « théorie de la domination », postulant que « les médias seraient contrôlés par certains acteurs sociaux et ne joueraient plus aucun rôle critique, mais au contraire un rôle de domination idéologique. La neutralité journalistique serait alors une posture qui garantit en fait le maintien du statu quo social, tant elle implique la recherche d'un certain consensus. Les médias grand public seraient incapables de se dégager de la vision du monde dominante chez leur public. Une approche complémentaire consiste à souligner la "connivence" existant entre les élites politiques et médiatiques qui conduit à la formation d'un nouveau "cercle politique"[2]. » On compte parmi ceux-ci tous les travaux de sociologie et de science politique inspirés par Pierre Bourdieu et ses écrits sur les médias[3], avec un regard souvent critique des analyses quantitatives et remettant en cause les sondages et leur représentativité[4]. On peut également y ajouter les ouvrages de Noam Chomsky, mais qui, en dépit d'une large reconnaissance médiatique et éditoriale, n'ont guère investi le champ universitaire[5].

A ce paradigme plutôt majoritaire au sein de la recherche française s'oppose un courant dit « théorie de la démocratisation », au point de vue plus optimiste. Cette thèse « est notamment défendue en France par Jean-Louis Missika et Dominique Wolton. Ceux-ci voient dans les médias de masse un facteur de démocratisation. L'audiovisuel permettrait au plus

[1] LEGRAVE, Jean-Baptiste à la journée d'étude « De l'attachée de presse au conseiller en communication : pour une histoire politique des communicants », Université de Nancy, 12 mai 2016

[2] MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé : politique de l'information et information politique*. Paris : Presses de Sciences-Po, 1996, p. 109-110

[3] BOURDIEU, Pierre. *Sur la télévision*. Paris : Liber, 1996

[4] CHAMPAGNE, Patrick. *Faire l'opinion : le nouveau jeu politique*. Paris : Editions de minuit, 1990 ; BLONDIAUX, Loïc. *La fabrique de l'opinion. Op. cit.*

[5] On peut notamment citer son *best seller,* co-écrit avec Edward Herman : *La Fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie.* Paris : Agone, 2008

grand nombre d'accéder au débat politique et d'en mieux cerner les enjeux. Plaide en faveur de cette thèse le constat d'une indéniable association de la presse et de la démocratisation de la vie politique[1]. » Cette approche se retrouve également largement dans le champ universitaire, notamment dans les lieux restés insensibles à la critique bourdieusienne, comme Sciences Po. Des tentatives de mêler les deux approches se multiplient sans pour autant mettre fin aux distinctions.

Nous avons choisi de refuser l'enrégimentement, qui est d'ailleurs contraire à l'approche historique. Nous tenterons plutôt de nous saisir des perspectives ouvertes par les différents travaux dans le domaine, depuis ceux, pionniers, sur les « effets » de la médiatisation du politique, remontant à Lazarsfeld, jusqu'à ceux plus récents sur la *peopolisation*. Si les travaux des historiens, en général venus étudier la communication par le biais de l'histoire des médias, à partir des années 1980-1990[2], occuperont une place importante, nous n'en délaisserons pas moins les autres approches. Nous accorderons une attention particulière à la sociologie du politique qui a depuis plusieurs décennies consacré des études à la communication politique, au point d'avoir un groupe de projet de l'Association française de science politique consacré à ce domaine – le groupe Compol. Ces politistes ont également ausculté les mutations des rapports journalistes-politiques[3], les formes de communication encadrant les politiques publiques[4], les évolutions des campagnes électorales[5], l'impact des sondages sur le politique[1].

---

[1] MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé. Op. cit., p. 110*

[2] DELPORTE, Christian. *Les crayons de la propagande*. Paris : CNRS Editions, 1991 ; CHAUVEAU, Agnès. *L'audiovisuel en liberté ? Histoire de la haute autorité*. Paris : Presses de Sciences Po, 1997 ; BOURDON, Jérôme. *Histoire de la télévision sous de Gaulle*. Paris : INA, 1990, rééd.

[3] KACIAF, *Nicolas. Les pages* « *politique* ». *Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2014 ; LEGAVRE, Jean-Baptiste. « Off the record » Mode d'emploi d'un instrument de coordination. *Politix*, n° 19, 1992, p. 135-158 ; NEVEU, Erik. Des questions « jamais entendues » : crise et renouvellement du journalisme politique à la télévision. *Politix*, n° 57, 1997, p. 26-56

[4] MARCHETTI, Dominique. *Communication et médiatisation de l'Etat : la politique invisible*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2008 ; NOLLET, Jérémie. *Des décisions publiques « médiatiques » ? Sociologie de l'emprise du journalisme sur les politiques de sécurité sanitaire des aliments*. Thèse sous la direction du Professeur Pierre Mathiot : science politique : Université de Lille 2 : 2010

[5] GERSTLE, Jacques dir. *Les effets d'information en politique*. Paris : L'Harmattan, 2001 ; Les différents ouvrages dirigés par Philippe Maarek sur les campagnes électorales, notamment : MAAREK, Philippe. *La communication politique des européennes de 2014 : pour ou contre l'Europe ?* Paris : L'Harmattan, 2015 ; et

L'émergence des sciences de l'information et de la communication a également vu naître des analyses riches sur l'interaction entre médias, opinion et politique, dans la lignée de ceux pionniers de Jacques Ellul[2]. Ces travaux ont notamment mené à une meilleure mise en lumière de la communication publique[3], de l'opinion publique[4], de l'analyse des médias[5] et de la *peopolisation*[6]. La sémiologie a également été notre découverte de cette thèse. Elle nous aura souvent sorti de l'embarras, en particulier grâce aux travaux de Pierre Fresnault-Deruelle ou de Patrick Charaudeau[7], pour mieux comprendre une image ou un discours. Nous aurions aimé approfondir la dimension linguistique de la communication politique – dont les travaux du Centre d'étude des discours, images, textes, écrits, communication de Paris 12 (CEDITEC), sont un bon témoin –, mais le manque de temps et de bases méthodologiques ne nous l'a pas permis. Nous essayerons toutefois d'utiliser une partie de ces recherches, notamment dans notre approche du discours rocardien et de ses spécificités.

Une approche historique

Si cette recherche se veut interdisciplinaire, elle s'inscrit néanmoins plus généralement dans une approche historique – qui profite d'ailleurs amplement des analyses balisées plus haut. Nous postulons que l'approche historique peut être d'un apport capital dans l'étude de la « communication politique ». Elle repose en effet sur un travail documentaire et archivistique très large alliant fonds d'archives, entretiens avec les acteurs encore vivants et sur les périodes

---

voir plus récemment le dernier numéro de la revue *Politix*, dirigé par Clément Desrumeaux et Rémy Lefebvre, consacré aux campagnes électorales « Faire campagne » (n° 113, 2016).

[1] BLONDIAUX, Loïc. *Op. cit.* ; GARRIGOU, Alain. *L'ivresse des sondages*. Paris : La Découverte, 2006 ; LEHINGUE, Patrick. *Subunda : coups de sonde dans l'océan des sondages*. Bellecombe-en-Bauges : Editions du Croquant, 2007

[2] ELLUL, Jacques. *Histoire de la propagande*. Paris : PUF, Que sais-je ? 1976 ; ELLUL, Jacques. *Propagandes*. Paris : Economica, 1990

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. Paris : PUF, 2000

[4] LAZAR, Judith. *L'opinion publique*. Paris : Sirey, 1995

[5] MISSIKA, Jean-Louis et WOLTON, Dominique. *La folle du logis*. Paris : Gallimard, 1983

[6] DAKHLIA, Jamil. *Politique people*. Paris : Bréal, 2008

[7] CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. Paris : Vuibert, 2005

les plus récentes, archives audiovisuelles. Ce travail conséquent permet de repartir du discours et des actes des acteurs dans leur temps, en évitant un anachronisme dont les travaux de science politique ne sont pas toujours exempts[1]. Il nous a notamment permis de nous détacher du discours construit *a posteriori* par Michel Rocard se présentant comme un « médiocre communicant » et de mettre en lumière son succès auprès des médias et journalistes de l'époque.

Pour autant, travailler en historien sur la communication politique tenait du défi. Plus encore que d'autres objets de recherche en histoire contemporaine, elle est un sujet qui laisse peu de documents – ce qui explique peut-être qu'il ait été peu exploré en histoire. Ce travail pourrait paraître d'autant plus audacieux, que pour les historiens, les décennies 1970-1980 font encore figure de « polder », pas encore solidifié[2]. Mais dans le cas de Michel Rocard, avec le recul historique qui est le nôtre, nous avons bénéficié de documents écrits, et en particulier archivistiques, qui nous permettent de reconstituer la première phase de la communication politique, le conseil, qui est en général une zone d'ombre de la recherche dans ce domaine. Nous pouvons nous appuyer sur la très grande richesse du fonds de Pierre Zémor, conseiller en communication de Michel Rocard entre 1974 et 1988. Ses cartons nous permettent de connaître toute l'organisation qui se mit en place autour de Michel Rocard durant ces années et plus particulièrement d'étudier les deux groupes principaux (le Groupe image et le Groupe Prospol) qui le conseillèrent. Pour les périodes antérieures et ultérieures des documents plus épars dans ce fonds nous sont tout de mêmes très utiles. Le fonds Michel Rocard (3Z) de Conflans Sainte-Honorine est également indispensable pour étudier la communication de Michel Rocard avant 1981, puisqu'il rassemble les archives de son « cabinet » entre 1967 et 1980 (notes de ses conseillers, correspondance, documents de campagne). Mais à partir de 1981 jusqu'en 1985, puis entre 1988 et 1991, Michel Rocard est ministre, puis Premier ministre. Il a ainsi à sa disposition un cabinet dans lequel, sans qu'un poste de conseiller en communication ne soit forcément créé, des collaborateurs ont une influence sur ce domaine. Nous nous appuyons ainsi sur le fonds privé qu'il a déposé aux Archives Nationales (680AP), véritable mine d'or pour l'historien, puisqu'il rassemble des

[1] SCHÖNHAGEN, Philomen et MEIßNER, Mike. Co-evolution of public relations and journalism : The beginnings of PR in the 19th century in German-speaking countries. In « Congrès de la Société pour l'histoire des médias », Université de Versailles, Saint-Quentin-en-Yvelines, 27 mai 2016

[2] SIRINELLI, Jean-François. *Désenclaver l'histoire. Op. cit.*

centaines de cartons (392) concernant les divers cabinets de Michel Rocard, ses activités d'élu local, et surtout une quantité considérable de cartons sur ses discours et déplacements. C'est grâce à ceux-ci que nous avons pu carthographier ses voyages au fil du temps, suivant ses différentes fonctions.

Les versements de Matignon (et en particulier ceux de Guy Carcassonne, qui joua un rôle crucial dans la communication de Michel Rocard à partir de 1986 : 19920622) sont également très utiles pour compléter, même si de nombreux documents ont sans doute disparu, comme s'en vante d'ailleurs Jean-Paul Huchon dans *Jours tranquilles à Matignon* :

« Toute note écrite transitait par mon bureau. Elle n'atteignait le Premier ministre que d'abord visée par moi et souvent annotée par Yves[1]. Cela nous a d'ailleurs posé quelques soucis : avant de partir, il fallut opérer un tri sélectif de toutes ces notations souvent très personnelles. Heureusement – Jacques Chirac nous avait donné l'exemple – on laisse peu de chose en archives à Matignon ! Seul Guy Carcassonne échappait parfois à cette loi[2]. »

Parmi les documents publics on peut aussi citer la production importante du Service d'information et de diffusion du Premier ministre qui permet de voir les aspects plus « publics » de cette communication gouvernementale, en particulier durant sa période à Matignon.

Nous nous sommes aussi appuyé sur des documents collectés auprès des acteurs de l'époque que nous avons pu rencontrer au cours de notre thèse. C'est le cas de notes de Bernard Spitz (1985-1995), de Gentiane Weil (1981-1985), de Gérard Colé (1988-1991), de Jean-François Merle (1974-1988). Monsieur le Premier ministre Michel Rocard nous a également donné accès, en contrepartie d'un premier classement, à ses archives personnelles, conservées à son domicile. On y trouve de nombreux documents personnels, notamment des notes manuscrites prises en réunion (ses carnets personnels recensent ainsi au jour le jour toutes ses activités), des notes inédites de ses conseillers, ou des échanges de courrier.

Enfin, près de 100 entretiens ont été menés auprès des principaux conseillers, de l'entourage de Michel Rocard et des journalistes de l'époque. Si l'entretien oral a longtemps

[1] Il s'agit d'Yves Lyon-Caen, directeur de cabinet adjoint à Matignon.

[2] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon*. Paris : Grasset, 1993, p. 142

été dénigré par les historiens peu confiants dans le discours des acteurs[1], il est désormais un outil de travail à leur disposition, d'autant plus indispensable que l'on travaille sur une période récente[2]. Nous avons choisi une méthode qualitative et « semi-directive » afin de permettre à nos interlocuteurs de s'exprimer assez librement tout en suivant un questionnement préalablement défini par nous-mêmes, en fonction des enjeux de notre sujet. Dans ces questionnaires élaborés pour chacune des interviews, nous nous intéressions tant à leur rapport à Michel Rocard qu'à leur relation à la communication politique. Nous les interrogions également sur des éléments plus contextuels dans les cas où ceux-ci nous manquaient.

Pour ce qui concerne la médiatisation du discours rocardien, nous avons à notre disposition la plus large partie des interventions médiatiques de Michel Rocard grâce à l'Inathèque. Seules manquent les émissions de radios et télévisions privées (RMC, Europe 1, RTL, Canal+, La Cinq) puisqu'elles n'ont pas donné lieu à un archivage avant la période du dépôt légal (1995), mais nous avons pu en consulter des comptes rendus papier trouvés dans nos différents fonds, ainsi que des enregistrements présents en grand nombre dans les archives de Pierre Zémor. Nous avons consulté l'intégralité des émissions (*JT*, débats, émission d'actualité, talk-show, etc...) durant lesquelles Michel Rocard intervient entre 1965 et 1995, et de manière plus occasionnelle après 1995. Nous avons en outre consulté des interventions télévisées d'autres acteurs politiques contemporains (François Mitterrand, Raymond Barre, Laurent Fabius, Jacques Chirac, etc...), à titre de comparaison. Nous avons soumis toutes ces séquences à une analyse tant interne – basée sur l'étude du dispositif médiatique défini comme « un lieu privilégié d'interaction entre communication et transmission (...) et un lieu de médiation, composé de multiples facteurs sémiotiques, esthétiques et techniques en interaction qui relient sensoriellement et de manière médiate les acteurs sociaux. Il est caractérisé par une articulation spécifique et nouvelle entre un moyen permettant la transmission et la communication[3] », la gestuelle, la mise en scène, ainsi que le

[1] BECKER, Jean-Jacques. Le handicap de l'*a posteriori*. Questions à l'Histoire orale. *Cahiers de l'IHTP*, 4, juin 1987, (table ronde, 20 juin 1986).

[2] DESCAMPS, Florence. L'entretien de recherche en histoire : statut juridique, contraintes et règles d'utilisation. *Histoire@Politique*, n° 3, 2007. www.cairn.info/revue-histoire-politique-2007-3-page-14.htm. Consulté le 30 août 2016

[3] Site du Centre pour la communication scientifique directe : https://hal-univ-tln.archives-ouvertes.fr/I3M. Consulté le 16 juillet 2016.

discours – qu'externe. En effet, comme l'a bien montré Patrick Champagne, une analyse uniquement interne ne permet de comprendre l'intervention dans sa globalité et son contexte[1]. Les données de l'INA nous permettent également de faire de nombreuses analyses quantitatives comme elles sont développées dans le corps de notre thèse, notamment à l'aide du logiciel Hyperbase. En codant tous les extraits où apparaissent Michel Rocard et les différents acteurs auxquels nous souhaitions le comparer nous avons pu bâtir les graphiques développés plus bas.

Outre les médias audiovisuels, nous disposons grâce aux dossiers de presse de Sciences Po (Dossiers de presse sur le Parti socialiste, Dossiers de presse Michel Rocard Premier ministre), aux cartons « Michel Rocard » de la Fondation Jean Jaurès (des dossiers de presse sur Michel Rocard entre 1978 et 1988 collectés par l'entourage de François Mitterrand) d'un large panel. Afin d'éviter tout effet de focalisation dû à un fonds déjà constitué, et en outre incomplet (les Dossiers de presse de Sciences Po ne couvrent pas *Paris Match*, *Le Journal du Dimanche*, la presse *people*, la presse régionale, etc.), nous avons aussi analysé systématiquement la couverture presse, au travers du *Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *Paris Match*, *Le Point*, *Le Nouvel Observateur* et *L'Express*, à toutes les grandes dates clés de Michel Rocard (Arrivée au sommet du PSU, Campagne de 1969, Assises du socialisme, Accession à la fonction de Secrétaire national du PS, Discours du Congrès de Nantes, Discours du 19 mars 1978, Congrès de Metz, Appel de Conflans, Accession au ministère du Plan, Accession au ministère de l'Agriculture, Démission du ministère de l'Agriculture, Déclaration de candidature pour la présidentielle de 1988 en juin 1985, Renoncement à sa candidature en mars 1988, Nomination comme Premier ministre, Négociations sur la Nouvelle-Calédonie, Débat sur la CSG, Guerre du Golfe, Démission comme Premier ministre, Discours de Montlouis-sur-Loire, Accession à la tête du PS, Echec de la campagne aux européennes).

Les sondages étant au cœur de la construction de la « communication politique » nous avons souhaité accorder une place importante à leur étude. Leur présence en masse dans les fonds privés, tant de Michel Rocard que de ses conseillers, évoqués plus haut, nous a permis de voir leur rôle dans l'élaboration des stratégies d'image. Pour compléter leur analyse, nous

[1] CHAMPAGNE, Patrick. Qui a gagné ? Analyse interne et analyse externe des débats politiques à la télévision. *Mots*, n° 20, 1989, p. 5-22

nous sommes également penché sur la « sondothèque » du CEVIPOF – on verra l'importance de ce centre de recherche dans la communication rocardienne – afin de suivre plus systématiquement l'évolution de la popularité de Michel Rocard et la comparer à ses principaux concurrents.

Structure de la thèse

Afin de bien restituer les mutations du rapport de Michel Rocard à la communication, nous avons opté pour un plan chronologique. Nous verrons ainsi dans un premier temps comment et pourquoi la communication politique s'institutionnalise auprès de Michel Rocard, afin de favoriser son ascension, au point de devenir une activité centrale dans son entourage, au même titre que l'analyse économique (1965-1981). L'arrivée au pouvoir en 1981 paraît être un point de rupture. A partir de cette date, il semble délaisser, et de plus en plus rejeter cette ressource pour se consacrer à l'exercice du pouvoir et à la fortification de son ancrage au sein du parti. Il va même se faire le théoricien de la critique des effets négatifs de la médiatisation et de la communication (1981-1988). Devenu Premier ministre, ce qui n'était qu'une tendance semble se radicaliser, le chef du gouvernement accentue sa critique à l'égard des pratiques journalistiques et dépossède les « professionnels » de son entourage pour confier la communication à des « politiques ». Gouvernant, il se mure dans un silence nuisible pour le cadrage de ses politiques publiques. « Démissionné » en 1991, il peine à reconstruire son courant et ne semble pas prêt à revenir vers une communication plus offensive pour une éventuelle candidature en 1995. Malgré une tentative de reconquête hasardeuse de l'opinion, il se trouve emporté dans l'impopularité qui touche tous les socialistes. Privé de sa principale ressource jusque-là, les sondages, il doit finalement renoncer à ses chances de présidentiable.

Première partie : Le complexé de la communication (1965-1981) ?

Né en 1930, Michel Rocard fait partie d'une génération qui s'est socialisée avec les débuts des médias audiovisuels. Son essor politique est d'ailleurs contemporain de celui de la télévision, au sein de la société française. Dès ses premières campagnes, dans un environnement favorable qui est celui de la « deuxième gauche », il a recours aux méthodes de communication politique « moderne » alors à leurs débuts en politique. Il est en effet censé souffrir d'une inadaptation aux « codes » médiatiques de son temps, en raison de son langage « complexe » et de son débit rapide. Complexé par ces « problèmes » de communication, il s'entoure de conseillers pour lui forger une image, le préparer à ses interventions médiatiques, à partir de sondages notamment, d'abord de manière ponctuelle, puis plus systématiquement à partir de 1974. Mais cette institutionnalisation n'a rien d'évident, tant elle paraît isolée au sein d'une gauche hostile à ces méthodes « américaines » et sceptique à l'égard des médias. C'est par sa situation politique, en marge des principaux partis de gouvernement, que Michel Rocard va ressentir le besoin de plus et mieux communiquer.

Chapitre 1 : Une culture et un écosystème favorables à la communication

L'adoption de la « communication politique » par Michel Rocard s'inscrit d'abord dans un contexte, celui de l'émergence des médias audiovisuels de masse, des méthodes de communication « modernes » et du changement institutionnel. La culture politique qui le nourrit, celle de la « deuxième gauche », contribue à préparer un terreau favorable à l'accueil de ce qu'il est amené à considérer comme une nouvelle ressource politique, recherchant les moyens d'un contact plus direct avec les citoyens et lui offrant tout un réseau important dans le monde de la communication et du journalisme.

I) Un enfant du « temps des masses[1] »

A) La médiatisation pendant et au lendemain de la Seconde Guerre mondiale

1) Une période marquée par l'essor des médias de masse

Michel Rocard, né en 1930 à Courbevoie, fait partie d'une génération pour laquelle les médias de masse, notamment audiovisuels font partie de l'environnement. La Seconde Guerre mondiale, qu'il a connue comme enfant puis adolescent, fait clairement partie des événements qui l'ont marqué et l'ont même mené, selon lui, à l'engagement politique[2]. Le conflit est

[1] RIOUX, Jean-Pierre et SIRINELLI, Jean-François. *Histoire culturelle de la France.* Tome 4 : « Le temps des masses. Le XX^{ème} siècle ». Paris : Points, 2005

[2] Il s'en explique récemment dans un ouvrage pour enfant, évoquant notamment son rôle de jeune scout auprès des rescapés des camps de concentration : ROCARD, Michel. *La politique : ça vous concerne*. Paris : Gallimard jeunesse, 2012, p. 23

marqué par l'irruption de la radio dans tous les foyers. Entre les belligérants c'est une véritable guerre des ondes qui est menée[1]. Pour la France, les discours du Général de Gaulle et plus généralement les programmes de radio Londres, vont avoir un rôle capital dans la mobilisation collective. Ils s'ancreront dans la mémoire collective contribuant à la construction du « mythe gaullien[2] ». Parmi les souvenirs du conflit évoqués par Michel Rocard, dans l'appartement de cette famille bourgeoise du 6ème arrondissement de Paris, la radio est avec la lecture en cachette du *Silence de la mer*, l'un des plus vivaces. On ne s'étonnera pas que ce soit justement cette génération – dans laquelle se trouve également Valéry Giscard d'Estaing, de quatre ans l'aîné de Michel Rocard – qui, une fois au pouvoir, va faire un usage important des médias de masse et notamment de la télévision.

2) La communication comme moyen de rénover la démocratie

Plus généralement, les débuts politiques de cette nouvelle génération se font dans une Europe à la recherche de son nouveau modèle démocratique, après l'expansion des totalitarismes dans les années 1930. Une meilleure communication des gouvernants va justement être vue comme un moyen d'améliorer la démocratie. Albert Gazier, député socialiste du Nord, prône l'emploi d'une propagande appelant à la raison des citoyens, et s'opposant à la propagande démagogique des totalitarismes[3]. Mais plus que la résurrection de la propagande, c'est le modèle américain, auréolé du triomphe militaire et véhiculé par la culture de masse, tant cinématographique que publicitaire, qui influence[4]. Les méthodes de marketing, appliquées à la politique dès les années 1930 aux États-Unis, vont apparaître comme une des solutions, d'autant que la période est marquée par la valorisation de

[1] ECK, Hélène. *La Guerre des ondes. Histoire des radios de langue française pendant la Seconde Guerre mondiale*. Paris : Armand Colin, 1985

[2] HAZAREESINGH, Sudhir. *Le mythe gaullien*. Paris : Gallimard, 2010

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 88

[4] ROGER, Philippe. *Rêves et cauchemars américains. Les États-Unis au miroir de l'opinion publique française (1944-1953).* Villeneuve d'Asq : Presses Universitaires du Septentrion, 1996

l'économie de marché, au moins en Europe occidentale, bénéficiaire du Plan Marshall[1]. Dès l'entre-deux-guerres des publicitaires et spécialistes du marketing se sont impliqués dans des campagnes aux États-Unis. On peut notamment penser à Edward Bernays, neveu de Freud, qui est l'un des premiers à théoriser les techniques de propagande dans un ouvrage devenu célèbre, *Propaganda*[2]. A la même période, pour sa campagne de 1932, Franklin Delano Roosevelt fait appel à un « brain trust » essentiellement composé d'universitaires new-yorkais. Au lendemain de la guerre, ces méthodes se développent et la campagne présidentielle de 1952 – qui voit s'affronter Dwight Eisenhower et Adlai Stevenson – donne lieu, semble-t-il, pour la première fois, à l'utilisation massive des techniques empruntées au marketing comme le plan-médias – organisation d'une stratégie d'utilisation des médias les plus appropriés, selon des objectifs et un calendrier précis. C'est d'ailleurs une agence de publicité, BBDO (Batten, Barton, Durstine et Osborne) qui organise cette campagne et réalise les clips du candidat, aidée d'un agence publicitaire : Rosser Reeves de Ted Bates Agency. Les sondages se répandent largement comme moyen de connaître les attentes du public durant la campagne. Cet exemple américain va apparaître à une série de politiques – le plus souvent des jeunes – ainsi qu'à des publicitaires ou spécialistes du marketing français, comme le modèle à suivre. Pour ces premiers entrepreneurs de ce que l'on n'appelle pas encore la « communication politique », s'inspirer des États-Unis c'est « moderniser » les moyens de communication. Cette attraction touche d'ailleurs très largement le champ politique, et ce même chez les communistes, comme a pu le montrer Fabrice d'Almeida[3].

3) Naissance d'un orateur

S'il n'est à l'époque pas médiatisé, Michel Rocard fait très tôt l'expérience de la prise de parole en public. Avant même qu'il ne soit en charge de responsabilités politiques, en tant que chef de troupe adjoint puis chef de troupe des scouts unionistes de France (troupe n° 241

[1] D'ALMEIDA, Fabrice. L'américanisation de la propagande en Europe de l'Ouest (1945-2003). *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° 80, octobre-décembre 2003, p. 5-14

[2] BERNAYS, Edward. *Propaganda*. *Comment manipuler l'opinion en démocratie*. Paris : La Découverte, 2007 (rééd. 1928)

[3] D'ALMEIDA, Fabrice. L'américanisation de la propagande en Europe de l'Ouest (1945-2003). *Art. cit.*

Paris-Luxembourg[1]), il a pour habitude de prendre la parole devant ses louveteaux, voire même de prêcher auprès d'eux. Plusieurs prédications du début des années 1950 sont ainsi conservées chez lui[2]. Il trouve son inspiration dans les prêches du très charismatique pasteur André Aeschiman qui ont marqué son enfance[3]. Ses études vont favoriser cette habitude de la prise de parole en public. Sciences Po (1948-1952) et l'ENA (1952-1958) sont des lieux d'initiation à l'art oratoire reconnus. Dès cette époque, Michel Rocard prend régulièrement la parole au sein de la section Sciences Po des Etudiants socialistes à laquelle il a adhéré en 1949. Pierre-Yves Cossé, qui restera son conseiller économique et un ami proche, s'en souvient : « C'était déjà un homme de l'oral qui savait écouter et donnait des exposés soir et week-ends dans des salles enfumées. Avec un tel goût pour la communication directe et l'échange, il a aimé ses études Rue Saint-Guillaume[4]. » Il va bientôt être repéré et il accède, en 1954, au secrétariat général des Etudiants socialistes où il fera la connaissance de Pierre Mauroy, alors à la tête des jeunesses socialistes. Inscrit également en droit à Assas, Michel Rocard participe à la lutte pour la direction de l'UNEF, notamment contre la corporation de droite tenue par Jean-Marie Le Pen. Il y découvrira la puissance du verbe lors d'un discours dans le noir et sous les intimidations de l'entourage de celui qui deviendra plus tard le dirigeant du Front national[5].

[1] Voir sa fiche sur Scoutopédia : https://fr.scoutwiki.org/Michel_Rocard. Consulté le 11 août 2016

[2] Archives de Michel Rocard à son domicile, Dossier « scoutisme »

[3] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Entretiens avec Georges-Marc Benamou.* Paris : Robert Laffont, 2005, p. 19

[4] *Émile Boutmy Magazine*, *le journal des alumni*, n° 1, printemps 2015

[5] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 55

B) La guerre d'Algérie et les débuts politiques : mesurer l'influence des médias et de l'opinion sur la vie politique

1) La guerre d'Algérie et l'émergence de la V^{ème} République : des événements sous le feu des médias

Les débuts politiques de Michel Rocard sont aussi marqués par un contexte fortement médiatique, avec le développement de la radio et les premières expériences télévisuelles. Surtout c'est l'expérience mendésiste qui va l'influencer. Comme pour beaucoup de jeunes de la gauche non-communiste, le Président du Conseil radical – du 18 juin 1954 au 5 février 1955 – représente l'espoir de mener une politique différente de celle de la droite et indépendante à l'égard du PCF. Son usage de la radio, à travers ses « conférences au coin du feu », inspirées de Franklin Roosevelt, marquent l'opinion. Chaque jour, le Président du Conseil explique à ses concitoyens son action et en particulier les négociations qu'il mène pour conclure le conflit en Indochine. Michel Rocard n'a lui-même cessé d'être inspiré par ce modèle tout au long de sa carrière, même s'il le savait incomplètement reproductible[1]. Il lui empruntera notamment la préférence pour un discours fondé sur des arguments de raison plutôt que l'usage des sentiments.

A côté de cette poussée des médias audiovisuels, il ne faudrait pas oublier la presse à laquelle Michel Rocard est très attachée, et ce jusqu'à la fin de sa vie. Bien plus que la télévision ou la radio, il s'agit du principal moyen d'information. Si les tirages ne sont plus aussi forts qu'avant la Première Guerre mondiale, la presse de la libération se singularise par la volonté de construire une presse de qualité, et d'opinions. Sa matinée commençait presque toujours par la lecture des principaux quotidiens et en particulier du *Monde*[2]. Bien avant la télévision ou même la radio, c'est d'ailleurs dans la presse qu'il va s'exprimer.

[1] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[2] Entretien avec Francis Coll, chauffeur de Michel Rocard depuis 1991, 30 juin 2015

2) Le rapport sur les camps de regroupement : le premier « buzz » médiatique de Michel Rocard

Très tôt, alors qu'il vient à peine de finir son cursus à l'École nationale d'administration, il va prendre conscience du poids pris par la presse dans la vie de la démocratie contemporaine. Affecté comme jeune énarque en Algérie, il se voit confier, après avoir alerté le délégué général Paul Delouvrier sur la condition des populations locales regroupées de force par l'armée, la conduite d'un rapport sur les camps de regroupement en Algérie[1]. Il s'agit de camps mis en place par l'armée française, après l'évacuation de zones où le FLN pouvait facilement trouver des relais logistiques. Près d'un million de personnes y vivent dans des conditions sanitaires très préoccupantes. Les décès se comptent ainsi par milliers, notamment chez la population en bas âge. Le jeune Michel Rocard, alerté par son camarade Jacques Bugnicourt, lui-même soldat en Algérie, prend contact avec le cabinet de Paul Delouvrier par l'intermédiaire d'Eric Westphal, un ami d'enfance. Celui-ci lui confie la mission officielle d'étudier les changements de propriété foncière, tout en rédigeant un rapport secret sur les camps de regroupement[2]. Il rend son rapport le 17 février 1959 et en communique une version à l'Elysée, par le biais d'un de ses camarades de promotion, Jean Maheu[3], et une autre au cabinet d'Edmond Michelet, ministre de la Justice. C'est de là que le document est livré à la presse le 16 avril dans *France-Observateur*, puis le lendemain dans *Le Monde*. Il est alors attribué à six fonctionnaires de l'Inspection des finances. Pourtant, assez rapidement, le Premier ministre Michel Debré apprend qu'il n'y a qu'un seul auteur et qu'il s'agit de Michel Rocard. Il demande sa révocation de l'Inspection des finances, finalement rejetée grâce à l'intervention d'Edmond Michelet.

Le rapport aura un grand retentissement dans la presse, même si l'identité de Michel Rocard n'est jamais dévoilée, et amènera à un débat musclé à l'Assemblée Nationale entre Waldeck Rochet, le secrétaire général du PCF et le Premier ministre, le 9 juin 1959. Il suscitera également une forte mobilisation, notamment des associations d'entraide comme Le

[1] ROCARD, Michel. *Rapports sur les camps de regroupement et autres textes sur la guerre d'Algérie*. Paris : Mille et une nuits, 2003

[2] GIACONE, Alessandro. Paul Delouvrier. *Un demi-siècle au service de la France et de l'Europe.* Paris : Descartes et Cie, 2004, p. 104

[3] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Chronique de mes faits et méfaits*. Paris : Flammarion, 2010, p. 50

Secours catholique, Le Secours populaire et la CIMADE, en mai 1959. Quelques années plus tard, il sera republié par Pierre Vidal-Naquet dans son ouvrage *La raison d'État*[1]. Toutefois, la part de Michel Rocard dans cette fuite de presse est nulle, il la qualifiera même de « coup de salaud », comprenant bien qu'elle pourrait mettre sa situation en péril[2]. Mais pour la première fois, Michel Rocard prend en tout cas conscience de l'impact des médias dans la vie politique, ainsi que des risques qu'ils peuvent faire peser sur le fonctionnement de l'État[3].

3) Les débuts au PSU et la prise de conscience du rôle des médias et de l'opinion dans la vie politique française

Autre événement marquant qui a pu participer à sa prise de conscience de l'importance des médias : la campagne pour « Monsieur X » en 1964. En effet, en tant que membre du Club Jean Moulin – club fondé en 1958 par d'anciens résistants et ayant pour vocation de défendre les institutions républicaines, face à ce qui est considéré comme un « coup d'État » gaulliste[4] –, il assiste à cette tentative de faire de Gaston Defferre le meilleur candidat pour battre le Général de Gaulle. Toutefois, lui-même ne semble pas avoir été réceptif à la tentative[5]. Mais on trouvera dans son entourage plusieurs acteurs y ayant activement participé comme Alain de Vulpian, Roland Cayrol et Claude Neuschwander.

Dès cette époque, il prend la plume régulièrement. En général sous des pseudonymes, il écrit pour plusieurs organes incarnant la presse de la gauche non-communiste. Dans *France-Observateur*, l'hebdomadaire de Gilles Martinet, il écrit des articles économiques puis en tient la chronique sous le nom de Jacques Malterre[6]. Il écrit également dans *Réforme*, ainsi que *Christianisme social*, toutes deux publications protestantes.

---

[1] VIDAL-NAQUET, Pierre. *La raison d'État*. Paris : Editions de Minuit, 1962

[2] Voir l'article de ANDRIEU, Claire. Servir l'État républicain en régime d'exception. In ROCARD, Michel. *Rapport sur les camps de regroupement. Op. cit.,* p. 239-281

[3] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[4] ANDRIEU, Claire. *Pour l'amour de la République. Le Club Jean Moulin, 1958-1970*. Paris : Fayard, 2002

[5] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 93

[6] *Ibid.,* p. 84

II) Les années 1960 : un tournant de la communication politique en France ?

A) La V^{ème} République et la présidentialisation du régime

Jacques Julliard écrivait que les « idées ne se promènent pas toutes nues dans les rues[1] ». L'intérêt de Michel Rocard pour les médias est en effet le fruit d'un contexte particulier qui voit le développement d'une personnalisation de la vie politique et d'une médiatisation accrue. Autant de facteurs à l'origine de l'émergence de la « communication politique ». La culture républicaine[2] qui domina le champ politique depuis 1870 était marquée par un rejet de toute personnalisation de la vie politique : « La tradition parlementaire s'est longtemps opposée, en France, à toute relation entre les gouvernants et les gouvernés, entre les représentants du pouvoir exécutif et les citoyens[3]. » Opposés à Napoléon III, les Républicains ont mis en place, entre 1875 et 1879, un régime institutionnel dans lequel le pouvoir législatif prime et où toute personnalité trop voyante est écartée. Certains tentèrent d'enfreindre cette règle tacite comme Georges Clemenceau, André Tardieu[4] sous la III^{ème} République ou Pierre Mendès France[5] sous la IV^{ème} République, le payant tous d'un ostracisme temporaire ou définitif.

La V^{ème} République bat en brèche ce modèle en imposant un régime semi-présidentiel dans lequel la personne du chef de l'État occupe d'autant plus d'espace politique qu'il est élu, depuis 1962, au suffrage universel. Les institutions, sans déterminer totalement les pratiques, influencent fortement la communication politique. Aux ombrageux présidents de la III^{ème} et IV^{ème} République, succèdent des chefs de l'Etat désormais bien connus du grand public. La vie politique va dès lors se focaliser sur des personnalités qui peuvent accéder à cette

[1] JULLIARD Jacques. Sur un fascisme imaginaire : à propos d'un livre de Zeev Sternhell. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*. 39^{e} année, n° 4, 1984, p. 855

[2] BERSTEIN, Serge et RUDELLE, Odile. *Le modèle républicain*. Paris : PUF, 1992

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit*., p. 37

[4] MONNET, François. *Refaire la République : André Tardieu, une dérive réactionnaire (1876-1945)*. Paris : Fayard, 1993.

[5] CHATRIOT, Alain. *Pierre Mendès France : Pour une République moderne*. Paris : Armand Colin, 2015

fonction. C'est ainsi qu'émerge le statut de présidentiable. Le processus d'individualisation politique déjà en cours, prend une plus grande ampleur[1]. Cette nouvelle donne institutionnelle est encore amplifiée par une nouvelle évolution médiatique. A l'ère de la radio, qui régnait depuis l'entre-deux-guerres et avait profondément marqué le second conflit mondial, succède l'ère de la télévision dont la possession se démocratise au cours des années 1960 et qui triomphe véritablement à la fin de la décennie.

B) Emergence de la télévision et rôle accru en politique

Entre 1958 et 1968 le nombre de téléviseurs fut multiplié par dix[2]. Passant de 988 000 récepteurs en 1958 à 6 500 000 en 1965, le petit écran va jouer un rôle essentiel dans le renouvellement de la médiatisation du politique. D'abord du côté de l'exécutif, le général de Gaulle, considérant la presse comme son ennemi, exerça avec le relais de Matignon et des différents ministères en charge de l'information, une main de fer sur la télévision. L'opposition y était quasi absente, sauf en cas d'élection, et encore, elle ne recevait à ce moment-là que la portion congrue[3]. Ce sera le cas lors de la campagne officielle télévisuelle de 1958, où seuls les seconds couteaux de chacun des camps interviendront, avec les plus grandes difficultés, pour seulement cinq minutes[4].

Le pouvoir se servait de la télévision comme d'un relais essentiel pour sa communication, au point que Georges Pompidou la présenta comme le « balcon de la France[5] ». De Gaulle en fit un usage qui peut sembler modéré en comparaison de l'omniprésence médiatique contemporaine, mais qui pour l'époque était exceptionnel. Surtout, la force de ses prestations marqua durablement l'opinion, au point que certains lui attribuèrent

[1] LE BART, Christian. *L'égo-politique. Essai sur l'individualisation du champ politique*. Paris : Armand Colin, 2013

[2] GAILLARD, Isabelle. De l'étrange lucarne à la télévision. *Vingtième siècle,* vol. 91, n° 3, 2006. p. 16

[3] BRIZZI, Riccardo. *De Gaulle et les médias. Op. cit.*

[4] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 79-98

[5] BOURDON Jérôme et CHAUVEAU Agnès. Un politique conservateur, un communicateur oublié : Georges Pompidou et la radiotélévision. In GROSHENS, Jean-Claude et SIRINELLI, Jean-François. *Culture et action chez Georges Pompidou*. Paris : PUF, 2000

un rôle bien plus grand qu'elle n'en eut réellement. Ainsi, les critiques des contemporains fusèrent sur l'impact de la parole du Général sur la population, même si les études contemporaines montrèrent la relativité de telles déductions[1].

A partir de la seconde partie des années 1960, ce n'est plus seulement le pouvoir qui peut accéder à ce média, désormais central dans la vie quotidienne des Français. La loi du 6 novembre 1962 instaure en effet l'équité lors des élections pour l'accès aux médias. Un décret du 14 mars 1964 crée une commission nationale de contrôle, présidée par le vice-président du Conseil d'État qui attribue deux heures de radio et deux heures de télévision à chaque candidat à l'élection présidentielle. Durant celle-ci, en 1965, tous les prétendants vont ainsi pouvoir bénéficier de « l'étrange lucarne ».

C) L'élection de 1965 : l'acculturation de l'opposition à la télévision

Le principal défi posé par la « folle du logis » est l'adaptation à l'image. Les premiers films de campagne officielle en témoignent : rares sont ceux qui peuvent réellement contester l'aisance télévisuelle du chef de l'État[2]. François Mitterrand, dont la communication à cette époque a été largement étudiée, peine à s'adapter à l'outil, adoptant une tonalité en décalage avec l'intimité que requiert le nouveau média[3].

Cette nécessité d'adaptation – qu'avait également connu le général de Gaulle au début de son premier septennat, l'obligeant à recourir l'aide de Marcel Bleustein-Blanchet, patron de Publicis[4] – suscite chez les politiques le besoin de s'entourer d'experts, ou de personnalités perçues comme telles, du petit écran[5]. Les publicitaires, alors au faîte de leur popularité et

[1] REMOND, René et NEUSCHWANDER Claude. Télévision et comportement politique. *Revue française de science politique*, 13e année, n° 2, 1963, p. 325-347

[2] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux*. Op. cit. , chapitre 4 : « Et si la télévision pouvait faire l'élection? »

[3] *Ibid. ;* GUIGO, Pierre-Emmanuel. François Mitterrand et la communication : vocation ou conversion ? *Lettre de l'Institut François Mitterrand*, n° 43, 2013

[4] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 84-84

[5] CHAUVEAU, Agnès. L'homme politique et la télévision. L'influence des conseillers en communication. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 80, octobre-décembre 2003, p. 89-100

particulièrement bien adaptés au nouveau média, vont souvent en bénéficier. Marcel Bleustein-Blanchet pour de Gaulle, Michel Bongrand pour Lecanuet, puis la majorité gaulliste en 1967, ce sont les premiers conseillers en communication. La victoire de Kennedy en 1960 a servi de modèle, celui-ci s'étant entouré de conseillers marketing cherchant à améliorer son image. Le livre de Theodore White, *The making of the President*[1], va devenir le livre de chevet de la plupart de ces conseillers français. En 1967, ce sera même une équipe de 120 personnes, composée de psychologues, sociologues, démographes, publicitaires qui sera mobilisée pour mettre en œuvre la campagne des gaullistes et élaborer un « dossier du candidat », avec toutes les informations sur la circonscription. Le résultat sera très décevant pour son auteur – Michel Bongrand – puisque l'UDR ne décroche la majorité que d'un seul élu[2].

Ces mêmes conseillers amènent souvent avec eux des pratiques et techniques qui leur sont propres. Ainsi apparaissent les premiers usages du marketing politique. Celui-ci consiste en « un ensemble de théories, de méthodes, de techniques et de pratiques sociales, inspirées du marketing commercial, qui sont toutes destinées à persuader les citoyens d'apporter leur soutien à un homme, à un groupe ou à un projet politique. (…) Influencer les attitudes, les comportements et les opinions des citoyens pour obtenir leur soutien[3]. » Cette technique de communication repose sur l'étude de l'opinion pour adapter le candidat à ses attentes. Certains caricatureront un peu vite des politiques vendus comme de la lessive. Georges Pompidou lui-même ne s'offusqua-t-il pas qu'on veuille le « vendre comme une enzyme glouton », lorsqu'on lui propose une campagne publicitaire pour l'élection présidentielle de 1969[4] ?

C'est dans ce renouveau de la communication politique qu'émerge politiquement Michel Rocard. Membre du bureau national du PSU depuis 1965 et Secrétaire national du parti en 1967, il est candidat aux législatives de 1967, 1968, 1969 et à l'élection présidentielle de 1969[5]. Comme Valéry Giscard d'Estaing, auquel il sera souvent comparé, il fait partie de

[1] WHITE, Theodore. *La victoire de Kennedy ou Comment on fait un Président*. Paris : Robert Laffont, 1962

[2] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 164-166

[3] ALBOUY, Serge. *Marketing et communication politique*. Paris : L'Harmattan, 1994, p. 12

[4] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession : les élections présidentielle de 1969*. Paris : PUF, 1969

[5] Notice de Michel Rocard sur le Maitron : Dictionnaire biographique du mouvement ouvrier et du mouvement social. maitron-en-ligne.univ-paris1.fr/spip.php?article175754. Consulté le 11 août 2016

cette génération politique pour laquelle la télévision est déjà bien installée dans le paysage politique.

Pour autant, en déduire qu'il était logique qu'il se saisisse de l'outil audiovisuel est un peu rapide. En effet, à gauche surtout, beaucoup étaient attachés au modèle républicain dont l'objectif premier était la lutte contre la personnalisation du débat politique. C'est le cas, par exemple, d'une figure aussi marquante pour Michel Rocard que Pierre Mendès France, pourtant lui-même à l'origine d'un renouveau communicationnel dans les années 1950. L'usage de la télévision ou non est fortement lié à la culture propre de chaque leader politique.

III) La « deuxième gauche » et la communication, un rapport ambigu

A) Une culture politique originale

Michel Rocard n'est pas Pierre Mendès France. Contrairement à celui-ci il accepte, selon les témoignages, assez rapidement les institutions[1] et la personnalisation. Dans son premier texte pour le PSU, *Socialisme et civilisation industrielle*, il se fait même le défenseur de l'élection présidentielle au suffrage universel, en lien avec les travaux du Club Jean Moulin qui donneront lieu, un an après, à la parution de *L'État et le citoyen*[2]. Il y voit une avancée pour la démocratie :

« A cet égard, la communication directe entre l'opinion et un homme n'a pas que des aspects négatifs. Si les problèmes politiques sont clairement posés, si le choix présenté à l'opinion au moment d'une campagne électorale l'est clairement et si les deux hommes en

[1] Tony Dreyfus cité par ANDREANI, Jean-Louis. *Le mystère Rocard.* Paris : Laffont, 1993, p. 349

[2] CLUB JEAN MOULIN. *L'État et le citoyen*. Paris : Seuil, 1961

présence s'opposent pour des raisons qui méritent que l'on choisisse entre elles, il y a amorce de démocratie directe[1]. »

Il ne s'oppose pas non plus au développement de l'opinion publique sondagière, qui n'intéressait guère Pierre Mendès France[2]. Il se différencie ainsi de la culture républicaine classique telle qu'elle est forgée à la fin du XIX^{ème} siècle, sous le Second Empire. Pour comprendre cette culture propre de Michel Rocard et son rapport au pouvoir, il est nécessaire de définir plus clairement ce que l'on appelle la « deuxième gauche ». Depuis le milieu des années 1960 se cristallise en effet une culture politique – que l'on peut définir avec Jean-François Sirinelli comme « un ensemble de représentations qui soude un groupe humain sur le plan politique, c'est-à-dire une vision du monde partagée, une commune lecture du passé, une projection dans l'avenir vécue ensemble[3] » – spécifique en réaction à la fois au communisme stalinien, à un socialisme paraissant en décrépitude et se fourvoyant dans les conflits coloniaux, ainsi qu'à un gaullisme perçu comme potentiellement porteur d'une nouvelle dictature. Ce socialisme d'un genre nouveau n'émerge pas de nulle part, comme le rappelle Jacques Julliard. Il hérite d'une longue tradition politique que l'auteur des *Gauches françaises* intitule, dans sa typologie, la « gauche libérale »[4]. Ce courant est également issu de ce que l'on a appelé la « nouvelle gauche », incarnée par Pierre Mendès France durant cette période. Ce n'est que bien plus tard que Michel Rocard théorisera les contours de la « deuxième gauche » – avec un flou d'ailleurs utile sur le moment[5]. Pourtant, dès ce milieu des années 1960, on peut postuler l'existence de cette « deuxième gauche ». Elle existe dans les esprits de ses contributeurs et forme un corpus idéologique original. Elle n'est certes pas structurée – Vincent Duclert parle de « nébuleuse »[6] – dans un seul parti ou même autour d'un seul syndicat, mais la multipositionnalité – c'est-à-dire leur appartenance à plusieurs

[1] ROCARD, Michel (sous le nom de Georges Servet). *Socialisme et civilisation industrielle*. Rapport pour la 6ème section du Parti socialiste autonome, 1960, p. 5

[2] UNGER, Gérard. La communication de Pierre Mendès France. In *Pierre Mendès France et l'esprit républicain*. Paris : Le Cherche Midi, 1996, p. 234

[3] SIRINELLI, Jean-François. *Comprendre le XX^{ème} siècle français.* Paris : Fayard, 2005

[4] JULLIARD, Jacques. *Les Gauches françaises : histoire, politique, imaginaire (1762-2012),* Paris : Flammarion, 2013

[5] Voir GUIGO Pierre-Emmanuel. *Le chantre de l'opinion. Op. cit.,* p. 144

[6] DUCLERT, Vincent. La « deuxième gauche ». In BECKER, Jean-Jacques et CANDAR, Gilles. *Histoire des gauches en France*. Paris : La Découverte, tome 2, 2005, p. 175-189

structures dans lesquelles ils peuvent se retrouver – de ses acteurs lui donne vie[1]. Hélène Hatzfeld a ainsi bien montré le cadre cognitif partagé par les membres de cette mouvance[2].

Cette « deuxième gauche » entend rompre avec toutes les formes d'aliénation de l'individu. On comprend qu'elle se nourrisse fortement, et en particulier après mai 1968, de tout le renouveau marxiste des années 1960. La domination capitaliste n'est plus dénoncée seulement dans les rapports de force au travail, mais semble s'être étendue à toutes les sphères de la vie : face à l'État, et même dans le couple[3]. Le Parti Socialiste Unifié, qui est la principale composante partisane de la « deuxième gauche », prône ainsi l'autogestion, synthétisée dans son slogan issu du programme du Congrès de Toulouse (1972) : « Contrôler aujourd'hui, pour décider demain[4] ». La prise de pouvoir de la classe ouvrière et ses alliés n'est plus uniquement politique, mais étendue à toute la société et ses secteurs, dont l'entreprise. Par ailleurs, en opposition à un communisme très étatisé et hiérarchisé, le système autogestionnaire repose sur le pouvoir confié à la base.

Cette recherche de l'autogestion implique le renouvellement des modes de communication. Le rejet des structures organisationnelles classiques, comme les partis politiques, amène à rechercher une communication plus directe et des moyens d'information plus démocratiques que la traditionnelle propagande. Dès ses premiers écrits, Michel Rocard prône une communication bilatérale : « Il n'y a en effet communication véritable, c'est-à-dire expansion de l'individu que dans la mesure où l'échange s'établit dans les deux sens[5]. » Il souhaite rompre avec une « communication essentiellement propagandiste qui imprègne jusque-là la culture de la gauche et se montrer plus attentif à la volonté populaire[6] ». L'autogestion repose aussi sur la « publicité du pouvoir. La publicité du pouvoir c'est la

[1] JAMOUS, Henri. *Contribution à une sociologie de la décision : la réforme des études médicales et des structures hospitalières*. Paris : Copédith, 1968, p. 344

[2] HATFZELD, Hélène. *Faire de la politique autrement. Les expériences inachevées des années 1970*. Rennes : PUR, 2005

[3] PAVARD, Bibia. « Un coin dans leur monde? » Le PSU et les femmes (1960-1981). In CASTAGNEZ, Noëlline, et alii. dir. *Le Parti socialiste unifié : histoire et postérité*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2013, p. 73-90

[4] PSU. *Contrôler aujourd'hui pour décider demain*. Paris : Thema Editions, 1973

[5] ROCARD, Michel. *Socialisme et civilisation industrielle. Op. cit.,* p. 24

[6] Entretien avec Michel Rocard, 4 juillet 2013

possibilité d'une véritable lucidité révolutionnaire » comme l'argumente Pierre Rosanvallon[1]. La communication avec les citoyens apparaît donc comme un sujet au cœur des préoccupations des militants de la « deuxième gauche » comme le souligne Frank Georgi : « La notion d'information est au cœur de ces représentations nouvelles, qui n'ont jamais exclu la possibilité d'une application aux système sociaux[2]. »

Ce rôle pédagogique dévolu à la propagande n'est pas neuf. Il est très présent dans la culture socialiste française[3], et on la retrouve même dans la pensée de Mendès France[4]. Mais l'adaptation aux institutions et l'affaiblissement de la SFIO contribuent à effacer cette tradition. Pour le PSU il faut désormais rechercher de nouveaux moyens de communiquer avec les citoyens. Les médias de masse peuvent permettre de surmonter ce défi : « Les moyens d'information de masse nous proposent ici certaines techniques qui peuvent être un élément de réponse (...) Il y a là des éléments d'une pédagogie complète, d'une pédagogie synthétique, d'une véritable culture politique qu'il appartient à nos organisations socialistes de mettre en œuvre[5]. »

Mais pour que cette communication soit véritablement bilatérale, elle doit reposer sur une écoute de la société civile. Pour certains socialistes unifiés, dont Michel Rocard fait alors partie, la meilleure prise en compte de l'opinion apparaît ainsi comme un moyen de combler ce déficit de démocratie et d'établir un lien direct avec les citoyens. Cela se traduit au sein des activités de cette « deuxième gauche » par des études de terrain qualitatives et quantitatives. Les membres des Groupes d'action municipales – composante essentielle au niveau local de la « deuxième gauche » – s'intéressent ainsi beaucoup à l'information des citoyens. A Rueil-Malmaison, « le GAM a sollicité le concours d'un spécialiste et a mis au point un sondage destiné à analyser comment était perçue l'information et quelles étaient les aspirations de la

[1] ROSANVALLON, Pierre. *L'âge de l'autogestion*. Paris : Seuil, 1976, p. 71

[2] GEORGI, Frank. *L'autogestion, la dernière utopie*. Paris : Presses Universitaires de la Sorbonne, 2003. p. 22

[3] BREMONDY, Raphaël. *Regards sur la genèse de la culture politique socialiste en France. La concentration politique révolutionnaire : un sujet de propagande, 1885-1893.* Mémoire de master recherche sous la direction de Marc Lazar : histoire : IEP de Paris : 2010

[4] UNGER, Gérard. La communication de Pierre Mendès France. *Art. cit.,* p. 232

[5] ROCARD, Michel. *Socialisme et civilisation industrielle. Op. cit.,* p. 29

population en ce domaine[1]. » Ils innovent également dans les modes de communication en créant des affiches et tracts imagés avec un vocabulaire simple et concret, parfois sous forme de bande dessinée. Les pratiques militantes sont en outre rationalisées en utilisant les outils statistiques pour affiner au mieux la communication. Le porte-à-porte, en particulier, est réinventé, en ciblant les populations les plus sensibles au message :

« Les membres des GAM s'efforcent également d'avoir une bonne connaissance des données de leur propre ville en lançant une enquête auprès de la population (...) pondérant la répartition démographique de la population de la ville, sa croissance, sa répartition par catégories socio-professionnelles, les types de logements existants, les modes de transports etc...[2]. »

Pour ces acteurs, les méthodes qui visent à prendre en compte l'opinion publique, comme les sondages et surtout les enquêtes qualitatives n'ont donc rien d'une hérésie, elles sont proches de leur « répertoire d'action » selon le sens donné à ce terme par Charles Tilly[3]. Que ces méthodes s'intéressent plus à l'individu qu'à la collectivité s'explique aussi par l'esprit nouveau qui souffle à la suite de Mai 68. Les grandes institutions de la vie collective que sont l'armée, l'Eglise, l'école, l'État sont alors remises en question au profit des singularités[4]. Mai 68 influence aussi la manière de penser la communication au sein de la « deuxième gauche ». Ses acteurs ont pris une part active dans les événements de Mai et la plupart des formations qui la constituent ont connu un afflux par la suite. Les idées qui en émergent opposent à la verticalité du message propagandiste, une horizontalité libératrice pour ses acteurs, comme l'exprime Jacques Sauvageot : « Tout le monde a eu envie de s'exprimer, de prendre les affaires en main. C'est ça le socialisme[5]. »

Corpus d'idées dont certaines sont favorables aux nouvelles formes de communication politique, la « deuxième gauche » est aussi un réseau d'acteurs. Cet ensemble de contacts va

[1] SELLIER, Michèle. *Les Groupes d'action municipale*. Thèse de doctorat sous la direction de Jean-Pierre Cot : Science politique : Paris 1 : 1975, p. 186

[2] *Ibid*., p. 188

[3] TILLY, Charles. Les origines du répertoire de l'action collective contemporaine en France et en Grande-Bretagne. *Vingtième siècle. Revue d'Histoire*, n° 4, octobre 1984, p. 99

[4] PŒLS, Géraldine. *Les Trente Glorieuses du téléspectateur : Une histoire de la réception télévisuelle des années 1950 aux années 1980*, Paris : INA Editions, 2015, p. 180

[5] Cité par de CERTEAU, Michel. *La prise de parole.* Paris : Points, 1994

également jouer un rôle essentiel dans l'adoption par le futur leader du PSU des moyens de communication politique modernes.

B) Un réseau d'acteurs

La « deuxième gauche », comme on l'a vu, est une nébuleuse. Elle offre ainsi la possibilité de fortes liaisons sociales pour ses membres. Par son biais Michel Rocard va aussi côtoyer tant des hauts fonctionnaires, que des syndicalistes, des étudiants et des chercheurs. Cette dernière catégorie, si on l'élargit aux intellectuels[1], est très présente dans la « deuxième gauche » et s'avère un bon réceptacle des réflexions du moment. Parmi ces chercheurs, on trouve des historiens[2], des philosophes[3] et nombre de jeunes politologues. Une frange d'entre eux s'intéresse en particulier à l'impact politique de l'émergence des médias de masse[4]. Surtout, ils sont de grands utilisateurs de sondages, au point que Jean-Baptiste Legavre les qualifie de « politologues sondeurs[5] ». Inspirés par la sociologie américaine – notamment les travaux de Paul Lazarsfeld, d'Elihu Katz –, ils se tournent vers l'étude de l'impact des médias sur le vote. En effet, ces domaines de recherche étaient jusque-là laissés à l'écart par le courant durkheimien dominant en sciences sociales, comme l'a souligné Didier Georgakakis[6]. Ils entreprennent d'adapter les démarches quantitativistes pour rendre plus scientifique cette sociologie française[7], et même plus généralement rationaliser la politique française[1]. Jean-

[1] Nous adoptons ici la définition de l'intellectuel telle que présentée dans l'ouvrage de Jean-François Sirinelli et Pascal Ory, *Les intellectuels* : « homme du culturel, créateur ou médiateur, mis en situation du politique, producteur ou consommateur d'idéologie » (SIRINELLI, Jean-François et ORY, Pascal. *Les intellectuels en France. De l'Affaire Dreyfus à nos jours*. Paris : Armand Colin, 1986, p. 10)

[2] Jacques Julliard, par exemple, ou encore Marc Heurgon.

[3] On peut citer entre autres Alain Badiou, Jean-Marie Vincent.

[4] Roland Cayrol et Jean-Luc Parodi sont, par exemple, les auteurs d'un article sur la propagande dans l'élection présidentielle, dans un ouvrage consacré à cette élection par le CEVIPOF : CAYROL, Roland et PARODI, Jean-Luc. Propagandes In *L'élection présidentielle de 1965*, Paris, Armand Colin, 1970, p. 187-234

[5] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 601

[6] GEORGAKAKIS, Didier. *La République contre la propagande. Op. cit.,* p. 125

[7] BLONDIAUX, Loïc. *La Fabrique de l'opinion. Op. cit.*

Luc Parodi se souvient avoir été un des premiers avec Jean Charlot à faire des enquêtes électorales à partir des sondages[2]. Les liens avec les sondeurs sont donc nombreux. Alain de Vulpian est, à titre d'exemple, issu de cette nébuleuse qu'est la gauche nouvelle. Rencontrant très tôt Michel Rocard, il fournira par le biais de son institut – la Cofremca – une aide substantielle au leader du PSU, lui remettant notamment des enquêtes[3].

L'interpénétration entre « deuxième gauche » et « monde de la communication » passe également par les journalistes. Cette « deuxième gauche » s'appuie ainsi sur un fort réseau de presse représenté par *Le Nouvel Observateur*, *Témoignage Chrétien*[4] ou *Esprit*[5]. Ces organes sont autant de plateformes de rencontre et de réflexion pour les acteurs de la « deuxième gauche », qui sont nombreux à y écrire. Ils représentent ainsi un moyen d'acculturation aux médias. Michel Rocard, lui-même, tiendra la plume à plusieurs reprises dans *Le Nouvel Observateur,* notamment, sous le nom de Georges Servet ou Jacques Malterre. Par ailleurs, les journalistes sont bien conscients eux aussi – et pour cause – des transformations du paysage médiatique. Et ils jouent ainsi un rôle de passeurs de l'effervescence communicationnelle du monde médiatique vers la politique. Certains se sont, par exemple, inspirés de la campagne de John Fitzgerald Kennedy en 1960 pour façonner le candidat de gauche opposé au général de Gaulle en 1965. C'est la fameuse campagne de « M. X ». Celle-ci, orchestrée essentiellement par le Club Jean Moulin et *L'Express*, vise à façonner un leader de gauche capable de battre le général de Gaulle pour la première élection présidentielle au suffrage universel[6]. Si *L'Express*, guidé vers des positions plus modérées les années suivantes, sous l'influence de son directeur Jean-Jacques Servan-Schreiber, ne peut être considéré comme une force constitutive de la « deuxième gauche », plusieurs membres du

---

[1] DULONG, Delphine. La technocratie (au) miroir des sciences sociales. La réflexion technocratique en France (1945-1960). In DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine. *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'activité publique.* Strasbourg : Presses Universitaires de Strasbourg, 1999, p. 88

[2] Entretien avec Jean-Luc Parodi, 29 avril 2011

[3] Entretien avec Alain De Vulpian, 14 mars 2014

[4] Sur *Témoignage Chrétien*, on peut consulter l'ouvrage de Cécile Hamsy consacré à Georges Montaron : HAMSY, Cécile. *Georges Montaron : le roman d'une vie*. Paris : Ramsay, 1996

[5] Sur *Esprit*, voir la thèse de Goulven Boudic : BOUDIC, Goulven. *Esprit, les métamorphoses d'une revue (1944-1982)*. Paris : Editions de l'IMEC, 2005

[6] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 127-130

Club Jean Moulin – Alain De Vulpian, Roland Cayrol, Claude Neuschwander – joueront un rôle actif auprès de Michel Rocard, qui en est lui-même membre.

Les publicitaires aussi sont présents au sein de la « deuxième gauche », même s'ils ne sont pas parmi les plus nombreux. Jacques Walter a bien montré comment les professionnels des relations publiques – terme alors en usage et permettant de se distinguer de la publicité – qui émergent à cette époque se retrouvent plus souvent au sein du « catholicisme social » et du « socialisme humaniste », toutes deux composantes et inspiratrices de la « deuxième gauche »[1]. C'est le cas de Claude Neuschwander, membre du Club Jean Moulin et qui fait très tôt bénéficier Michel Rocard de ses compétences acquises dans le domaine, auprès de Marcel Bleustein-Blanchet, à Publicis[2].

Michel Rocard se trouve donc au centre d'un faisceau d'acteurs qui s'intéressent au renouveau de la communication et en sont, pour beaucoup, à la pointe. Ce réseau lui offre une chance sans commune mesure pour s'adapter aux contraintes du nouveau média qu'est la télévision.

C) Un regard ambigu sur la communication

Il faut éviter d'en conclure trop rapidement à un lien direct entre culture de la « deuxième gauche » et émergence de la communication politique au sein de la gauche. Tout d'abord cette émergence n'est pas le propre de la « deuxième gauche ». Si le facteur culturel est nécessaire pour comprendre comment la communication politique s'impose, il n'est pas suffisant. Il faut encore que l'homme politique en ressente la nécessité. Par ailleurs, comme nous l'avons souligné, s'il y a dans la « deuxième gauche » des éléments qui peuvent favoriser cette institutionnalisation de la communication politique, celle-ci reste une nébuleuse. Si elle accorde une grande place au lien direct entre élus et électeurs, elle se fonde aussi sur une critique renouvelée du capitalisme à travers notamment le rejet de la société de consommation. Dès lors que le système communicationnel est vu comme un élément de

[1] WALTER, Jacques. *Directeur de communication: les avatars d'un modèle professionnel*. Paris : L'Harmattan, 1995, p. 49

[2] Entretien avec Claude Neuschwander, 24 janvier 2011

celle-ci, il est l'objet de critiques. Si certaines personnalités de la « deuxième gauche » sont donc très favorables aux nouveaux moyens de communication, d'autres franges, plus radicales et inscrites dans une pensée plus « gauchiste », vont en être de fervents détracteurs, en particulier des aspects les plus « marketing » de cette communication politique. Ils y voient un outil de manipulation, semblable à la propagande qu'ils dénoncent. Les ouvrages critiques de Jacques Ellul pour la France[1], de l'Ecole de Francfort[2] et plus précisément de Herbert Marcuse dans *L'homme unidimensionnel*[3], pour la recherche plus internationale, imprègnent ce mouvement ouvert sur les réflexions de la « nouvelle gauche ».

Mais cette critique n'est pas propre à ces courants gauchistes de la « deuxième gauche ». On la trouve aussi parmi les anciens parlementaires socialistes, à l'origine composante principale du PSU (d'abord PSA[4]), qui y voient une rupture avec la culture républicaine, telle qu'eux l'ont toujours connue. Ces méthodes, visant à s'adresser directement à l'opinion sans passer par le Parlement, rappellent le césarisme ravivé par le général de Gaulle qu'ils n'ont cessé de combattre. Enfin, la crainte, plus générale, engendrée par l'utilisation massive des méthodes de propagande par les régimes totalitaires a contribué à jeter la suspicion sur tout usage de ces méthodes d'influence de l'opinion et des masses. On retrouve notamment ce point de vue dans l'ouvrage de Jean-Marie Domenach consacré à la propagande. Il affirme ainsi que l'expression « propagande totalitaire » est pléonastique[5]. On ne s'étonne pas de constater que les premiers usages des modes de communication modernes ne font pas consensus au sein du PSU. Ainsi, Claude Neuschwander[6] rapporte qu'invité par Michel Rocard à présenter l'utilisation de ces nouvelles méthodes en politique, il s'est vu

[1] Par exemple, son *Histoire de la propagande*. Paris : PUF, 1967.

[2] Comme Theodor Adorno ou Jürgen Habermas

[3] MARCUSE, Herbert. *L'homme unidimensionnel. Essai sur l'idéologie de la société industrielle avancée*. Paris : Les éditions de Minuit, 1989

[4] MORIN, Gilles. *De l'opposition socialiste à la guerre d'Algérie au Parti socialiste autonome, 1954-1960 : un courant socialiste de la SFIO au PSU*. Thèse de doctorat sous la direction d'Antoine Prost : histoire : Paris I : 1992

[5] DOMENACH, Jean-Marie. *La propagande politique*. Paris : Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 1950

[6] Entretien avec Claude Neuschwander, 24 avril 2011

conspué par l'assemblée qui l'accueillait[1], la critique venant d'une part de l'attachement des plus vieux cadres au parlementarisme, et d'autre part d'un rejet de la « communication politique » par les plus jeunes, notamment ceux issus de la génération 68. Roland Cayrol, aussi, a du faire face à une certaine réticence au sein du PSU à l'égard des médias modernes[2]. Cette antipathie d'une part de la formation de Michel Rocard, s'était déjà révélée avec la candidature de Gaston Defferre-alias « Monsieur X » en 1963. Elle est largement rejetée par le PSU, « du moins de l'ensemble des militants, car à la direction, certains hésitent davantage à condamner d'un bloc une tentative qui soutenue, et lancée par *L'Express*, a surtout trouvé le soutien des clubs (Jeunes Cadres, Jacobins, Citoyens 60, Démocratie Nouvelle, Jean-Moulin, Tocqueville…) auxquels appartiennent de nombreux dirigeants du parti. Il faudra qu'un comité national, en janvier 1964, se prononce résolument contre Gaston Defferre pour que toute ambigüité soit levée[3]. »

Ces différents exemples montrent qu'encore une fois le lien entre « deuxième gauche » et communication n'est pas forcément logique. La rencontre avec la « communication politique » ne peut se faire qu'en raison de réseaux dans ce milieu, d'un positionnement politique, ou encore d'événements comme les élections. Mais ces critiques importantes que l'on retrouve au sein de la « deuxième gauche » ont pu influencer Michel Rocard qui sera amené par la suite à changer d'opinion sur les conséquences de la « communication politique » moderne sur la démocratie.

D) La propagande du PSU : l'avant-garde de la communication à gauche ou une propagande traditionnelle ?

La communication du PSU est un bon reflet de ces tiraillements. Si nous verrons que Michel Rocard emploie très tôt la « communication politique », on ne peut en dire autant du parti. En effet, les moyens sont tout d'abord limités. C'est un constat récurrent des archives, le

[1] Jean-Paul Ciret a également ressenti le même rejet de la part des « politiques qui redoutent que le "message" soit édulcoré » (HAMON, Hervé et ROTMAN, Patrick. *L'effet Rocard. Op. cit.,* p. 33).

[2] Entretien avec Roland Cayrol, 27 avril 2011

[3] EVIN, Kathleen. *Michel Rocard ou l'art du possible.* Paris : J-C Simoën, 1979, p. 65

PSU est un parti précaire. Il peine même à financer sa publication reine : *Tribune socialiste*. Sans des collectes répétées l'organe aurait sombré dès 1969. En outre, une conception de la propagande « à l'ancienne » se maintient dans le parti. La communication se limite le plus souvent au journal militant, à l'affichage et au tractage. Conforme à la tradition socialiste[1], le PSU accorde une grande place au militantisme dans l'organisation et la conception de la propagande.

En dehors de ces voies militantes, la communication constitue donc une préoccupation secondaire. Il suffit pour s'en convaincre de consulter une brochure sur l'organisation du Parti pour constater que onze lignes sur un document de 17 pages sont consacrées à la « Diffusion et propagande ». Et encore, le secteur propagande n'est envisagé que comme « un secteur de service. Il est chargé de la mise en forme des mots d'ordre, de la préparation du matériel, de sa réalisation et de sa diffusion[2] ». Une note de Jacques Malterre pour la campagne présidentielle de 1969 permet de constater que les codes de la communication politique « moderne » n'ont pas encore été intégrés par les responsables du PSU : « Le matériel n'était pas assez explicatif du point de vue politique : affiche-photo sans aucun texte, slogans trop sommaires[3]. » Le responsable – Hubert Prévot qui partage ce pseudonyme avec Michel Rocard – s'attend ici à une affiche avec plus de texte, mais dont l'aspect visuel serait alourdi et par conséquent moins accrocheur, alors que l'affiche a déjà un texte relativement long, et par conséquent illisible. (Voir annexes, document 6). Ce point de vue est tout à fait conforme à la tradition militante socialiste qui privilégiait jusque-là des affiches avec peu d'images et des textes longs. Néanmoins, on voit que les lignes bougent et qu'une adaptation de la propagande du PSU à son temps se fait jour. Jacques Piétri dans une note à la Direction politique nationale des 28 et 29 juin 1969 donne ainsi une définition de la propagande peu idéologique :

« On peut définir la propagande comme le procédé permettant l'insertion d'une ligne politique ou de mots d'ordre politiques au sein de l'opinion. Plus précisément, il s'agit de

[1] *Cahiers et revue de l'OURS*, « Propagande et formation au Parti socialiste SFIO », n° 240, juin 1993 ; BREMONDY, Raphaël. *Op. cit.*

[2] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds Michel Rocard, 3Z97, « Propositions pour la préparation d'un plan de développement du PSU », 15 juillet 1969

[3] Centres d'Archives socialistes, Fonds de Robert Chapuis, 107APO 16/5, Note pour la DPN des 28-29 juin 1969 par Jacques Malterre

traduire en termes clairs et compréhensibles, pour une catégorie d'opinion déterminée, ou indéterminée – et dont le degré de conscience politique peut-être très inégale – des objectifs politiques. La propagande ne saurait certes se réduire à une simple technique, mais il est évident qu'elle est étroitement dominée par des contraintes d'ordre technique, et que sa réussite, ou son échec, est en fait étroitement dominée par le plus ou moins grand degré de maîtrise de cette technique[1]. »

Cette définition est loin de la théorisation de la propagande dans les ouvrages socialistes de l'époque, comme action avant tout militante. L'auteur note lui-même la nécessité de s'adapter au moment présent :

« S'il est clair qu'on ne pouvait "vendre" une idée politique comme on vend une nouvelle marque de dentifrice ou de lessive, il est non moins clair qu'on ne saurait s'affranchir impunément des règles élémentaires de la publicité moderne ; il faut se persuader qu'on ne peut plus faire de la propagande politique comme on en faisait il y a 20 ans[2]. »

Cette note montre qu'une frange du parti est bien consciente qu'il est nécessaire de moderniser et d'adapter la propagande du parti aux moyens « modernes ». Le PSU est d'ailleurs un des premiers partis à commander des sondages dès 1964 selon Jacques Sauvageot[3]. Cette tendance va s'amplifier avec l'approche des scrutins de la fin des années 1960.

[1] Centres d'Archives socialistes, Fonds de Robert Chapuis, 107APO 16/5, Note pour la DPN des 28-29 juin 1969 par Jacques Piétri sur « la propagande pendant les élections présidentielles »

[2] *Ibid.*

[3] Entretien avec Jacques Sauvageot, 18 février 2014

IV) La mise en campagne : les premiers essais communicationnels (1967-1969)

A) Le colloque de Grenoble (30 avril-1er mai 1966)

1) Un événement de la gauche non-communiste

Comme nous avons pu le voir, c'est en lien avec les échéances électorales que la communication du parti connaît ses plus nettes évolutions. Il en est de même pour Michel Rocard. Les campagnes législatives auxquelles il participe vont être formatrices pour lui et sa médiatisation va s'accroître dans les années 1960. Mais c'est toutefois en dehors d'une campagne et de manière non-préparée que Michel Rocard s'affirme médiatiquement, par le biais du colloque de Grenoble. Il s'agit d'un rassemblement intellectuel initié par des clubs (Citoyens 60, Démocratie nouvelle), des revues (*Le Nouvel Observateur*, *Esprit*), des partis de gauche (PSU) et des syndicats (CNJA, CFDT). Il se tient dans la ville de Grenoble, reconnue comme un laboratoire d'expérimentation socialiste depuis la victoire de Hubert Dubedout en 1965, et où les GAM (Groupes d'action municipale) jouent un rôle essentiel. Autour de Pierre Mendès France se rassemblent tous ceux qui souhaitent renouveler la gauche et qui ne se reconnaissent pas dans la Fédération de la gauche démocrate et socialiste[1]. Les courants présents à Grenoble refusent toute « phraséologie révolutionnaire » et se veulent porteurs d'un programme de long terme et donc non lié aux échéances électorales prochaines (comme c'est le cas de la FGDS)[2].

[1] La Fédération de la gauche démocrate et socialiste est un rassemblement de partis de gauche dont la S.F.I.O., la Convention des Institutions Républicaines de François Mitterrand ainsi que l'Union Démocratique et Socialiste de la Résistance, le Parti Radical-Socialiste, l'Union des groupes et clubs socialistes de Jean Poperen, l'Union des clubs pour le Renouveau de la Gauche d'Alain Savary. Elle est créée le 10 septembre 1965 et disparaît en décembre 1968 à la suite de Mai 1968.

[2] MOSSUZ, Janine. La rencontre socialiste de Grenoble. *RFSP*, vol. 16, n° 5, 1966, p. 967-974

2) L'ouverture d'une brèche médiatique

Comparé à ce que Michel Rocard connaîtra par la suite, son intervention reste pour le moins confidentielle. Elle est tout de même rapportée par une bonne part de la presse de gauche. Mais cette date marque néanmoins sa première apparition publique en son nom, depuis son adhésion au PSU. Georges Servet – son nom d'emprunt – devient pour la première fois Michel Rocard. Il s'affirme ainsi comme un bon économiste, dans un milieu qui n'en compte guère. Surtout, il profite de l'aura de Pierre Mendès France et apparaît (avec plus ou moins de raison) comme un de ses poulains. Mais c'est surtout auprès de cette « deuxième gauche » qui se forme alors, qu'il obtient un large succès et engrange les soutiens[1]. C'est le cas de Tony Dreyfus qui deviendra par la suite un acteur majeur de la « Rocardie » : « Le discours de Rocard m'a fait une impression considérable (...) Pour la première fois, en face de la droite, il y avait des énarques qui parlaient économie, statistiques, planification[2]. »

Il est ensuite largement invité dans les fédérations pour présenter son rapport. C'est d'ailleurs dans un colloque suivant, à Saint Brieuc, en décembre 1966, qu'il présente son célèbre texte « Décoloniser la province », qui le fera apparaître comme un fervent décentralisateur[3]. C'est aussi juste après ce colloque qu'il est pour la première fois invité à la radio, sur France Culture dans l'émission de Colette Garrigues, où il peut développer ses thèses sur la « décolonisation de la province » et le régionalisme[4]. Et au moment où il se présente à sa première élection, *Le Monde* fait remarquer que le succès de Michel Rocard au colloque de Grenoble n'est pas pour rien dans sa candidature[5]. Pour autant, dans un système politique encore largement régi par le *cursus honorum* traditionnel, il manque à Michel

[1] BERGOUNIOUX, Alain. Le PSU dans la gauche (1962-1967). In CASTAGNEZ, Noëlline et alii. *Le Parti socialiste unifié. Op. cit.*, p. 102

[2] ANDREANI, Jean-Louis. *Op. cit.,* p. 95

[3] Institut Tribune socialiste l'a publié en ligne : http ://www.institut-tribune-socialiste.fr/1966/04/30/decoloniser-la-province/. Consulté le 9 mai 2016

[4] INA, France Culture, *Décoloniser la province*, 13 décembre 1967

[5] *Le Monde*, 19-20 février 1967

Rocard un ancrage. Son principal défi va être d'investir cette notoriété essentiellement intellectuelle et nationale sur le plan électoral et local.

B) La campagne législative de 1967 : un laboratoire d'innovations

1) Une modeste candidature

Occupant des fonctions importantes au sein du parti et de l'administration, Michel Rocard n'a pas encore eu l'occasion de se confronter au suffrage universel. A l'instigation de Daniel Frachon, secrétaire de la fédération des Yvelines, il franchit le pas pour se présenter dans la 4ème circonscription – Louveciennes, Marly-le-Roy, Bougival, La Celle-Saint Cloud, Le Chesnay – de ce nouveau département, tout fraîchement issu de la « loi portant organisation de la région parisienne » du 10 juillet 1964. Mais Michel Rocard ne peut pas se prévaloir d'une notoriété locale. D'autant qu'il a face à lui des adversaires très ancrés dans le territoire comme le député sortant – la 4ème circonscription des Yvelines reprend une partie de la 5ème circonscription du Val d'Oise – Pierre Clostermann, élu depuis 1962, et jouissant d'une notoriété nationale comme aviateur de renom de la France libre. Toutefois, il s'agit d'une circonscription en pleine mutation. Elle vient d'être redécoupée et connaît un essor démographique :

« Sa population a plus que doublé de 1954 à 1962 et, depuis la précédente consultation législative, il y a sur son territoire près de dix mille électeurs inscrits de plus. De "nouveaux ensembles", de nouvelles "résidences", sont sortis du sol ces dernières années pour loger des employés et des cadres qui, généralement, travaillent à Paris. Les problèmes locaux sont ceux des liaisons avec la capitale, du logement, des équipements collectifs, scolaires principalement.[1] »

Ces mutations profondes, et la faible implantation de Michel Rocard, en font un laboratoire d'étude intéressant pour les recherches permettant une meilleure compréhension

[1] *Le Monde*, 19-20 février 1967

des attentes locales. Jean-Baptiste Legavre fait ainsi remarquer que l'institutionnalisation de la communication politique au niveau local est très lié à l'urbanisation et à « ses effets sur les relations interpersonnelles » : « La faiblesse des contacts directs entre élus et populations facilite le développement de la communication politique[1]. »

2) Des moyens exceptionnels

C'est ainsi que le modeste candidat va mettre en œuvre une série de moyens de communication alors particulièrement innovants dans le paysage politique français et tout particulièrement au sein de son courant. Il commande ainsi auprès de son ami Claude Neuschwander une étude de terrain de la population. A partir de ces données, son équipe peut mettre en place un plan marketing. *Le Monde* en rend compte :

« Un groupe d'études et de sondages constitué par des amis lui apporte un concours pratiquement bénévole. D'un premier sondage sur des intentions de vote, il ressort que 36 % des personnes interrogées se déclaraient favorables à l'U.N.R., 24 % au Centre démocrate, 23 % au P.S.U., 13 % au PC et 4 % à l'Alliance républicaine. Un questionnaire, très complet et très savant, portant sur les problèmes de la circonscription, sur le rôle des parlementaires et des partis politiques et sur la hiérarchie des grands problèmes nationaux a été adressé à 20 000 personnes. Rocard a, en outre, entrepris de faire interroger les gens de chez eux, enregistrant leurs réponses sur magnétophone, afin de mieux saisir la réalité sociologique et psychologique de la circonscription.[2] »

On voit ainsi qu'une large enquête quantitative et qualitative, assez proche de ce qu'avait fait Michel Bongrand pour les Gaullistes en 1967[3], a permis à l'équipe de nourrir la réflexion, afin de cibler au mieux les attentes. Ils élaborent par la suite un tract ambitieux, en couleurs, sur papier glacé (voir annexes, documents 1, 2, 3, 4), qui vise à s'adapter aux attentes de la population. Ils emploient des techniques de publicité afin notamment d'attirer

[1] LEGAVRE, Jean-Baptiste. L'horizon local de la communication politique. *Art. cit.,* p. 84

[2] *Le Monde,* 19 février 1967

[3] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p.165-166

l'attention de l'électeur. Lorsque celui-ci se saisit du document, il ne découvre pas d'emblée un document faisant référence aux élections, mais un 4 pages titré : « important, à lire avant le 5 mars » (annexes, document 1). On reconnaît le *teasing* ou aguichage, technique de publicité bien connue du marketing pour attirer l'attention du consommateur, sans pour autant donner le nom de la marque ou l'objet de l'annonce. S'ensuit une lettre de Pierre Mendès France aux habitants de la circonscription. Le jeune candidat, inconnu du grand public se place ainsi sous l'aura du « héros[1] » de la gauche non-communiste. Puis le document continue à prendre l'électeur par la main en l'amenant à l'ouvrir et ainsi à comprendre « Pourquoi Pierre Mendès France soutient-il Michel Rocard ? », au travers d'extraits d'articles vantant les mérites du jeune inspecteur des Finances, et de la liste de ses soutiens locaux (document 2). Enfin, la dernière page aboutit sur une photographie en buste de Michel Rocard de trois-quart, qui vient donc conclure la tension créée à la première page en dévoilant l'objet de ce tract (document 4). Son regard est fixé vers le haut, et plus précisément en haut à droite. Comme l'a analysé Pierre Fresnault-Deruelle, un tel positionnement est porteur de sens. La droite signifie dans l'imaginaire collectif le futur, l'avenir, le progrès. Mais c'est aussi montrer le candidat comme visionnaire, dont le regard se projette au-delà du présent, dans la lignée de la présentation faite en deuxième page, vantant ses compétences d'économiste et de prévisionniste. Il est en outre pris en contre-plongée, ce qui vise à le mettre en valeur, à l'élever au-dessus du commun[2]. Originale et réfléchie, la mise en valeur du candidat semble toutefois un peu en décalage avec son positionnement politique. Cette « glorification » est compensée par d'autres photos mettant en valeur son rôle de pédagogue, craie à la main devant un tableau.

Pourquoi de telles innovations pour un candidat, somme toute de second rang, et dans une élection législative, plutôt que des méthodes de campagne plus traditionnelles (réunions sous le préau, porte-à-porte, tractage, etc.) ? De tels outils de communication sont ici pertinents, beaucoup plus que les méthodes de campagne traditionnelles, en raison de la spécificité de la circonscription. En effet, les mutations récentes, notamment sociologiques, font que les structures électorales lourdes sont ici battues en brèche. Dans un territoire

[1] Ces figures symboliques jouent un rôle essentiel dans la construction de l'*ethos* du candidat comme l'a bien montré Marlène Coulomb-Gully (COULOMB-GULLY, Marlène. *La démocratie mise en scènes*. Paris : CNRS Editions, 2001, p. 78).

[2] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'éloquence des images*. Paris : PUF, 1993

mouvant, il est bien difficile de connaître les réseaux et les sociabilités traditionnelles. La notabilité locale y est donc moins la norme, alors qu'elle pèse d'ordinaire lourd dans une campagne, comme a pu le montrer Marc Abélès[1]. Une partie désormais marginale de la population est réellement issue du terroir. Au contraire, la notoriété nationale y est une ressource capitale. Les gaullistes ne s'y sont pas trompés en parachutant une personnalité aussi connue que Pierre Clostermann.

Michel Rocard use de la même stratégie, s'appuyant sur la figure de Pierre Mendès France dans ses tracts, ainsi que sur l'écho du colloque de Grenoble. De plus, il s'agit d'un terreau favorable à ce membre du bureau du PSU. La zone est confrontée à une urbanisation galopante avec la construction d'un temple du commerce : Parly II, comme le souligne Lucien Sfez[2]. Les préoccupations des habitants sont donc assez proches des thématiques que défend le PSU au plan national, notamment sur la qualité de la vie. L'agenda de l'opinion locale rencontre ainsi celui du candidat PSU. Enfin, le candidat, en dépit d'une carrière politique déjà ancienne, n'en est pas moins un novice de la campagne électorale. Il n'est pas rôdé aux techniques de campagne habituelles et trouve donc dans ces techniques de communication un moyen de palier son absence d'expérience électorale.

Croire que ces techniques peuvent faire l'élection est un pas que nous ne franchirons pas et la campagne de Michel Rocard semble en réalité assez difficile. Le candidat du PSU piétine face à des partis et des candidats plus forts, plus connus et mieux implantés. André Laurens pour *Le Monde* exprime nettement ses doutes sur les chances du jeune inspecteur des Finances :

« Suffit-il d'être un expert de la prévision économique et un militant de la gauche nouvelle pour être élu dans les Yvelines ? Le report des résultats de 1962 au territoire de la nouvelle circonscription conduit à s'interroger, car si l'on s'en tient à ces chiffres, les candidats gaulliste, centriste et communiste devraient devancer celui du P.S.U. Au premier tour de l'élection présidentielle, le général de Gaulle a devancé M. Mitterrand de cinq mille

[1] ABELES, Marc. *Jours tranquilles en 89*. Paris : Odile Jacob, 1989

[2] SFEZ, Lucien. *La politique symbolique*. Paris : PUF, 1993, p. 242

voix et M. Lecanuet de neuf mille.[1] »

Michel Rocard ne parviendra d'ailleurs pas à se hisser au second tour. Arrivé quatrième avec 5 626 voix, il doit se retirer au profit du candidat communiste, lui-même battu par Pierre Clostermann, au second tour.

C) Michel Rocard à la tête du PSU

1) Une aura démultipliée par l'institution

Le candidat des Yvelines sort de l'anonymat national en devenant, en juin 1967, Secrétaire national du PSU non sans difficultés, toutefois, comme en témoignent les erreurs orthographiques récurrentes concernant son nom. Il apparaît ainsi en Marcel Rocard pour *Combat*[2], avant de se dénommer Michel Roccard dans *Le Nouvel Observateur*[3]. En effet, lors du congrès de 1967, il est loin d'être aussi connu et réputé que Gilles Martinet, son principal adversaire. Mais celui-ci, cofondateur en 1950 de *L'Observateur* et en 1960 du PSU, choisissant la motion des « unitaires » favorables à l'unité avec la FGDS, essuie une défaite, la base préférant l'autonomie du parti aux « manœuvres d'appareil ». Michel Rocard, plus consensuel qu'un Marc Heurgon – occupant pourtant la place de n° 2 tacite depuis 19654 – est choisi pour prendre la tête de la motion opposée à l'union avec la FGDS et l'emporte avec 70 % des suffrages. Il s'impose désormais comme le principal visage du parti, jugé plus médiatique que Marc Heurgon, au moins au début. Ce dernier, qui incarne l'aile gauche du parti, se considère trop comme un homme d'appareil, avec une image de sectarisme qui risque

[1] *Le Monde*, 19-20 février 1967

[2] *Combat*, 6 octobre 1967

[3] *Le Nouvel Observateur*, 3 avril 1968

[4] KESLER, Jean-François. *De la gauche dissidente au nouveau Parti socialiste : les minorités qui ont rénové le PS.* Toulouse : Bibliothèque historique Privat, 1990, p. 358

de nuire à son parti, notamment dans les médias comme il le confie dans *L'Effet Rocard*[1].

A son arrivée au pouvoir, Michel Rocard doit faire face à un cadrage négatif. Shanto Iyengar a en effet montré que la manière dont une information est présentée par les médias pouvait influencer l'opinion[2]. Le cadrage médiatique peut ainsi être défini comme : « les altérations subtiles dans la définition ou présentation des problèmes de jugement ou de choix et les changements résultants de ces altérations dans les décisions subséquentes[3]. » Sa prise de fonction est perçue comme le résultat d'alliances contre-nature et de divisions internes. La plus forte aura de ses adversaires incite les journaux à ironiser sur les « durs » du parti dont il serait le porte-parole. Toute la presse souligne les divisions du PSU entre les « intégristes » et ceux ouverts à l'alliance avec la FGDS[4]. *L'Express* ne donne pas cher de l'avenir du nouveau Secrétaire national : « Une coalition de purs et de durs, intransigeants et difficiles à mener, même pour un militant qui, comme M. Michel Rocard, a fait ses classes de 1950 à 1958 dans l'appareil de la SFIO[5]. » Le nouveau Secrétaire national du parti va donc partir à la reconquête des magazines et quotidiens, en particulier ceux de gauche. Par son image plus modérée et de haut fonctionnaire, ainsi que son jeune âge, Michel Rocard va rassurer cette presse alors déçue de l'union manquée à gauche. Il est d'ailleurs tout de suite décrit comme brillant[6], même si le substantif « technocrate » lui est souvent accolé. Sa première conférence démontre aux journalistes ses qualités de communicant et ses capacités à devenir un nouvel espoir de la gauche :

« Pour ce premier contact avec les journalistes, puisqu'il n'est en place que depuis le début de l'été, M. Rocard s'est montré décidé, clair dans ses analyses, ferme dans ses jugements, renouvelant avec un certain bonheur le style des interventions d'un parti où les nuances doctrinales et la diversité des tendances entraînent parfois quelque obscurité dans

[1] HAMON, Hervé et ROTMAN, Patrick. *L'Effet Rocard*. *Op. cit.,* p. 94

[2] IYENGAR, Shanto. *Is anyone responsible? How Television frames political issues*. Chicago : University of Chicago Press, 1991

[3] *Ibid.,* p. 11

[4] *Le Nouvel Observateur*, 3 avril 1968

[5] *L'Express*, 20 juin 1967

[6] *Le Nouvel Observateur*, 3 avril 1968

l'expression des positions[1]. »

Il étonne par la qualité de son discours et sa clarté : « Disons cependant que l'absence de démagogie, la rigueur du raisonnement ont favorablement impressionné l'assistance[2]. »

2) Personnaliser la fonction

Dès lors, son but, comme cela est clairement énoncé par Roland Cayrol, est de profiter de la visibilité conférée par la direction du parti pour se construire une aura nationale :

« En janvier 1968, à l'issue d'un colloque, nous avons dîné ensemble et au cours du repas, je lui ai expliqué qu'il devait travailler son image publique. Je lui ai démontré qu'un parti n'est rien s'il n'a pas à sa tête un type qui "joue le jeu". Il en a convenu facilement et m'a dit de réfléchir à la question. La première idée était de le faire apparaître et connaître. Avec la complicité des gens de l'A.F.P. qui nous aidaient, nous rédigions tous les jours un communiqué sur les sujets les plus divers, signé Rocard. Par la suite, nous avons organisé des déjeuners. Tous les mardis, de manière systématique, Michel déjeunait avec un journaliste[3]. »

Comme l'explique Roland Cayrol, à la traditionnelle signature des communiqués de presse au nom du PSU ou du bureau national du PSU se substitue le seul nom de Michel Rocard[4]. C'est ce dont témoigne le nombre d'occurrences du nom de Michel Rocard dans le titre des articles consacrés au PSU, dans les dossiers de presse de Sciences Po. Du 20 juin 1967 (arrivée de Michel Rocard à la tête du PSU) jusqu'en 1974, son nom est de très loin le plus cité. Même après son départ du PSU, il reste le nom le plus cité. Au fil du temps cette hégémonie s'amplifie. Ainsi, du 12 mars 1967 au 15 juin 1968, c'est un peu moins d'un quart des titres qui se rapportent à Michel Rocard sur l'ensemble des articles consacrés au PSU. Puis de juillet 1968 à juin 1969, c'est un peu plus d'un tiers, contre la moitié entre juillet 1969 et mai 1971. Les soubresauts internes au PSU au cours de l'année 1972 le font retomber à un

[1] *Le Monde*, 4 septembre 1967

[2] *Tribune socialiste*, 14 septembre 1967

[3] Cité par HAMON, Hervé, ROTMAN, Patrick. *L'Effet Rocard. Op. cit.,* p. 26

[4] *Ibid.*

peu moins d'un tiers entre juin et décembre 1972 (62/201). Mais même éloigné de la direction du parti, il continue à monopoliser près de la moitié des titres d'articles consacrés au PSU entre janvier 1973 et fin avril 1974 (tableau 1).

Tableau 1 : Nombre d'occurrences du nom de Michel Rocard dans les titres d'articles consacrés au PSU à partir des dossiers de presse de la FNSP, 1967-1976

Périodes	**Nombre d'articles dont le titre contient le nom de Michel Rocard**	**Nombre d'articles concernant le PSU**	**Proportion d'articles dont le titre contient le nom de Michel Rocard/nombre d'articles concernant le PSU**
12/03/1967-15/06/1968	43	186	23 %
1/07/1968-25/06/1969	65	171	38 %
15/06/1969-31/05/1971	100	200	50 %
01/06/1972-31/12/1972	62	201	31 %
01/01/1973-30/04/1974	50	120	42 %
01/05/1974-30/11/1976	16	180	9 %

Cette personnalisation ne relève pas que d'une stratégie personnelle. Elle vise aussi à compenser le départ de la plupart des figures connues du PSU. Après le départ de Pierre Mendès France, Alain Savary, Gilles Martinet et Jean Poperen, Michel Rocard reste le seul leader connu du grand public. Sa parole est rapidement contestée par l'aile gauchiste qui

émerge après mai 68, mais aucun de ses leaders n'est suffisamment connu pour pouvoir réellement le menacer. Mais cette mise en valeur personnelle va contribuer à une identification unique jusque-là entre le parti et un homme. Edouard Depreux – Secrétaire national de la fondation du parti en 1960 jusqu'en 1967 –, Daniel Mayer ou Alain Savary ont été à différents moments les figures les plus en vue, mais sans pour autant s'imposer définitivement. Michel Rocard lui va incarner le PSU, au point que cette étiquette va le poursuivre bien après 1974. Le PSU sera souvent renvoyé à son ancien leader, des années après son départ. Il devient même une clé de voûte de l'histoire du parti, au point qu'un ouvrage portant sur la période qui l'a précédé s'intitule : *Le PSU avant Rocard*[1]. Toutefois, marqué par l'identité et l'idéologie du PSU, le processus de personnalisation n'est pas poussé jusqu'au bout. Le nouveau Secrétaire national se refuse à trop s'engager quand le bureau national ne s'est pas prononcé[2]. Comme le montre Christian Le Bart, le processus d'individualisation est à l'époque encore tout relatif, en particulier à gauche[3].

Grâce à sa précocité politique, il suscite l'intérêt dans un champ politique vieillissant, en particulier à gauche. Il va souvent être présenté comme la figure d'avenir du socialisme. Si la presse de gauche place en lui ses espoirs, la presse plus conservatrice s'y intéresse tout autant. Sa personnalité paradoxale entre haute fonction publique et engagement révolutionnaire ne peut qu'intriguer et renvoyer aux préoccupations de ces familles voyant leurs enfants prendre des chemins qu'ils n'auraient imaginés. Son charme est dès cette époque un atout. Parfois explicite, parfois implicite, sa « verve », sa « force intellectuelle » sont autant d'atouts mis en valeur par la presse. Le jeune leader se rode également à la prise de parole en meeting durant toute cette période. Déjà habitué des réunions locales par le biais du secrétariat à la formation qu'il occupe depuis 1965, c'est désormais devant des salles entières qu'il doit s'exprimer sur tous les sujets. Les débuts sont d'ailleurs laborieux. Le jeune Secrétaire national bafouille régulièrement, ne se détache pas toujours de ses notes et paraît encore très agité[4].

---

[1] NANIA, Guy. *Le P.S.U. avant Rocard.* Paris : Roblot, 1973

[2] *Combat*, 28 juin 1967

[3] LE BART, Christian. *L'ego-politique : essai sur l'individualisation du champ politique*. Paris : Armand Colin, 2013

[4] INA, Première chaîne, *JT 20h*, 22 avril 1969

En tant que responsable du PSU, il va également prendre une part importante dans les événements de mai 68. Toutefois, il n'en connaît pas, pour autant, une médiatisation conséquente. Une recherche au travers de la base de l'INA radio et télévision montre que son nom n'est jamais évoqué à la télévision, ni à la radio publique, durant cette période. Ce n'est qu'avec la campagne officielle des législatives de juin 1968 qu'il a de nouveau accès à la télévision. Cela s'explique par le contrôle fort qu'exerce le pouvoir à l'époque sur les médias audiovisuels, ne donnant que peu d'échos à Mai 68[1]. C'est surtout dans la presse et sur les ondes des radios périphériques qu'il aura l'occasion de s'exprimer. Mais là encore ses interventions semblent rares. Les dossiers de presse de Sciences Po ne sont guère plus riches sur cette période. Mai 68 est avant tout un mouvement sans visage. Et si quelques figures se distinguent comme Daniel Cohn-Bendit ou Jacques Sauvageot, Michel Rocard reste lui dans l'ombre. En revanche, la dissolution de l'Assemblée nationale va l'amener à faire sa première allocution télévisée, dans le cadre de la campagne officielle. Le jeune leader du PSU, jusque-là habitué à l'écriture et aux meetings, va devoir s'adapter à ce nouveau vecteur essentiel de la communication politique moderne.

D) Premières émergences télévisuelles

1) Des apparitions assez tardives

Si sa communication s'avère relativement efficace dans la presse écrite, il est plus difficile de s'imposer dans les programmes radiophoniques et surtout télévisés, en grande partie « au balcon » du pouvoir. Le PSU, parti résolument révolutionnaire à partir de Mai 68, est ainsi assez délaissé par les médias. La personne de Michel Rocard reste assez marginale dans ce paysage audiovisuel, excepté dans les périodes qui sont consacrées aux campagnes politiques. On ne recense par exemple aucune apparition télévisuelle de Michel Rocard avant 1967. Son activité professionnelle dans la haute fonction publique (Inspection des finances) et la discrétion qu'elle implique y sont pour beaucoup. On a vu que jusque-là, il apparaissait

[1] DELPORTE, Christian et alii. *Images et sons de Mai 68 (1968-2008).* Paris : Nouveau Monde Editions, 2011

dans la presse sous un nom d'emprunt. Ce n'est qu'après être devenu une figure publique, sous son propre nom, qu'il apparaît dans les médias audiovisuels. D'abord à la radio, puis peu de temps après à la télévision. Ses premières interventions sont toutefois loin de toucher le public de masse. Il est ainsi invité à des émissions culturelles ou abordant des sujets économiques et retransmises sur France Culture[1]. Sa première intervention télévisée est une retransmission d'une série de conférences intitulées *Dialogues*. Il y est confronté à Jean-Pierre Soisson, lui aussi espoir politique, mais de la droite. Bien plus qu'une émission télévisée il s'agit d'une conférence télédiffusée. Comme le précise le présentateur : « Il ne s'agit pas d'un face-à-face[2] ».

Sa première intervention uniquement dédiée à la télévision date de 1968, dans le cadre de la campagne législative qui suit les événements de Mai et la dissolution de l'Assemblée Nationale par le général de Gaulle le 30 mai 1968. Sa participation ainsi que celle de son mouvement aux événements de Mai renforcent l'attente de la presse à l'égard de son intervention. Il y apparaît figure solennelle, voire dramatique, dans un registre très gaullien. Il semble ainsi avoir intégré la rhétorique audiovisuelle bien spécifique du général[3], faite de théâtralité et de solennité.

2) Un style qui détonne

Devenu une figure publique, et en particulier l'une des incarnations *a posteriori* du mouvement de Mai, il va commencer à intéresser les journaux télévisés. Ceux-ci semblent séduits par son style hors du commun pour les standards politiques de l'époque. La présence de l'image rend palpables sa jeunesse et une attitude bien différente des élites politiques contemporaines. Son aspect juvénile n'a plus besoin d'être rappelé comme dans la presse, il apparaît de manière criante et rend l'identification au mouvement étudiant d'autant plus simple. Mais il se démarque surtout par une posture, une allure en opposition aux codes

[1] INA, France Culture, *Décoloniser la province*, 13 décembre 1967

[2] INA, Première chaîne, *Soirée débat organisée par les « Groupes Rencontres » sur le thème « Technocrates et politiques »*, 1er janvier 1967

[3] BRIZZI, Riccardo. *Op. cit.*

audiovisuels contemporains. Même au PCF, pourtant le « parti de la classe ouvrière », le costume-cravate et un langage policé – Georges Marchais n'a pas encore pris la tête du parti – sont à l'ordre du jour pour s'exprimer dans les médias. Michel Rocard – sans toutefois aller jusqu'à l'outrecuidance des leaders gauchistes de Mai 68 – se distingue par une allure plus négligée. Il apparaît presque toujours ébouriffé, régulièrement en pull sous sa veste au lieu d'une chemise, et sans cravate. Il correspond à l'attente d'un plus grand dynamisme dans l'interview politique par des dialogues en pleine rue, en marchant[1]. Cette transgression des codes politiques, sans pour autant aller suffisamment loin pour discréditer sa parole, lui offre une attraction certaine.

3) Des interventions encore hasardeuses

Ces premières interventions de Michel Rocard, même si elles révèlent un talent oratoire et rhétorique certain, et déjà bien mis en valeur par la presse et les meetings, montrent les limites de la prise en compte de la spécificité audiovisuelle. Cela est particulièrement vrai pour la télévision. Dans le débat avec Jean-Pierre Soisson, le contraste entre Michel Rocard et le député républicain, à l'image, est claire. Il y apparaît en effet mal coiffé, les mèches rebelles, le visage mal rasé, le veston trop large et lisant régulièrement ses notes. En bref il y donne l'image d'un homme négligé et somme toute indifférent à la caméra qu'il ne regarde jamais (annexes, document 5). Au contraire, Jean-Pierre Soisson y apparaît beaucoup plus serein et à l'apparence plus soignée[2]. On retrouve cette négligence à l'égard du rôle de l'image dans une interview en 1969 où il apparaît à son bureau, à nouveau mal rasé. Assez tendu, il cherche des yeux la caméra et ne sait s'il doit la fixer ou regarder le journaliste, donnant à l'interview un côté saccadé. Jusqu'à ce que le caméraman finisse par filmer la fenêtre...[3].

Comme nous l'avons vu, ce sont surtout les campagnes qui donnent les occasions d'accès aux médias audiovisuels et, en particulier, au principal d'entre eux, la télévision.

[1] INA, Première chaîne, *Face à l'événement*, 27 janvier 1969

[2] INA, Première chaîne, *Soirée débat organisée par les « Groupes Rencontres » sur le thème « Technocrates et politiques »*, 1er janvier 1967

[3] INA, Première chaîne, *Face à l'événement*, 27 janvier 1969

Jusque-là représentant de son parti, la campagne personnelle qu'il va devoir mener à l'échelle nationale en mai 1969 va donc représenter, pour un Michel Rocard encore balbutiant à la télévision, un test d'envergure.

V) Le baptême médiatique : les campagnes de 1969

A) Une campagne audacieuse

1) Le candidat du socialisme

A gauche, la campagne présidentielle de 1969 surprend tout le monde. Les potentialités de candidature se multiplient, et aucun front unique, à la manière de 1965, ne paraît possible. C'est dans ce contexte que le PSU choisit de présenter Michel Rocard. La formation politique est d'ailleurs l'une des premières à entrer en campagne, préemptant ainsi la place de « candidat du renouveau socialiste[1] ». Dès le 30 avril, le bureau politique du PSU convoque le conseil national pour proposer la candidature de Michel Rocard. Il est investi le 4 mai, sans attendre les conclusions du Congrès d'Alfortville du PS. Le candidat du PSU, bien conscient du sens donné à l'élection présidentielle par son créateur Charles de Gaulle, décide ainsi de se présenter comme le candidat du socialisme tout au long de sa campagne. « Michel Rocard candidat du socialisme » proclament ses affiches (voir annexes, document 6).

Outre la machine partisane nécessaire à ce type d'élection – et qui fera tragiquement défaut à Alain Poher –, Michel Rocard peut compter pour élargir son réseau sur des comités extérieurs, avec les « comités mai 69 » (référence claire à mai 68), « chargés d'animer la discussion pendant la campagne, dans les usines, comme dans les foyers[2] ».

[1] SCHWARTZENBERG, Robert-Gérard. *La guerre de succession*. *Op. cit.,* p. 77

[2] *Ibid*., p. 105

2) Aux moyens limités

Néanmoins, la campagne manque cruellement de moyens, problème auquel il faut ajouter par moments un déficit d'organisation. Parti sans ressources, le PSU ne peut engager des dépenses de campagne importantes. Michel Rocard pour bien montrer la disproportion entre ses dépenses et celles des principaux concurrents a publié le détail du coût de sa campagne. Les postes les plus lourds furent le matériel de campagne (200 000 exemplaires de son affiche de campagne, 400 000 bandeaux, 50 000 exemplaires des Cartes « Mai 69 », 20 000 exemplaires de carnets de souscription et enfin 1 750 000 tracts dont 1 300 000 rien que pour la souscription) pour 120 000F et la location de salles. Le candidat dépense ainsi 100 000F pour les frais généraux parmi lesquels la location du local de campagne et du Palais des Sports, pour le dernier meeting de campagne (25 000F), représentent la plus grosse part. Ce qui explique que Michel Rocard n'ait pu faire qu'un nombre réduit de meetings, à une heure où les pratiques politiques privilégient encore largement ce type de communication.

Autre poste important de dépense, la propagande imprimée. Le comité de campagne consacre 80 000F à un numéro de *Tribune socialiste* de 8 pages dédié à la campagne, en format à l'italienne, tiré à 2 millions d'exemplaires et diffusé gratuitement. A quoi s'ajoute le non-remboursement de la caution du local de campagne (10 000F). Ce qui représente au total 310 000F de frais de campagne. Si l'on suit Roger-Gérard Schwartzenberg qui a consacré un ouvrage à la campagne de 1969, les principaux candidats (Alain Poher et Georges Pompidou) auraient dépensé trois à quatre fois plus[1], et la campagne de 1965 avait même vu les comptes grimper jusqu'à 5 millions de francs pour Jean Lecanuet et 10 millions pour le général de Gaulle[2]. Christian Delporte avance même le chiffre de 3,5 millions de francs pour Georges Pompidou, soit onze fois le budget de Michel Rocard[3]. Ces données assez précises nous permettent de voir que la souscription est un élément essentiel de la propagande de campagne. La priorité est d'abord de récolter de l'argent pour financer la campagne, à une époque où les financements publics n'existent pas encore, et pour un parti qui n'a pas de réserves, ni de soutiens massifs dans le monde de l'entreprise.

---

[1] *Ibid.*

[2] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 61

[3] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 172

On voit également que la campagne souffre de problèmes d'organisation. Les difficultés se posent dès le début de la campagne. Ainsi, Jacques Piétri qui analyse, après coup, la propagande du Parti ironise : « Il n'est pas douteux que l'empirisme habituel qui sévit au PSU dans ce domaine, comme dans d'autres, s'est manifesté à cette occasion, avec, cependant, un début d'organisation[1]. » La connexion entre les professionnels à l'origine de la production de l'affiche, des tracts et des moyens audiovisuels fut difficile. Les délais laissés par le parti étaient en effet trop courts, comme le note Jacques Piétri, qui préconise plus d'autonomie pour ces professionnels : « trop souvent le politique, par un contrôle étroit et tatillon, risque de tout remettre en cause et de casser le style que le technicien a voulu donner à la campagne ; c'est souvent ce qui s'est passé, au niveau des fédérations notamment[2]. »

Toutefois, une comparaison avec les styles de campagne des autres candidats permet de relativiser le gouffre apparent entre la campagne de Michel Rocard et celle des autres aspirants. Le livre de Roger-Gérard Schwartzenberg nous permet ainsi de voir qu'après celle de 1965, la campagne présidentielle de 1969 se veut plus modeste et surtout loin des méthodes de campagne à l'américaine pratiquées par Jean Lecanuet en 1965. Georges Pompidou refuse ainsi les propositions qui lui sont faites, échaudé par les échecs du marketing en 1967 et en 1969 pour la campagne pour le référendum[3]. Au tout début de la campagne, il refuse même tout grand meeting, mais doit se rendre à l'évidence de leur nécessité, au fur et à mesure. La campagne d'Alain Poher se veut aussi discrète conformément à l'image qu'il cherche à forger. Quant à Gaston Defferre, Roger-Gérard Schwartzenberg note : « MM. Defferre et Mendès France tiennent fort peu de réunions et collent quelques affiches sur des emplacements réservés, menant une campagne discrète, solitaire et peu vigoureuse dans la forme[4]. » La plus grosse campagne et la plus étonnante est sans aucun doute celle de Jacques Duclos, menée tambour battant et avec des moyens bien plus importants que celles des autres candidats de gauche[5].

---

[1] Centres d'Archives socialistes, Fonds Robert Chapuis, 107 APO 16/5, Note de Jacques Piétri au DPN des 28-29 juin 1969 sur « la propagande pendant les élections présidentielles »

[2] *Ibid.*

[3] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 167

[4] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *Op. cit.,* p. 238

[5] *Ibid.,* p. 235

Il s'avère que malgré des moyens financiers faibles, la campagne de Michel Rocard n'est pas complètement disproportionnée par rapport à celles des autres candidats. A y regarder de plus près, elle utilise des outils relativement innovants pour l'époque. Ainsi, il opte pour des tracts en format « à l'italienne », ce qui pour la période est original et se démarque du matériel de campagne courant (annexes, document 7). Par ailleurs, si le Secrétaire national du PSU tient peu de réunions, il s'essaye à plusieurs genres et à plusieurs publics : le 16 mai, il donne symboliquement son premier meeting à Saint-Nazaire, pour démontrer aux travailleurs des chantiers l'urgence des solutions socialistes ; le 20, il répond aux questions des élèves de l'ESSEC. Enfin, le clou de la campagne est le meeting au palais des Sports de la porte de Versailles, le 29 mai : dans une salle archicomble, qui agite des drapeaux rouges, Michel Rocard parle sous un immense portrait ... de lui-même[1]. Il réussit à afficher autour de lui des soutiens de choix comme Gisèle Halimi, ancienne candidate de la Convention des Institutions Républicaines – la formation politique de François Mitterrand –, opposante à la Guerre d'Algérie et l'un des fers de lance du droit à l'avortement, Bernard Lambert secrétaire général de la fédération des exploitants de l'ouest, Marc Heurgon, Luc Barret, nouveau secrétaire général de l'UNEF et l'historien Pierre Vidal-Naquet. Devant un auditoire galvanisé, il arrive à captiver l'assemblée composée essentiellement de jeunes, et se montre capable d'user de l'humour. Ainsi, alors qu'il explique : « Nous sommes ici ce soir parce que de Gaulle a été abattu », une voix crie « Libérez l'Irlande ! », « Il y a un problème de priorité » répond en riant le candidat aux présidentielles[2].

[1] *Ibid*., p. 241

[2] *Le Monde*, 31 mai 1969

B) Le défi télévisuel

1) Le soutien d'un entourage spécialisé dans la communication médiatique

Pour le PSU, se présenter à une élection présidentielle est une grande première. Le défi est d'autant plus important que le parti a perdu ses principaux cadres et donc les plus expérimentés, même s'il a attiré de jeunes militants issus de Mai 68. Les délais de campagne sont très courts rendant l'adaptation plus difficile, d'autant que Michel Rocard parle en second derrière Georges Pompidou[1]. Le principal défi va être de profiter pleinement de l'égalité de temps de parole durant la campagne télévisée, d'autant que ces spots télévisés sont alors amplement regardés par les citoyens et commentés par la presse. Ainsi, 44 % des Français disent les regarder le plus souvent possible, 33 % de temps en temps[2]. Michel Rocard peut toutefois compter sur les qualités personnelles évoquées et sur son entourage. On compte, parmi ses proches, nombre d'acteurs des médias et plus généralement de la communication (sondeurs, réalisateurs, publicitaires...). Dès les premiers jours de campagne Michel Rocard décide ainsi de différencier son QG de campagne du siège du parti pour gagner en autonomie et s'entourer de ses conseillers personnels, afin de préparer au mieux sa campagne et plus précisément ses interventions. Ainsi, comme le constate Roger-Gérard Schwartzenberg :

« Au siège du PSU, 81, rue Mademoiselle, M. Heurgon dirige la campagne du parti, coordonne les activités des sections, des fédérations et des 200 "comités mai 69". Tandis que M. Rocard mène sa campagne personnelle au 82 rue de Rivoli, où il a loué pour 4 000F un ensemble de neuf bureaux, équipés de quatre téléphones. Là une jeune équipe de sociologues, de journalistes, de hauts fonctionnaires anime quatre groupes. Un groupe "relations avec la presse". Un groupe "production", "brain-trust" chargé de préparer les interventions du

[1] Entretien avec Roland Cayrol, 27 avril 2011

[2] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession. Op. cit.,* p. 269

candidat. Un groupe "secrétariat". Et un groupe "radiotélévision", sous la direction du réalisateur Jean Lallier, qui prépare ses émissions[1]. »

Le candidat fait aussi installer un circuit vidéo dans ses bureaux rue de Rivoli pour s'entraîner : « On lui apprend à parler moins vite, à réduire son débit pressant et saccadé, à employer des termes simples[2]. » Michel Rocard n'est certes pas le seul à faire, ainsi, du *videotraining* – Gaston Defferre en a aussi fait durant cette campagne, et François Mitterrand s'était exercé en circuit fermé en 1965[3] – mais cela montre qu'il bénéficie alors de techniques particulièrement modernes. Par ailleurs, on peut remarquer, en s'appuyant sur les travaux produits sur la campagne de 1969[4], qu'il est le seul candidat à avoir un groupe spécialement dédié à la communication (relations avec la presse). Pour concevoir ses messages, il bénéficie également des sondages que Roland Cayrol a pu réaliser pour le compte de Georges Pompidou[5]. L'équipe peut ainsi mieux appréhender à qui elle s'adresse préférentiellement, ainsi que les attentes de la population. Un sondage de la Cofremca montre que pour 66 % des Français le président idéal doit être compétent et pour 56 %, honnête. La campagne visera ainsi à mettre particulièrement en valeur les compétences économiques de Michel Rocard.

2) Une stratégie d'image assumée ?

Avec la V^{ème} République, la question du leadership personnel est apparue au grand jour. Le général de Gaulle a contribué à fortement personnaliser la fonction et la campagne présidentielle, axant celle de 1965 – et même déjà avant la campagne législative de 1962 – sur une opposition entre ses partisans et ses adversaires. Dans la campagne de 1969, cet aspect surprend particulièrement les observateurs comme Roger-Gérard Schwartzenberg :

« La personnalisation marque donc nettement une campagne présidentielle. Dans le fond : les qualités personnelles des candidats sont un thème essentiel de propagande ou de

[1]SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession*. *Op. cit.,* p. 113

[2] *Ibid.,* p. 262

[3] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p.143

[4] *Ibid.*

[5] Entretien avec Roland Cayrol, 27 avril 2011

polémique. Dans la forme : les techniques de propagande utilisées visent, par priorité, à faire connaître et apprécier les candidats, autant – sinon plus – que leurs programmes. Cette recherche systématique de la popularité trouve des techniques d'information et de communication qui lui servent de support privilégié[1]. »

Georges Pompidou comme Alain Poher s'affichent en bons maris. Le président intérimaire cultive son image d'homme simple, de monsieur tout le monde, alors que l'ancien Premier ministre du général de Gaulle apparaît lui en homme moderne et proche de la population. Même du côté du PCF, l'image rassurante et bonhomme de Jacques Duclos semble avoir un impact sur le score final[2]. Un sondage de l'IFOP entre les 7 et 10 juin montre d'ailleurs que 2 % des gens se déterminent sur la politique étrangère du candidat, 6 % en considérant sa politique intérieure, 11 % à cause de son programme économique et social, mais 53 % de ceux qui veulent voter Georges Pompidou, le choisissent car ils lui font confiance[3].

Le PSU étant l'un des héritiers de la tradition socialiste française, il n'est guère favorable à la personnalisation, le collectif doit l'emporter. La position de Michel Rocard par rapport à ce phénomène sera donc ambigüe, et surtout inavouée. Le Secrétaire national et son équipe ont bien compris que le jeu d'une élection présidentielle devait être personnel, et toute la campagne va s'en ressentir, mais ils ne peuvent l'avouer publiquement. Il ne faudrait pourtant pas y voir un double langage, mais plutôt la trace d'un phénomène de critique de la personnalisation et de la médiatisation du politique dont on verra les effets les plus visibles par la suite. Sans pour autant tromper les militants les plus gauchistes du Parti qui critiquent une campagne jugée « réformiste[4] ». Le candidat change son apparence personnelle pour s'adapter à l'image télévisuelle. Il modifie sa coupe de cheveux, « de la coupe en brosse, de style ébouriffé et juvénile, il passe graduellement aux cheveux plaqués avec une raie à

[1] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession. Op. cit.,* p. 20

[2] KEROSLIAN, Christophe. *Jacques Duclos : La campagne médiatique d'un candidat communiste à l'élection présidentielle française de 1969*. Mémoire de master 1 sous la direction de François Robinet : histoire : Université de Versailles-Saint-Quentin en Yvelines : 2015

[3] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession*. *Op. cit*., p. 172

[4] Communiqué de presse de Jean-René Chauvin et André Durez, Dossiers de presse de Sciences Po, 7 juillet 1969

gauche[1] ». Il occupe toujours le centre des documents de campagne, tracts comme affiche électorale : « La plupart des candidats font reproduire leur photographie à de multiples exemplaires. Les professions de foi adressées aux électeurs en sont abondamment illustrées. MM. Defferre, Rocard, Poher et Pompidou consacrent exclusivement la première des quatre pages de leur circulaire à la reproduction de leur portrait[2]. »

Selon le décret du 14 mars 1964, les candidats n'ont le droit qu'à « une affiche annonçant ses déclarations et une autre annonçant la tenue de ses réunions. » Mais comme le souligne Roger-Gérard Schwartzenberg, la plupart des candidats privilégient leur image comme c'est le cas pour Michel Rocard (voir annexes, document 6)[3]. Toutefois, l'affiche finalement choisie – qui le montre en buste et de trois-quart, en noir et blanc, respire la sobriété, voire la rigueur – est la parfaite illustration du compromis entre la candidature individuelle et l'allégeance au collectif[4]. Ainsi, son style est très inspiré par l'affichage gauchiste post-mai 68, comme l'a étudié Pierre Fresnault-Desruelle :

« Les placards gauchistes présentaient les traits suivants : a) d'une part les traits "aspect fabrique, artisanal" et "pauvreté" ; les moyens étaient comptés et il entrait évidemment dans la qualité du message d'apparaître aussi sobre que possible. Au contraire des images en quadrichromie, signe de la société de consommation honnie, la sobriété graphique, voire la rudesse se voulait gage de probité et signe avant-coureur d'une société justement, même si dûment, reprofilée ; b) d'autre part les traits "opportunité" et "coupe de force" ; étant entendu que nous étions dans l'idéologie de la spontanéité et qu'il s'agissait de répondre à un ordre jugé oppressant[5]. »

Comme ses contradicteurs, le candidat va aussi jouer le jeu de la confidence personnelle, revenant sur sa jeunesse, son parcours :

« Je suis de la génération qui a eu l'âge de raison à la déclaration de guerre. Ce qui veut dire la génération du rutabaga... C'était aussi, l'époque de mon adolescence, l'époque où Yves

[1] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession. Op. cit.,* p. 263

[2] *Ibid*, p. 238

[3] *Ibid*., p. 238

[4] *Ibid*., p. 239

[5] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'affiche placardée*. Paris : Nathan Université, 1997, p. 29

Montand chantait Prévert. Et puis on a découvert le jazz de la Nouvelle-Orléans. C'était le temps de ma première voiture, la Dyna Panhard, qui ressemblait à un hanneton[1]. »

Il évoque également ses loisirs, et notamment le sport :

« M. Rocard exprime sa préférence pour des sports moins collectifs. Possesseur d'un bateau, l'Epsilon, le candidat révèle ses goûts en la matière : "J'aime beaucoup la voile et le ski. Ah je fais un peu de cheval aussi. Je suis même breveté de vol à voile. Le vol à voile, c'est tout à fait fascinant. Etre tout seul au milieu des nuages, c'est extraordinaire"[2]. »

Comme ont pu le montrer Roger Chartier et Georges Vigarello, le sport, en dépit du poids des hiérarchies sociales dans le choix du sport pratiqué, est censé représenter l'égalité sociale[3]. Un professionnel de la politique faisant du sport peut donc apparaître plus humain, semblable à tout un chacun. Cette humanisation du candidat se retrouve également dans ses spots télévisés. En opposition à des meetings enflammés par l'ambiance gauchiste post-Mai 68, ses interventions télévisées ont tout de la discussion décontractée (annexes, document 8) : « Déco : deux fauteuils modernes face à face, table basse, cendrier sur pied ; style : conversation de salon. Avec une désinvolture quelque peu affectée, le candidat allume et fume longuement une cigarette, tout en répondant aux questions de son interlocuteur[4]. » A certains moments, cette personnalisation confine même à ce que l'on n'appelle pas encore la *peopolisation*[5]. Comme les Johnny Hallyday ou Françoise Hardy, il s'affiche sur sa moto dans le *France-Soir* du 31 mai, « ce motard est candidat à l'Elysée », le candidat expliquant qu'il n'avait pas hésité à enfourcher le véhicule afin de se rendre au plus vite à la Garenne-Colombe, depuis la place d'Italie[6].

Ce travail sur son image personnelle vise également à compenser le stigmate de « technocrate » qui lui colle encore à la peau. Michel Rocard s'inscrit en effet dans le mouvement vers l'engagement politique d'une série d'« ingénieurs-économistes » comme les nomme Delphine Dulong, qui se distinguent par leur volonté de mettre en pratique les

[1] SCHARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession*. *Op. cit.*, p. 198

[2] *Ibid*., p. 204

[3] CHARTIER, Roger et VIGARELLO, Georges. Les trajectoires du sport. *Le Débat*, n° 19, 1982, p. 35-58

[4] *Ibid*., p. 266

[5] DAKHLIA, Jamil. *Politique people.* Paris : Bréal, 2008

[6] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession. Op.cit.*, p. 244

théories économiques mathématisées dans l'après-guerre, et parmi lesquels les énarques occupent une place centrale[1]. Le terme a pris son essor dans les années 1960, sous la triple influence du « développement dans les années cinquante de toute une littérature spécialisée dans la description du "progrès technique" qui, sous le couvert de la vulgarisation scientifique, prône en fait une rationalisation de l'action publique. C'est aussi l'apparition de nouvelles élites syndicales dans le monde ouvrier (comme la minorité "Reconstruction" à la CFTC), patronal et paysan (avec le CJP ou le CNJA) qui revendiquent un accès au champ de la représentation au nom de leur "compétence technique". C'est encore, le mouvement Poujade qui s'empare de la thématique technocratique à des fins politiques et lui fait une publicité inédite. C'est, enfin, l'arrivée de plusieurs ministres "techniciens" dans le premier gouvernement de la V^{ème} République qui frappe les contemporains[2]. »

Plus un outil polémique qu'une catégorisation sociale ferme, « technocrate » désigne « le plus souvent des hauts fonctionnaires, dont les principales caractéristiques consistent en une faible affiliation partisane ou idéologique et en la détention reconnue d'une compétence qualifiée de technique, le plus souvent administrative ou économique[3] ». Il sert à délégitimer ces « ingénieurs-économistes » qui se sont investis en politique depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale[4]. Ainsi, dans le portrait qu'elle brosse de Michel Rocard pour France Inter, Suzanne Gauthier lui reproche la sévérité de son vocabulaire et l'austérité de sa mise, empreinte indélébile laissée par l'ENA :

« Vous avez adopté une fois pour toutes une stricte tenue vestimentaire, un costume gris foncé, une chemise blanche. Avez-vous conscience de cette empreinte ? — Oui et non. Si vous voulez, sur mon bateau, je ne porte pas chemise blanche ni costume gris foncé. Il m'arrive d'aimer beaucoup le velours côtelé. Mais c'est un fait que mes fonctions m'ont obligé à avoir une tenue d'une certaine rigueur[5]. »

---

[1] DULONG, Delphine. Quand l'économie devient politique. La conversion de la compétence économique en compétence politique sous la V^{ème} République. *Politix*, vol. 9, n° 35, 1996, p. 111

[2] DULONG, Delphine. La technocratie (au) miroir des sciences sociales. *Art. cit*., p. 82

[3] DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine. Introduction générale. In DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine. *La question technocratique. Op. cit.*, p. 5

[4] DULONG, Delphine. Quand l'économie devient politique. *Art. cit.,* p. 109-130

[5] DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine. Introduction générale. In DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine. *La question technocratique. Op. cit.*, p. 202

Cette décontraction qu'il tente de construire correspond bien au phénomène *knack* que Roger-Gérard Schwartzenberg met en valeur dans le cadre de l'élection présidentielle de 1969, et qui est fortement inspiré de l'exemple américain. Il s'agit pour les candidats de faire moins solennel et de rassembler « un ensemble de grâce, de charme, d'élégance des attitudes, de capacité de séduction, de dynamisme qui vous classe définitivement *in* ou *out*[1]. » Il essaie également, afin de mieux coller à l'ouvriérisme de son parti, de faire plus populaire : « Il ne manque pas de rappeler que, pendant ses études, il travailla dans le laboratoire de physique de l'Ecole Normale supérieure – dont son père était le directeur. (...) Ce trait ouvriériste et populiste cumule agréablement Zola et Malraux[2]. »

Personnalisée, la campagne n'en reste pas moins celle d'un leader de parti se situant à l'extrême gauche de l'échiquier politique. Il doit donc rester l'incarnation d'un collectif. On ne s'étonnera donc pas de ne pas le voir s'afficher avec femme et animal de compagnie, contrairement aux Poher et Pompidou[3]. A la journaliste qui l'interroge sur sa vie privée, il critique aimablement ce type de procédé :

« La vie publique est une grande mangeuse d'hommes. C'est de votre faute, d'ailleurs... Car c'est l'idée de constamment personnaliser les débats, les problèmes, les idées. Vos collègues et vous-même de la presse nous font l'amitié de chercher toujours les responsables, les vedettes, etc. Il est bien difficile d'avoir la paix, d'avoir une vie privée. Et si, après tout, on se taisait sur les hommes et qu'on ne parlait que des idées et des problèmes...[4] »

3) Un gauchisme respectable

Cette stratégie personnelle l'amène également à chercher un public plus large que les seuls militants du PSU ou de l'extrême gauche. Et pour cela, il a besoin de présenter un visage moins inquiétant. Il est ainsi étonnant de comparer les messages de ses allocutions télévisées aux documents internes du PSU. Le caractère révolutionnaire du discours y est

[1] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession. Op.cit.*

[2] *Ibid.*

[3] *Ibid.*, p. 214

[4] INA, France Inter, *Portrait de Michel Rocard*, 15 mai 1969

largement atténué : « Nous ne voulons rien imposer. Nous demandons seulement un vaste effort collectif pour une société plus juste, plus libre[1]. » Cela passe aussi par le visage qu'il donne de lui-même, sur ses affiches, dans ses tracts et à la télévision. Comme nous l'avons vu, il soigne son image et entend se présenter comme respectable. Au-delà de la rudesse des traits, toute l'affiche vise à montrer un candidat aux atours sérieux et rigoureux. Le regard directement tourné vers le spectateur[2] et une absence de sourire montrent cette ambition d'authenticité. Répondant aux « goûts » gauchistes, l'affiche entend aussi donner un caractère sérieux au candidat, vêtu d'un costume-cravate, témoignage du respect des conventions. Alors que les autres candidats ont choisi la couleur ou des touches de couleur – comme Georges Pompidou figurant en noir et blanc le regard directement adressé vers le spectateur avec son nom en bleu ciel au dessus de lui, ou Alain Poher sur fond bleu – Michel Rocard s'affiche lui en noir et blanc. Dans le numéro-tract de *Tribune socialiste* en format à l'italienne intitulé « Mai 69 », il apparaît en bon fonctionnaire ou employé de bureau modèle : costume cravate, bien coiffé, souriant, stylo à la main, prêt à noter ce que les électeurs vont lui dire. Plusieurs feuilles sont étalées devant lui. Son regard est légèrement de biais, tendant l'oreille à l'électeur. Quant à sa biographie, elle met en valeur ses compétences économiques : « chef de la division des budgets économiques et secrétaire de la commission des comptes et budgets économiques de la nation. » (voir annexes, document 7)

4) Un candidat d'un style différent

Le candidat du PSU veut ainsi se montrer différent de ses concurrents, et n'appartenant pas au monde des « professionnels de la politique ». Il ne se présente pas comme un candidat capable de gagner. Le résultat ne l'intéresse guère – en tout cas c'est l'image qu'il entend véhiculer – comme il le laisse affirmer par son interlocuteur dans son spot du 17 mai 1969 : « Si on en croit les sondages vous n'avez aucune chance d'être président de la République, alors quel est le sens de cette candidature[3] ? » Il se veut plutôt le trublion, celui qui va

[1] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 21 mai 1969

[2] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'affiche placardée*. *Op. cit.,* p. 147

[3] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 20 mai 1969

favoriser une prise de conscience. Par son originalité, il entend ainsi se démarquer et attirer l'attention sur ses revendications et leur donner un plus large écho. Se voulant candidat hors du système, voire anti-système, il refuse de se présenter en professionnel de la politique :

« Je ne suis pas tout à fait sûr d'être un homme politique au sens classique des règles du jeu. Il y a une dureté du jeu politique, il y a des aspects tactiques, manœuvriers à quoi je ne comprends pas grand-chose et qui me laissent souvent mal à l'aise. Alors, il m'arrive de me demander si vraiment je suis fait pour ce métier-là, alors que ce qui m'importe le plus c'est d'affirmer et de faire triompher un certain nombre de propositions, de solutions, d'idées, une idée du socialisme[1]. »

La présentation qu'Etienne Guibert fait de lui pour son premier spot de campagne confirme ce positionnement : « Vous avez 38 ans, vous n'êtes pas un homme de la IV^{ème} République, vous n'êtes pas un homme de la V^{ème} République, puisque vous n'avez pas de mandat. Vous n'êtes donc pas ce que l'on appelle parfois péjorativement un politicien[2]. »

Cette posture, mélange d'humilité et de recul critique sur le champ politique est confirmée par la place qu'il réserve à des invités de la société civile dans ses spots télévisés, comme Françoise Villiers, militante du syndicalisme familial[3], ou Victor Madelaine, ouvrier sidérurgiste, militant syndical et maire de Nilvange dans la vallée de la Fensch[4]. Il se contente soit de jouer l'animateur en les relançant soit de rebondir sur ce qui a été dit pour expliquer ses solutions. Tout cela paraît bien sûr un peu amateur et les intervenants ne sont pas à l'abri du bafouillement. Mais ce dispositif contribue aussi à accréditer l'idée qu'il s'agit de « vrais gens. » Cette formule est largement utilisée par la suite par les candidats contestataires ou souhaitant se montrer plus ouverts à la société civile[5]. Les autres candidats de 1969 invitent des personnages politiques (Mendès France pour Gaston Defferre) ou des journalistes, mais seul Michel Rocard fait appel à des figures de la société civile. C'est une manière de mieux se montrer à l'écoute, en dialogue direct avec le peuple. Par l'enchaînement des constats de la

[1] INA, France Inter, *Portrait de Michel Rocard*, 15 mai 1969

[2] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 20 mai 1969

[3] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 21 mai 1969

[4] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 29 mai 1969

[5] GUIGO, Pierre-Emmanuel et PAWELSKI, Léa. Brice Lalonde : le beau visage de l'écologie. *Le Temps des médias*, n° 25, septembre 2015, p. 165

société civile et des solutions proposées par Michel Rocard, son programme semble implicitement découler des attentes des citoyens qui se sont exprimés, manière de dire qu'il est le mieux adapté pour répondre aux besoins de tous.

On peut légitimement s'interroger sur l'effet de ces spots. Amplement regardés comme nous l'avons vu, ils contribuent à asseoir la notoriété du candidat du PSU. Les taux de satisfaction, sans être particulièrement impressionnants, montrent un Michel Rocard séduisant bien au-delà de ses seuls partisans, en réunissant près de 35 % de satisfaits (contre 44 % pour Georges Pompidou, 39 % pour Alain Poher, 31 % pour Gaston Defferre associé à Mendès France et 27 % pour Alain Krivine[1]). Leur style contraste en tout cas amplement avec la campagne officielle de Gaston Defferre et Pierre Mendès France, qui apparaissent ternes et très mal à l'aise avec le dispositif[2]. Dans les sondages, Michel Rocard passe de 3 % d'intentions de vote le 8 mai à 5 % le 29 mai talonnant ainsi Gaston Defferre. Mais ces bons résultats ne se traduisent pas dans les urnes, preuve qu'une résistance persiste puisqu'il n'obtient que 3,66 %[3].

5) Une presse séduite

Les prestations de Michel Rocard ne laissent pourtant pas indifférente la presse qui s'intéresse alors beaucoup aux performances télévisuelles des leaders politiques. Il faut dire que le Secrétaire national du PSU tranche avec un monde politique qui a encore bien du mal à s'adapter à la télévision : « La découverte de la télévision, pour les hommes de l'opposition est rude. Curieusement, ils ne prennent pas encore la mesure de l'image et de ses utilisations néfastes. (...) De manière caractéristique, ils ne s'entourent pas des conseils de spécialistes de la télévision. Leur préparation à la confrontation se fait avec leur garde politique rapprochée[4]. »

[1] UNGER, Gérard. La communication de Pierre Mendès France. *Art. cit.,* p. 252

[2] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 67-67 et p. 129-130

[3] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 31, n° 2, 1969

[4] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 211

Le Monde retranscrit les grandes lignes de ses interventions. A nouveau, le discours rocardien est remarqué tant à droite qu'à gauche. On vante sa jeunesse et le brio de ses analyses. On peut ainsi s'étonner de lire dans *Le Figaro* – qui n'est certes pas encore à l'époque le journal de Robert Hersant, mais plutôt le quotidien défendant le « libéralisme modéré de la droite classique[1] » –, ce portrait élogieux du candidat révolutionnaire : « Tourneur fraiseur et inspecteur des Finances », « Michel Rocard se veut le Martin Luther du socialisme (...) Michel Rocard, lui c'est la rigueur. Pas sérieux, s'abstenir... (...) Celui-ci sourit, s'anime, se montre détendu, chaleureux, passionné par les hommes autant que par les chiffres (...) Et surprise le cerveau électronique de ce fort en thème est aussi prompt à l'humour qu'à l'analyse politique ou à l'exégèse économique[2]. »

Le Nouvel Observateur, jusque-là réticent, en fait clairement son nouveau leader. La défaite sévère de Gaston Defferre amène en effet à une remise en cause de la ligne politique jusque-là dominante et à la recherche de nouveaux leaders. Maurice Duverger, le père de la science politique française et l'un des fondateurs du Club Jean Moulin, lui consacre un portrait-analyse intitulé « Révélation d'un jeune leader » :

« La vieille gauche est morte entre le 28 avril et le 13 mai 1968. Elle a peu de chances de ressusciter. Certes la rude défaite que leur stratégie centriste a infligée aux social-démocrates, malgré les efforts et le courage de Pierre Mendès France, les conduira nécessairement à reprendre la stratégie de 1965-1968 et à se rapprocher de nouveau du PCF. »

Le politologue n'hésite pas à qualifier les « états-majors » des partis de gauche traditionnels (SFIO, PCF) de « médiocres » et souligne la « ressemblance frappante » entre « MM. Pompidou, Poher, Duclos, Defferre ». Au contraire, « la campagne de Michel Rocard ouvre quelque espoir. (...) Il reste important qu'un jeune leader se soit révélé et qu'il ait aidé à poser les problèmes dans leur véritable perspective. C'est une petite lueur dans la nuit qui enveloppe aujourd'hui la gauche[3]. »

Pourtant, il n'y a pas une réaction uniforme et favorable de la presse de gauche. Tous ceux qui ont soutenu Alain Poher ou s'y sont ralliés au second tour jugent durement la

[1] BLANDIN, Claire. *Le Figaro. Deux siècles d'histoire.* Paris : Armand Colin. 2007, p. 177

[2] *Le Figaro*, 29 mai 1969

[3] *Le Nouvel Observateur*, 3 juin 1969

candidature de division Rocard. *Témoignage Chrétien* qui avait soutenu la candidature du PSU au premier tour[1], sous la plume de Georges Casalis, prend à témoin Michel Rocard en affirmant qu'il a lui-même contribué à la défaite des idéaux qu'il défend : « Tout ceci ne serait pas si lourd, si ce n'était exactement, cher Michel Rocard, ce que tu nous avais demandé de choisir en nous abstenant[2]. »

C) La « piqûre de rappel » : la victoire contre Couve de Murville

1) Une victoire très médiatisée …

La campagne de 1969 reste toutefois un demi-succès. Si Michel Rocard s'est fait connaître du grand public, il n'obtient que 3,66 % des voix. Ce qui est un score honorable pour un parti comme le PSU, mais est loin de confirmer les attentes portées dans le mouvement de Mai 68. Le gaullisme, ou plutôt son héritage pompidoliste semble plus que jamais renforcés. Mais une opportunité va permettre à Michel Rocard de profiter de sa célébrité et, en même temps, de s'affirmer comme l'avenir potentiel de la gauche. Suite à la démission du général de Gaulle, son Premier ministre depuis juin 1968, Maurice Couve de Murville est aussi contraint de quitter Matignon. Ses relations n'étant pas très bonnes avec Georges Pompidou, il ne fait pas partie du gouvernement composé par celui-ci et Jacques Chaban-Delmas. Maurice Couve de Murville souhaitant réintégrer l'Assemblée Nationale – il a été très brièvement député en 1968 –, Pierre Clostermann, autre figure du gaullisme – et que nous avons déjà rencontré comme député de la 4ème circonscription des Yvelines – démissionne pour permettre à l'ancien Premier ministre du général de Gaulle de lui succéder. Mais ce qui s'apparentait à une simple formalité, va s'avérer en réalité un piège redoutable pour l'ancien Premier ministre, peu habitué des marchés et des meetings. « Couve de

[1] *Le Monde*, 30 mai 1969

[2] *Témoignage Chrétien*, 10 juillet 1969

Murville, sur les marchés banlieusards, est aussi déplacé qu'un pélican dans une basse-cour[1] », ironise alors *Le Nouvel Observateur*.

Michel Rocard qui avait jusque-là échoué dans ses candidatures législatives dans la 4ème circonscription des Yvelines, trouve une opportunité. Depuis 1967, il a pu s'imprégner de ce territoire et le parcourir. Sa base électorale est consolidée, et comparativement aux scores nationaux du PSU, très honorable. Il ne lui manque que l'accès au second tour, bloqué jusque-là par le « désistement républicain ». Cette pratique ancienne, remontant aux débuts de la IIIème République, implique que le candidat de gauche parvenu second au premier tour se retire pour celui mieux placé. Michel Rocard étant arrivé par deux fois, en 1968 et 1969, second, il a dû à chaque fois se retirer pour le candidat communiste. Dans cette courte campagne partielle, entre le 22 septembre et le 26 octobre 1969, il ratisse le terrain allègrement. Contrairement à son adversaire, il ne bénéficie pas du soutien de la presse locale, très largement favorable au pouvoir en place. Maurice Couve de Murville a ainsi le droit chaque semaine à une large couverture de sa campagne dans le *Courrier républicain des Yvelines*. Le journal ne tarit pas d'éloges sur le candidat UDR, jugeant qu' « il est évident qu'un homme politique de l'envergure de M. Couve de Murville, ne peut qu'apporter un appui très efficace aux règlements des problèmes auxquels les habitants de notre région doivent faire face[2]. » Bravant la réalité d'un candidat mal à l'aise sur le terrain, le journaliste n'hésite pas à souligner que « M. Couve de Murville a fait une campagne systématique, multiplié les contacts à tous les niveaux. Il a tenu à rendre visite aux responsables locaux et municipaux, cherchant partout le moyen de s'informer des problèmes d'équipement de la région. L'autre samedi encore, malgré le brouillard et le froid, l'ancien Premier ministre s'est rendu sur le marché du plateau de La Celle-Saint-Cloud pour mieux apprécier les problèmes de la circonscription[3]. »

Les photos de l'ancien Premier ministre sont nombreuses dans cette presse locale, et si elles sont censées montrer la proximité que l'homme politique entretient avec les citoyens – il dialogue avec des jeunes parents dans le numéro du 1er octobre 1969, puis, le 16 octobre, discute avec une dame revenant du marché – leur analyse laisse une impression de malaise.

[1] *Le Nouvel Observateur*, 3 au 9 novembre 1969

[2] *Le Courrier républicain*, 1er octobre 1969

[3] *Le Courrier républicain*, 15 octobre 1969

L'ancien ministre des Affaires étrangères du général de Gaulle n'y est jamais souriant, toujours enfoncé dans son costume de diplomate et à l'allure hautaine, renforcée par sa grandeur longiligne. Cette iconographie respire des relations plus que glaciales.

Au contraire, la couverture de Michel Rocard est réduite à peau de chagrin dans la presse locale. Il n'a droit qu'à un tout petit encart dans le numéro du 8 octobre 1969, plus petit que celui du candidat du Centre démocrate. Malgré ces conditions défavorables, Michel Rocard n'hésite pas sur ses chances de réussite, il ose ainsi affirmer au *Courrier républicain* : « Cette fois nous nous battons pour la victoire ! » Le candidat PSU ne fanfaronne pas dans le vide, il a en effet eu connaissance d'un sondage, réalisé à l'intention de Jean-Jacques Servan-Schreiber, qui avait d'abord pensé se présenter dans cette circonscription. Celui-ci donne Maurice Couve de Murville à 43 %, Jean-Jacques Servan-Schreiber à 25 % et le PCF à égalité avec Michel Rocard à 16 %[1]. Le retrait, alors connu de Jean-Jacques Servan-Schreiber, lui ouvre une voix assez large dans la gauche réformiste, et le sondage le montre capable de se hisser au second tour. En outre, cette étude montre que le candidat de droite a face à lui plus de 50 % d'électeurs qui lui sont potentiellement hostiles – Jean-Jacques Servan-Schreiber est en effet alors un violent critique du gaullisme et ce depuis l'arrivée au pouvoir du général de Gaulle, qu'il taxe d'inadaptation à la société contemporaine et d'archaïsme. Michel Rocard joue pleinement, durant cette élection, l'enracinement local contre un candidat qu'il accuse de parachutage. Il peut également compter sur le bon ancrage de son suppléant M. Crozet, conseiller général, qui s'est opposé au futur aéroport de Chavenay. Or, nous l'avons vu, dans cette circonscription la lutte contre l'urbanisation en cours était un vrai enjeu pour les habitants.

La communication-propagande, ainsi que la forte médiatisation de Michel Rocard vont contribuer à son succès. Mais la défaite de Maurice Couve de Murville s'explique avant tout par des données propres à cette élection : l'abstention, la sociologie de la circonscription et l'attitude des autres candidats. Cette circonscription, comme ont pu le montrer les résultats électoraux précédents, n'a rien de favorable à la gauche, même si on y compte des zones industrielles à ancrage communiste (Les Mureaux notamment). L'élection étant partielle, et venant juste à la suite de la présidentielle, elle mobilise peu, en particulier à droite. Michel Rocard reproduit à peu de choses près son score de 1967 avec 5116 voix, alors que Maurice

[1] *Le Courrier républicain*, 8 octobre 1969

Couve de Murville perd 2000 voix par rapport au score de premier tour de Pierre Clostermann. L'abstention a donc plus touché le score du candidat de droite, l'électorat rocardien restant assez stable. Michel Rocard, dépassant cette fois légèrement le candidat PCF, peut se hisser au second tour – son aura nationale acquise lors de la présidentielle a pu compter dans cette compétition au sein de la gauche. Mais Michel Rocard a encore près de 30 % des voix à concourir pour gagner le second tour – soit plus du double de son score initial, le total des voix de gauche n'étant pas suffisant puisqu'il n'atteint que 42 %. C'est donc la sociologie et l'attitude des autres candidats de droite qui vont permettre la victoire du candidat PSU. En effet, Maurice Couve de Murville a aussi face à lui Pierre Sonneville, ancien résistant et candidat centriste – Centre démocrate – dans cette élection. Durant la campagne, il a même reçu l'appui d'Alain Poher, lui-même Président du Sénat et ancien président de la République par intérim, candidat malheureux à l'élection présidentielle de 1969[1]. Le candidat du Centre Démocrate a longuement critiqué son adversaire UDR et refuse au second tour d'appeler à voter pour lui. L'article dans lequel il s'explique est d'ailleurs si imprécateur à son égard, qu'il n'est pas étonnant que les électeurs y lisent un appel à voter contre l'ancien Premier ministre du général de Gaulle[2]. On peut voir que se règlent là des enjeux nationaux, qui ont opposé les gaullistes et leurs adversaires centristes et de gauche en 1968-1969. Pierre Sonneville entend ainsi venger la défaite d'Alain Poher contre Georges Pompidou, quelques mois auparavant. Cette tendance est encore renforcée par le nombre conséquent de « rapatriés » d'Algérie ayant voté pour le candidat de centre-droit. Ceux-ci, depuis l'indépendance de l'Algérie, conservent un ressentiment profond à l'égard du gaullisme dont Maurice Couve de Murville est l'un des principaux représentants. Les 12,8 % du candidat « centriste » vont donc se reporter quasi intégralement sur Michel Rocard. Le journal *Combat,* où s'expriment divers horizons politiques, mais en général critiques du gaullisme et du communisme, avait d'ailleurs sous la plume de François Fonvieille-Alquier, apporté son soutien au candidat du PSU et se félicite de son élection[3]. Ces ralliements permettent à Michel Rocard de l'emporter assez largement avec 53,8 % des voix contre 46,2 % à Maurice Couve de Murville. *Le Courrier républicain*, dont on a vu les affinités avec le parti de gouvernement, ne manquera pas de souligner l'étrangeté de cette victoire dans

[1] *Le Courrier républicain*, 8 octobre 1969

[2] *Le Courrier républicain*, 22 octobre 1969

[3] *Combat*, 29 octobre 1969

« l'une des circonscriptions les plus modérées de France, habitée par des cadres ». Quant à Maurice Couve de Murville, il ne choisit pas de sortir noblement, mais fustige au contraire un candidat d'extrême gauche révolutionnaire, élu « avec les voix du centre et de l'extrême droite[1] ».

2) …qui lui donne une grande visibilité

Michel Rocard devient donc député. Cette élection partielle isolée dans l'agenda électoral, en pleine rentrée politique, et face à un adversaire majeur, lui donne une visibilité redoublée. Mieux, ce succès contrastant avec le score catastrophique de Gaston Defferre à l'élection présidentielle, accompagné dans un tandem sans passion par Pierre Mendès France, ancien espoir de la gauche, fait de Michel Rocard le nouveau visage à même de relever le socialisme. Les premier sondages le concernant sont ainsi très positifs puisque 37 % des sondés se disent satisfaits de sa victoire et même 60 % chez ceux qui se sont vraiment intéressés à la campagne[2]. Il fait d'ailleurs une entrée dans le baromètre IFOP avec 47 % d'opinions positives contre 23 de négatives, se situant de loin en tête des personnalités de gauche (31 % pour Defferre et 35 % pour Mitterrand). C'est d'ailleurs surtout à gauche qu'il séduit, recueillant 56 % d'opinions positives contre 27 % à droite[3]. *La Croix* – qui compte en son sein une frange non négligeable de « cathos de gauche » – n'hésite pas à le présenter en « nouveau PMF[4] ». Quant au quotidien populaire *France-Soir*, sous la plume de Jean Ferniot, il dépeint un Rocard en « Proudhon passé par l'inspection des finances, qui s'efforça de marier le socialisme des âges romantiques à la technocratie de notre époque[5]. »

La droite gaulliste voit au contraire la menace d'un potentiel leader non-communiste de gauche croître. Georges Becker, ancien député gaulliste, n'hésite pas à l'assimiler au stalinisme et à titrer un article qui lui est consacré : « Un homme dangereux », le qualifiant de

[1] *Le Courrier républicain*, 29 octobre 1969

[2] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 31, n° 4, 1969

[3] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 32, n° 2, 1970

[4] *La Croix*, 28 octobre 1969

[5] *France-Soir*, 29 octobre 1969

« fanatique » et le voyant déjà doter ses « troupes » de chemises, allusion à peine voilée au fascisme. Ce redoublement des attaques montre que désormais Michel Rocard compte dans le nouveau paysage politique français[1].

3) Un député qui compte

Figurant parmi les non-inscrits, le nouveau député des Yvelines n'a pas la possibilité de participer aux questions au gouvernement, moment clé de la vie parlementaire[2]. Toutefois, dès ses débuts il profite de son statut pour poser une question écrite et choisit de l'orienter vers la probité des hommes politiques, thème porteur à une heure où les personnalités au pouvoir connaissent plusieurs « affaires ». On peut ainsi penser à « l'affaire Markovic » qui a engendré un mouvement de presse contre Georges Pompidou en 1968, et « la commode Foccart », dévoilée par *Le Canard Enchaîné* en 1969 – Jacques Foccart conseiller aux affaires africaines du général de Gaulle était soupçonné d'enregistrer grâce à une commode toutes les discussions au sein de l'Elysée. Michel Rocard s'y forge dès cet instant une image d'incorruptible, d'homme honnête, qui contribue encore à sa « légende dorée » aujourd'hui.

Il est également l'auteur de deux propositions de loi sur des sujets concrets et qui permettent de souligner son attention aux problèmes quotidiens des Français : une proposition de loi pour diminuer et encadrer les charges locatives et une autre sur les associations de consommateurs, qui lui vaut une certaine couverture presse. Il a ainsi droit à une interview dans *Combat*, journal pourtant peu favorable au PSU, mais attentif à la défense des « petits » contre les « gros », dans la pure tradition radicale. En effet, cette proposition – qui n'est finalement pas votée – entend permettre aux consommateurs de s'associer pour mener une action en justice[3]. Il intervient aussi beaucoup sur les questions de sécurité, en dénonçant un État autoritaire et policier : « Il y a eu des ministres de l'Intérieur propres et respectables.

[1] *La Tribune de la nation*, 31 octobre 1969

[2] LE TORREC, Virginie. Aux frontières de la publicité parlementaire : les assemblées et leur visibilité médiatisée. *Réseaux*, n° 129-130, 2005 ; GUIGO, Pierre-Emmanuel. La communication des parlementaires de gauche. In Colloque « Tribuns du peuple, Les gauches au Parlement de 1870 à nos jours », Assemblée nationale, 10 et 11 octobre 2013

[3] *Combat*, 5 novembre 1972

Mais depuis deux ans, l'actuel ministre a tout couvert, tout avalé : ratonnades, cognages à terre, dans les cars, dans les commissariats[1]. »

Il peut en outre compléter cet activisme parlementaire par la tribune audiovisuelle et la presse. En tant que nouvel espoir de la gauche il est régulièrement invité aux émissions politiques. Il est d'ailleurs l'un des seuls hommes de gauche et d'extrême gauche – avec peut-être Alain Krivine – à fréquenter assidument les plateaux, François Mitterrand étant encore, à cette époque, mis à l'écart de la vie politique par ses prises de position en Mai 68. Les tribunes se multiplient alors pour lui permettre de commenter et surtout de critiquer l'action du gouvernement. C'est bien évidemment sur le plan économique qu'il peut le mieux porter la contradiction. A deux reprises, il est l'invité de l'émission politique phare de l'époque : *A Armes égales*. Celle-ci s'impose comme une tribune incontournable pour les politiques, avec une audience importante, près d'un téléspectateur sur deux, jusqu'en janvier 1972[2]. Elle fait même partie selon Pierre Leroux et Philippe Riutort des premiers essais de spectacularisation de la politique, avec un découpage en séquences ayant pour but de ne pas ennuyer le spectateur[3]. L'émission impose surtout le format du débat politique télévisuel, rare jusque-là. Michel Rocard a d'ailleurs la chance de se trouver confronté à deux adversaires qui le grandissent nettement, puisqu'il s'agit pour les deux de cadres du régime : Edgar Faure[4] (ancien Président du Conseil et ancien ministre de l'Education sous de Gaulle) et Alexandre Sanguinetti[5] (député gaulliste et ancien ministre des anciens combattant et rapatriés). Le contraste entre le jeune Michel Rocard et les deux vieux routiers vient conforter l'image du renouveau.

Face à Edgar Faure pour débattre de l'État, Michel Rocard est opposé à un fin connaisseur des débats. L'ancien président du Conseil avait été un des seuls à ne pas perdre totalement la face devant la caméra en 1958 lors des premiers essais télévisuels[6]. Encore novice dans cette formule, le Secrétaire national du PSU sait notamment faire preuve

[1] *Le Monde*, 5 octobre 1971

[2] PŒLS, Géraldine. *Les Trente Glorieuses du téléspectateur. Op. cit.,* p. 107

[3] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La politique sur un plateau*. Paris : PUF, 2013, p. 14

[4] INA, Première chaîne, *A armes égales*, 16 juin 1970

[5] INA, Première chaîne, *A armes égales*, 16 mai 1972

[6] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 82

d'humour et d'une certaine décontraction, cigarette toujours à la main. Il fait rire le public en proclamant, bravache, que « 64 % des Français pensent que l'État est aux mains des classes privilégiées » selon la SOFRES, et désignant là l'électorat potentiel du PSU. Sa présentation est toutefois peu soignée et ne contribue pas à le crédibiliser (annexes, document 9). Il apparaît le costume un peu défait et les cheveux en bataille. Par ailleurs, son adversaire bénéficie d'une expérience bien plus notable. Loin de camper une position de conservateur, Edgar Faure se veut réformateur, et soutient que lui aussi souhaite modifier le système. Il signale, après la diffusion du film de son adversaire, qu'il l'apprécie et se trouve en accord avec ce qui a été exposé. Michel Rocard est donc contraint d'attaquer un adversaire en permanence dans l'esquive et l'ironie, qui réussit le tour de force de montrer que Michel Rocard est en accord avec certains aspects du gaullisme. L'ancien ministre le piège sur la question de la légalité et de la révolution : « si on fait affronter deux réformistes le débat aura moins d'intérêt, moi je vous croyais révolutionnaire. » Ainsi, il questionne Michel Rocard sur le pouvoir des ouvriers : « vous parlez de pouvoir ouvrier (...) dans l'État est-ce que vous estimez nécessaire que les ouvriers aient plus de pouvoir ? ». Et face à la réponse du leader PSU, il s'exclame : « vous êtes d'accord avec le général de Gaulle, vous auriez donc dû le soutenir. »

Le thème de l'autre émission est moins à son avantage. Il est en effet renvoyé à une thématique qui va peser lourd sur son image, au point de devenir un stigmate : le gauchisme. Lui-même n'est pas présenté comme tel, mais comme les côtoyant régulièrement, ce qui rajoute à l'ambiguïté de sa position. Depuis 1970, Michel Rocard semble mieux préparé et adapté au format. Il apparaît plus à l'aise et moins passif face à son contradicteur, lui aussi un habitué des débats[1]. Il a soigné sa présentation, et ne fume plus en plateau. Son costume est mieux tenu, et sa cravate mieux nouée. Il a également amélioré son articulation pour être plus compréhensible et appuie son discours par la gestuelle. Il pointe beaucoup Alexandre Sanguinetti du doigt. Il profite notamment des plans de coupe lorsque son adversaire parle pour faire des moues et montrer son agacement ou son rejet des thèses évoquées, preuve d'une intériorisation des codes télévisuels (annexes, document 10).

[1] *Ibid.,* p. 212

Hissé au rang des ministres et des principaux leaders politiques dans les médias, il est également l'invité de l'émission présentée par Jacques Chancel : *Radioscopie*[1]. L'émission lancée en 1968 et diffusée de 17 à 18h, en semaine sur France-Inter, connaît un grand succès. Le député des Yvelines a la possibilité d'offrir un autre visage de lui, moins politique, plus personnel, aidé par un journaliste complice qui le met à l'aise : « Vous savez que vous avez une voix. Vous savez qu'elle est placée, c'est une voix déjà politique. » Si Jacques Chancel tente de mettre en valeur la contradiction entre le bourgeois et ses idées socialistes, Michel Rocard arrive à montrer sa connaissance du peuple et de ses modes de vie. Ainsi, lorsque Chancel lui fait remarquer qu'il a des vacances de bourgeois, Michel Rocard corrige en soulignant que dans sa jeunesse, il allait au ski sans remonte-pente, cassait lui même la glace. A la question sur le coût d'un ticket de métro, il se montre par contre moins à l'aise, et doit préciser qu'il n'a pas de métro sur son parcours et doit donc le faire en voiture.

VI) Emporté par la dérive gauchiste

A) Un déclin de sa visibilité

Depuis 1968, la mutation du PSU a été profonde. De nombreux militants maoïstes et trotskystes issus de mai 68 l'ont rejoint (plus de 4 000, sur un total de 16 500[2]), entraînant une radicalisation du parti. Celle-ci a nécessairement des conséquences sur la parole de son principal représentant. Pour maintenir sa position dans le parti, Michel Rocard est lui aussi contraint de gauchiser son discours. En tant que député, il est surveillé et soupçonné par ses propres militants de s'éloigner de l'idéal révolutionnaire. Ainsi, au Conseil national qui suit son élection, il doit déjà « rendre des comptes » à ses pairs qui l'interpellent : « Camarade, pour être député, tu ne dois pas oublier que tu restes le représentant d'un parti révolutionnaire. Le jeu électoral n'est qu'un jeu ; un moyen, non une fin en soi. Tu ne dois pas céder aux

[1] INA, France Inter, *Radiscopie*, 18 décembre 1972

[2] KRAUS, François. *Les Assises du socialisme ou l'échec d'une tentative de rénovation d'un parti,* Maîtrise sous la direction de Frank Georgi et de Jean-Louis Robert : histoire : Université Paris 1, 2001, p. 22-23

tentations et aux facilités du parlementarisme[1]. » Pour maintenir les équilibres internes face à ces contestations, Michel Rocard joue sur l'ambiguïté de son positionnement. Il use d'un « double langage », alternant entre une phraséologie « inspirée de thèmes réalistes démocratiques et modernistes, et un verbalisme révolutionnaire gauchisant d'inspiration soixante-huitarde, qui souligne sa position ambiguë depuis la radicalisation idéologique et stratégique du parti après mai 1968[2]. » Il ose l'affirmer en conférence de presse, soulignant que le PSU se nourrit des traditions « gauchiste, communiste et social-démocrate[3] ».

Il est par ailleurs de plus en plus pris dans les luttes internes au PSU. Après avoir été mis en minorité par la direction nationale en janvier 1971[4], il ressort du Congrès de Lille certes vainqueur – la polémique avec le PCF l'a en outre aidé à resserrer les rangs[5] –, mais c'est une victoire à la Pyrrhus. *La Croix* ne s'y trompe pas en titrant un article : « La réélection de Michel Rocard ne clarifie pas les orientations politiques du PSU[6] ». S'il parvient à faire passer son analyse sur la « prise du pouvoir » : « qui n'exclut pas, en période révolutionnaire, le risque d'un affrontement armé avec la bourgeoisie », il doit accepter l'adoption de la dictature du prolétariat comme base et les critiques vives du Parti à l'encontre du PCF[7]. Pour se maintenir à la direction du PSU il est donc contraint de radicaliser ses positions. Mais il peut désormais s'enorgueillir d'une direction entièrement recrutée parmi les signataires de la motion majoritaire. Toutefois, l'une des conséquences est l'hémorragie des troupes militantes, notamment des plus gauchistes et de celles, au contraire plus favorables à un recentrage :

« Amorcée avec la victoire rocardienne au Congrès de Lille de juin 1971, cette hémorragie militante est liée au processus d'élimination des secteurs gauchistes du parti à partir de janvier 1972, avec le départ des principaux éléments de la tendance trotskisante (rejoignant la Ligue Communiste), suivi de l'exclusion, en juin 1972, des maoïstes de la

[1] *Le Monde*, 2 novembre 1969

[2] KRAUS, François. *Les Assises du socialisme ou l'échec d'une tentative de rénovation d'un parti. Op. cit.*, p. 22-23

[3] *Le Monde*, 27 août 1969

[4] *Le Monde*, 25 janvier 1971

[5] *Le Nouvel Observateur*, 30 mai 1971

[6] *La Croix*, 30 juin 1971

[7] *La Croix*, 29 juin, 1971

"Gauche Révolutionnaire" et de la dislocation de la tendance "populiste" des Groupes Ouvriers et Paysans à partir d'octobre 1972. D'abord "invisibles", ces départs se font, début 1972, moins discrets avec le départ vers le Parti socialiste de 2 à 300 adhérents derrière Gilles Martinet qui dénonce un "conglomérat idéologique sans cohérence et sans consistance", dépourvu "de réalisme" envers l'Union de la Gauche[1]. »

Ces conflits attirent la rare attention que la presse prête à ce parti de la gauche radicale. Comme le souligne Antony Broh, les médias sont toujours tentés de mettre en lumière les confrontations internes aux forces politiques[2]. Le PSU bien connu pour sa liberté de ton est un terrain propice aux confrontations. Si celles-ci, à une époque où la gauche est en reconstruction, amusent ou attendrissent la presse, face à la mise en place de l'Union de la gauche et la signature du Programme commun en 1972, elles agacent et ridiculisent. Très rapidement, le Secrétaire national apparaît comme « écartelé[3] » entre les tendances du PSU. Les journaux télévisés s'intéressent surtout à lui lors des crises internes du PSU, et il n'apparaît plus que dans ce cadre militant[4] ou alors lors de manifestations comme celle du 1er mai 1971[5]. Il y figure en veston, cigarette à la bouche, au milieu d'étudiants scandant « Ho-ho Ho Chi Minh, Che Che Guevara ».

Si, comme nous l'avons vu, cela a peu d'impact sur sa présence télévisuelle jusqu'en 1971, par la suite, il est systématiquement renvoyé au gauchisme et isolé de l'espace public. Cela se ressent nettement dès le second *A armes égales* face à Alexandre Sanguinetti. Il est, encore plus qu'en 1970, embourbé dans une tension entre discours révolutionnaire et analyses proches du réformisme. Son adversaire a beau jeu d'en faire un gauchiste pur et dur et le somme de prendre ses distances à l'égard des maoïstes et trotskystes. L'agressivité de Michel Rocard et la répétition du doigt pointé vers l'ancien ministre confortent cette impression. Le film d'Alexandre Sanguinetti paraît en outre plus attrayant. Il est plus drôle et décrédibilise

[1] KRAUS, François. *Op. cit.,* p. 22-23

[2] BROH, Anthony. Horse race journalism : reporting the poll in the 1976 presidential election. *Public Opinion Quaderly,* n° 44, avril 1980, p. 514-529.

[3] *Le Nouvel Observateur*, 15 novembre 1971

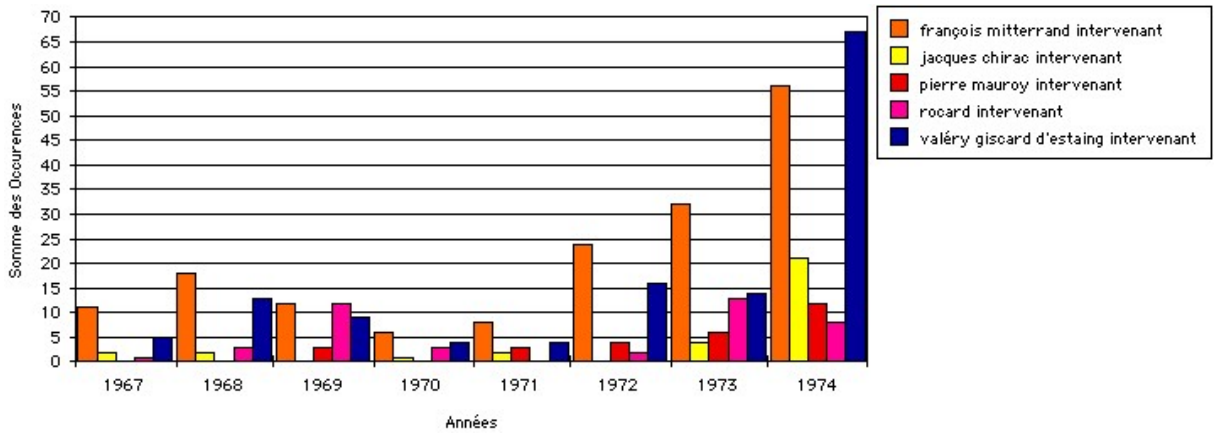
[4] INA, Première chaîne, *JT 20h*, 31 octobre 1969

[5] INA, Première chaîne, *JT 20h*, 19 janvier 1973

celui de son adversaire qui consiste en un documentaire, mêlant reportage social et manifeste révolutionnaire.

Par la suite, les invitations aux principales émissions se font plus rares. D'autant qu'on constate, à la même époque, une reprise en main de l'audiovisuel par le pouvoir gaulliste – faisant suite à une certaine libéralisation depuis 1969 – marquée par le renvoi de Pierre Desgraupes de la direction de la Première chaîne et la nomination de Philippe Malaud comme « secrétaire d'État auprès du Premier ministre, chargé de la Fonction publique et des services de l'Information[1] ».

Graphique 4 : Comparaison du nombre d'interventions de Michel Rocard et d'autres leaders politiques (1967-1974), source : Inathèque



Le graphique 4 en témoigne. Après un net essor en 1968 et 1969, lié à ses campagnes électorales, il disparaît des écrans de télévision en 1971 et est quasi absent en 1972. En 1973, la campagne des législatives lui permet de retrouver une visibilité. Mais, le cadrage est très négatif, comme le montre son passage à *Actuel 2*, la grande émission politique d'Antenne 2[2]. Il s'agit d'une confrontation à de prestigieux journalistes. Michel Rocard trouve ainsi face à lui Michèle Cotta de *L'Express*, Michel Bassi rédacteur en chef du *Figaro*, José Van Den Esche de *L'Aurore* et Sonia Lemaire du *Républicain Lorrain*. Le Secrétaire national du PSU n'y est pas à son aise. Le stigmate gauchiste lui est systématiquement accolé. Il est présenté

[1] BOURDON, Jérôme et CHAUVEAU, Agnès. Un politique conservateur, un communicateur oublié : Georges Pompidou et la radiotélévision. *Art. cit.,* p. 268

[2] INA, Deuxième chaîne, *Actuel 2*, 15 janvier 1973

comme en difficulté et menacé lors des prochaines législatives, selon le présentateur Jean-Pierre Elkabbach. Le propos y paraît peu clair comme le rapporte *L'Aurore* : « Autogestion. Le grand mot est lâché. Pour Michel Rocard, ce mot suffit à tout expliquer, tout résoudre. Cela exposé d'une manière confuse, donc une abstraction à laquelle le "témoin inattendu" : Antoine Riboud, PDG de BSN, essayera d'apporter les corrections de bon sens, du réalisme et de l'expérience[1]. » Sonia Lemaire comme Michèle Cotta interrogent Michel Rocard sur les nombreux départs et les conflits au sein du PSU. Les éditorialistes en présence tentent de renvoyer Michel Rocard à « l'intransigeance » de son parti et au « surréalisme » de ses positions politiques. Quant au contradicteur, Antoine Riboud, PDG de BSN, il contribue à accentuer l'image d'un Michel Rocard aux théories irréalistes : « ce n'est pas facile de discuter avec vous, vous êtes un prophète, vous travaillez dans le très lointain. Malheureusement moi je travaille dans des problèmes immédiats[2]. »

Même au sein de la presse de gauche, il perd de son aura. *Le Nouvel Observateur* opte pour un ton plus dur à l'égard des militants du PSU, décrits comme des possédés – au sens dostoïevskien du terme[3] – du socialisme, notamment après le Congrès de Lille[4] : « Pas un mot sur la social-démocratie. Personne n'a songé à répondre à la lettre adressée par Mitterrand aux congressistes. Gilles Martinet fut le seul à prononcer son nom. La social-démocratie, comme les groupes révolutionnaires, fait pourtant partie du champ politique, et les congressistes de Lille l'ont superbement ignorée[5]. » Le programme « révolutionnaire » – intitulé « La révolution qu'est-ce que c'est » – monté par la direction nationale afin de répondre au Congrès d'Epinay est décrit avec sarcasme par Marcelle Padovani, chargée du suivre le PSU au *Nouvel Observateur*[6]. Quant à *L'Express* il se demande si Michel Rocard aura le temps de trouver une réponse au titre de ce programme car « nombre de militants commencent à se demander ce qu'est le PSU[7] ». Le député des Yvelines apparaît plus que jamais englué dans ses contradictions. Jean-Marie Rouart synthétise bien ce dilemme :

[1] *L'Aurore*, 16 janvier 1973

[2] INA, Deuxième chaîne, *Actuel 2*, 15 janvier 1973

[3] DOSTOÏEVSKI, Fyodor. *Les possédés*. Paris : Le livre de poche, 1977, rééd.

[4] *Le Nouvel Observateur*, 11 juillet 1971

[5] *Le Nouvel observateur*, 11 juillet 1969

[6] *Le Nouvel Observateur*, 29 novembre 1971

[7] *L'Express*, 29 novembre 1971

« Michel Rocard apparaît plutôt comme un révolutionnaire sans révolution, et qui ne veut pas, pour autant, croiser les bras[1]. »

Cette marginalisation se ressent également dans les sondages. Alors qu'il atteignait des records au moment de son entrée au Palais Bourbon, en tête des personnalités de gauche, il n'est plus qu'à 29 % d'opinions positives contre 32 % de négatives en octobre 1970. Il perd alors particulièrement chez les catégories socio-professionnelles les plus favorisées au sein desquelles il obtenait des bons scores en 1969[2]. Au même moment, tous les leaders socialistes, François Mitterrand en tête, profitent pourtant d'une forte hausse dans les sondages, à la suite de la signature du Programme commun. En 1972 et 1973, François Mitterrand et Gaston Defferre atteignent près de 50 % d'opinions positives alors que Michel Rocard stagne autour des 30 %. Il est même tout près de sortir des cinq leaders de gauche dont la popularité est analysée au sein du baromètre IFOP[3].

B) Englué dans des luttes stériles et internes à la gauche

Si les luttes internes dominent le cadrage médiatique accordé à Michel Rocard et au PSU, les luttes au sein de la gauche y occupent aussi une part essentielle. Après Mai 1968 et la présidentielle de 1969, l'heure est au débat interne à gauche. Les forces nouvelles issues de Mai 1968 et en particulier, d'une part le PSU, d'autre part le PCF, sont en concurrence (disproportionnée toutefois) pour l'incarnation de la parole ouvrière. Aux attaques vives du PSU critiquant le totalitarisme soviétique, répondent les accusations de division de la gauche adressées par le PCF au parti de Michel Rocard. Le PSU est ainsi accusé, dans les colonnes de *L'Humanité* et de *France-Nouvelle*, de faire le jeu de la droite et d'être, sous des allures faussement gauchistes, un parti droitier : « En fait, les positions concrètes du PSU montrent assez qu'il représente un courant néo-réformiste à phraséologie gauchisante[4]. » Le magazine

[1] *Le Figaro*, 15 mai 1972

[2] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 33, n° 2, 1971

[3] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 35, n° 1, 1973

[4] *France-Nouvelle*, 27 mai 1970

assimile ainsi les campagnes des candidats du PSU à celles de Jean-Jacques Servan-Schreiber ou de Jacques Chaban-Delmas.

Mais la violence entre les deux partis n'est pas que verbale, elle est aussi symbolique, voire physique. En mai 1971, le PSU décide d'organiser son propre défilé du 1er mai au matin, durant lequel des manifestants s'en prennent à des tombes d'anciens dirigeants communistes, déclenchant une nouvelle polémique. Michel Rocard est contraint d'affirmer dans *France-Soir* qu'il n'y a pas d'animosité particulière à l'égard du PCF[1].

Le PSU va également durant ces années se confronter aux syndicats. La volonté d'implanter le PSU dans les entreprises va être une pierre d'achoppement entre celui-ci et plusieurs syndicats dont la CGT et même la CFDT, pourtant réputée proche jusque-là du PSU. Pour Edmond Maire, secrétaire général de la fédération de la Chimie à la CFDT, cette attitude rappelle fâcheusement « celle qui est décrite par Lénine et appliquée subrepticement par le Parti communiste français[2] ». Mais c'est la CGT qui va réagir le plus durement. S'en suit une violente polémique entre Georges Séguy et le nouveau député des Yvelines[3].

Enfin, le PSU est également engagé dans une lutte avec les groupuscules gauchistes, constamment pris à partie par eux. Par tribunes interposées, le PSU, et en particulier son Secrétaire national, sont attaqués par *Rouge*, l'organe de la Ligue communiste révolutionnaire d'Alain Krivine ou encore *L'Humanité rouge,* journal du Parti communiste marxiste-léniniste de France, organisation d'inspiration maoïste[4].

C) Exister par les livres

Face à cette raréfaction des invitations audiovisuelles, et un cadrage négatif, Michel Rocard se tourne vers une stratégie éditoriale. Il entend ainsi non plus s'adresser au grand public, mais sortir de l'image de gauchiste en se positionnant en intellectuel et expert, en

[1] *France-Soir*, 12 mai 1971

[2] *Le Nouvel Observateur*, 8 décembre 1969

[3] *Le Figaro*, 1 novembre 1969

[4] *Le Monde*, 5 juillet 1972

contrôlant totalement sa parole. Le livre est une ressource qu'il va beaucoup utiliser dans sa carrière politique. Rémi Lefebvre rappelle ainsi que la popularité de Michel Rocard fut « entretenue par la publication d'ouvrages[1] ». En effet, comme le souligne Christian Le Bart : « Au niveau tactique, le livre est un support de communication qui, en complément des médias de masse comme la radio et la télévision, permet de toucher un public large et de court-circuiter (pour partie) les autres acteurs du champ politique (partis politiques)[2]. » Il détient même le record incontesté d'ouvrages publiés. Vingt quatre en tout depuis le début de sa carrière selon Christian Le Bart[3] – nos chiffres plus récents recensent même 30 ouvrages au total – devant Michel Debré (22), Edouard Balladur (19), Dominique de Villepin (16).

Les livres qu'il publie alors sont des ouvrages pointus proposant une réflexion amplement développée, parfois avec des collaborateurs. Le premier ouvrage, *Questions à l'État socialiste*, est sans doute le plus marqué par le gauchisme. Il revendique la Yougoslavie comme modèle autogestionnaire[4]. Il s'appuie beaucoup pour son analyse sur le marxisme, sans éluder des prises de distance et des critiques à l'égard de sa traduction soviétique :

« Et le pouvoir totalitaire prolifère, avec son économie bureaucratique, sa pseudo-représentation populaire, sa police omniprésente et sa propagande inlassable. (...) L'État socialiste tel qu'on le connaît refuse l'expression des différences et des conflits, il n'est pas dialectique. Mais les conflits subsistent. Il faut les noyer dans l'oppression[5]. »

Cette critique du communisme l'amène à rejeter le Programme commun de la gauche : « Il n'y a pas de société libre, fût-elle socialiste, si le pouvoir n'y équilibre pas le pouvoir. Notre inquiétude devant le programme commun PC-PS, c'est la toute-puissance d'un État central qui n'a aucun contrepoids[6]. » L'ouvrage connaît un certain retentissement. *Tribune socialiste* publie d'ailleurs plusieurs pages du livre[7], ainsi que *Le Monde*[8]. Jacques Julliard en

[1] LEFEBVRE, Rémi. *Les primaires socialistes* : *La fin du parti militant*. Paris : Raisons d'agir, 2011, p. 23

[2] LE BART. Christian. *La politique en librairie. Les stratégies de publication des professionnels de la politique.* Paris : Armand Colin, 2013, p. 88

[3] *Ibid.,* p. 128.

[4] ROCARD, Michel. *Questions à l'État socialiste*. Paris : Stock, 1972, p. 86

[5] *Ibid.,* p. 146

[6] *Ibid.,* p. 168

[7] *Tribune socialiste*, 15 novembre 1972

[8] *Le Monde*, 22 novembre 1972

vante les mérites – « Voilà un livre courageux » – dans *Le Nouvel Observateur* et y voit le début d'un nouveau départ pour la gauche, ainsi qu'une critique « incisive et pertinente » du programme commun[1]. Alain Duhamel est lui aussi sous le charme pour *Le Monde* :

« L'ardeur indomptable et la certitude fraîche d'un jeune pasteur ; la culture et l'assurance de l'inspecteur des finances ; l'optimisme du militant toujours à la veille de la victoire ; la rapidité et la facilité de l'intellectuel de race ; la chaleur et la gouaille de l'étudiant d'avant-hier ; l'indépendance d'esprit du bourgeois libéral et la foi du socialiste ; Michel Rocard est tout cela et son petit livre *Questions à l'État socialiste* nous renvoie l'image. Le Secrétaire national du PSU était l'homme idéal pour aborder de front, sans tricher, sans complexe, sans défaitisme les questions difficiles que l'expérience du socialisme hors de France pose à ceux qui en souhaitent l'instauration dans notre pays[2]. »

Et même Jean-Marie Rouart pour *Le Figaro* lui trouve des qualités : « Cette réflexion à la fois angoissée et pleine d'espérance donne une qualité particulière à ce livre[3]. »

Dans la même lignée, il signe avec Georges Le Guelte – membre du Commissariat à l'énergie atomique – alias Bernard Jaumont et un très jeune Jean-Paul Huchon (alias Daniel Lenègre) l'ouvrage *Le marché commun contre l'Europe*, une violente critique de la communauté économique européenne, uniquement centrée, selon les auteurs, sur les aspects économiques. La sortie de l'ouvrage coïncide avec le référendum sur l'entrée de trois nouveaux pays au sein de la CEE (Grande-Bretagne, Irlande, Danemark). Les auteurs profitent ici de l'attention tant des médias que de l'opinion pour cette question. Le ton de l'ouvrage est particulièrement dur à l'égard du Marché commun :

« Une des plus vastes mystifications de l'histoire aura sans doute été l'identification de l'Europe avec la construction issue du traité signé à Rome en 1957, officiellement appelée "communauté économique européenne", que l'expression populaire désigne fort justement comme le Marché commun et qui n'est en fait rien de plus qu'une union douanière[4]. »

---

[1] *Le Nouvel Observateur*, 15 janvier 1973

[2] *Le Monde*, 12 mars 1973

[3] *Le Figaro*, 22 décembre 1972

[4] ROCARD, Michel, JAUMONT Bernard et LENEGRE, Michel. *Le marché commun contre l'Europe*. Paris : Seuil, 1973, p. 5

Au contraire, les trois auteurs prônent une Europe sociale et l'alliance de tous les travailleurs européens pour la mise en œuvre du socialisme à l'échelle du continent :

« Le socialisme c'est une société où il faut à chaque instant choisir, c'est-à-dire sacrifier, décider, c'est-à-dire renoncer ; une société où on peut simplement vivre comme des hommes, responsables de leur façon de vivre et construisant lucidement leur avenir au lieu de le subir (...) l'Europe constitue une chance exceptionnelle de passage au socialisme dans une zone qui ne soit pas dominée par la pénurie et où socialisme et liberté seraient indissociables[1]. »

Ces ouvrages, comme on le voit, avec une bonne couverture presse fonctionnent aussi comme des « produits d'appel ». Ils ont aussi pour but de redonner à Michel Rocard une surface médiatique. *Le marché commun contre l'Europe* lui vaut ainsi d'être invité à *Italiques*, le « talk-show » littéraire du début des années 1970. Il y défend son ouvrage face à l'économiste, acteur essentiel de l'élaboration du traité de Rome, Pierre Uri[2].

D) La défaite aux législatives

La marginalité médiatique que le député des Yvelines subit depuis 1971 va encore être accentuée par son échec aux législatives de 1973. Eric Darras a bien montré en effet que les positions institutionnelles, et en particulier les mandats électoraux, influent sur la sélection par les médias des personnalités politiques invitées[3]. Au moment de remettre son mandat en jeu, Michel Rocard sait bien que les chances d'être réélues sont minces, étant donné les circonstances particulières qui l'ont amené à devenir député en 1969. La campagne électorale de 1973 lui permet pourtant de récupérer un peu de temps d'antenne et d'échos dans la presse. *Le Point*[4] comme *Le Figaro*[5] lui consacrent de longs portraits attendrissants. C'est son aspect

[1] *Ibid.,* p. 187

[2] INA, Deuxième chaîne, *Italiques*, 13 avril 1973

[3] DARRAS, Eric. Le pouvoir « médiacratique » ? Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision. *Politix*, vol. 8, n° 30, deuxième trimestre 1995, p. 183-198

[4] *Le Point*, 22 janvier 1973

[5] *Le Figaro*, 16 février 1973

hors norme dans le paysage politique, développé dès 1969 comme nous l'avons vu, qui attire la sympathie :

« Il court, il court, Michel Rocard. Comme cette banlieue dont il est le député. Vingt-quatre-heures avec lui ? Autant attraper une goutte de mercure. Il est entre deux trains, entre deux villes, entre deux réunions dans sa circonscription. Comme tous les leaders nationaux, bien sûr. Une seule différence : pas question de bavarder avec lui dans un avion privé ou dans une voiture noire avec chauffeur. Cet inspecteur des Finances remet son indemnité parlementaire au PSU qui lui verse un salaire de 3 200F par mois. Il ne sait pas encore comment il paiera la secrétaire du parti à la fin de février et le compteur de sa vieille 404 accuse près de 130 000 kilomètres. Tout cela est rafraîchissant. Lucky Luke ? Il lui ressemble un peu, avec sa houppe de cheveux noirs et son éternelle gauloise fichée au coin des lèvres. »

Il récupère également du temps d'antenne avec la campagne officielle. Mais étant donné les scores électoraux faibles du PSU lors des scrutins précédents, Michel Rocard ne peut s'appuyer que sur deux interventions (une au premier puis une au second tour). Sa première allocution sonne d'ailleurs comme un cri d'alarme[1]. Le leader du PSU s'explique d'abord longuement sur le manque de moyens qui ont amené à la simplicité de son intervention :

« Je n'ai pas pris de compère, personne pour me demander ce que je ferai de la TVA. Mais il faut dire tout de même que s'adresser à vous sans pouvoir faire un film, un dessin animé, c'est un comble et un signe. Ce pays est incapable d'utiliser au service du pays les meilleures qualifications de ses travailleurs. Et pourtant, l'on sait qu'il y a des gens brillants à la télévision. »

L'appel à l'aide se fait plus clair lorsqu'il dit : « Regardez-les vivre les candidats du PSU, aidez-les à se battre. » Par ailleurs, élection oblige, il adopte un ton plus à même de séduire le plus grand nombre. Les termes « révolution » ou « révolutionnaire » n'y sont pas employés. Il met également en valeur d'autres figures candidates du PSU comme Jean Borella à Lyon ou Yves Le Foll dans les Côtes du Nord. On voit un Michel Rocard mal à l'aise avec les allocutions télévisées – en 1969 il avait préféré des dialogues avec des journalistes ou des citoyens –, cherchant ses mots et crispé. Il bute ainsi sur le mot « création » qui devient dans

[1] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 2 mars 1973

sa bouche « réaction ». Son allocution de second tour est plus soignée[1]. La recherche d'institutionnalisation s'y fait sentir. Michel Rocard y apparaît assis, bien habillé et mieux coiffé (annexes, document 11). On n'y retrouve plus les phrases hachurées qui avaient marqué sa précédente intervention télévisée. Cette évolution peut s'expliquer par le changement de contexte. Le premier tour a en effet montré qu'une victoire de la gauche est possible et le PSU veut y prendre toute sa part. Son chef souligne ainsi les nombreux désistements des candidats de son parti qui peuvent permettre la victoire de la gauche. Dans l'édito de *Tribune socialiste*, il souligne aussi l'importance de « l'unité populaire », comme il l'appelle, même s'il continue à rejeter « la volonté à peine voilée d'un certain nombre de dirigeants socialistes de constituer une sorte de grand parti social-démocrate "attrape-tout"[2] ». Il avait d'ailleurs annoncé près d'un an avant les élections qu'il pourrait rejoindre un gouvernement de gauche en 1973[3].

Mais le second tour ne tient pas ses promesses pour la gauche, et encore moins pour Michel Rocard, pris dans une campagne difficile. Il se lance néanmoins à corps perdu dans la bataille et sans réels moyens, il tente d'innover. Il publie un petit livre pédagogique édité par Syros (éditeur proche du PSU qui publie notamment toutes les productions internes du parti), distribué à la population : *Un député pour quoi faire ?*[4] Il organise également des réunions sur le mode Tupperware : « Sa technique électorale ? des mini réunions privées organisées avec sa suppléante Irène Fertusse, 33 ans, dite la "*pasionaria* des Yvelines"[5]. » Il parcourt largement le terrain, rencontrant depuis son élection de 1969, 3 000 personnes personnellement[6]. Mais face à une droite cette fois unie derrière le candidat gaulliste, il est largement battu au second tour. Plus généralement c'est tout le PSU qui voit son électorat lui manquer un peu plus. Le parti obtient presque moitié moins de voix qu'en 1968 (870 000

[1] INA, Première chaîne, *Campagne officielle*, 6 mars 1973

[2] *Tribune socialiste*, 7 mars 1973

[3] *L'Express*, 20 novembre 1972

[4] ROCARD, Michel. *Un député pour quoi faire*. Paris : Syros, 1973

[5] *Le Figaro,* 16 février 1973

[6] *Le Point*, 22 janvier 1973

contre 480 000 en 1968) soit 1,98 %, mais avec, il est vrai, moins de candidats[1]. Le PS au contraire connaît une forte embellie avec 19,1 % des suffrages exprimés au premier tour[2].

La défaite ne fait pas que marginaliser Michel Rocard, elle engendre une reconfiguration de sa situation politique. Difficile de dire si cette défaite l'amène à voir l'impasse dans laquelle se trouve le PSU, mais c'est à partir de cette date qu'il amorce un rapprochement avec le PS, alors en pleine ascension. Il quitte la direction du PSU au mois de novembre 1973, ne pouvant, de toute manière, se représenter selon les statuts du parti. Puis amorce le rapprochement avec le Parti de François Mitterrand en deux temps. Déjà avant le scrutin, afin de permettre une union au second tour, il avait atténué ses critiques. Le 13 janvier 1973, lors de l'émission télévisée *Actuel 2*, il admettait que le « programme commun rassemble de très loin – qui songe à le nier ? – la plus grosse partie des forces socialistes (...) il est un document important à cause des capacités de mobilisation qu'il recèle ». *Le Figaro* n'hésitait d'ailleurs pas à titrer : « M. Michel Rocard s'est rangé aux côtés de l'Union de la Gauche[3]. »

Toutefois, il n'accepte pas encore explicitement ce qui s'apparenterait à une « négociation d'appareils[4] », même s'il admet un rapprochement et des tentatives de convergences :

« Nous avons insisté auprès du Parti socialiste pour qu'il accepte une invitation qu'il a comme nous reçue de plusieurs revues qui se sont groupées pour organiser une rencontre sur l'autogestion, suggestion également repoussée. Et du Parti socialiste ne nous est venue aucune contre-proposition. (...) Nous avons salué le Programme commun comme un document important à cause des capacités de mobilisation qu'il recèle[5]. »

En novembre 1973, il présente au conseil national du PSU à Paris un « pacte d'unité populaire » rassemblant l'ensemble de la gauche politique et syndicale[6], qui obtient une large

[1] *Témoignage Chrétien*, 17 mai 1973

[2] KRAUS, François. *Op. cit.,* p. 23

[3] *Le Figaro*, 16 janvier 1973

[4] *Tribune socialiste*, 23 mai 1973

[5] *Tribune socialiste*, 10 janvier 1973

[6] *Le Monde*, 21 novembre 1973

majorité avec presque 70 % des voix[1]. Des rencontres plus concrètes commencent aussi à s'organiser pour faire la jonction entre les deux mouvements. Jacques Julliard invite chez lui plusieurs responsables CFDT (dont Jacques Chérèque et Michel Roland) et du PSU (Michel Rocard, Robert Chapuis, Jean Le Garrec) pour les inciter à rejoindre le PS. André Salomon, aussi, joue les intermédiaires, invitant chez lui pour des diners mensuels Edmond Maire, Michel Rocard et Pierre Mauroy[2]. Enfin, l'ancien député des Yvelines est l'un des premiers à appeler à une candidature de François Mitterrand à la présidentielle de 1974 et à s'y rallier, alors même que certains au PSU souhaitent une candidature autonome de Charles Piaget[3]. Ses prises de position sont d'ailleurs condamnées par 200 mandats contre 174 par son propre parti[4]. Il occupe durant la campagne du candidat socialiste le poste de conseiller économique dans lequel il retrouve Jacques Attali. Il participe à plusieurs meetings aux côtés de François Mitterrand et parfois de manière autonome[5]. Il se fait ainsi le défenseur des thématiques sur lesquelles le PSU a une image forte comme la critique des violences policières[6], ou le rappel de « l'affrontement de classe » que constitue cette élection présidentielle[7]. Il écrit pour le Premier secrétaire du PS plusieurs tribunes dans lesquelles il n'hésite pas à engager le PSU :

« Nous sommes pour cela désireux qu'une réunion de tous les partis de la gauche et des organisations syndicales se tienne pour définir les espérances des travailleurs. Car les forces socialistes portent les espérances de ces travailleurs. Le PSU est pour un socialisme à visage humain. Il n'y a plus pour nous qu'un problème : c'est la victoire[8]. »

Il fait des conférences de presse pour attaquer le bilan économique de la droite et défendre celui de François Mitterrand à l'aide notamment de « graphiques couleurs projetés sur grand écran – formule inédite et convaincante[9] ». C'est d'ailleurs un Michel Rocard beaucoup plus modéré qui fait de la lutte contre l'inflation une priorité, et considère que « la

[1] *Le Monde*, 27 novembre 1973

[2] KRAUS, François. *Op. cit.,* p. 49

[3] Charles Piaget est un militant syndical CFDT qui s'est illustré lors du conflit social à Lip en 1973.

[4] *Le Monde*, 6 avril 1974

[5] Mutualité 9 mai 1974, Nancy, 4 mai 1974, Clermont-Ferrand, 14 mai 1974

[6] INA, Deuxième chaîne, *JT 20h*, 9 mai 1974

[7] INA, Troisième chaîne, *JT 19h*, 4 mai 1974

[8] *Le Monde*, 6 avril 1974

[9] *Le Monde*, 26 avril 1974

nationalisation des pôles de domination essentiels et notamment du crédit est nécessaire, mais à condition que les entreprises publiques soient gérées de façon autonome pour être industriellement efficaces[1]. » Cette participation à la campagne lui offre une surface médiatique importante, bien supérieure à celle qu'il a connue en 1971 et 1972 (graphique 4) et le voit remonter dans les sondages (38 % d'opinions positives en juin 1974)[2].

Après l'échec du candidat du Programme commun, associé à son ami Pierre Mauroy, il suggère à François Mitterrand de lancer un appel pour l'organisation d'Assises, afin de construire un parti de tous les socialistes[3]. Bien que plus réservé que Michel Rocard ne l'avait souhaité, l'appel du Premier secrétaire du Parti socialiste est publié le 25 mai 1974.

E) L'échec communicationnel des Assises

Pour Michel Rocard, c'est une chance de pouvoir sortir de l'ornière et de rallier par la grande porte, avec l'ensemble de son parti, le PS. En dépit d'une majorité de la direction du PSU favorable, d'un Michel Rocard tentant d'expliquer sa démarche à longueur d'articles[4] et de numéros de *Tribune socialiste* (n° 628, n° 629) – recommençant d'ailleurs sa publication pour la cause, après une phase d'interruption en raison de l'absence d'un éditeur et des soubresauts de l'actualité politique[5] –, la base se prononce contre et le bureau national est mis en minorité, lors du Conseil national d'Orléans les 5 et 6 octobre[6]. L'image d'un Michel Rocard double et même manipulateur ressort dans la presse :

« Pendant près de deux ans, en effet, M. Michel Rocard a tenu un langage ambigu voire un double langage. Cédant tactiquement au sein du PSU à son aile gauche, qui entendait construire un mouvement socialiste autogestionnaire hors de l'union de la gauche, il restait

[1] *Ibid.*

[2] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 36, n° 2, 1974

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Lettre de Michel Rocard à Pierre Zémor, 15 juillet 1974

[4] *Libération,* 25 juin 1974

[5] *Tribune socialiste*, n° 628, 23 septembre 1974

[6] *Le Monde*, 25 novembre 1974

pourtant persuadé que seule la stratégie unitaire pourrait permettre à la France d'engager une expérience socialiste qu'il ne conçoit, il est vrai, qu'autogestionnaire[1]. »

Politique Hebdo – l'hebdomadaire incarnant la contestation sociale issue de Mai 68[2] –, en particulier, attaque l'ancien Secrétaire national du PSU : « De l'avis de tous, il n'est pas impossible que la carrière de ce dernier (Rocard) soit fulgurante. Mais à quel prix ! Tout, absolument tout ce qui a constitué l'apport du PSU est candidement ou cyniquement renié[3]. »

Pour prévenir les autres effets négatifs de cet échec, Michel Rocard laisse fuiter dans la presse qu'il compte rejoindre le PS avec seulement un tiers des militants[4]. C'est donc un Michel Rocard affaibli médiatiquement qui sort des Assises. *L'Aurore* titre ainsi un article qui lui est consacré : « Michel Rocard renié par les siens ![5] » Une semaine après les Assises qui se tiennent les 12 et 13 octobre à Paris, Michel Rocard fait une conférence de presse à l'hôtel Lutétia pour répondre aux attaques qui lui sont faites :

« Nous ne sommes ni des convertis, ni des ralliés. Nous sommes des militants du mouvement socialiste et nous croyons avoir donné depuis 15 ans quelques garanties à cet égard (...) Le parti socialiste est confronté à cette tâche historique dont peut dépendre non seulement l'avenir de la France, mais celui de l'Europe. Cette responsabilité lui interdit tout repliement sur lui-même. Elle fonde au contraire l'exigence de sa propre mutation afin d'en faire un parti enraciné dans la classe ouvrière et les couches populaires de ce pays (...) Les Assises du socialisme ont montré que cette formidable mutation était possible. Elles ont conduit la gauche tout entière à se réinterroger sur ses tâches[6]. »

Cette pédagogie s'exprime aussi dans un article pour *Le Nouvel Observateur*[7], puis dans *Le Monde*, préparé en amont par Jean-François Merle[8], dans lequel Michel Rocard

[1] *Le Monde*, 25 novembre 1974

[2] Entretien avec Hervé Hamon, 15 juin 2014

[3] *Politique Hebdo*, 12 septembre 1974

[4] *Le Quotidien de Paris*, 4 octobre 1974

[5] *L'Aurore*, 7 octobre 1974

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1969-1974, Conférence de presse à l'hôtel Lutétia, 20 octobre 1974

[7] *Le Nouvel Observateur,* 2 décembre 1974

[8] Archives de Pierre Zémor, Carton 1968-1974, Note de Jean-François Merle à Michel Rocard, « Le sens du combat politique », 20 décembre 1974

réitère ses arguments pour expliquer son passage au PS[1]. Il affirme plus précisément que le but est la conquête du pouvoir et qu'elle nécessite de sortir du « militantisme de témoignage ».

Outre ce désaveu de la base du PSU, les conditions d'intégration dans le PS sont moins favorables qu'envisagées, pour ceux que l'on qualifiera bientôt de « courant des assises » : ils doivent accepter l'alliance avec les communistes inscrite dans la déclaration finale des assises[2]. Par ailleurs, l'accueil qui leur est fait est plutôt tiède, et il n'est en rien vu par les militants socialistes comme un renouvellement complet du PS et de leurs pratiques :

« La première composante (le Parti socialiste) inscrit le rassemblement des socialistes dans un simple renforcement de ses structures sous forme d'adhésions individuelles alors que les deux autres (PSU et mouvance syndicale et associative) appellent à une substitution de toutes les organisations par une nouvelle[3]. »

On le voit, le ralliement au Parti socialiste ne se fait pas dans des conditions idéales pour Michel Rocard. Son image en sort fort abimée et ses liens affaiblis. Au PS nombre de cadres sont réticents à l'arrivée des nouveaux venus. C'est donc à un travail de fusion au sein du PS et d'adaptation de son discours que Michel Rocard et le « courant des Assises » vont devoir se prêter à partir de 1975.

En marge des partis politiques de gouvernement avec le PSU, Michel Rocard doit utiliser de nouvelles ressources pour pouvoir être audible du grand public. Bénéficiant d'un environnement favorable et d'un entourage attiré par les moyens « modernes » de communication, il fait de l'usage des médias et en particulier de la télévision, un outil essentiel dans la construction de son image. Il s'appuie particulièrement sur l'utilisation du *videotraining* et parfois de sondages pour se montrer à l'aise dans les médias audiovisuels et devenir ainsi un invité recherché. Cela va lui permettre de se forger une popularité, bien au-delà de l'opinion favorable à son parti. Il pose ainsi les bases de son succès sondagier à venir.

[1] *Le Monde*, 20 décembre 1974

[2] Archives de Pierre Zémor, carton 1968-1974, Déclaration finale des assises du socialisme

[3] KRAUS, François. *Op. cit.,* p. 88

Le Michel Rocard « honnête homme », « rêveur réaliste et réformateur radical » selon l'expression du président de la République, François Hollande, durant sa remise de légion d'honneur[1], ne peut se comprendre sans le retour sur cette première partie de sa carrière. Pour autant, le processus de « gauchisation » qui touche le PS après mai 1968 va obliger Michel Rocard à tenir un double discours et le pousse de plus en plus aux marges de l'échiquier politique. Si on l'avait vu occasionnellement emprunter les méthodes du marketing politique et faire recours à des amis, « professionnels » de la communication, cela restait cantonné aux périodes de campagne. En outre, sa marginalisation croissante rend une telle institutionnalisation de la « communication politique » plus difficile. Pour que la « communication politique », qui véhicule une idéologie reposant sur la valorisation de la liberté individuelle et du marché[2], s'institutionnalise, un recentrage est nécessaire. Sa médiatisation a également souffert de sa proximité des mouvements extrêmistes. Son entrée au PS va lui permettre de corriger les stigmates qui lui étaient attachés, mais aussi d'élargir son réseau.

[1] « Rêveur réaliste, réformiste radical ». Discours de Michel Rocard et François Hollande lors de la remise de la légion d'honneur à Michel Rocard, commenté par Alain Bergounioux: http://www.jean-jaures.org/Publications/Essais/Reveur-realiste-reformiste-radical. Consulté le 15 mars 2016

[2] NEVEU, Erik. *Une société de communication ?* Paris : Monchrestien, 2011



Politique Hebdo, n° 147 du 17 octobre 1974.

Chapitre 2 : L'institutionnalisation de la communication politique (1974-1981)



Lutte Ouvrière, 31 mai 1975, Qui sont-ils ? Rocard de la SFIO au Parti socialiste de Mitterrand

Déjà pourvu d'une image de jeune espoir de la gauche, Michel Rocard a aussi pâti depuis le début des années 1970 du stigmate gauchiste. Il doit modifier son image pour faire oublier ses déboires au sein du PSU et reprendre son statut de leader prometteur. Son ralliement au PS peut lui assurer une place plus favorable pour tenter d'accéder à l'Elysée, son objectif dès cette époque. Mais il doit pour cela s'intégrer en montrant ses capacités, sans s'aliéner François Mitterrand. La campagne présidentielle de 1974 a donné quelques clés sur les nouvelles tendances des médias et de l'opinion. Elle a plus que jamais montré l'importance – au moins supposée – des techniques de communication. Tant Valéry Giscard d'Estaing que François Mitterrand y ont eu recours. Surtout, elle a assuré le triomphe de la télévision comme moyen de communication et d'information par excellence, notamment par le biais du débat d'entre-deux-tours. Déjà en marge du PS, Michel Rocard va chercher à investir totalement ce nouveau secteur qu'est la « communication politique ».

I) Une stratégie d'intégration

A) « Etre le sel dans la mer »

1) Rassurer l'aile gauche et les communistes

L'intégration de Michel Rocard au Parti socialiste n'est pas des plus simples. L'accueil y est pour le moins froid. Nous avons vu que les Assises du socialisme et l'arrivée des nouveaux venus au PS provoquent des remous au sein du parti d'Epinay. Pour plusieurs courants, il incarne une menace pour le programme commun. Le CERES[1], en particulier, regarde d'un mauvais œil ces concurrents qui peuvent remettre en cause une hégémonie dans la contestation interne d'inspiration soixante-huitarde. Après une tentative d'alliance avec les

[1] Le Centre d'étude de recherches et d'éducation socialiste est un courant du PS fondé entre autres, au milieu des années 1960, par Didier Motchane, Jean-Pierre Chevènement et Alain Gomez, il est farouchement favorable à l'union de la gauche et à une politique jacobine et étatiste.

nouveaux venus, la déception va rapidement se transformer en rejet viscéral[1]. Les anciens du PSU devenus socialistes avant les Assises ne se réjouissent pas de voir revenir ceux qu'ils ont fuis ou qui les ont exclus. Les Poperénistes, en particulier, dénoncent la « social-technocratie » que représente Michel Rocard, voyant dans ce dernier un « Rocard d'Estaing[2] ». Et même au sein du courant mitterrandiste, les plus marxistes, autour de Pierre Joxe, sont très hostiles aux Assises[3]. Les communistes, surtout, se déchaînent en voyant les anciens PSU rejoindre la maison socialiste. Michel Rocard devient pour eux le signe du renoncement du PS au Programme commun. En pleine crise interne et menacé par un PS revigoré, le parti de Georges Marchais réclame toujours plus de preuves de fidélité au parti de François Mitterrand. Or, la venue d'un des principaux critiques du Programme commun de la gauche leur donne un prétexte pour attaquer le Parti socialiste.

L'intégration des amis de Michel Rocard est donc des plus complexes. Au sein de la direction ils sont sous-représentés, sans aucun secrétaire national, avec seulement trois postes au Bureau exécutif, et 10,3 % des postes au Comité directeur, pour une influence nationale évaluée à 15,5 % par François Kraus[4]. Toutefois, pour Michel Rocard, cette mise au pas n'est pas un problème. Il entend tout d'abord montrer sa fidélité à la direction du PS et témoigner de son humilité. En outre, les ressources partisanes ne sont pas celles qu'il privilégie alors :

« Michel Rocard est dans une toute autre perspective. Conscient de l'importance de l'opinion et des médias à une époque où Valéry Giscard d'Estaing a prouvé que le contrôle d'un grand parti est moins important que l'acquisition d'une forte popularité (notamment quand elle est fondée sur une image de compétence économique), il intègre la médiatisation de la vie politique dans sa pratique politique et tend à tirer une légitimité extra-partisane au moyen d'une prise directe avec l'opinion. (...) Il décide de mettre en avant sa compétence économique et de défendre des options plus "techniciennes", modernistes et planistes. Ce choix l'amène à privilégier une action idéologique plus diffuse à partir de moyens

[1] KRAUS, François. *Op. cit*., p. 74

[2] *Ibid.,* p. 72

[3] *Ibid.*

[4] KRAUS, François. *op. cit.,* p. 106

d'expression politique intra ou extra-partisans (ses relais au sein des médias constituant un atout fondamental) et à se fondre au maximum dans l'appareil mitterrandien[1]. »

Michel Rocard tente d'envoyer des signes de bonne volonté au Parti communiste et plus généralement à tous les inquiets au sein de l'Union. Il raréfie sa parole afin de ne pas donner l'impression de vouloir valoriser sa personne, suivant en cela les conseils du groupe de conseillers en communication qui se constitue alors, le « Groupe image » : « Se taire dans l'immédiat (Georges) ; silence pendant un an pas gênant (Marti), ne pas sauter sur toutes les occasions (unanimité) ; donc peu d'interventions destinées à l'opinion publique sur le court terme[2]. »

Déjà soupçonné d'individualisme, il se présente en humble militant aux médias qui lui voient déjà un destin de dirigeant du PS. Invité d'*Interactualités* sur France Inter, le 10 février 1975, il répond à Jean-Pierre Elkabbach inquiet de son silence depuis l'automne 1974 qu'il ne peut intervenir n'importe quand en raison de son statut, et que le PS a des porte-paroles dont il n'est pas. Aux journalistes qui le pressent de questions sur la fronde lancée par le PCF contre le PS, il refuse la polémique. Quant on l'interroge sur la possibilité qu'il entre au secrétariat national du PS, il dit qu'il n'est candidat à rien[3]. Voulant éviter de se trouver marginalisé au sein du PS il se montre particulièrement conciliant tant à l'égard du PC que du courant majoritaire de son nouveau parti. Le Groupe image se fait ainsi le témoin de l'attention portée à un discours à même de rassurer le PCF : « En première analyse ton image économique est bonne aux yeux du PC, mais pas l'image sociale, il faudrait faire précéder tes propos sur les revendications qualitatives de rappels sur les problèmes sociaux de base...[4] » Un plan de communication est même mis en œuvre pour parler plus spécifiquement à l'électorat du PCF : « s'adresser au-delà du PC aux couches qu'il influence (langage simple, imagé, supports populaires : *Le Parisien*, *France-Soir*...), prendre à témoin de la nécessité d'une union de la gauche de meilleure qualité devant les difficultés sociales et la probable proximité du pouvoir. » Ainsi, Michel Rocard souligne le rôle « historique » joué par le PCF dans l'Union de la gauche, et ce avant même d'adhérer au Parti socialiste :

[1] *Ibid.,* p. 118

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Quelques éléments suite réunion avec Marti », Note de Pierre Zémor, 9 avril 1975

[3] France Inter, *Interactualités*, 10 février 1975

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Lettre de Pierre Zémor à Michel Rocard, 3 août 1974

« Paradoxalement, nous y avons été aidés – dans la réflexion du socialisme à l'égard du pouvoir – par nos camarades communistes : les questions qu'ils nous ont posées à ce sujet, les critiques qu'ils nous ont adressées nous ont amenés à plus d'exigence et plus de rigueur dans nos conceptions[1]. »

Le principal reproche fait à Michel Rocard est son opposition jusque-là au Programme commun. L'ancien Secrétaire national du PSU, suivant ses conseillers l'accepte officiellement et sans condition[2]. Il le reconnaît publiquement comme le sien, et plutôt que de rappeler les nombreux textes de *Tribune socialiste* qui en dénonçaient le contenu, il préfère évoquer le communiqué que le PSU diffusa lors de sa signature, dans lequel il se félicitait d'un « pas historique[3] », oubliant de préciser qu'il rappelait également que « le programme commun ne peut, comme il le prétend dans son préambule "ouvrir la voie au socialisme" dans la mesure même où ce texte élude toute référence au socialisme, il est l'oppression d'une centralisation étatique largement aggravée[4]. »

2) Le refus de s'organiser en courant

Cette stratégie du profil bas le pousse à refuser toute organisation en courant. Il veut se fondre dans le PS « comme le sel dans la mer » selon une expression de l'époque. Il refuse de s'associer aux tentatives de ses amis de constituer un proto-courant pour continuer à faire vivre les idées et l'identité propres au « courant des Assises ». Robert Chapuis met en place un groupe appelé le CIRSA chargé de réunir les anciens du PSU, les syndicalistes et les membres de la Troisième composante – il s'agit de toutes les associations et syndicats qui ont participé aux Assises, comme la CFDT, par exemple. Il se réunit une fois par mois rue Jacques Cœur. Michel Rocard montre rapidement des signes d'agacement à l'égard de ce groupe et s'oppose à son maintien. Lors du Congrès de Pau, qui voit l'adhésion au PS de tous les militants des Assises, Michel Rocard compris, il refuse de voter favorablement à « l'amendement Martinet ». Celui-ci, autour d'un des anciens leaders du PSU, visait à faire

[1] *Le Nouvel Observateur*, 2 décembre 1974

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Note de Pierre Zémor et Gérard Grunberg, 20 novembre 1974

[3] Europe 1, *Club de la presse*, 7 novembre 1976

[4] *Le Monde*, 7 juillet 1972

entendre la voix spécifique des nouveaux venus des Assises. Il recueillera 15 % des votes. Alors qu'il accède au secrétariat national du PS, en octobre 1975, il réclame à ses amis de mettre fin à leur publication commune, *Le Manifeste*[1].

B) En finir avec le stigmate gauchiste

1) Un cheminement

L'intégration au PS est couplée, pour Michel Rocard avec un recentrement. Il entend en finir définitivement avec l'isolement et éliminer le stigmate gauchiste qui lui a tant pesé les précédentes années. Erving Goffmann parle à ce propos de « désidentificateur » pour qualifier les comportements et symboles utilisés par l'acteur pour rompre avec une image qui lui est accolée[2]. Pour réussir ce changement Michel Rocard peut compter sur l'ambivalence de son image qui a toujours perduré, y compris aux heures les plus sombres du PSU. Si son discours autogestionnaire et anticapitaliste ne convainc pas les milieux économiques et conservateurs, il n'a pourtant jamais cessé de les charmer. C'est ce qui ressort des sondages de l'époque. Ainsi, en juin 1974, 64 % des professions libérales et cadres supérieurs ont une opinion positive de l'ancien Secrétaire national du PSU[3]. La presse de droite a ainsi toujours consacré des articles élogieux à Michel Rocard :

« Passionné de voile, Michel Rocard a toujours donné l'impression de diriger le PSU comme un bateau de course. Remarquable skipper en mer reconnaissent ses proches, le moins que l'on puisse dire est qu'en six ans et demi de direction au PSU, il a su affirmer ses qualités de stratège. Sentir les vents, apprécier les courants, prévoir les coups de chien, il connaît. Sa route, il la trace toujours sur la carte, jamais à vue. (...) Il sait choisir ses allures, mais dans les coups durs, il ne fuit pas sous le vent, il réduit sa voile et garde le cap[4]. »

[1] KRAUS, François. *Op. cit.,* p. 118

[2] GOFFMANN, Erving. *Stigmates : les usages sociaux des handicaps*. Paris : Editions de Minuit, 1975, p. 60-61

[3] Archives du CEVIPOF, *Sondages*, vol. 34, n° 2, 1974

[4] *Le Figaro*, 26 novembre 1973

Cette ambiguïté n'est d'ailleurs que le reflet de son propre parcours qui lui a toujours permis de s'affirmer comme militant tout en rappelant ses compétences d'expert économique. Une fois l'aile gauche du PSU exclue, le parti avait pu se recentrer sur l'expertise économique. Face à la polarisation provoquée par le Programme commun, le PSU se voulait désormais le représentant du sérieux économique à gauche, confortant l'*ethos* de compétence cultivé par son Secrétaire national. A l'approche des législatives de 1973, Michel Rocard a multiplié ainsi les articles sur le sujet, et un entretien avec *Tribune socialiste* lui permettant de dévoiler les premières mesures économiques après l'arrivée au pouvoir, notamment face à la fuite des capitaux[1]. C'est en outre en tant qu'expert économique qu'il rejoint l'équipe de François Mitterrand.

2) Modérer son positionnement

Le repositionnement idéologique est très net dans les discours économiques de Michel Rocard à partir de 1974-1975. Dans une interview pour *L'Entreprise* il rappelle : « Je ne suis ni un sectaire, ni un dogmatique. Mon approche serait plutôt expérimentale ». Et se montre tout à fait ouvert à l'idée de marché : « Mais la compétition n'est pas absente de l'autogestion. Il n'y aura pas de planification bureaucratique : l'entreprise, dans le régime de l'autogestion, n'est pas un organe d'exécution mécanique du Plan[2]. » Le même magazine remarque d'ailleurs cette évolution dans son positionnement : « Homme politique autant qu'économiste, il vient de quitter le plus petit parti de France – le PSU – pour un des plus grands – le PS. (...) ce virage du gauchisme au réalisme, fait du "rocardisme" une tendance de plus en plus importante au sein de la gauche[3]. »

[1] *Tribune socialiste*, 10 février 1973

[2] *L'Entreprise*, 28 mars 1975

[3] *Ibid.*

3) Adopter « la gueule de l'emploi »

La rupture avec le « stigmate gauchiste » est aussi une mue. Michel Rocard en abandonne les habits pour porter le costume de l'homme politique respectable. Ce processus a débuté légèrement avant, comme nous avons pu le voir avec les spots de 1973. Plus le pouvoir est proche, plus en adopter les atours apparaît nécessaire. Vouloir représenter implique d'abord de présenter et pour Michel Rocard, de mieux présenter. Comme le souligne Pierre Fresnault-Deruelle :

« N'en déplaise aux démocrates sincères, la gueule du candidat est un élément déterminant dans la promotion des hommes publics. En cette matière, particulièrement, avoir la tête de l'emploi serait la vérification – d'autant plus précieuse qu'on la dit fragile – du principe qui veillerait à l'heureuse distribution des rôles en fonction d'une sémaphorique naturelle des corps[1]. »

Pour bâtir son *ethos* de futur présidentiable, son apparence joue donc un rôle important, tout autant, voire plus que ses idées, comme le souligne Roland Barthes : « Le candidat ne donne pas à juger seulement un programme, il propose un climat physique, un ensemble de choix quotidiens exprimés dans une morphologie, un habillement, une pose[2]. »

Qu'il reçoive à ce moment les conseils de Claude Marti, le conduisant chez les meilleurs tailleurs, peut sembler anecdotique. Mais cela montre néanmoins que le costume devient un enjeu. Fini donc les cols roulés, les chemises sans cravate. Désormais, il n'intervient plus sans costume conforme aux goûts de l'époque. L'homme apparaît même à la mode, arborant parfois des pantalons pattes d'éléphant et des cravates larges, chose étonnante pour un homme peu réputé pour son intérêt accordé à la chose vestimentaire[3]. La coiffure est, avec les habits, ce qui symbolise le mieux cette mutation. L'homme semblait jusque-là s'en désintéresser, au point d'apparaître souvent ébouriffé, voire hirsute. Sa coupe en brosse héritée du scoutisme se prêtait en effet aux épis[4]. A partir de 1973 et surtout 1974, ses

[1] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'éloquence des images*. *Op. cit*., p. 37

[2] BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris : Editions du Seuil, 1957, p. 150-151

[3] Entretien avec Marie Bertin, 28 septembre 2015

[4] Entretien avec Henri Concas, coiffeur et comédien, 2 décembre 2015

cheveux se font plus longs et apparaissent peignés, voire laqués. Le geste vient prolonger le conformisme de la tenue. Les postures dans les émissions se font moins provocantes. Outre que Michel Rocard ne fume plus en plateau comme c'était notamment le cas lors de ses spots de campagne de 1969, il n'appuie plus ses coudes sur son siège, comme il le faisait systématiquement dans sa prestation à l'émission *A Armes égales* en 1970[1]. Ses mains sont en général posées sur la table et bougent calmement pour accompagner son propos. On ne le voit plus apparaître poing levé, comme cela était de bon ton au PSU[2]. De représentant du gauchisme, Michel Rocard devient donc un personnage policé se fondant totalement dans les normes d'apparence des élites dirigeantes, rendant d'autant plus crédible son positionnement d'expert économique du PS.

C) Participer à la crédibilisation du Parti

1) Renforcer son image d'expert économique

Ce changement de positionnement de Michel Rocard s'accompagne d'un recentrement autour des thèmes économiques, sa spécialité d'origine. Il rencontre ainsi les aspirations d'un PS qui entend se préparer à gouverner. « Je veux un parti capable d'assumer le pouvoir, c'est-à-dire un parti responsable et cohérent » déclare ouvertement François Mitterrand à la presse, à la même période[3]. Mutation qui se traduit dans le vocabulaire des socialistes comme l'a montré Jacques Gerstlé :

« On constate ainsi que le nouveau PS renonce à être un "parti de lutte de classes" et qu'il devient "ouvert aux formes modernes de la pensée et de la connaissance". Il n'a plus

[1] INA, Première chaîne, *A armes égales*, 16 juin 1970

[2] Une telle « civilisation » de la gestuelle se retrouve plus généralement dans tout le Parti socialiste : CEPEDE, Frédéric. Réforme ou révolution, quelles images pour le socialisme ? Regard sur un siècle d'affiches socialistes. *Histoire@politique,* n° 13, 2011

[3] *L'Express*, 11 avril 1977

pour objectif explicite d'"abolir le régime de la propriété capitaliste" ni d'"abolir les classes"[1]. »

Michel Rocard devient ainsi l'une des « têtes d'œuf » d'un PS conquérant. Il fait partie de ceux qui participent au renforcement de l'expertise économique du PS autour du Premier secrétaire :

« Un jeudi soir sur deux, à 9h30, une cinquantaine de personnes se retrouvent autour de François Mitterrand au siège du Parti socialiste. (...) Une manière de "contre-gouvernement". C'est ce qu'on appelle au PS, le "groupe des experts". Ils sont toujours bardés de diplômes, souvent fringants et parfois connus comme Edgard Pisani, Michel Rocard ou Pierre Uri. (...) Le PS a été longtemps marqué par une carence pathologique en matière économique[2]. »

Outre ses activités à l'intérieur du PS, Michel Rocard conforte ce positionnement, auprès de l'opinion publique tout entière, par la plume, publiant plusieurs articles économiques et en 1975 un ouvrage sur l'inflation : *L'inflation au cœur*. Celui-ci, préparé depuis le PSU, correspond tout à fait à une période marquée par une énigmatique stagflation. Il se replace également par ce biais dans la tradition mendésiste, l'inflation étant l'une des bêtes noires de l'ancien Président du Conseil[3]. Il y offre des clés d'analyse nouvelles pour le PS, n'hésitant pas à se distinguer de la vision purement marxiste. Pour lui, et Jacques Gallus, alias François-Xavier Stasse qui co-écrit l'ouvrage, l'inflation n'est pas due uniquement à la hausse des prix des matières premières, elle est structurelle et liée au système capitaliste. Elle « est bien un achat de la paix sociale par octroi de satisfactions matérielles partielles, et, surtout, provisoires, ainsi que par dissimulation de la question du pouvoir[4]. » Il critique ainsi les politiques uniquement conjoncturelles mises en place par les différents gouvernements de droite et n'ayant pas réussi à endiguer l'inflation. Si le discours est très ancré à gauche, il n'en est pas moins le témoin du recentrement de Michel Rocard, acceptant tout à fait le jeu de la libre entreprise :

« Pour le socialisme autogestionnaire, il n'est pas question de substituer l'action de l'État à celle des entreprises : l'autogestion ne trouve au contraire tout son sens qu'à travers

[1] GERSTLE, Jacques. *Le Langage des socialistes*. Paris : Stanké, 1979, p. 75

[2] *Le Nouvel Observateur,* 21 juillet 1975

[3] CHATRIOT, Alain. *Pierre Mendès France : Pour une République moderne*. *Op. cit.,* p. 58

[4] ROCARD, Michel et GALLUS, Jacques. *L'inflation au cœur*. Paris : Gallimard, 1975, p. 86

l'autonomie maximale de l'entreprise compatible avec l'intérêt collectif (...) L'État doit se donner les moyens d'imposer les orientations essentielles[1]. »

Cet ouvrage dont la vulgarisation et la valorisation médiatiques sont très travaillées, comme en témoigne le Groupe image[2], a donc pour but de montrer au grand jour la compétence économique de Michel Rocard. Il se place ainsi dans une tradition de publication à vocation vulgarisatrice comme l'a montré Delphine Dulong[3]. Des comptes rendus dans les organes de presse amis sont stimulées : « Bouloche pour *L'Unité*, Martinet pour *Frontière* ou *L'Observateur* ; Mendès..., *L'Expansion*...)[4]. » Bernard Jaumont, qui participe alors au Groupe image, s'attelle à la mise en valeurs d'idées-force qui pourront être exploitées dans les médias[5]. Quant à Jean-Paul Ciret, en charge des relations avec la presse au sein de l'entourage de Michel Rocard, il s'occupe d'en faire la promotion auprès de journalistes de la presse écrite et radio[6]. Et ce avec un certain succès, puisque l'ouvrage ouvre à Michel Rocard la porte des médias audiovisuels, à la recherche d'experts économiques pour expliquer la situation[7]. Ses idées, très inspirées par le keynésianisme – Mathieu Fulla parle à son égard, ainsi que de Jacques Delors et Jacques Attali, de « régulationnistes keynésiens[8] » –, et son don pour la pédagogie sont propres à séduire des journalistes qui recherchent justement à vulgariser ces sujets auprès du grand public[9].

Michel Rocard s'impose ainsi rapidement comme le porte-parole économique informel du PS dans les médias. Il est même le débatteur le plus en vue pour démonter les thèses de la droite au pouvoir et défendre celles de son parti. Il le fait ainsi face à Maurice Papon, au

[1] *Ibid*, p. 122

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Note de Pierre Zémor, « Ouvrages sous la signature de MR », 20 novembre 1974

[3] DULONG, Delphine. Quand l'économie devient politique. *Art. cit.,* p. 117

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Note de Pierre Zémor, « Ouvrages sous la signature de MR », 20 novembre 1974

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Réunion du groupe image le 22 avril 1975 », 13 avril 1975

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 22 avril 1975 »

[7] INA, France Inter, *Emission 10 questions, 10 réponses pour convaincre*, 1er décembre 1975

[8] FULLA, Mathieu. *Les socialistes et l'économie (1944-1981)*. Paris : Presses de Sciences Po, 2015, p. 33

[9] *MédiaMorphoses*, « Les émission économiques à la télévision », n° 2, juillet 2001

moment du Plan Barre de 1976[1]. « L'inflation est un virus, et on vient de la soigner avec un peu d'aspirine et une saignée » assène-t-il à son contradicteur. Il accompagne la publication de *L'inflation au cœur* de plusieurs tribunes dont une intitulée « Où va la France ? » dans laquelle il dénonce une orientation économique et politique incohérentes :

« Je crois que chaque jour confirme, pour les travailleurs et l'ensemble de l'opinion, que c'est du côté de la gauche que se trouvent aujourd'hui la clairvoyance dans le domaine de la prévision économique, la confiance du monde du travail et de la jeunesse, la capacité d'assurer un développement économique et social contrôlé par la nation, de donner aux Français les moyens de la sécurité. »

Avec un lyrisme acerbe qui tranche avec ses modes d'expression habituels, il dépeint ainsi un giscardisme piètre avatar du gaullisme :

« Le général de Gaulle avait su, même à l'esbroufe, associer l'image de la France à un grand dessein international et intérieur. Ses successeurs ont réduit cela à une affaire de comptabilité de ventes d'armements et l'on conviendra qu'il est difficile à un ouvrier du Nord ou à un paysan du Languedoc de s'identifier au dandysme fin de siècle et au cosmopolitisme de bon aloi qui font ressembler M. Giscard d'Estaing à un personnage de Marcel Proust[2]. »

2) Séduire les milieux économiques

Ce recentrement sur des thèmes économiques l'amène aussi à nouer des contacts plus étroits avec les milieux économiques, rencontrant là encore les objectifs du PS. Il consacre de nombreuses interviews aux sujets économiques et fait même sa première « une » de magazine avec *L'Expansion,* en novembre 1976. Un sondage dans ce numéro montre ainsi que 40 % des patrons français le placent au premier rang de la compétence économique, parmi les responsables socialistes. On peut y voir la conséquence de l'entreprise de séduction entamée depuis 1974 à l'égard des dirigeants d'entreprise. Michel Rocard assiste régulièrement aux réunions de chefs d'entreprise et de cadres dirigeants. Il est ainsi reçu par l'ACADI –

[1] INA, TF1, *JT 13h*, 23 septembre 1976

[2] *Le Nouvel observateur*, 29 décembre 1975

Association des cadres dirigeant de l'industrie pour le progrès social et économique – pour laquelle il rédige aussi des articles[1]. Il y rencontre un accueil chaleureux, le président de l'ACADI concluant ainsi :

« Je voudrais pour terminer remercier Michel Rocard d'être venu ce soir parmi nous et mettre l'accent sur quatre des qualités maîtresses de notre hôte : la première c'est la franchise. La deuxième c'est son grand talent oratoire et dialectique que nous connaissions déjà, mais dont il nous a donné ce soir une nouvelle preuve. La troisième c'est sa force de conviction qui est communicative. La dernière enfin c'est d'avoir su pleinement ce soir entrer dans l'esprit de l'ACADI, s'il est vrai, comme on l'a dit que celle-ci est un "carrefour des hommes de bonne volonté"[2]. »

Cette intervention à l'ACADI, une parmi tant d'autres, est particulièrement intéressante pour nous en raison de la documentation laissée. On peut ainsi voir qu'elle est très préparée et fait l'objet de toute une réflexion autour de la manière d'adapter au mieux le message socialiste aux oreilles des entrepreneurs. Il n'hésite pas à réemployer des mots-clés identitaires de la « deuxième gauche », comme la notion d'autogestion, pour en faire la doctrine socialiste qui légitime « la compétence[3] ».

Il se rend également chaque année à Marbella pour le rendez-vous des entrepreneurs : les pionniers de Marbella[4]. Sans oublier bien sûr ce qui devient un rendez-vous incontournable des milieux dirigeants d'entreprise à partir des années 1970 : le Forum de *L'Expansion*. Ainsi, en 1976, il y rencontre un vif succès qui n'est pas sans choquer ses anciens amis de *Témoignage Chrétien* :

« Au terme de la journée, c'est semble-t-il Michel Rocard qui a résumé de la manière la plus tranchée cette "révolution culturelle" au sein du PS. Première évidence, souligne l'ancien leader du PSU, "la plus grande partie de l'économie française restera privée". Autre évidence, "le marché restera le système de régulation". (...) De tels propos ont de quoi surprendre. Sans doute n'appellent-ils pas de commentaires tranchés, puisque prononcés dans un cadre bien

[1] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds Michel Rocard, 3Z98, Dossier « Acadi », bulletin n° 327, janvier-février 1978. Réunion de l'ACADI à l'hôtel Lutétia, 13 octobre 1977

[2] *Ibid*, p. 33.

[3] *Ibid.*

[4] Archives de Pierre Zémor, Dossier « Les pionniers de Marbella », Symposium des 27 avril-2 mai 1979

particulier. Mais pour tout le moins et étant bannis les procès d'intentions, ils soulèvent de sérieuses questions[1]. »

Cette réaction de *Témoignage Chrétien* n'est en fait que l'expression plus globale de ses anciens « amis » se sentant dupés par Michel Rocard et le dénonçant comme traître. *Politique Hebdo*, ainsi que *Tribune socialiste*[2] multiplient les articles pour souligner ses contradictions avec les propos tenus du temps du PSU.

3) Montrer l'autonomie du Parti à l'égard du PCF

Dans la perspective du pouvoir, beaucoup d'électeurs modérés craignent que le PS ne se plie aux injonctions du Parti communiste. Alors que celui-ci sent qu'il perd du terrain, et attaque son allié, les Socialistes entendent montrer qu'ils incarnent le réalisme, rejetant le PCF dans le camp de l'utopie. Michel Rocard va servir de figure de proue à cette bataille rangée qui ne dit pas son nom. Après sa phase d'intégration, il reprend ses aises et, dès 1976, commence à souligner qu'une adaptation du Programme commun de la gauche est nécessaire. Il critique également la volonté du PCF de constituer des listes autonomes pour les élections de 1977 dans les communes de moins de 30 000 habitants[3]. Faut-il y voir une initiative personnelle ? Ce positionnement en apparence hétérodoxe n'est pourtant pas remis en cause par François Mitterrand, qui lorsque Michel Rocard est attaqué directement, prend sa défense[4]. Il sert donc le dessein du PS en pleine guerre d'usure avec le PCF.

[1] *Témoignage Chrétien*, 21 octobre 1976

[2] *Tribune socialiste*, 21 octobre 1976

[3] INA, France Inter*, Emission 10 questions, 10 réponses pour convaincre*, 1er décembre 1975

[4] *Le Monde*, 23 juin 1976

D) « L'héritier » : Michel Rocard piégé par sa notoriété

1) Secrétaire national du PS : une nomination remarquable

Jusque-là, la stratégie de Michel Rocard est de se faire le plus discret possible afin de faciliter son intégration. Mais c'était sans compter avec les médias, intrigués par ce silence et le ralliement de l'ancien chef du PSU au PS. Le capital de notoriété dont il bénéficie depuis 1969 va inciter la presse à voir dans sa nomination, en octobre 1975, comme secrétaire national au secteur public, la première étape vers la succession de François Mitterrand. Il est vrai que le secrétariat national du PS, en particulier lorsque le parti est dans l'opposition, est une instance importante de sélection des futurs responsables[1]. Cette nomination peut paraître d'autant plus symbolique pour les médias qu'elle s'inscrit dans un agenda assez creux pour le PS, plusieurs mois après l'entrée des anciens PSU et après le Congrès de Pau (31 janvier-2 février 1975). Son écho est en outre démultiplié par l'intervention de Michel Rocard à l'émission *C'est-à-dire*, son premier *prime time* depuis 1973, ainsi qu'un sondage sur la succession de François Mitterrand qui le place loin devant tous les autres leaders socialistes[2]. Comme le relate Pierre Vianson-Ponté, grande plume du *Monde* – et considéré par François Mitterrand comme un ennemi personnel[3] –, dans sa *Lettre aux hommes politiques* :

« Quand vous êtes entré à l'automne 1975 au secrétariat du Parti socialiste [en tant que responsable du secteur public], appelé à ses côtés par François Mitterrand, ce ne fut qu'un cri : voilà le prochain candidat de la gauche à la présidence de la République, voilà le futur chef du socialisme français. Bien entendu, vous vous êtes défendu pour le principe d'avoir été, comme on disait "mis sur orbite", mais assez mollement, sans trop insister quand même ;

[1] BACHELOT, Carole. Des appropriations différenciées des postes de direction : être élu ou pas, à la tête du Parti socialiste. In DEMAZIERE Didier et LE LIDEC, Patrick dir. *Les mondes du travail politique, Les élus et leurs entourage*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2014, p. 176

[2] INA, Antenne 2, *C'est-à-dire*, 15 octobre 1975

[3] Entretien avec Patrick Jarreau, 21 avril 2015

et les explications de François Mitterrand n'eurent pas davantage ce ton de démenti catégorique que certains, autour de lui, espéraient bien entendre[1]. »

Les médias en font en effet un symbole, dont le bruit viendrait presque faire disparaître la mort concomitante de Guy Mollet[2]. *Le Point* consacre par exemple deux pages de biographie très personnalisée à Michel Rocard, comme cela se fait pour les personnalités politiques majeures accédant aux plus hautes responsabilités[3].

2) Tenter d'éteindre l'incendie

Cette visibilité contrarie la stratégie de Michel Rocard, obligé de s'excuser auprès de François Mitterrand et de Roger Fajardie, l'autre responsable socialiste nommé au même moment[4]. Si les mitterrandistes dénoncent un coup médiatique de l'ancien Secrétaire national du PSU, les avis divergent dans l'entourage de Michel Rocard pour déterminer la part prise par l'équipe dans cette réaction de la presse[5]. Michel Rocard, lui-même, semble vouloir calmer la presse qui lui est faite, car « on le surveille du coin de l'œil, prêt à le prendre en défaut. À tous les journalistes qui l'interrogent sur cette succession, il dément fermement[6]. » A l'émission *C'est-à-dire*, il doit également rappeler : « J'ai six mois d'ancienneté dans ce parti, et de toute manière ce n'est pas du tout actuel[7]. »

Les articles s'emballent sans lien apparent avec la réalité concrète. Ainsi, *Le Quotidien de Paris* n'hésite pas à titrer un article : « Rocard se propose pour succéder à Mitterrand », alors que l'article ne fait référence à aucun propos de ce type de l'ancien leader du PSU[8]. Devant ce tapage médiatique, François Mitterrand, à la rentrée, semble vouloir mettre les

[1] VIANSSON-PONTE, Pierre. *Lettre ouverte aux hommes politiques.* Paris : Albin Michel, 1976*,* p. 127

[2] Le décès de Guy Mollet est survenu le 3 octobre 1975.

[3] *Le Point*, 13 octobre 1975

[4] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z42, Lettre à Roger Fajardie

[5] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013 ; Entretien avec Jean-François Merle, 19 novembre 2015

[6] *Le Monde,* 31 janvier 1975

[7] INA, Antenne 2, *C'est-à-dire*, 15 octobre 1975

[8] *Le Quotidien de Paris*, 31 mai 1976

choses au point par sa participation au *Club de la presse*, mais par le flou entretenu, le « Florentin » ne fait qu'aggraver le doute des médias. Franz-Olivier Giesbert croit savoir quelques mois plus tard que si la gauche perd en 1978, François Mitterrand pourrait prendre de la hauteur et Michel Rocard devenir le successeur[1].

3) Un Michel Rocard stigmatisé en ambitieux

Une réaction a d'ailleurs lieu au sein de l'aile minoritaire CERES et du PCF visant directement Michel Rocard[2]. La nomination fait en effet grincer des dents. Le PCF et l'aile gauche du PS lancent une violente polémique contre le secrétaire national à partir de propos, sans doute « off », qu'il aurait tenus au directeur de l'agence républicaine d'information, Albert le Bacz. *L'Humanité* et *Politique Hebdo* publient des pans entiers voire l'intégralité de cet « entretien » qui contraste avec les idées officielles du PS de l'époque. Michel Rocard est supposé y déclarer : « La gauche sera crédible si le PS en est le parti dominant, si le rapport des forces joue en faveur du PS – ce qui suppose de la part du PC une inflexion doctrinale terrible ! » ; mais précisant que le PC ne devrait pas passer en-dessous des 13 % au risque de menacer la gauche entière. La liberté de ton va même plus loin, puisqu'il est supposé proposer une actualisation du Programme commun sur une série d'aspects notamment en lien avec l'évolution de la conjoncture : « Je pense qu'il serait préférable d'adopter un texte nouveau plutôt que d'actualiser le Programme commun sur ces matières. » Enfin, apostasie suprême, il revendiquerait son affiliation à la social-démocratie : « Mais moi aussi je suis social-démocrate (...) En Suède, le parti social-démocrate va jusqu'à la démocratie industrielle, ce qui est une façon de traduire le mot intraduisible d'autogestion, il faut diffuser le pouvoir, dit M. Palme[3].[4] » Michel Rocard dément fermement par un communiqué expliquant qu'il « a pris connaissance avec stupéfaction d'un certain nombre de propos qui lui sont attribués par l'agence. Il en dément formellement le contenu. Le combat politique qu'il mène depuis vingt-

[1] *Le Nouvel Observateur*, 9 août 1976

[2] *Le Nouvel observateur*, 23 février 1976

[3] Olof Palme est le dirigeant du Parti social-démocratie ainsi que le Ministre d'État (chef du gouvernement) de 1968 à 1976.

[4] *L'Humanité*, 31 octobre 1975

cinq ans est aux antipodes des déclarations qui lui sont prêtées[1]. » Il répond également par une interview dans *Témoignage Chrétien* où il renvoie l'origine de la polémique au Parti communiste, sans toutefois oublier de gauchiser son discours : « Mais il faut y ajouter ; et c'est le plus important peut-être que la crise économique mondiale dans laquelle nous sommes entrés depuis quelques années rend caduc le projet social-démocrate. On ne peut plus se contenter de la machine capitaliste, tout simplement parce qu'elle ne fonctionne plus[2]. »

4) Rejeter la social-démocratie

On le voit, son changement de positionnement lui attire les foudres de l'extrême gauche. Il va assez vite devoir combattre un deuxième stigmate aux yeux du PS de l'époque : la « social-démocratie ». La social-démocratie fait en effet figure en France de modèle rejeté. Si la Suède peut parfois inspirer, elle est aussi vue comme le modèle d'un socialisme ayant abandonné l'idéal révolutionnaire[3]. L'adjectif lui est souvent accolé, d'autant plus après la polémique sur l'interview à l'Agence républicaine d'information. Le secrétaire national du Parti socialiste prend le temps à plusieurs reprises de rejeter l'étiquette dans ses interventions médiatiques, invoquant la faiblesse de la représentation ouvrière dans le PS, ainsi que le caractère dépassé du modèle : « la social-démocratie on ne connaît pas en France. En plus la social-démocratie c'est terminé. C'était une réaction au stalinisme et maintenant qu'il a disparu, la social-démocratie est dépassée. » Il se présente au contraire comme partisan de la rupture avec le système capitaliste[4]. Le 21 septembre 1976 il est même invité pour débattre de la social-démocratie avec Klaus Bonami, leader du SPD, et ministre allemand du développement. Il récidive en 1980 sur France Culture face à Olof Palme, se montrant dans les deux cas réticent au terme de social-démocratie car ce modèle ne ferait que gérer le capitalisme, alors que, selon lui, le système capitaliste connaît une crise irréversible[5].

[1] *Le Monde*, 31 octobre 1975

[2] *Témoignage Chrétien*, 31 octobre 1975

[3] VERGNON, Gilles. *Le « modèle» suédois : les gauches françaises et l'impossible social-démocratie*. Rennes : PUR, 2015

[4] INA, Antenne 2, *L'invité du jeudi*, 28 septembre 1978

[5] INA, France Culture, *Dialogues*, « L'avenir de la social-démocratie en Europe occidentale », 10 juin 1980

Le passage au PS marque donc une évolution notable tant d'un point de vue de la posture politique que de l'apparence que Michel Rocard veut donner de lui-même. Dès cette époque il doit restaurer une image affaiblie par la fin de la période PSU et gérer une médiatisation pas toujours à son avantage même si elle semble favorable. Ces évolutions nécessitent la mise en œuvre d'une communication mieux maîtrisée. C'est ce que vise la mise en place d'un groupe dédié intégralement à la communication de Michel Rocard.

II) La structuration de la communication sur la longue durée

A) La naissance du Groupe image

1) S'imposer dans l'entourage

Si la communication de Michel Rocard apparaît jusque-là très préparée pour son temps et son camp, il n'y a pas de cellule permanente de communication dans son entourage. Les conseils et préparations sont ponctuels et, en général, liés aux scrutins électoraux. Mais la campagne de 1974 joue, sur ce plan aussi, un rôle de déclic. L'organisation bipolaire et défaillante de la communication mitterrandiste surprend les rocardiens et devient pour eux l'explication de son échec. En effet, le candidat du Programme commun a autour de lui une équipe de campagne, autour de Claude Perdriel, qui cherche à utiliser tous les moyens modernes de communication, en s'inspirant notamment de la campagne pour l'élection présidentielle américaine de McGovern en 1972, que le directeur du *Nouvel Observateur* avait lui-même suivi sur place. Mais à cette équipe s'oppose la cellule propagande du parti qui cherche à court-circuiter le plan de communication de l'équipe de campagne. Les innovations que veut apporter Claude Perdriel et plus particulièrement la forte personnalisation de la campagne, déplaisent au parti, qui s'y oppose. Il résulte de ces divisions des compromis boiteux, comme, par exemple, une affiche de campagne sur laquelle figure le même slogan qu'Alain Poher en 1969 : « Un président pour la France » (finalement

remplacé par : « La seule idée de la droite garder le pouvoir. Mon premier projet : vous le rendre »). Quant à la photo de François Mitterrand, elle est reléguée en bas de l'affiche dans un format timbre-poste[1].

C'est juste après la campagne, par une lettre du 20 juin 1974, et avant même que Michel Rocard rejoigne le PS que Pierre Zémor, alors consultant en entreprise, propose à Michel Rocard d'organiser un groupe permanent dédié à sa communication. Pourtant, on ne peut pas dire que celui-ci exulte à cette proposition. Il répond trois semaines plus tard concédant que « sur le principe et sur les quatre axes de travail je suis en gros d'accord, et même largement demandeur ». Avant de nuancer fortement et de s'inquiéter que le nouveau groupe suggéré ne vienne créer des problèmes dans son entourage déjà fourni : « Tu sais bien que je n'ai jamais de ma vie travaillé seul. Il va donc se poser un problème de connexion avec quantité de gens, d'équipes et de structures. Les aspects essentiels de la stratégie dépendent en ce moment de plusieurs structures :

-le bureau national du PSU et sa capacité à faire accepter ses propositions par la base

-le PS, dont l'accord est nécessaire pour que se fasse bien l'opération en cours actuellement, faute de quoi il y aura beaucoup de choses à réinventer en matière de stratégie !

-la CFDT, dont l'importance dans le dispositif est telle qu'il n'est guère question d'ouvrir un désaccord avec elle. Au milieu de ces structures, je navigue avec différents réseaux d'amitiés ou différentes équipes dont la coordination ne va pas de soi. Indépendamment du fait que Pierre Mauroy est un vieux copain depuis plus de 20 ans maintenant et Edmond Maire aussi, ce qui facilite bien la vie, il existe des équipes constituées :

a) un noyau dur au sein du BN du PSU

b) Un groupe informel de réflexion stratégique structurelle, en gros commun à des équipes de la CFDT et du PSU, auquel est doucement en train de s'adjoindre Mauroy

c) Un groupe d'économistes du PSU avec qui j'ai fondé une petite association 1901 qui pourra servir de support à d'éventuelles publications

[1] Entretien avec Joseph Daniel, 13 mai 2011

d) Enfin, à l'initiative de Daniel Frachon, un groupe constitué dont l'objectif précis est de gérer mon capital de notoriété politique personnelle, ce qui est le même objectif que celui que tu te donnes, mais avec une composition beaucoup plus "politique" et des références méthodologiques moins techniciennes.

(...)

C'est donc encore un peu le bordel. Mais tout cela joue sur des réseaux qui se connaissent, des confiances acquises, des amitiés soigneusement préservées sur une longue période. On ne fait pas n'importe quoi avec ça. Le problème que tu me poses apparaît dès lors avec les caractéristiques suivantes :

5) Les équipes dont je viens de te parler ne comportent pas les qualifications techniques qui te permettent, à toi et à ton groupe, d'aborder les problèmes comme tu le fais. Raison majeure au nom de laquelle je suis demandeur.

6) Mais on ne peut pas pour autant fusionner purement et simplement votre groupe et l'équipe d) ci-dessus. Frachon, qui est mon vieux complice depuis au moins huit ans maintenant et m'a élu dans les Yvelines, est regardant sur les états de service et s'imaginerait que je veux le court-circuiter, alors que j'ai la plus grande confiance dans son jugement politique[1]. »

Michel Rocard, même s'il est intéressé par la proposition semble donc soucieux de privilégier son groupe avant tout « politique » et militant. Bien conscient de cet enjeu, c'est en rappelant leur pedigree de militants que les deux piliers du Groupe image à sa création – Pierre Zémor et Gérard Grunberg – se présentent. Pierre Zémor met en valeur ses débuts aux jeunesses radicales au sein du courant mendésiste, puis son militantisme au PSU, sa participation à la campagne de 1969, ainsi que la rencontre avec Michel Rocard dans le cadre de l'ADELS : « C'est dans ce travail au bureau de l'ADELS que j'ai découvert profondément ta motivation, ta pédagogie, ton honnêteté politiques ; elles rejoignaient une aspiration et expliquent aujourd'hui une confiance bien loin d'être... indifférenciée[2]. »

Pour renforcer leur position, ils s'appuient d'ailleurs sur Christian Blanc au capital politique plus développé et qui commence alors à jouer un rôle clé auprès de Michel Rocard :

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Lettre de Michel Rocard à Pierre Zémor, 15 juillet 1974

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Lettre de Pierre Zémor à Michel Rocard, 3 août 1974

« Il est tout à fait d'accord sur mon premier axiome de travail : le groupe d'appui se constitue, *intuitu personae*, en fonction des compétences techniques et sous réserve, bien entendu, d'une communauté de vues avec toi et de motivations à l'égard de ton personnage politique, mais en évitant tout lien avec les structures politiques existantes. Je veillerai attentivement à ce que ce fonctionnement "technique" et cette réflexion soient constamment au service du politique[1]. »

Autre facteur qui va contribuer au maintien du groupe, la stratégie personnelle. Si Michel Rocard a répondu collectif à l'approche individuelle de Pierre Zémor, le groupe se veut au service d'un homme. Son premier nom est d'ailleurs « Groupe image MR[2] ». Cette entreprise est d'autant plus impérieuse que l'homme est alors esseulé, malgré l'apparence des soutiens énumérés. Il est marginalisé au PSU qu'il ne dirige plus, n'est pas encore au PS, n'est plus député. Ce Groupe image lui offre ainsi un lieu de réflexion jusque-là unique sur son destin personnel. D'autant qu'à partir de cette époque, l'objectif présidentiel devient plus réaliste. Selon Pierre Zémor la défaite de François Mitterrand actée, leur stratégie est de prendre la succession de celui-ci comme meilleur candidat de la gauche[3].

2) Des profils différents

Outre Pierre Zémor et Gérard Grunberg, le groupe qui se constitue finalement à l'automne 1974 repose sur la participation d'un ensemble de sondeurs, de journalistes et de communicants. On trouve ainsi Jérôme Jaffré – sous le nom de Frédéric Hervé – à la fois chercheur au CEVIPOF et au service politique de la SOFRES, institut de sondages créé par Pierre Weil en 1963, scission de l'IFOP. Du côté des journalistes, les piliers sont Jean-Paul Ciret, ancien rédacteur en chef-adjoint de la revue de consommation *Que choisir ?,* et qui s'occupe des relations presse de Michel Rocard, Gilbert Denoyan, rédacteur en chef adjoint de France-Inter et présentateur de la célèbre émission *Le téléphone sonne,* ou Bernard Langlois, ancien du PSU et issu du catholicisme de gauche, qui occupe la fonction de journaliste indépendant après avoir dirigé *Tribune socialiste*. Dans la dernière catégorie, on

[1] *Ibid.*

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 28 novemvre 1974 »

[3] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013

trouve évidemment Pierre Zémor, mais aussi Claude Marti, publicitaire et membre du comité directeur puis vice-président à partir de 1978 de TBWA, l'une des plus grandes agences de communication mondiale. Personnage haut en couleur, ce Suisse qui se dit résolument gaulliste, est celui qui attire à lui la lumière. Il est ainsi souvent présenté comme à l'origine du Groupe image[1]. S'il est présent et semble avoir nettement influencé tant l'apparence que la communication de Michel Rocard, son rôle n'est pas bien défini au sein du groupe, et sa participation irrégulière. Ses pratiques tranchent également avec l'approche, qui se veut « scientifique » et notamment très fondée sur les sondages, des membres du groupe :

« Claude Marti déclare régulièrement connaître l'opinion et prévoir ses évolutions en captant "les ondes de la société". Il suffirait selon lui d'écouter et de regarder : "Vous allez dans n'importe quel bistrot de Paris et vous avez (avant) les résultats des élections"[2]. »

Adepte de formules mystérieuses, il met en avant Madame Michu comme la figure de la ménagère moyenne à laquelle Michel Rocard doit tenter de s'adresser en usant de mots plus simples : « Tu as entendu Gaston Defferre m'a comparé à Pierre Laval et hier, à Europe 1, François Mitterrand l'a, en quelque sorte, approuvé. Que dois-je faire ? Faut-il répondre ? — Ne t'inquiète donc pas, réplique alors Claude Marti, Madame Michu n'a certainement pas écouté cela ! [3]». On retrouve, au travers de cette description du Groupe image l'ambivalence du conseil en communication entre « bon sens » et recherche de fondements « scientifiques[4] ».

Chacun de ces intervenants semble faire part de ses idées à titre gracieux. Toutefois, des dépenses, ne serait-ce que structurelles (organisation des réunions) sont générées, ainsi que le coût des sondages commandés à partir de 1975 auprès de la SOFRES. Sur quelles ressources le groupe peut-il s'appuyer ?

[1] *Le Nouvel observateur*, 2 avril 1979

[2] *Ibid.*

[3] *Ibid.*

[4] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 175

3) Financer la communication : une zone d'ombre ?

La problématique des finances en communication politique – aussi essentielle qu'elle soit – est sans doute l'un des enjeux les moins étudiés. Les sources manquent souvent, d'autant plus à une époque où les modes de financement de la politique ne sont pas réglementés. Concernant Michel Rocard, avant son arrivée au pouvoir, nous n'avons que peu d'éléments nous permettant de retracer ses modes de financement et les interviewés, malgré nos efforts, sont souvent peu loquaces. A la question du mode de financement, il nous est le plus souvent répondu que tout cela fonctionnait sur la gratuité, ce qui semble en grande partie exacte, concernant les conseils donnés à Michel Rocard. Pour les sondages commandés par l'équipe nous savons qu'ils n'étaient pas tous offerts. De même la fabrication de tracts, d'affiches, de professions de foi a un coût.

On trouve dans les archives de Pierre Zémor quelques traces de dépenses via les factures, notamment pour la commande de sondages. Ainsi, trois vagues de sondages commandés à la SOFRES entre septembre 1976 et décembre 1977 reviennent à 15 800F au total (5 000F, 5 000F et 5 800F pour la dernière)[1]. Une étude sur Conflans réalisée en août 1977 sera également facturée 23 520F par la SOFRES[2]. Des enquêtes qualitatives sont également commandées pour 1 500F à « Romatier », et 1 200F à « Serfati »[3].

Pour compenser ces dépenses, Kathleen Evin nous renseigne sur les entrées d'argent :

« Une association d'Etudes et d'Informations économiques a été créée par les amis de Michel Rocard. Celle-ci est locataire en titre (5 000F par mois) du 98, rue de l'Université. Elle réalise chaque année, grâce à la participation bénévole des "copains" économistes et statisticiens de Rocard, un certain nombre d'études commandées, moyennant finances, par des particuliers ou des entreprises. En 1978, son chiffre d'affaires aurait été de 90 000F. Enfin, une "sur-cotisation" demandée aux plus aisés des "camarades rocardiens" permet de dégager environ 40 000F supplémentaires chaque année. "Ce budget, de 130 000F en 1979,

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1977-1979, Facture de la SOFRES envoyée à Pierre Zémor, 20 septembre 1976, 28 mars 1977, 30 décembre 1977

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1977-1979, Facture de la SOFRES envoyée à Pierre Zémor, 10 août 1977

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1977-1979, « Compte PZ/Raspail », Document sans date

conclut Christian Blanc, a permis tout juste d'honorer le loyer, les salaires des deux secrétaires et les charges diverses (téléphone, timbres...)"[1] ».

L'agence de communication dirigée par Michel Castagnet, un proche de longue date de Michel Rocard, règle aussi parfois certaines factures notamment à la SOFRES ou à des graphistes pour les documents électoraux[2]. Comme le souligne Christian Blanc l'équipe connaît également des difficultés à régler ses dépenses. Ainsi, la SOFRES est contrainte d'écrire plusieurs courriers de relance avant de recevoir le paiement pour une étude réalisée à Conflans en mars 1977[3].

B) Rationaliser la communication

De par sa formation, Pierre Zémor – il a suivi les enseignements de l'Ecole supérieure des travaux publics – propose à Michel Rocard de rationaliser la communication. Il entend ainsi se distinguer des pratiques jusque-là existantes, essentiellement ponctuelles et faiblement structurées. Il s'appuie sur ses compétences d'ingénieur conseil en organisation d'entreprise. Aguerri aux techniques de management et passionné par les mathématiques, Pierre Zémor offre à Michel Rocard une approche « rationalisée » de sa communication sur le modèle de ce qui se fait en entreprise. Son discours parle ainsi à un Michel Rocard qui s'est formé à l'époque de la mathématisation de la science économique[4]. D'ailleurs, ce sont en partie ses talents d'organisateur qui lui permettront de s'imposer comme un acteur important au sein de l'équipe de Michel Rocard. Il est chargé à plusieurs reprises d'organiser les groupes, d'établir des plannings ou de réorganiser le secrétariat de Michel Rocard. Le discours qui emprunte au champs lexical de la science et de l'entreprise est aussi une manière de séduire un Michel Rocard souffrant, depuis sa jeunesse, de l'ombre de son père, éminent scientifique et ayant toujours reproché à son fils son orientation vers un domaine aussi peu

[1] *Le Nouvel Observateur*, 2 avril 1979

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1977-1979, « Compte PZ/Raspail », Document sans date

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1977-1979, Lettre de Jérôme Jaffré à Pierre Zémor, 10 août 1977

[4] DULONG, Delphine. Quand l'économie devient politique. *Art. cit.,* p. 112

rationnel que la politique. La science a d'ailleurs toujours intéressé le secrétaire national du PS qui dit avoir voulu s'en inspirer pour ses politiques[1] et deux de ses fils s'y sont consacrés.

Le Groupe conçu comme un cercle d'analystes économiques vise bien sûr à s'adapter à l'esprit du leader. Mais il est aussi le témoin d'une approche de la politique très économique dans les années 1970. C'est d'ailleurs l'époque où Jacques Attali s'essaie à un ouvrage sur ce sujet[2]. Cette « économisation » de la politique se ressent aussi dans sa communication, permettant ainsi le transfert de méthodes de marketing commercial au politique.

C) Sonder l'opinion pour adapter l'image

1) Une stratégie marketing

La stratégie de communication mise en œuvre s'inspire fortement du marketing politique. Le terme est employé dès les premières réunions du groupe[3]. Le marketing politique connaît alors son heure de gloire comme a pu le montrer Christian Delporte[4]. Les publicitaires ont le vent en poupe et exercent sur les politiques une force de séduction incontestable. Les méthodes de vente qui ont connu une rationalisation sans précédent voient leur succès attirer le regard des politiques qui, inspirés par le modèle américain, vont chercher dans ces techniques une manière de moderniser la communication :

« Ainsi, le secteur économique publicitaire et, plus particulièrement, un groupe de consultants professionnels sont parvenus, à la faveur du contexte précédemment décrit et des mythes qu'il n'a pas manqué de susciter (comme, par exemple, celui de la toute puissance

[1] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 27

[2] ATTALI, Jacques. *Une analyse économique de la vie politique*. Paris : PUF, 1972

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion du Groupe image », 2 décembre 1974

[4] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* chapitre 7 « Le tournant marketing »

persuasive de la télévision), à légitimer et à promouvoir dans le domaine de la communication politique des produits déjà utilisés ailleurs[1]. »

Le groupe use particulièrement de ce que Serge Albouy appelle un « marketing gestionnaire » utile en période hors élection :

« Le poids de l'opinion, celui des médias, obligent les hommes politiques à développer une sorte de communication continue alimentée en particulier par ce que Jean-Marie Cotteret appelle la "communication réparatrice". Celle-ci conduit l'ensemble des acteurs politiques à recourir de manière permanente à ces techniques afin d'être sans cesse présents et actifs sur le marché de la communication[2]. »

2) L'apport de « politologues sondeurs »

Pour appliquer cette stratégie marketing, le groupe se veut à l'écoute de l'opinion, et en particulier au travers des sondages. Ceux-ci occupent une grande place dans l'activité du groupe. La statistique de l'opinion, « science particulière », au sens que Jean-Claude Passeron donne au terme, comme sciences sociales à même d'être utilisées par les politiques[3], plaît à un Michel Rocard toujours soucieux d'une approche plus « scientifique ». Leur caractère chiffré leur donne un aspect sérieux et rappelle le vocabulaire économique qui lui est cher. Cette utilisation des sondages est rendue possible par la place occupée au sein du groupe par deux spécialistes du domaine : Gérard Grunberg, à l'origine avec Pierre Zémor de l'équipe et qui depuis les années 1970 s'est spécialisé dans l'étude de l'opinion, et par son intermédiaire – ils sont tous deux chercheurs au CEVIPOF – Jérôme Jaffré (sous le pseudonyme de Frédéric Hervé). Ce dernier joue un rôle de pourvoyeur par sa position à la SOFRES – il travaille au service politique[4]. Certains sondages sont ainsi diffusés auprès du groupe gratuitement :« Jaffré étant sympathisant et Weil bon commerçant, cette étude est offerte généreusement par la maison, mais sous la forme de relations publiques à ton égard (...) Jaffré

[1] ALBOUY, Serge. *Op. cit*., p. 27

[2] *Ibid.,* p. 28

[3] PASSERON, Jean-Claude. *Le raisonnement sociologique.* Paris : Nathan, 1991, p. 26

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion du Groupe image », 7 janvier 1975

a souligné le caractère exceptionnel de ce type de service gratuit ; ce geste ne doit pas être ébruité[1]. » Le groupe commande même à partir de 1975 un sondage pour ausculter plus en détail l'image de Michel Rocard et sa popularité par catégories, pour un coût de 70 000 à 90 000F : « Dans l'ensemble, c'est pas la gloire, mais c'est un "étiage" assez clair à partir duquel nous aurons des indications pour reconstruire. Nous allons, après une réflexion interne, préparer avec Jaffré 2 ou 3 questions (2 permanentes et 1 mobile) qui pourraient être posées trimestriellement (4 000-5 000F/trimestre)[2]. »

Ainsi, ils constatent sa faiblesse dans l'électorat féminin et chez les ouvriers et les ruraux. Au contraire, il obtient un beau succès auprès des jeunes, des cadres supérieurs, des professions libérales. Le croisement de ces données avec leurs études du vote depuis le début des années 1970 leur permet de voir que Michel Rocard se distingue donc au sein de l'électorat qui apporte le plus à l'essor de la gauche[3].

A ces analyses quantitatives s'ajoutent des enquêtes qualitatives sur panel, toujours à l'aide de sympathisants comme Jérôme Jaffré et Gérard Doiret, ce dernier travaillant à la COFREMCA[4]. Elles ont l'avantage de fournir un point de vue plus précis sur les préoccupations des sondés et une image plus fine, telle qu'elle ressort de leurs discours. Méthode coûteuse, l'enquête s'appuie à nouveau sur les réseaux des acteurs, et plus précisément sur ceux de Gérard Doiret qui fait venir des enquêteurs amis. Ces études qualitatives leur apprennent que l'image personnelle de Michel Rocard est très bonne et les adjectifs qui lui sont associés plutôt positifs :

« Bilan de l'enquête quali : "Notoriété acquise, positionnement à gauche net, soutien du PC relativement bon, *hysteresis* de l'appartenance au PSU notable, faiblement associé à l'union de la gauche, image personnelle très bonne pour un homme politique : attaché à ses idées, ouvert, sympathique, compétent, mais chaleureux ?, bcp de soutiens chez cadres sup, tranches d'âge 50-65 et 35-50, grandes agglomérations. On ne voit pas assez MR[5]. »

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Popularité de Michel Rocard dans l'opinion publique, juin 1974-mars 1975 », 12 avril 1975

[2] *Ibid.*

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1980, Note « Mouvement social et culturel », septembre 1979

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu du Groupe image », 15 novembre 1975

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Note de PZ pour le Groupe image », 11 juillet 1976

3) Définir des « cibles »

Ces résultats confirment les données quantitatives qui montraient une faiblesse du côté des femmes, séniors, agriculteurs et inactifs. En bonne logique marketing, ceux-ci vont devenir des « cibles » et un plan de communication va être élaboré pour améliorer l'image de Michel Rocard dans ces secteurs : « Donc les cibler via une émission plus personnelle type "questions sans visage" et s'appuyer sur vécu concret de Conflans[1]. » Une séance du groupe est ainsi consacrée aux femmes[2], à une période où le vote de celles-ci devient un enjeu pour les politiques, Valéry Giscard d'Estaing leur consacrant par exemple une émission[3]. Puis une séance de *videotraining* est dédiée à ce sujet, le 13 avril 1976. Le secrétaire national du PS est interrogé par deux *sparring partners* de son entourage, dont sa secrétaire Scarlett Courvoisier. Le résultat n'apparaît guère convaincant :

« Attitude pas très à l'aise et défensive (légère ironie mal ressentie par des téléspectatrices), rejet implicite ou explicite du "problème féminin" (...) Dans l'ensemble, il est souhaitable de viser sur ce type de questions, une compréhension plus complète, une empathie, une formulation très concrète des problèmes rencontrés par les femmes (surtout au niveau de l'analyse). [4] »

En outre, un plan média est établi pour s'adresser précisément à cette cible : « Article prévu dans *Elle*, interview dans *Choisir* pour janvier, et pourquoi pas *Marie-Claire* et *Femme pratique*[5]. » Le choix du magazine *Elle* n'est pas anodin. Il s'agit pour la période du newsmagazine féminin de référence et qui permet en plus de toucher un public plutôt urbain

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Réunion groupe image », 4 août 1977

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 8 septembre 1975 »

[3] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 297

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Groupe image "l'aspect femme dans l'étude de l'image" », 9 novembre 1977

[5] *Ibid.*

et appartenant aux catégories socio-professionnelles élevées, cible au sein de laquelle Michel Rocard obtient sa meilleure cote chez les hommes[1].

4) L'usage controversé des sociostyles

Enfin, les membres du groupe sont également friands d'un autre type de qualitatifs alors en plein essor : les sociostyles de la CCA et de la COFREMCA. Comme les définit Didier Georgakakis, il s'agit d'une « forme marginale de classification ». Ces études entendent remettre en cause les catégories classiques qu'elles soient des classes sociales, ou des analyses statistiques étatiques, comme celles de l'INSEE, en se basant sur l'étude des « styles de vie ». La méthodologie semble très interdisciplinaire et picore dans les sciences sociales, afin de forger une approche originale et en apparence très « sérieuse » :

« Ces propriétés hétérogènes expliquent pour une part les emprunts multiples et le va-et-vient entre plusieurs disciplines (statistique, psychologie, psycho-sociologie, management) dont témoigne le classement. Celui-ci est créé dans une conjoncture où les succès de l'analyse factorielle et des travaux de Jean-Paul Benzécri, qui emprunte d'ailleurs une partie de ses exemples à des cas de marketing, ouvrent des possibles et notamment ceux d'un mariage entre techniques quantitatives et qualitatives[2]. »

Fortement controversées au sein du monde académique, elles attirent par contre le monde de l'entreprise et son environnement, correspondant à leur recherche d'une catégorisation de la société basée sur les comportements individuels :

« Dans les années soixante et soixante-dix se constitue en effet un espace de production d'études destinées au "monde" de l'entreprise. En plus des cabinets conseils qui existent déjà, se créent des centres de recherche en gestion, des revues, des collections éditoriales, des colloques "carrefour" où se rencontrent sociologues, chercheurs en gestion et consultants. (...) À un moment de crise de l'université et où les investissements en son sein passent par le deuil des espoirs qu'avait pu faire naître 68, un tel espace constitue ainsi un lieu de prédilection

[1] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias. Op. cit.,* p. 395

[2] GEORGAKAKIS Didier. Une science en décalage ? Genèse et usages des socio-styles du CCA (1972-1990). *Genèses*, n° 29, 1997, p. 56

pour que des agents se réalisent dans des dispositions frontières, mi-"scientifique", mi-"pratique", pour employer des catégories constituées[1]. »

Par ailleurs, ces études, allant à l'encontre d'une vision classiste de la société, ne sont pas sans déplaire à des socialistes en rupture de ban avec le marxisme. Plus que les études du CCA analysées par Didier Georgakakis, ce sont celles de la Cofremca – sur le même créneau commercial, l'analyse des « styles de vie » – qui sont privilégiées dans le cas de Michel Rocard. Plusieurs raisons gouvernent ce choix. D'abord, les enquêtes de la COFREMCA apparaissent plus « sérieuses », employant un langage plus conforme au milieu des études. Didier Georgakakis, en comparant les deux leaders des instituts, montre ainsi les ressources politiques et scientifiques plus développées d'Alain de Vulpian, le dirigeant de la COFREMCA. Celui-ci bénéficie en outre d'une proximité réelle avec Michel Rocard, notamment par le biais du Club Jean Moulin, dont il a fait partie[2]. La transmission gratuite d'études correspond d'ailleurs au positionnement de l'agence qui travaille ses réseaux au sein du monde politique, tant à droite (Henri Giscard d'Estaing appartient à la direction de la COFREMCA), qu'à gauche.

Outre la réflexion minutieuse sur les enquêtes que nous venons de voir, se maintiennent des brainstormings visant à appréhender de manière plus intuitive l'image de Michel Rocard. Il ressort ainsi d'un tour de table que les principaux traits de Michel Rocard peuvent être : « jeune homme sympathique et brillant (...) honnête, il n'arrivera pas, compte tenu de la pratique politique, économiste plus qu'homme politique, homme de droite qui se bat à gauche, ne fait pas de démagogie, intransigeance, rigueur[3]. » Ainsi, se mêlent au sein du Groupe image l'analyse scientifique de l'opinion, et une réflexion plus intuitive, que certains ont même jugée proche du « café du commerce[4] ». Ce qui amènera d'ailleurs à la création d'un groupe propre aux chercheurs dans l'entourage rocardien, comme nous le verrons plus loin.

[1] *Ibid.,* p. 57

[2] Entretien avec Alain De Vulpian, 14 mars 2014

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion du "groupe image" », 2 décembre 1974

[4] Entretien avec Jean-Paul Ciret, 3 décembre 2010

D) S'adapter aux nouvelles attentes des médias

1) Le *videotraining*

L'essentiel du travail du groupe, au moins les premiers mois, avec l'étude des enquêtes d'opinion, est d'entraîner Michel Rocard à ses interventions médiatiques. On retrouve là l'obsession des conseillers en communication pour les passages médiatiques, vus comme un moment d'influence essentiel sur l'opinion. Comme le rappelle Rémy Rieffel :

« La représentation d'un pouvoir fort des médias est également partagée par certains conseillers d'hommes politiques qui ont tout intérêt à forger et répandre cette croyance pour se rendre indispensables auprès de leur employeur, et plus précisément par tous les professionnels de la communication[1]. »

L'homme a déjà une bonne maîtrise de sa médiatisation, comme nous avons pu le voir, et comme le rappellent les membres du groupe : « Michel apparaît déjà très à l'aise devant les caméras. 4 ou 5 séances lui permettront à coup sûr d'améliorer son expression TV[2]. » Mais des griefs lui sont toujours faits quant à son débit, ou son langage complexe :

« MR impose ses idées dans une situation de meeting (le courant passe) ou de conflit plus facilement qu'à la télé et plus encore qu'à la radio (...) sa manière de communiquer (rapide, hachée, etc... dense) est marquée par ses motivations (fonceur) et ses préoccupations du court terme (homme d'action)[3]. »

Pour corriger ces handicaps des séances sont organisées au studio de Michel Blœsch, technicien de la société CEP (Communication Et Promotion) que dirige Michel Castagnet[4]. Ce communicant est un proche de longue date de Michel Rocard qu'il a connu par le biais du scoutisme – Michel Rocard fut un scout très actif au sein des éclaireurs unionistes de France dont il fut un des principaux dirigeants au début des années 1950. Nous avons la trace de six

[1] RIEFFEL, Rémy. *Que sont les médias*. Paris: Gallimard, 2006, p. 167

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion », 7 janvier 1975

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 2 décembre 1974 »

[4] *Ibid.*

séances de *vidéotraining* : 8 janvier 1975, 13 février 1975, 12 mars 1975, 4 juillet 1975, 8 septembre 1975, 19 décembre 1976. Mais d'après les archives d'autres semblent avoir eu lieu, sans qu'il n'y ait eu de comptes rendu. Y participent plusieurs piliers du Groupe image : notamment Pierre Zémor, mais aussi Michel Blœsch pour les aspects techniques. S'agrègent également Jean-François Merle, jeune agrégé d'anglais, normalien, et plume de Michel Rocard. Ce dernier lui sert régulièrement de *sparring partner*. Dans cette fonction on trouve également Claude Marti. Enfin, des journalistes viennent également questionner Michel Rocard comme Bernard Langlois ou Gilbert Denoyan. S'y adjoignent aussi, mais moins régulièrement, des membres de l'entourage plus politique de Michel Rocard comme Christian Blanc ou Bernard Jaumont (pseudonyme de Georges Le Guelte).

2) La préparation des émissions télévisées

Le but est de rendre Michel Rocard plus à l'aise avec les médias et en particulier la télévision. Son débit rapide et touffu est clairement l'une des cibles : « il faut encore accepter de faire passer moins d'idées dans un laps de temps donné[1]. » Des études postérieures à la période nous enseignent qu'il a ainsi débité, en décembre 1988, 9 354 mots pour une heure et demie d'émission à *Sept sur Sept*[2]. Jean-Marie Cotteret et Gérard Mermet, qui analysent le débit des candidats à l'élection présidentielle de 1988, montrent que Michel Rocard est celui qui délivre le plus de mots à la minute, dans ses interventions télévisées. Il prononce 180 mots à la minute, en moyenne, ce qui est supérieur de 30 mots à la vitesse d'élocution la plus favorable pour la compréhension, selon les auteurs. Il est d'ailleurs sur ce plan loin devant François Mitterrand, pourtant second au classement, avec 168 mots par minute[3].

Le vocabulaire est la deuxième cible des membres. Michel Rocard se singularise, au sein du champ politique, par un vocabulaire riche. Une étude datant de 1988 le place, de loin, premier parmi les leaders politiques du moment, par la diversité des termes employés,

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion », 7 janvier 1975

[2] *Le Point*, 26 décembre 1988

[3] COTTERET, Jean-Marie et MERMET, Gérard. *La bataille des images.* Paris : Larousse, 1986, p 205-207

uniquement suivi de Jean-Marie Le Pen et Pierre Juquin, devançant de loin Laurent Fabius et le président François Mitterrand. Il emploie en outre très peu de termes du français quotidien[1]. Cette analyse est confirmée par une étude contemporaine de Jean-Marie Cotteret et Gérard Mermet qui place le député des Yvelines premier par la diversité de son vocabulaire, d'un liste de 12 prétendants à l'élection présidentielle de 1988[2]. Ses conseillers tentent de chasser des termes trop techniques et issus de l'économie, récurrents dans sa bouche : « Quelques usages de la langue empruntés à l'économiste ("en aval", "débiteur à l'égard de"...) ou au professionnel de la politique ("base, "de c'pays"...) sont peut-être à éviter[3]. » Michel Rocard constitue ainsi pour Christian Delporte l'un des plus beaux exemples de « l'enalangue », le langage « technocratique » dérivé de l'ENA[4]. C'est ce langage que les conseillers tentent de chasser de son discours. L'entourage plus politique rend d'ailleurs hommage à ce travail de simplification entrepris par les membres du groupe :

« "Le Groupe image, et particulièrement Marti a eu surtout l'intérêt politique d'obliger l'équipe politique à s'interroger sur la communication de notre message souvent peu compréhensible (...) Un certain nombre de conseils du type élocution plus lente et sentiment d'écoute (à travers le fait de savoir sourire) ont été très utiles à cet égard"[5]. »

Mais le groupe vise aussi à améliorer l'interaction de Michel Rocard avec les journalistes. En effet, les comptes rendus mettent régulièrement en valeur son attitude défensive : « l'attitude est encore un peu défensive sur les réponses aux attaques du PC (...) Michel qui bénéficie d'une image positive doit éviter de se justifier, doit s'exprimer en termes positifs ; il doit apparaître comme un homme politique qui aide la gauche à sortir de sa culpabilité[6]. »

Il est également préparé aux différents styles des journalistes. Ainsi, une mauvaise expérience avec Ivan Levaï, pourtant jugé proche – il avait réussi à mettre Michel Rocard en difficulté sur Europe 1 –, amène le groupe à privilégier des questions plus incisives lors du

[1] *Le Point*, 26 décembre 1988

[2] COTTERET, Jean-Marie et MERMET, Gérard. *Op. cit.,* p 205-207

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion », 7 janvier 1975

[4] DELPORTE, Christian. *Une histoire de la langue de bois*. Paris : Flammarion, 2009, p. 195

[5] *Le Nouvel observateur*, 2 avril 1979

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de réunion », 7 janvier 1975

videotraining suivant. Outre les styles, les différents formats sont également testés, comme l'interview traditionnelle par un journaliste, mais aussi celle plus personnelle à la manière de Jacques Chancel, ou encore la confrontation à plusieurs journalistes.

Pour les grandes émissions, une préparation plus précise et plus lourde est mise en œuvre, plusieurs jours à l'avance. L'équipe collecte d'abord des fiches des différents membres sur les sujets qui pourront être abordés. Ainsi, pour une émission sur la littérature, Jean-François Merle fait une fiche détaillée sur les grandes tendances actuelles, pour mettre Michel Rocard au fait d'un sujet auquel il a peu de temps à accorder[1]. Des déjeuners ou rendez-vous sont également organisés avec les journalistes invitants pour les sonder sur les thèmes qu'ils comptent aborder et leurs attentes[2]. Les membres visionnent aussi les précédentes émissions et notamment les passages de concurrents directs[3]. S'il y a un contradicteur, des recherches sont faites sur lui. Ainsi, à l'approche d'une confrontation sur France Culture entre Michel Rocard et Jean-Paul Escande, Pierre Zémor fait des recommandations sur le débat : « JP Escande est un homme à l'aise, intelligent, habile dans un discours contestataire en apparence ; il sait user d'arguments progressistes et retourner les questions qui l'embarrassent[4]. » Il lui présente également en détail ses théories – Michel Rocard n'ayant probablement pas eu le temps de lire l'ouvrage pour lequel le chef de clinique des hôpitaux de Paris est invité : *Les médecins*[5]. Plutôt que de chercher la contradiction comme cela se ferait avec un autre politique, Pierre Zémor l'invite à choisir la coopération :

> « La tactique de dialogue doit être la suivante :
>
> -l'écouter critiquer, l'encourager
>
> -prendre acte, reformuler
>
> -poser les problèmes politiques ainsi soulevés[6]. »

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Note littérature pour émission Europe 1 », 23 septembre 1975

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 22 avril 1975 »

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 8 septembre 1975 »

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Recommandations "image" pour le débat France Culture avec JP Escande », 19 octobre 1975

[5] ESCANDE, Jean-Paul. *Les Médecins*. Paris : Grasset, 1975

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Recommandations "image" pour le débat France Culture avec JP Escande », 19 octobre 1975

Ces conseils seront plutôt bien suivis, Michel Rocard n'hésitant pas à flatter son contradicteur qui finira par s'exclamer : « Pensez si je suis content d'être avec vous ce soir[1]. »

Juste avant l'émission, des éléments de langage lui sont également préparés par Jean-François Merle et Pierre Zémor. Quand Michel Rocard est invité à commenter des sujets sensibles comme la pornographie – à la suite du succès de la réédition du roman érotique *Histoire d'O,* complétée par un récit supplémentaire[2] –, ses conseillers l'invitent à « éluder implication personnelle, renvoyer qq questions sur autres participants, souligner qu'il y a trop de pub là-dessus, ne pas culpabiliser[3]. » Puis une séance d'entraînement est parfois organisée, sur le modèle du *videotraining* décrit plus haut. Enfin, le jour même de l'enregistrement, Christian Blanc s'occupe de la mise en bain de Michel Rocard, quelques heures avant l'émission[4], en général à son domicile[5].

Outre les rencontres ponctuelles avec les journalistes, les relations avec la presse sont également cultivées sur le long terme. Des déjeuners avec des journalistes sont régulièrement organisés, tant avec les grandes plumes nationales – Jacques Fauvet, le directeur du *Monde*, Pierre Ysmal de *Sud-Ouest*, Pierre Sainderichin de *France-Soir*, Philippe Alexandre, alors chroniqueur politique à RTL – qu'avec des journalistes de la presse régionale comme ceux de *Ouest France*, par ailleurs le quotidien généraliste le plus vendu en France[6].

3) Entre authenticité et formatage

Comme le montre l'analyse des comptes rendus de réunions, le groupe est pris entre deux buts, en apparence contradictoires. D'abord, l'adaptation de Michel Rocard aux codes de la presse audiovisuelle, en tout cas tels qu'ils sont perçus par les membres. Cela passe par un ralentissement de son débit, une apparence moins agressive, un vocabulaire moins complexe

[1] INA, France Culture, *Dialogues*, 4 novembre 1975

[2] REAGE, Pauline. *Histoire d'O*. Suivi de *Retour à Roissy*. Paris : Pauvert, 1975

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 8 septembre 1975 »

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Note de Claude Marti pour le groupe image, 1er mai 1975 »

[5] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnet de notes, 1977-1978

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 8 septembre 1975 »

et un style vestimentaire soigné. Cette adaptation est aussi fortement inspirée de l'exemple giscardien. Le président en exercice brille alors par sa maîtrise des médias et sa forte popularité est attribuée à sa télégénie. Très à l'aise avec la télévision, il se démarque par un langage simple et un discours très didactique, notamment sur le plan économique. Ce tropisme giscardien se retrouve dans les commentaires des membres qui réclament de Michel Rocard plus de pédagogie[1].

Toutefois, cette tentative d'adapter Michel Rocard à la communication audiovisuelle se confronte à son « authenticité » que les comptes rendus de Pierre Zémor semblent vouloir à tout prix préserver. Plus les sondages vont s'améliorer, plus il va sembler aux membres du groupe que la communication du leader socialiste est tout à fait celle qu'attendent les citoyens. Les critiques s'atténuent autour du débit rapide de Michel Rocard et de son langage technique. On peut d'ailleurs remarquer que « l'état de grâce » que connaît Michel Rocard dans l'opinion à partir de 1978 est concomitant de la fin des séances de *videotraining* – ou du ralentissement de leur nombre. Là encore les sondages sont vus comme une forme d'évaluation du travail accompli.

4) De la relativité du plan-média

Néanmoins, malgré des apparences qui se veulent scientifiques, cette communication est largement soumise aux contraintes du hasard et du temps. Sur les nombreuses prestations médiatiques de Michel Rocard, une minorité seulement suscite une réelle préparation, d'après nos archives. Quant au *videotraining*, Pierre Zémor se plaint régulièrement du manque de temps de son poulain pour en faire : « Ménager à MR dans son emploi du temps la disponibilité suffisante pour préparer les interventions (radio et surtout TV, Chirac, Giscard dégagent des 1/2 journées entières...)[2]. » Par ailleurs, au fil du temps, les réunions du Groupe image sont de moins en moins régulières. Les échéances politiques fondamentales, comme le Congrès de Nantes, les campagnes de 1977 et 1978, empêchent l'équipe de se réunir pour la réflexion de fond propre au groupe. Ainsi, après plusieurs mois d'absence entre octobre 1977

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Note de PZ pour le groupe image », 11 juillet 1976

[2] *Ibid.*

et juin 1978, le groupe ne se réunit pas avant l'automne 1978, en tout cas à partir de ce que l'on peut reconstituer grâce à nos sources[1]. Mais selon Kathleen Evin, il continuerait à y avoir une séance de *videotraining* tous les mois[2]. Les préparatifs du congrès de Metz amènent à nouveau une longue absence et ce n'est vraiment qu'à partir de fin 1979-début 1980 que le groupe ressurgit pour préparer la candidature présidentielle.

Le groupe ne semble pas toujours consulté avant l'acceptation de certains rendez-vous ou certaines grandes prises de position politiques, ce qui rend son travail plus complexe et mécontente certains de ses membres :

« De ce point de vue, le groupe n'est pas entièrement convaincu par l'acceptation du *Face au public* pour les raisons qui découlent des remarques précédentes, mais plus généralement parce que ce choix implique la décision préalable que MR se rende à la Convention sur le projet. Or, sans se prononcer sur le bien fondé d'une telle décision, le groupe se demande si tous les arguments pour et contre ont bien été pesés[3]. »

Victime de son succès, le nombre de participants du Groupe image devient pléthorique, ce qui rend complexe une discussion organisée[4]. Certains membres en viennent à le comparer à un « café du commerce[5] ». Cet élargissement rend la discrétion de plus en plus difficile, et la figure de Claude Marti devient ainsi omniprésente dans les articles et ouvrages consacrés à Michel Rocard. Le trublion suisse est même invité à une émission des *Dossiers de l'écran*, dans laquelle il s'illustre en prononçant le plus de fois possible le nom de Michel Rocard, pour en augmenter les statistiques[6]. Cette visibilité des « ficelles » qui guident la communication rocardienne menace la magie du discours. Son entourage craint que l'homme politique soit résumé à une forme, dénuée de contenu. Dès lors, les membres sont rappelés à l'ordre et doivent rester discrets[7]. L'épouse de Michel Rocard contribue également à faire

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 3 novembre 1978 »

[2] *Le Nouvel Observateur*, 29 février 1980

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1980, « Compte rendu de la réunion du groupe Prospol », 22 novembre 1979

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 3 novembre 1978 »

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Lettre de Pierre Zémor à Michel Rocard, 14 février 1975

[6] INA, Antenne 2, *Les Dossiers de l'écran*, 23 septembre 1980

[7] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1980, Note « Mouvement social et culturel », septembre 1979

annuler une émission d'*Apostrophes*, l'émission littéraire de Bernard Pivot, portant sur l'ouvrage de Hervé Hamon et Patrick Rotman, *L'Effet Rocard*. Elle considère en effet que le livre présente trop son époux comme manipulé par les publicitaires[1].

Quant aux relations presse, elles ne sont pas toujours parfaitement maîtrisées. Si Jean-Paul Ciret s'évertue à être la voix unique des rocardiens auprès des journalistes, plusieurs personnes ont des contacts anciens avec le milieu journalistique et laissent ainsi fuiter des informations. Cette diversité des contacts presse, évidemment utilisée par les journalistes pour passer outre un discours parfois trop convenu, est largement exploitée par la presse[2]. Cela explique en partie les interprétations différentes de nos acteurs autour de « coups de com' » – nous avons vu plus haut l'exemple de sa nomination au secrétariat national du PS – maîtrisés pour certains[3], totalement involontaires pour d'autres[4].

E) Le groupe Prospol

L'élargissement du Groupe image et son hétérogénéité amènent Pierre Zémor à constituer un autre groupe dédié à la communication. Il s'agit du groupe Prospol – pour Prospective et politique. Composé majoritairement de politologues, pour la plupart issus du CEVIPOF – Jérôme Jaffré et Gérard Grunberg dont nous avons déjà parlé, mais aussi Frédéric Bon et Jean-Luc Parodi – il a pour but de se pencher sur les enquêtes d'opinion – dont tous sont des spécialistes – plus en détail que ne peut le faire le Groupe image. Son activité est beaucoup plus axée sur la réflexion de long terme, laissant de côté les aspects *videotraining*. Il correspond tout à fait à la recherche d'une communication plus « scientifique » voulue par Michel Rocard et Pierre Zémor. C'est le positionnement politique de Michel Rocard – son positionnement à l'égard du PCF notamment, sujet sur lequel un débat a lieu entre Frédéric Bon favorable à une prise de distance, et Jean-Luc Parodi, considérant pour sa part que sous la V^{ème} République, l'Union de la gauche est le seul moyen

[1] Entretien avec Hervé Hamon, 14 juin 2014

[2] Entretien avec François Bazin, 16 mai 2014

[3] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013

[4] Entretien Jean-François Merle, 19 novembre 2015

de l'emporter au second tour[1] – qui est le plus discuté, mais les questions d'image sont aussi longuement abordées. Michel Rocard n'assiste pas toujours à ces réunions, mais son épouse, Michèle, – qui est une participante active de ce groupe en tant que sociologue – se fait le relais de ces travaux, tout comme Pierre Zémor. Les séances sont plus régulières que celles du Groupe image, en particulier sur l'année 1980 qui voit une mobilisation de plus en plus forte pour la candidature de Michel Rocard. On voit ainsi que l'équipe est contrainte de s'adapter à l'enjeu présidentiel qui devient de plus en plus important au fur et à mesure de la montée en puissance de Michel Rocard à la fin des années 1970.

[1] Entretien avec Jean-Luc Parodi, 29 avril 2011

III) S'autonomiser à l'égard du Premier secrétaire

A) Se bâtir une légitimité locale

1) Le choix d'un territoire

Nous avons vu que dès le début ces groupes ont pour but d'œuvrer au « destin présidentiel » de Michel Rocard. Mais pour crédibiliser celui-ci, il est nécessaire de se conformer aux attentes à l'égard d'un professionnel politique de l'époque. Or, parmi les traits essentiels qui font un leader politique national, manque à Michel Rocard un ancrage local. C'est l'une des principales conclusions que Pierre Zémor tire de la conférence donnée par Jerry Rafshoon, conseiller en communication du Président Carter, qui présente les succès de la campagne de 1976 : « Michel doit au plus tôt "développer" ses racines. Conséquence pour les municipales : intérêt d'aboutir à Conflans[1]. » Outre cet exemple américain, on sait que l'ancrage local fait partie du *cursus honorum* traditionnel en France. Pour les socialistes, les municipalités sont aussi un moyen privilégié pour se bâtir une légitimité et une expérience du pouvoir, durant leur traversée du désert entre 1958 et 1981, comme a notamment pu le montrer Aude Chamouard[2]. Battu en 1973 aux législatives, l'ancien Secrétaire national du PSU est depuis sans réelle circonscription. Dès son entrée au PS, ses proches s'affairent néanmoins à lui trouver un point de chute atteignable. Tant et si bien que lorsque François Mitterrand lui propose de l'aider à trouver un ancrage, Michel Rocard peut répondre fièrement que ses amis y ont déjà pourvu[3].

En effet, cinq pistes sont envisagées, selon les exigences de Michel Rocard : « une municipalité pas à plus de cent kilomètres de Paris, car je ne veux pas vivre en province ;

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1976-1978, « Exposé-débat de Jerry Rafshoon », 29 janvier 1977

[2] CHAMOUARD, Aude. *Une autre histoire du socialisme*. Paris : Editions CNRS, 2013

[3] EVIN, Kathleen. *Michel Rocard ou l'art du possible. Op. cit.,* p. 201

prenable sur la droite, mais pas sur la gauche, même face à un communiste ; qui se trouve dans une circonscription législative également prenable sur la droite[1]. » Les 9ème et 12ème circonscriptions des Hauts de Seine sont écartées, car la première est jugée trop à droite et la seconde à cause de l'implantation du PC. Dans l'Oise, le parachutage paraît trop complexe. La 3ème circonscription des Yvelines, enfin, si elle est jugée intéressante, paraît bouchée par la présence d'un socialiste reconnu : Pierre Métayer[2]. C'est donc la circonscription de Paris 16 qui semble mieux s'en sortir, Michel Rocard y bénéficiant d'une bonne implantation. L'hypothèque Métayer va pourtant se lever assez rapidement, ce dernier étant pressenti comme sénateur PS des Yvelines, ouvrant la voie à une candidature de Michel Rocard dans le département. Le contact avec la fédération est bon puisque tenue par Daniel Frachon, un proche depuis le PSU – il y dirigeait déjà la fédération des Yvelines. Comme on le voit, c'est le choix d'une circonscription qui est privilégié, la municipalité semble donc secondaire. Néanmoins, la troisième circonscription des Yvelines offre à Michel Rocard une mairie tout à fait prenable : Conflans-Sainte-Honorine. D'autant que dans cette cité, Michel Rocard compte plusieurs sympathisants qui font appel à lui comme Gaston Rousset, instituteur et responsable de la section, pour conquérir une mairie, depuis bientôt vingt ans à droite.

2) Etudier le terrain

En dépit de ces atouts, le secrétaire national du PS a besoin d'acquérir des connaissances sur la ville. Pour cela, l'équipe de Michel Rocard – et plus spécifiquement ici Pierre Zémor et Gérard Grunberg – met en œuvre une analyse de toutes les données qu'elle parvient à recueillir sur le terrain. Ils collectionnent ainsi les données socio-démographiques, les résultats des derniers scrutins, la cartographie du lieu, les activités économiques et commerciales, sans oublier les associations. Avec l'aide de Christel Peyrefitte, alors chercheuse au CEVIPOF, ils entreprennent une étude de l'opinion locale. Pour ce faire, ils choisissent de réaliser des entretiens qualitatifs plutôt que quantitatifs. Même s'ils sont moins représentatifs de l'opinion générale, ils permettent d'avoir une vue plus détaillée sur les

[1] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 92

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1976-1978, « Note à Michel Rocard », sans date

attentes des citoyens, leurs préoccupations. Il en ressort notamment que même si la ville paraît être avant tout une cité-dortoir, les habitants sont très attachés à leur quant-à-soi. A une équipe qui voulait au départ privilégier la dynamisation, ces études montrent qu'une telle approche doit être adaptée :

« Il faut être extrêmement prudent et réaliste sur la capacité que nous pourrions avoir à animer la ville sur un plan politique et à susciter les velléités ou volontés "gestionnaires" de la population. L'enquête qualitative en particulier a montré que le Conflanais tenait à son quant-à-soi, et ne tenait pas terriblement rigueur à la municipalité de son éloignement, de son paternalisme et de son inaction[1]. »

Ainsi, pour concilier les deux aspects – dynamisation de la commune et respect de l'individualisme – le programme va tenter de s'appuyer sur des structures souples qui valorisent l'engagement volontaire des Conflanais. Emergent alors la proposition d'un bulletin municipal largement ouvert aux associations, ainsi qu'une information facilement accessible, par le biais de l'affichage et de locaux d'accueil. Les Conflanais ne seraient pas embrigadés dans la démocratie participative, mais tout un chacun aurait les moyens, selon ses envies, de s'engager ou de rester en retrait[2]. Ce respect de la sphère individuelle s'exprime aussi dans la crainte d'une détérioration du cadre de vie. Pour beaucoup, Conflans apparaît comme la ville à la campagne, mais la menace de la bétonisation, telle qu'incarnée par Cergy-Pontoise, est proche. Face à cette crainte, sensible dans les enquêtes qualitatives, Michel Rocard va se faire le défenseur de la commune résistant à l'urbanisation galopante. Il proposera même une ceinture verte pour protéger Conflans[3].

Une enquête plus quantitative est également commandée à la SOFRES en février 1977. Elle montre que Michel Rocard bénéficie dans la campagne d'une notoriété importante et d'une vraie sympathie – ils sont d'ailleurs plus nombreux à le voir en édile que le maire sortant. Mais une fois arrivé au choix de la liste, 54 % choisirait quand même la liste de

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton Conflans I, « fiche programme 77 »

[2] *Ibid.*

[3] *La Gazette des Yvelines*, 23 février 1977

droite au second tour contre 46 % pour Michel Rocard[1]. Ce qui montre à l'équipe que le chemin est encore long pour arriver à la victoire.

3) Un investissement conséquent

Les comptes de campagne nous permettent de voir que, pour rattraper son retard, le secrétaire national du PS utilise des moyens financiers importants. Ainsi, c'est environ 100 000F qui sont engagés au total, par tous les acteurs de la liste de gauche, conduite par Michel Rocard. Ce qui représente près d'un tiers du budget de campagne de 1969, alors qu'il s'agissait d'une campagne nationale. On peut comparer ces informations avec les chiffres donnés par Robert Chapuis pour sa campagne législative, dans l'Ardèche, un an plus tard. Celle-ci lui aurait coûté autour de 30 000 francs, soit plus de trois fois moins[2]. Pour une population d'environ 30 000 habitants, c'est près de 11 000 exemplaires de la « Lettre aux Conflanais » qui sont imprimés (pour un coût de 1 700 F) et 15 000 exemplaires du bulletin spécial « Vivre à Conflans » (pour un coût de 4 000 F). Les coûts sont d'ailleurs tellement conséquents qu'il restera à l'équipe de Michel Rocard – le PCF paie sa part – près de 20 000 F à payer, en dépit des dons de la fédération, des collectes effectuées sur le terrain et de soutiens parisiens[3].

4) Réaliser un atterrissage en douceur

En bon parachuté, Michel Rocard choisit de partir tôt afin de laisser aux Conflanais le temps de l'appréhender et à ses équipes de prendre le pouls de la commune. Il annonce sa candidature dès fin décembre 1976 dans la 3ème circonscription des Yvelines :

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton Conflans I, Sondage SOFRES : « La situation politique à Conflans », février 1977

[2] Entretien avec Robert Chapuis, 11 mai 2016

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton Conflans I, Note de Jean-Paul Huchon sur le financement de la campagne, 5 avril 1977

« Si j'ai donné cette précision dès à présent, c'est que ma candidature avait été annoncée dans près d'une cinquantaine de villes de France, sans le moindre fondement bien entendu. Malgré tout, nos camarades sur place se demandaient ce qui se passait... Alors, pour couper court à ces informations fantaisistes, j'ai préféré annoncer la couleur, même avec quelques mois d'avance sur le calendrier[1]. »

Par la suite, il écrit une « Lettre aux Conflanais » envoyée à chaque habitant afin de présenter sa candidature (annexes, document 22). Il s'y présente humblement souriant, sans cravate sur la photographie. Son adversaire, le maire sortant, Gilbert Legrand, a bien senti qu'il y avait dans ce parachutage un moyen d'attaquer le candidat socialiste. Le nom même de sa liste en témoigne, intitulée : « Union pour la défense des intérêts communaux, familiaux et environnementaux. » Il entend monopoliser la fidélité au territoire et disqualifier sur ce plan ses concurrents[2]. Dès lors Michel Rocard, bien conscient du problème, martèle, lors de toutes ses interventions et discours locaux, les 3 raisons qui l'ont poussé à venir à Conflans :

- la sollicitation de la section

- sa bonne connaissance du territoire, comme ancien député de la 4ème circonscription des Yvelines

- son goût pour la cité, qu'il dit habiter depuis 9 mois.

Il n'hésite pas à ajouter dans ses autres interviews qu'il est originaire des Yvelines :

« Mon terroir c'est donc les Yvelines ; je suis d'ici. Et je préfère animer une ville moyenne qu'une grande ville parce que c'est là que vit la majorité de la population française, parce qu'on s'est, jusqu'ici, occupé beaucoup plus des grandes villes que des autres et que c'est là, à mon avis, qu'il faut défendre la qualité de la vie de demain[3]. »

C'est d'ailleurs le combat contre ce stigmate du parachutage qui semble avoir motivé l'iconographie du tract « Vivre à Conflans » (voir annexes, document 14). Il faut ouvrir le document pour y trouver le candidat. Sur la couverture, c'est une photo un peu carte postale de la vieille ville que l'on découvre. Selon Pierre Fresnault-Deruelle, ce type de représentation – où le candidat est absent au profit de la commune – a pour but de dire

[1] *Le Courrier républicain*, 5 janvier 1977

[2] *La Gazette des Yvelines*, 12 janvier 1977

[3] *La Gazette des Yvelines*, 23 février 1977

l'humilité du candidat qui ne veut pas se montrer en « prince de la ville[1] ». Le tract rappelle également l'ancrage local de Michel Rocard comme ancien député des Yvelines. Il s'y affiche d'ailleurs auprès du leader socialiste local, Gaston Rousset, à la rencontre des citoyens sur le marché. Le Conflanais auquel ils s'adressent a le visage caché par le chapeau d'un autre, permettant l'identification avec n'importe quel spectateur (annexes, document 16). Il ressort de ce tract une idée de proximité des citoyens ordinaires. Mais le visionnaire n'est pas complètement absent du tract puisqu'en dernière page, il apparaît toujours avec Gaston Rousset regardant vers la droite – l'avenir de la ville ? – tous deux souriants (annexes, document 18). Marc Abélès distingue deux formes de parachutage, « l'une induite en quelque sorte par le système traite le local de façon purement pragmatique. En clair, pas moyen d'assurer une carrière politique sans aller au charbon et pas toujours là où on pourrait le souhaiter. Appelons cela le parachutage de raison. Il y a cependant une autre façon d'envisager le problème, celle de l'élu qui considère son atterrissage comme une simple introduction à la vie publique locale et décide de travailler en profondeur le terrain[2]. » C'est à cette deuxième conception que Michel Rocard semble vouloir se rattacher, ou en tout cas en donner l'image.

Il entend également rassurer ceux qui craignent que, appelé par des fonctions plus prestigieuses, il délaisse la mairie : « De toute façon en 26 ans de vie militante pendant lesquelles j'ai eu des fonctions très diverses, je n'ai jamais nulle part, été accusé de n'avoir pas fait ce à quoi je m'étais engagé[3]. » Ce qui ne veut pas dire qu'il cache sa prestance nationale. Au contraire, il s'en sert d'argument pour se présenter en bouclier des habitants, notamment sur le problème de la bétonisation : « Le fait que j'ai par ailleurs des responsabilités nationales peut me donner plus d'autorité dans les discussions avec l'administration et les responsables préfectoraux. (...) Le fait d'avoir des responsabilités nationales me permet d'avoir de bien meilleures informations et peut-être aussi un pouvoir de pression[4]. » C'est là

[1] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'éloquence des images. Op. cit.,* p. 45

[2] ABELES, Marc. *Jours tranquilles en 89*. Paris : Odile Jacob, 1989, p. 238

[3] *La gazette des Yvelines*, 23 février 1977

[4] *Ibid.*

un argument qui fait mouche si on en suit l'analyse que Marc Abélès dresse de l'implantation de Jean-Pierre Soisson dans l'auxerrois[1].

Attentif aux préoccupations des citoyens, Michel Rocard n'hésite pas à flatter les différentes catégories qui composent la ville, et au premier chef les bateliers qui ont joué un rôle si important dans cette commune, nœud fluvial. La batellerie est une problématique d'autant plus centrale que confrontés à la crise, les bateliers sont alors en grève et ont mis en place des barrages[2]. Informé par les enquêtes précédemment décrites, le secrétaire national du PS peut se montrer fin connaisseur de leurs problèmes : « On rencontre le problème spécifique des bateliers qui ne disposent pas des moyens d'une scolarisation satisfaisante pour leurs enfants dans l'enseignement secondaire, ni d'une aide juridique et administrative pour leurs problèmes, parce que s'il y a des gens qui ont la vie compliquée, c'est bien eux[3]. »

Enfin, c'est surtout l'image d'aménageur de la ville qu'il entend donner. Jugeant des finances de la commune, il entend investir pour sortir la cité de sa « somnolence ». Le maire sortant, qui souffre également d'un déficit de notoriété – l'ancien maire Bérurier lui ayant laissé la place en cours de mandat – se montre moins convaincant. Ses arguments sont plus vagues. Il souffre en plus de la dissidence de son adjoint Flahaut qui emporte 8,30 % des voix, face à la liste d'Union de la gauche rassemblée. Par ailleurs, les réseaux Legrand sont surtout ceux de Bérurier, l'ancien maire, qui a bâti sa légitimité sur sa proximité avec les bateliers. Or, la ville est en mutation rapide. Elle augmente de plusieurs centaines d'habitants par an (5 000 depuis 1968[4]). Les bateliers représentent donc une part toujours plus réduite des électeurs. Les nouvelles populations qui s'installent dans la commune fuient en général un hypercentre parisien trop bétonisé. Mais les nouveaux arrivants n'entendent pas perdre pour autant les services dont ils profitaient. Or, le maire sortant ne semble pas leur fournir de véritable réponse. Cela permet à Michel Rocard de s'engouffrer dans la brèche et de mettre en valeur tout un programme pour améliorer les infrastructures de la ville : « La ville arrive ainsi à un tournant de son histoire. Les Conflanais attendent maintenant des réalisations nouvelles

[1] ABELES, Marc. *Jours tranquilles en 89*. *Op. cit., p. 238*

[2] *La gazette des Yvelines*, 16 février 1977

[3] *La gazette des Yvelines*, 23 février 1977

[4] Statistiques Insee : http ://www.insee.fr/fr/themes/dossier_complet.asp?codgeo=COM-78172. Consulté le 20 avril 2016

qui viendront compléter les réalisations passées[1]. » Il propose de créer « un lycée, une crèche, une halte-garderie, d'améliorer la maison des jeunes et de s'appuyer sur la batellerie pour développer le tourisme[2]. » Toutes ces raisons expliquent que, dès le soir du premier tour, Michel Rocard l'emporte largement avec 53,6 % des voix, contre 38,1 % pour le maire sortant.

5) Faire de Conflans un laboratoire

Comme nous l'avons vu, la conquête de Conflans a beaucoup à voir avec la recherche d'une légitimité électorale locale pour Michel Rocard. En prenant la tête d'une mairie, il entend montrer qu'il peut gouverner. C'est alors la figure du « maire-entrepreneur » socialiste qui émerge et se développe. Dans une société urbaine en mutation, le contrôle cliéntélaire est rendu moins évident, ainsi « l'action des maires dépend de moins en moins de leur capacité à accéder au centre pour obtenir des subventions, mais consiste à créer des récits pour donner un sens aux projets collectifs dont relèvent leurs politiques urbaines[3]. » Les initiatives se multiplient dans les mois qui suivent les élections afin de montrer aux yeux des Conflanais, mais aussi de toute la France, que Michel Rocard est un innovateur et un bâtisseur. D'ailleurs, une fois la victoire acquise, un sous-groupe, que dirige Jean-Paul Huchon premier adjoint du maire, au sein du Groupe image, est chargé de suivre l'image de l'édile et sa valorisation.

Dès décembre, des busphones – c'est-à-dire des bus se déplaçant à domicile, sur réservation par téléphone – sont mis en place. Ils visent à désenclaver les personnes isolées comme les plus âgés et les handicapés, à qui la gratuité est d'ailleurs accordée. Cela permet un coût réduit de trois-quart pour les particuliers, par rapport à un taxi. Quelques mois plus tard, il fait également installer, dans la commune, des parcs de vélos mis à disposition gratuitement des habitants, afin de les inciter à prendre ce moyen de transport plus propre. Il initie un festival de café-théâtre qui permet de faire venir des spectacles, sans contraindre les

[1] *La gazette des Yvelines*, 16 mars 1977

[2] *La gazette des Yvelines*, 23 février 1977

[3] CHAMOUARD, Aude. *Op. cit.,* p. 293

Conflanais à se rendre à Paris[1]. En terme d'image, cela lui permet de donner une image plus sympathique et populaire de lui-même, commentant notamment un spectacle de Roland Magdane, pourtant féroce à l'égard des socialistes, lors de la retransmission du festival à la télévision[2]. A chaque fois, ces conceptions emblématiques donnent lieu à une couverture presse et télévisée. Le JT de 13h de TF1 fait un reportage sur chacune des créations, qui sont alors parmi les premières de France[3]. Jean-Paul Huchon doit même gérer les demandes de journalistes qui affluent toujours plus nombreuses pour rendre compte de l'action de Michel Rocard dans son environnement[4].

Suivant une des promesses de campagne, il entend inviter les citoyens à participer à la gestion de la ville. Comme dans beaucoup de mairies socialistes en 1977, il met en place des commissions extramunicipales dans lesquelles les citoyens siègent et prennent la parole. Si leur rôle est consultatif, le maire prend soin d'écouter leurs recommandations avant de décider. Il ouvre également plus grandes les portes du conseil municipal où les citoyens peuvent prendre la parole. Leur tenue, ainsi que l'ordre du jour sont même annoncés pour les premières séances, par affichage dans la ville, mais aussi par les adjoints eux-mêmes, chargés de diffuser l'information dans la rue, auprès des habitants. Le magazine municipal devient également une plateforme essentielle de cette communication « participative ». Remanié, il ouvre largement ses portes à l'information des associations, entraînant parfois l'agacement des élus qui souhaiteraient y avoir plus de place[5].

Innovateur, le maire n'en oublie pas pour autant les traditions de la ville : « M. le maire prend bien garde de choquer et veille au respect des traditions. Il a remué ciel et terre pour donner aux fêtes du Pardon de la batellerie un éclat sans pareil. Il ne recule pas devant les inaugurations de chrysanthèmes, les banquets d'anciens combattants, les manifestations artistiques locales[6]. »

---

[1] INA, TF1, *JT 13h*, 13 mars 1980

[2] *Ibid.*

[3] INA, TF1, *JT 13h*, 2 décembre 1977 ; *La gazette des Yvelines*, 14 mars 1979

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Compte rendu de la réunion du 23 novembre 1978 »

[5] Entretien avec Gilles Cheyrouze, 13 janvier 2016

[6] *Le Matin*, 18 novembre 1977

Le tout est évidemment largement médiatisé en raison de la notoriété de Michel Rocard, ce qui participe à la valorisation de ces initiatives. Mais cette image de bon gestionnaire est parfois menacée par les échos de son absentéisme chronique. Les critiques commencent à fuser, notamment dans la presse locale :

« Votre cote de popularité est bonne au niveau national. Ce qui ne serait pas le cas dans votre ville de Conflans-Sainte-Honorine. On vous fait certains reproches. Notamment de ne pas être suffisamment présent et ne pouvoir recevoir que le lundi en votre mairie », l'interpelle la journaliste de la *Gazette des Yvelines* dans une interview[1]. Michel Rocard doit donc s'expliquer en rappelant son action et en justifiant sa disponibilité pour les habitants uniquement le lundi :

« Je ne reçois que le lundi : mais je suis en mairie quand il le faut. Fréquemment en représentation le samedi et le dimanche. J'y suis lorsqu'il y a des commissions importantes : je suis en préfecture, au conseil régional pour la ville. Vous savez très bien que ce n'est pas seulement dans son bureau que l'on travaille[2]. »

Pour compenser, il met en avant ses équipes. Ainsi, dans les campagnes municipales suivantes, il se montre entouré et met en valeur la compétence de ses adjoints[3]. Durant la même élection – 1983 –, il choisit d'ailleurs trois affiches de campagne dont deux le montrent aux côtés de ses adjoints : une affiche « Gérer » et une autre intitulée « Dialoguer » sur laquelle le nom des membres de sa liste est indiqué sous leur portrait, afin de mieux les identifier. Peu à peu, le magazine municipal va se centrer sur les membres du conseil municipal, après qu'un sondage ait montré qu'ils étaient totalement inconnus de la population[4].

En dépit de ces quelques rares attaques, la couverture presse reste tout de même très favorable à une mairie jugée innovante et entreprenante, comme en témoigne cet article du *Matin de Paris* : « En huit mois la nouvelle équipe a doublé le budget d'équipement et ouvert deux chantiers d'écoles maternelles ; elle a mis sur pied un projet de zone industrielle dont la première tranche, ouverte dès 1978, offrira, grâce à l'extension d'entreprises locales, deux

[1] *La Gazette des Yvelines*, 7 mars 1979

[2] *Ibid.*

[3] *La Gazette des Yvelines*, 12 janvier 1983

[4] Entretien avec Gilles Cheyrouze, 13 janvier 2016

cents emplois nouveaux (quatre à cinq cents avec les tranches suivantes) dans une ville qui compte huit cent chômeurs et dont la moitié des travailleurs se rendent chaque jour à Paris ; pour faciliter la circulation, une déviation va être construite qui évitera le passage en ville des poids lourds, et surtout, depuis mardi, des minibus assurent le transport des particuliers entre les trois communes de Conflans, Maurecourt et Andrésy sur simple coup de téléphone[1]. »

A l'approche d'une nouvelle candidature à l'élection présidentielle en 1988, c'est à nouveau Conflans qu'il mettra en valeur afin de se forger l'image de présidentiable, à même d'exercer le pouvoir. Une émission des *Cahiers de Megahertz* sera ainsi consacrée à son action dans la ville[2], ainsi qu'un reportage de France 3-régions[3].

6) S'emparer de la circonscription

Cible d'origine, la troisième circonscription des Yvelines n'en est pas oubliée pour autant, après la victoire aux municipales. Toutefois, si l'on en croit les archives dont nous disposons et plus particulièrement celles de Pierre Zémor, il ne semble pas que la campagne législative ait donné lieu à une préparation aussi intense que la municipale. On ne trouve pas d'enquête aussi fine que pour Conflans. Sans doute, peut-on expliquer ce constat par l'étendue bien plus vaste du territoire, qui rend une campagne d'entretiens qualitatifs plus difficile. On ne peut pas non plus écarter que les sources manquent. En effet, plus que Pierre Zémor, Daniel Frachon, premier secrétaire de la fédération des Yvelines, semble avoir joué un rôle décisif dans cette campagne – sa femme est en outre la suppléante de Michel Rocard.

Même si la circonscription a montré de bons résultats pour la gauche aux précédents scrutins, la partie n'est pas jouée d'avance, pour les législatives de mars 1978. Le député sortant, Gérard Godon (RPR), a en effet pour lui une bonne assise électorale, en dépit de la division de la droite. Quant à l'UDF, il a envoyé en cette circonscription la nièce du président

[1] *Le Matin*, 18 novembre 1977

[2] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », sans date

[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 18 mars 1987

de la République, Alix de la Bretesche. Les premiers sondages annoncent néanmoins une confortable avance pour Michel Rocard, crédité de 35 % des voix au premier tour, contre 16,5 % pour le député sortant et 18 % pour la nièce du Président. Le candidat communiste Tricart arriverait lui derrière Michel Rocard avec 23,5 % des voix. L'électorat rocardien est d'ailleurs beaucoup plus représentatif du dynamisme de la circonscription, comptant plus de jeunes et d'ouvriers[1]. Avance qui va d'ailleurs s'étioler jusqu'au scrutin final, le député sortant Gérard Godon faisant presque le même score que le maire de Conflans au premier tour avec 25 277 voix pour Michel Rocard (26,54 %), contre 24 782 pour Godon (26 %)[2].

Là encore Michel Rocard entend compenser l'accusation de parachutage. Il met, pour cela en avant sa suppléante, Martine Frachon, présentée comme ayant toujours vécu dans les Yvelines. Mais l'affiche montre que la question de l'ancrage local est ici beaucoup moins essentielle. Michel Rocard y est loin de l'image qu'il voulait donner dans la campagne conflanaise. Il y figure dans un plan large couvrant tout son buste. Il est pris légèrement en contre-plongée afin de le grandir. Cette mise en scène lui donne un air imposant, uniquement compensé par un léger sourire adressé à l'électeur (voir annexes, document 31). Le tract montre le candidat regardant vers l'avenir, tout en semblant dialoguer avec un citoyen invisible. Impression renforcée par le titre du document : « Les candidats du Parti socialiste, Michel Rocard et Martine Frachon s'adressent à vous. » Il se tient devant une grande carte des Yvelines représentant la circonscription. Il s'agit ainsi, dans un territoire où l'identité commune est absente – quel lien entre les deux rives de la Seine ? Entre des zones industrielles comme Les Mureaux, et d'autres plus résidentielles, voire rurales comme Orgeval – de présenter la zone où il se présente – interpellant ainsi le citoyen sur son appartenance au territoire – tout en s'identifiant à elle (voir annexes, document 26). C'est là un procédé que l'on retrouve régulièrement dans les tracts du même type. Ce territoire sans identité est également propice à une nationalisation du cadrage. C'est ce que l'on retrouve nettement dans cette propagande électorale. Ainsi, la référence au PS est systématique. Michel Rocard et Martine Frachon sont présentés comme « candidats du Parti socialiste ». Dans les biographies qui leur sont consacrées (voir annexes, documents 27 et 28), c'est leur cursus national, et en particulier leur appartenance au socialisme qui sont mis en avant.

[1] *Le Quotidien de Paris*, 15 décembre 1977

[2] *Toutes les nouvelles de Versailles*, 15 mars 1978

En outre, Michel Rocard bénéficie d'une bonne couverture presse, contrairement à ses adversaires. *Le Matin de Paris* lui offre un clair soutien en enterrant ses deux principaux adversaires : « Contre lui, le député sortant RPR Gérard Godon fait déjà figure de "*has been*". Et ce ne sont pas les quelques réunions mondaines – sur invitation – qu'il a tenues pendant la campagne qui risquent de renverser la tendance. La candidate giscardienne, Alix de la Bretesche, est très bon chic-bon genre, comme il sied à la nièce d'un président de la République en exercice. Elle promène sur les marchés un large sourire qui lui tient lieu de discours politique et axe sa campagne sur la délinquance[1]. »

Le Matin réalise même un numéro spécial pour soutenir Michel Rocard. Celui-ci, reprenant tous les codes du journal, s'intitule : *Vivre dans les Yvelines*. Il y présente Michel Rocard avec humour et affiche tous les soutiens, dont un certain nombre des célébrités, qui sont favorables à la candidature de Michel Rocard (voir annexes, document 33 et 34). Même le très peu socialiste *Quotidien de Paris* lui est, au niveau local, très favorable.

Cette élection assure à Michel Rocard certes un ancrage local, mais aussi une légitimité pour prétendre à des fonctions nationales. C'est d'ailleurs le soir même de son élection – le 19 mars 1978 –, à la télévision et en direct sur le plateau de la soirée électorale, qu'il va faire une intervention changeant son destin politique et son image dans l'opinion, entérinant une prise de distance à l'égard de la ligne du parti débutée depuis plus d'un an.

B) Se différencier de François Mitterrand

1) Les tensions croissantes

L'intervention du 19 mars 1978, qui le voit pour la deuxième fois – après sa candidature à l'élection présidentielle en 1969 – marquer l'opinion de manière durable, ne peut pas se comprendre, sans reprendre le fil de son positionnement stratégique au sein du PS. Malgré la tentative de se fondre dans le moule du parti d'Epinay, les réticences ne

[1] *Le Matin de Paris*, 10 mars 1978

disparaissent pas, de part et d'autre. La visibilité de Michel Rocard semble même profondément agacer. A partir de fin 1976, les tensions commencent à percer dans la presse. Les critiques s'amplifient à partir du moment où Michel Rocard menace la médiatisation du Premier secrétaire. Sa première invitation au *Club de la presse* d'Europe 1, alors nouvelle émission de radio, va provoquer une petite « crise » au sein du parti. En effet, elle était d'abord destinée à François Mitterrand qui, trouvant le calendrier peu adapté, et arguant d'un conflit avec la chaîne, avait demandé son report. Mécontents de cette réponse, les programmateurs décident d'inviter Michel Rocard. L'acceptation de celui-ci donne lieu à une interpellation sèche de François Mitterrand :

« Claude Estier me confirme que vous "faites" le *Club de la presse* de demain. Peut-être ignoriez-vous que j'avais été pressenti pour ce jour et que j'avais demandé et obtenu de reporter ce "*Club de la presse*" qui m'était consacré, au 21 novembre. Europe 1 ne m'a pas, de son côté, informé que je serais remplacé par un autre socialiste. Dans ces conditions j'ai décidé de renoncer à cette émission. J'en avise Europe[1]. »

Michel Rocard s'en explique auprès de Claude Estier, en charge des passages des leaders socialistes dans les médias. Il signale l'avoir contacté au moment de l'invitation, sans parvenir à le joindre, et s'être contenté de l'accord de Gilbert Veyret[2], membre du « cabinet » de François Mitterrand au PS, qui a confirmé ces dires[3].

Autre reproche souvent évoqué, Michel Rocard ne jouerait pas le jeu collectif et en particulier maintiendrait une équipe autonome, dans des locaux distincts de ceux du parti : « Michel Rocard, ce brillant sujet est, par moments, encombrant. (...) Il a, au dire de Mitterrand joué les vedettes pour son propre compte : "Rocard ne s'occupe que des sondages et de son image", gronde le leader socialiste[4]. » A l'approche du Congrès de Nantes, les tensions se font plus vives. Le Premier secrétaire ressent le besoin de remettre en ordre son

[1] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z68, Lettre de François Mitterrand à Michel Rocard, 6 novembre 1976

[2] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z68, Note de Michel Rocard à Claude Estier, 19 novembre 1976

[3] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z68, Lettre de Gilbert Veyret à Michel Rocard, 9 novembre 1976

[4] *Le Point*, 21 mars 1977

parti, et pas uniquement en raison de la fronde du CERES. Il s'en prend en particulier à Michel Rocard accusé de sécessionnisme :

« Le 28 mars, M. Mitterrand convoque M. Michel Rocard à son domicile, rue de Bièvre. Entrevue orageuse. Le premier secrétaire parle clairement : les militants venus à l'occasion des assises du socialisme, en 1974, se comportent aujourd'hui en ex-PSU plus qu'en nouveau PS. (...) Il lui reproche aussi de posséder ses propres locaux, boulevard Raspail, et des antennes en province. En un mot de se conduire comme s'il était encore le chef d'un petit parti[1].»

Jusque-là connue par des ouï-dire journalistiques, la crise se fait plus ouverte lorsque François Mitterrand attaque, dans son édito du *Poing et la rose,* tous ceux qui ont leur propres locaux et publications. *Le Canard Enchaîné*, jamais avare de railleries sur les bisbilles internes, évoque même une « crise rocardiaque » au PS[2]. Dès cette période, la presse toujours avide de tensions intra-partisanes commence même à supputer que cette secousse dans la relation entre les deux hommes pourrait amener à la mise à l'écart de Michel Rocard[3]. Ce nouvel éclairage médiatique permet au maire de Conflans de gagner une autre image. Du « dauphin », il devient le « conquérant ». *Témoignage Chrétien* intitule ainsi un article qui lui est dédié : « la tentation du pouvoir » : « Homme d'analyse et d'action, il veut le pouvoir, ne s'en cache pas, n'en rougit pas. (...) Mis en quarantaine provisoire par le Premier secrétaire, il supporte allégrement cette épreuve[4]. » Le conflit Rocard-Mitterrand devient un « feuilleton médiatique » au sens que donne Raphaël Baroni à cette expression : « la forme idéale pour raconter jusqu'à l'épuisement un événement d'une certaine ampleur temporelle[5]. »

[1] *L'Express*, 11 avril 1977

[2] *Le Canard enchaîné*, 27 avril 1977

[3] *L'Express*, 11 avril 1977

[4] *Témoignage Chrétien*, 16 juin 1977

[5] BARONI, Raphaël *et alii.* De l'intrigue littéraire à l'intrigue médiatique : le feuilleton Swissmetal. *A contrario*, n° 4, « Littérature et sciences sociales dans l'espace romand », février 2006, p. 126

2) Le discours de Nantes : un message ambigu

C'est dans ce contexte de tensions croissantes, entre lui-même et les mitterrandistes, que Michel Rocard prend la parole au Congrès de Nantes (17-18 juin 1977). Il s'agirait de la première trace de distanciation franche à l'égard du courant majoritaire. Profitant de la tribune qui lui est offerte, il outrepasse ses prérogatives, allant bien au-delà de ce qui lui avait été demandé[1]. Une fois l'heure de son intervention venue, il fait dire à Pierre Guidoni, président de séance et Roger Fajardie, qu'il compte dépasser le temps prévu et, mieux, sortir du champ des seules nationalisations. S'ensuit l'un de ses plus célèbres discours, longuement préparé – Patrick Viveret tient la plume – et discuté par son équipe. Le texte sera d'ailleurs annoté tout au long de la séance. Il y distingue « deux cultures dans la gauche française ». L'une « la plus typée, qui fut longtemps dominante, est jacobine, centralisatrice, étatique, nationaliste et protectionniste. » La seconde culture est « décentralisatrice », « régionaliste » et « refuse les dominations arbitraires, celles des patrons comme celles de l'État », elle est « libératrice » des femmes et des minorités, « se méfie du règlement et de l'administration », « elle préfère l'autonomie des collectivités de base et l'expérimentation[2]. » (annexes, document 55)

Toutefois, même si le discours est devenu un « lieu de mémoire » de tous les rocardiens – il suffit pour s'en convaincre de lire les passages qui y sont consacrés dans les mémoires de Pierre Zémor[3], Robert Chapuis[4] et Jean-Paul Huchon[5] – l'autonomisation, dans le contexte de l'époque, n'est pas si évidente. Ainsi, à sa descente de la tribune, François Mitterrand vient féliciter Michel Rocard pour ce qui est sans doute « son meilleur discours[6] ». Quant à la presse, elle n'en rend pas compte comme d'une rupture. Jacques Hébert constate

[1] EVIN Kathleen. *Michel Rocard ou l'art du possible. Op. cit.,* p. 174

[2] Discours de Michel Rocard au Congrès de Nantes, Archives socialistes, Base des débats : www.62.210.214.184/cg-ps/ladocps.php. Consulté le 10 août 2016

[3] ZEMOR, Pierre. *Le défi de gouverner communication comprise. Mieux associer les citoyens? Conversations avec Patricia Martin.* Paris : L'Harmattan-Radio France, 2007

[4] CHAPUIS, Robert. *Si Rocard avait su... Op. cit.*

[5] HUCHON, Jean-Paul. *Ceux qui aiment ne peuvent pas perdre.* Paris : Plon, 2004

[6] *La Croix,* 21 juin 1977

même que Michel Rocard a été « acclamé par le congrès et fait de plus en plus figure de dauphin de François Mitterrand[1] ». Pour d'autres commentateurs, ce discours souligne la volonté du courant majoritaire de maintenir le CERES dans l'opposition[2]. L'élément central de cette intervention – la séparation entre deuxième et première gauche – s'avère polysémique, notamment en ce qui concerne le positionnement de François Mitterrand[3]. Contrairement à ce qui sera dit par la suite – et Michel Rocard a d'ailleurs beaucoup participé à l'imposition de cette grille de lecture – le discours « des deux cultures », selon la formule devenue canonique, n'a rien d'une attaque contre François Mitterrand. D'ailleurs, ce dernier dans *Ici et maintenant* refusera d'être catalogué dans la « première gauche[4] ».

Les contours donnés à la seconde culture dans ce discours sont suffisamment flous pour pouvoir y inclure aussi François Mitterrand (qui, de toute manière, peut se fondre dans presque toutes les cultures de la gauche...). Michel Rocard ne fait-il d'ailleurs pas remarquer que « cette culture-là, c'est celle de nos quinze thèses sur l'autogestion, curieusement votées à l'unanimité puisque le problème est aujourd'hui de savoir si cette unanimité-là, nous sommes capables d'en tirer la monnaie de la pièce ». Plus qu'une opposition au sein même du PS, la distinction entre les deux gauches vient affirmer l'autonomie identitaire du Parti socialiste et plus particulièrement du courant majoritaire de ce dernier, face aux minoritaires du CERES et au PC. Le discours centré sur la rigueur économique que la gauche doit avoir au pouvoir – « Enfin les difficultés commencent » proclame-t-il réemployant la formule du rédacteur en chef du journal socialiste *Le Populaire,* Bracke-Desrousseaux, lors du Front populaire – est tout à fait conforme à l'image de sérieux que le Parti veut donner, à la même période. Loin du Michel Rocard, « corbeau de mauvaises augures », tel qu'il apparaîtra par la suite, c'est un Michel Rocard optimiste qui se met dans l'éventualité d'une victoire de la gauche aux prochaines élections.

Ce discours se veut donc conforme à la ligne du Parti à ce moment donné, mais il se veut aussi un message envoyé à la nébuleuse « deuxième gauche » telle que nous l'avons

[1] INA, TF1, *JT 13h,* 18 juin 1977

[2] *Le Figaro,* 20 juin 1977

[3] Voir entre autres : GEORGI, Frank. Les « Rocardiens » : pour une culture politique autogestionnaire. In GEORGI, Frank. *Op. cit.,* p. 213-214

[4] MITTERRAND, François. *Ici et maintenant, entretien avec Guy Claisse*. Paris : Fayard, 1980

définie plus haut. Pour Michel Rocard, c'était un acte essentiel, au risque de perdre ces soutiens de longues dates. Déçus par son silence, nombre de membres du « courant des Assises » ont rallié le CERES[1]. Pour Michel Rocard, prendre publiquement la parole dans un congrès, et faire référence aux grands marqueurs identitaires de la « deuxième gauche », apparaît donc comme une nécessité stratégique, dans une période où il se trouve de plus en plus marginalisé au sein de la majorité. En replaçant la « deuxième gauche », et donc le courant rocardien, dans une histoire longue, Michel Rocard offre ainsi à ce courant une identité, une histoire et une légitimité politique. Même *Tribune socialiste,* l'organe officiel du PSU, qui ne cessait de fustiger Michel Rocard depuis son départ vers le Parti socialiste, signale que parmi les « ténors des courants » dont les interventions avaient pour but essentiel de « supputer la possibilité ou non d'un accord », « Une seule intervention a tranché : celle de Rocard. (...) Discours qui sans nul doute a dû faire "chaud au cœur" des militants autogestionnaires qui pensaient perdu tout espoir de renouer avec Rocard qu'on croyait enfermé dans le sérail des possibles dauphins de Mitterrand. Attitude tactique ? Voire[2]. » Hervé Hamon, officiant toujours à *Politique Hebdo* a également été enthousiasmé par le discours de Nantes[3]. Mieux, par ce discours, Michel Rocard parvient à rassembler tous ceux qui expriment, comme lui, un regard critique sur le Programme commun, l'Union de la gauche et ses propositions économiques.

3) La renégociation du Programme commun

Quelques mois plus tard, la renégociation du Programme commun permet à Michel Rocard de faire entendre sa voix, différente de celle de la majorité du Parti et de la position de François Mitterrand. En tant que secrétaire national au secteur public il est un des représentants du PS dans la renégociation du programme signé en 1972 entre le PCF, le PS et le MRG. A l'approche de ces discussions, Michel Rocard tente de proposer des adaptations au

[1] *Le Nouvel Observateur*, 9 mai 1977

[2] *Tribune socialiste,* 23 juin 1977

[3] Entretien avec Hervé Hamon, 14 juin 2014

programme, par le biais de notes envoyées à François Mitterrand[1], afin « d'éviter la nationalisation des entreprises les plus concurrentielles sur les marchés étrangers[2] », c'est-à-dire les entreprises exportant largement sur le marché international, comme Péchiney-Ugine ou Saint-Gobain.

D'emblée, les communistes, dont on a vu les critiques de plus en plus acerbes à l'égard du PS, maximisent leurs revendications. Ils souhaitent non seulement nationaliser les sociétés listées dans le programme de 1972, mais également leurs filiales. Michel Rocard, perplexe face à une mainmise de l'État sur l'économie, s'y oppose clairement. Il est d'ailleurs rapidement désigné comme la cause de l'échec des négociations, par ses positions trop dures. On lui reproche de « "parler trop", "de ne pas tenir le coup face au *forcing* du PC", "de ne pas maîtriser ses nerfs", "de ne pas savoir parler avec des communistes, d'accumuler gaffe sur gaffe"[3] ». Enfin, lors d'une altercation avec Charles Fiterman, le 22 septembre, sur la volonté des communistes de donner le statut d'EDF aux filiales à nationaliser, plutôt que celui de la SNCF, François Mitterrand désavoue son secrétaire national en déclarant : « Sur ce point, je donne raison à Fiterman[4]. »

Face à cette hostilité interne, Michel Rocard choisit de prendre ses distances – au sens propre comme au sens figuré, partant en vacances lorsque Pierre Bérégovoy lui demande d'établir la liste des filiales « nationalisables[5] » – et préfère prendre à témoin l'opinion. Désormais, il porte son message sur la place publique, en multipliant les articles dans la presse et les interventions télévisées. Lui-même note dans ses carnets : « Discours de plus en plus autonome[6]. » Cette opposition au Parti communiste et cette voix discordante qu'il porte désormais au sein du PS, lui permettent d'accroître sa visibilité. Le débat devient de plus en plus violent et les attaques se succèdent, révélant les oppositions au sein de la gauche au grand public, largement relayées par les médias qui s'en délectent. *Le Monde,* par exemple, rapporte les attaques de Michel Rocard contre le PC, auteur selon le maire de Conflans d'« un

[1] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z93 et 3Z85, Notes à François Mitterrand sur les nationalisations

[2] EVIN Kathleen. *Op. cit.,* p. 180

[3] *Ibid.,* p. 190

[4] *Ibid.,* p. 190

[5] *Ibid.,* p. 183

[6] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnets de note, 1977-1978, p. 163

crime contre l'espoir » : le PCF portera « devant l'histoire, la responsabilité d'avoir peut-être fait perdre les élections au monde du travail qui avait enfin l'espoir, après vingt ans, de voir changer une manière de gouverner[1]. » Suite à cet article, il est l'invité de plusieurs plateaux de télévision, dont le 2 novembre 1977, le *JT* de 20h sur Antenne 2, afin de renouveler ses critiques contre le PC[2], ce qui lui vaudra les remontrances du Premier secrétaire[3].

Outre l'écho dans les médias, Michel Rocard touche, par ses prises de position critiques à l'égard du PCF, la frange du PS et de l'opinion la plus hostile aux communistes. En effet, si l'union de la gauche ne pose pas encore massivement problème, elle est toujours critiquée au sein même du PS. Outre la frange venue du PSU, on compte plusieurs cadres qui se montrent réticents aux compromis acceptés par le PS au nom de l'Union. Dans cette frange du Parti que représentent, par exemple, Gilles Martinet, Françoise Gaspard, Edgard Pisani, Jean-Pierre Cot, Michel Rocard va trouver des oreilles attentives. Cela lui permet de conforter l'image qu'il travaille dans l'opinion depuis 1974. L'union de la gauche y est en effet de plus en plus impopulaire, comme le Parti communiste, et elle effraie même un électorat de centre-gauche nécessaire à la victoire.

IV) La consécration médiatique et sondagière

A) L'appel du 19 mars 1978

1) Un « coup » faiblement préparé

L'essor médiatique de Michel Rocard, patent depuis 1969, et depuis 1976 au sein du PS, va connaître son apogée le 19 mars 1978, au soir des législatives. Les très grands espoirs suscités par une victoire de la gauche annoncée par toute la presse depuis maintenant un an

[1] *Le Monde,* 4 novembre 1977

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 2 novembre 1977

[3] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnets de note, 1977-1978, p. 149

ont nourri une forte tension. Au soir de la défaite, la déception est donc à la hauteur de ces espérances. Michel Rocard va réussir le tour de force d'incarner le désespoir d'une soirée. Contrairement à ce que ses adversaires, en particulier mitterrandistes, avanceront par la suite, afin de dénoncer une émotion fabriquée, l'intervention télévisée qu'il fait ce soir-là ne donne pas lieu à une préparation aussi intense que l'on a pu l'observer précédemment. Si le texte a été travaillé en amont et un enregistrement audio effectué, aucun *videotraining* n'a été réalisé. Les délais courts de préparation, la défaite ne semblant être assurée qu'au cours du dimanche 19 mars, ne permettent pas une préparation maximale comme en témoigne Kathleen Evin, un an plus tard :

« Rendez-vous est pris pour le jeudi 16 avec un groupe plus restreint : Christan Blanc, Claude Marti, Jean-Paul Ciret, Pierre Zémor, Patrick Viveret. Michel Rocard assiste à leurs deux réunions ; l'une pour tracer le canevas de "fond" de l'intervention, l'autre pour définir sa "forme". Deux notes lui sont remises à la fin. Il les emporte pour les digérer et y réfléchir. Le samedi 18, dans l'après-midi, Christian Blanc, Claude Marti et Pierre Zémor rejoignent Michel Rocard, dans son bureau de la mairie de Conflans-Sainte-Honorine. Les quatre hommes discutent à nouveau des thèmes de l'intervention du lendemain. Puis Michel Rocard s'enferme une heure, seul, et écrit un premier texte. Enfin, de 5 heures à 7 heures du soir, il s'exercera devant un magnétoscope, rectifiant une intonation, gommant une phrase, rajoutant un adjectif[1]. »

2) L'incarnation de l'espoir

La spontanéité dont il fera preuve participera d'ailleurs de l'intensité du discours. Sur le plateau d'Antenne 2, il interrompt le débat entre leaders politiques commentant les résultats, il délivre une véritable allocution, regardant droit dans les yeux les citoyens. L'image est d'autant plus puissante qu'il apparaît le visage marqué par la défaite, les yeux rougis, alors que peu à peu le cadreur, jouant pleinement son jeu, zoome sur son visage (annexes, document 35). Dramatisant l'échec, qu'il qualifie de « rendez-vous manqué avec l'Histoire », porteur d'une « immense tristesse », il envoie également un message d'espoir à tous les

[1] *Le Nouvel Observateur*, 2 avril 1979

déçus : « Est-ce une fatalité ? Est-il impossible définitivement que la gauche gouverne dans ce pays ? Je réponds non. (...) La victoire était possible, elle le redeviendra. » Tout de suite, il accuse le Parti communiste d'être responsable de cet échec :

« La gauche n'a pas marché du même pas face au bloc des intérêts unis. Nos camarades communistes voulaient une victoire qui fût d'abord la leur. Ils ont pris là une terrible responsabilité devant l'Histoire et devant les travailleurs. Il ne fera pas bon, demain matin, être militant communiste dans les ateliers et dans les bureaux, car il faudra répondre à bien des questions[1]. » (annexes, document 56)

Cette image d'un Michel Rocard marqué par la défaite, un soir de désillusion pour la gauche, fonctionne comme une « image symptôme » selon la définition de Patrick Charaudeau :

« Il faut qu'elles soient remplies de ce qui touche le plus les individus : les drames, les joies, les peines ou la simple nostalgie d'un passé perdu. (...) Enfin l'image doit avoir une apparition récurrente, tant dans l'histoire que dans le présent pour qu'elle puisse se fixer dans les mémoires et qu'elle finisse par s'instantanéiser[2]. »

C'est effectivement ce que l'on retrouve avec l'écho dont bénéficie cette intervention. Michel Rocard lui-même a travaillé à démultiplier le message en récitant son discours sur les deux principales chaînes de télévision, ainsi que trois stations de radio lors de la même soirée. Tant et si bien que tous les Français suivant un média ce soir-là ont pu l'entendre. Le lendemain, la plupart des JT reprennent la séquence d'Antenne 2, qui apparaît comme la plus aboutie – sur TF1, les journalistes l'interrompent pensant le fondre dans le débat en cours sur le plateau, ce qu'il refuse de faire, tandis que la caméra reste en plan large, ce qui ne dramatise pas autant l'intervention[3]. L'écho de l'intervention de Michel Rocard est démultiplié par la couverture presse qui lui est accordée les jours suivants. *Le Nouvel Observateur,* qui porte alors, le plus fort, le combat du PS, fait sa « une » d'après la défaite avec le maire de

[1] Intervention le soir du 19 mars 1978 (deuxième tour des élections législatives) à RTL, Antenne 2, et Europe 1, cité par ROCARD, Michel. *Parler vrai*. Paris : Seuil, 1979, p. 61-63 et INA, Antenne 2, *Soirée électorale*, 19 mars 1978

[2] CHARAUDEAU, Patrick. *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*. Bruxelles : De Bœck, 2005, p. 206

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 19 mars 1978

Conflans-Sainte-Honorine, magnifié par une contre-plongée et son regard décidé et regardant vers l'avenir[1].

Michel Rocard apparaît donc, au milieu des cendres de l'union de la gauche et des espoirs déçus pour le PS, comme la figure d'espoir. C'est véritablement à partir de ce moment que la presse n'hésite pas à le présenter comme le potentiel candidat pour la présidentielle de 1981. Cette idée circule avec d'autant plus de vigueur que François Mitterrand déclare, peu après la défaite, que Michel Rocard serait avec Pierre Mauroy le meilleur candidat pour 1981, si lui-même ne se représente pas. L'indécision du Premier secrétaire fuite d'ailleurs dans les journaux : « François Mitterrand ne sait pas encore très bien quoi faire. En 1981, il ne se présentera sans doute pas aux élections présidentielle, et il laissera Rocard y aller », juge un "proche" de François Mitterrand dans *Le Canard Enchaîné*[2]. Pierre Bérégovoy en rajoute donnant une interview au *Quotidien* dans laquelle il rappelle qu'après Mitterrand, « Mauroy et Rocard ont vocation à être candidats aux présidentielles[3]. » Si Michel Rocard apparaît comme le visage d'espoir, François Mitterrand ressort, lui, abîmé de cette nouvelle défaite, comme le juge Dominique Jamet pour *Le Quotidien* :

« Certes, François Mitterrand reste fort du poids du passé, de son prestige, des progrès qu'a fait le parti sous sa direction, de son éloquence. Il n'empêche qu'il a désormais le profil d'un perdant. (...) Michel Rocard est à l'heure actuelle, sans doute, le seul homme de gauche en qui les adversaires de la gauche voient un homme de gouvernement, pour ne pas dire, un homme d'État[4] ».

3) L'homme du « parler vrai »

Cette intervention du 19 mars 1978 permet également d'ancrer, dans l'opinion et la presse, l'image d'un Michel Rocard « parlant vrai ». Son discours est apprécié pour sa sincérité et sa capacité à reconnaître la défaite, alors que les leaders politiques préfèrent

[1] *Le Nouvel Observateur*, 27 mars 1978

[2] *Le Canard enchaîné*, 26 avril 1978

[3] *Le Quotidien de Paris*, 7 avril 1978

[4] *Le Quotidien de Paris*, 23 septembre 1978

avancer les éléments positifs, lors de ces soirées électorales[1]. Sa critique du Parti communiste et même de la direction du PS contribue également à renforcer l'image de pourfendeur des dogmes et des « archaïsmes » – après sa participation au *Club de la presse* en septembre 1978. Il se veut l'homme du « parler vrai », comme il l'affirme d'ailleurs dans cette émission radio : « Il faut parler plus vrai, plus près des faits[2]. » Il entend répondre à une demande de pragmatisme au sein de la gauche, en tout cas telle qu'elle est perçue par les sondages, et au rejet accru à l'égard des idéologies. Au PS, encore englué dans des repères idéologiques hérités du marxisme, il entend offrir de nouvelles perspectives, plus à même de se conformer à la conquête et pratique du pouvoir. Le terme de « parler vrai » devient ainsi un slogan. Il en fait même le titre de l'ouvrage qu'il publie en 1979, qui est un recueil de discours introduit par un dialogue avec Jacques Julliard[3].

Pour mieux décortiquer le terme, on peut utiliser la notion de « formule » telle que théorisée par Alice Krieg-Planque : « un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire[4]. » La formule est ici puissante car brève et s'appuie sur une transformation grammaticale, le verbe parler devenant un nom commun[5]. Le « figement[6] » des deux mots qui composent la formule est intéressant, en ce qu'il associe une fonction de base de la politique, parler, et le terme vrai. La puissance de la formule tient ainsi à sa capacité à stigmatiser le reste du discours politique en s'appropriant l'expression véridique. Si Michel Rocard parle vrai, c'est que les autres politiques parlent faux. Le « parler vrai » aurait pour objectif de s'opposer à la « langue de bois ». Ce concept est d'abord utilisé pour qualifier la novlangue inventée en URSS, souvent une manière d'euphémiser les problèmes, il se répand particulièrement au milieu des années

[1] C'est ce que lui rappellera Anne Sinclair lors de son premier passage à *Sept sur Sept* : INA, TF1, *Sept sur Sept*, 1er juin 1986

[2] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z68, Retranscription de l'émission *Le Club de la presse*, 17 septembre 1978

[3] ROCARD, Michel. *Parler vrai. Op. cit.*

[4] KRIEG-PLANQUE, Alice. *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*. Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009, p. 7

[5] COTTERET, Jean-Marie. *La magie du discours* : *précis de rhétorique audiovisuelle*. Paris : Michalon, 2000, p. 178-179

[6] KRIEG-PLANQUE, Alice. *Analyser les discours institutionnels*. Paris : Armand Colin, 2012, p. 97-100

1970 chez les intellectuels critiques du totalitarisme soviétique[1]. Par extension le terme désigne la phraséologie au sein du champ politique en général, et plus précisément d'un parti. On voit ainsi l'importance que revêt le « parler vrai » pour Michel Rocard et son courant. Il est une manière de se distinguer au sein du PS en s'affirmant comme le seul à rompre avec le verbiage marxiste, encore largement d'usage au sein du parti, à une époque où la théorie marxiste est de plus en plus remise en cause. Cela lui permet aussi de parler plus généralement au camp « anti-totalitaire », ce courant de pensée très critique à l'égard du communisme et choqué par la publication de l'Archipel du Goulag d'Alexandre Soljenitsyne, très présent au sein de la « deuxième gauche ».

Par ailleurs, le terme est aussi fort car consensuel. C'est « une cause sans adversaire[2] ». Tout le monde souhaite que les politiques parlent plus vrai. Michel Rocard, après avoir longtemps évité d'expliquer ce qu'il entendait par là, se prête à une définition bien vague : « Parler vrai c'est respecter la réalité. C'est, surtout, ne parler qu'en relation étroite avec ce que l'on fait. Pour parler vrai, il faut aussi être soi-même, avec ses convictions, savoir de quoi l'on parle... Faire confiance aux autres et les écouter. Dans l'opposition, une fâcheuse tendance à l'irresponsabilité rend difficile de parler vrai. J'ai essayé d'éviter ce travers[3]. »

Cette formule trouve un fort écho dans l'opinion et contribuera pendant longtemps à la bonne image de Michel Rocard[4]. Elle correspond en effet à une période où l'image des hommes politiques commence à se détériorer. Quelques années plus tard, elle correspondra encore plus à la réalité d'une opinion sceptique à l'égard de la véracité du discours politique. Un sondage de 1985 signale que, selon 72 % des Français, les hommes politiques ne peuvent pas toujours dire la vérité publiquement, et selon 44 %, les hommes politiques disent de moins en moins la vérité[5]. L'écho de la formule est si fort qu'une émission sur Europe 1,

[1] *Ibid.*

[2] Nous reprenons cette notion de : JUHEM, Philippe. La légitimation de la cause humanitaire : un discours sans adversaires. *Mots,* n° 65, mars 2001, p. 9-27. En effet, cette étude portant sur la cause humanitaire montre bien que l'absence d'adversaire à celle-ci est liée à la non-prise en charge par des acteurs d'un discours critique. Ici, la question de la « crise de la représentation » est tellement ancrée, tant dans le discours politique que journalistique, que l'idée qu'il faille « parler plus vrai » apparaît comme une évidence.

[3] *L'Express*, 17 au 23 mai 1985, p. 21

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Note sur l'élaboration de la stratégie de communication de Michel Rocard », par Ten et Associés, 9 décembre 1985

[5] *L'Express*, 17 au 23 mai 1985

présentée par Gérard Carreyrou la reprend pour son titre : « Parlons vrai ». Le présentateur peut appuyer sur un bouton lançant un *jingle* : « Vous ne répondez pas à la question qui vous a été posée. » La formule « parler vrai » correspond donc bien à un « référent social[1] ».

Comme on le voit, après la défaite de 1978, l'aura de Michel Rocard s'est amplifiée. Ce nouveau statut va se retrouver dans les sondages, lui offrant une ressource importante dans sa future ascension.

B) L'essor dans les sondages comme ressource

1) L'envolée sondagière

La période ne marque pas qu'un essor médiatique. Celui-ci se ressent également dans les sondages qui s'envolent pour Michel Rocard, à la suite de la défaite de mars 1978. Cette augmentation de la popularité du maire de Conflans (il passe de 37 % de cote d'avenir en mars 1978 à 43 % en octobre), relative par rapport à l'ascension progressive qui fut la sienne précédemment, est surtout originale parce qu'elle arrive à un moment où le leader du PS, François Mitterrand, chute lourdement (il perd 12 points après mars 1978). A tel point que les deux courbes se croisent en octobre 1978[2]. En outre, pour la première fois, Michel Rocard est envisagé par les sondages comme candidat à l'élection présidentielle de 1981. Son avance par rapport au Premier secrétaire en devient encore plus criante. Il rassemble en effet plus largement que ce dernier, et même s'il semble battu au second tour par le Président en exercice, son score serait moins désastreux que celui du maire de Château-Chinon. C'est ce que l'on retrouve dans un sondage SOFRES commenté par Roland Cayrol et Jérôme Jaffré et publié dans *Le Monde.* Celui-ci montre que Michel Rocard serait le meilleur candidat, et ce pour toutes les catégories socio-professionnelles, pour 1981 (40 % contre 27 % pour Mitterrand). L'enquête souligne également que contrairement à l'idée que tentent de véhiculer les mitterrandistes, le député des Yvelines est vu comme plus à gauche que le Premier

[1] KRIEG-PlANQUE, Alice. *La notion de « formule ». Op. cit.*

[2] *La Croix*, 14 avril 1979

secrétaire (39 % contre 19 % au Premier secrétaire, 45 % chez les socialistes contre 19 % à François Mitterrand, 38 % chez les communistes)[1]. Plus inquiétant encore pour François Mitterrand, les soutiens de ce dernier sont avant tout les représentants traditionnels de la gauche, attachés à la laïcité, au syndicalisme, et nettement plus âgés. Alors que tout le renouveau sociologique du PS, depuis le début des années 1970, qui a participé à son essor électoral, penche invariablement pour le maire de Conflans :

« Dès aujourd'hui, au sein même de l'électorat socialiste, deux images se dessinent, que symbolisent les candidatures potentielles de MM. Mitterrand et Rocard : celle d'une gauche plus classique, plus proche des pratiques syndicales, de la CGT et de FO, axée sur les revendications quantitatives et la protection juridique des travailleurs ; et celle d'une gauche se sentant plus proche du projet cédétiste, plus égalitaire, plus autogestionnaire, et plus sensible aux revendications qualitatives[2]. »

On peut remarquer que ces sondages sont réalisés et commentés par des proches de Michel Rocard (Roland Cayrol qui l'a conseillé jusqu'en 1973 et Jérôme Jaffré, membre actif du Groupe image). Ce qui amène d'ailleurs un Charles Hernu, ami du Premier secrétaire, à faire appel à la commission des sondages pour les invalider[3]. S'amorce alors une guerre des sondages entre rocardiens et mitterrandistes. Ces derniers essaient une contre-attaque. Gaston Defferre fait ainsi publier dans *Le Provençal*, quotidien qu'il dirige, une étude mettant les deux hommes à égalité, et le Premier secrétaire en avance dans l'électorat ouvrier :

« Au-delà des querelles intestines du PS dont ces études sont l'épiphénomène, on assiste en fait à un nouveau développement de la bataille que se livrent quotidiennement les instituts de sondages. Au "couple rocardien" Louis Harris-SOFRES, s'opposerait le couple IFOP-Defferre qui vient à point redorer le blason du premier secrétaire du PS[4]. »

A partir de là la riposte mitterrandiste en termes de sondages s'essouffle, d'autant que toutes les études publiées ne penchent que d'un seul côté, celui du député des Yvelines. Il devance François Mitterrand sur tous les thèmes (justice sociale avec 24 points d'avance, capacité à assurer l'unité des Français avec 16 points d'avance, « résoudre le chômage » avec

[1] *Le Monde*, 1er décembre 1978

[2] *Libération*, 2 décembre 1978

[3] *La Croix*, 7 décembre 1978

[4] *La Croix*, 7 décembre 1978

34 points d'avance), à l'exception de la représentation de la France à l'étranger[1]. Pire, l'écart s'accroît avec le temps. Ainsi, le même sondage sur le meilleur candidat à l'élection présidentielle, effectué par la SOFRES le 17 janvier 1980, donne cette fois-ci 27 points d'avance à Michel Rocard sur François Mitterrand (55 % contre 27 %)[2].

2) Une image attractive pour les forces nouvelles du PS

Comment expliquer cette ascension dans l'opinion sondagière ? L'ambiguïté de son image, elle-même fruit de son parcours, semble le servir. Son charme vient tant de la compétence économique qui lui est attribuée, que de son goût de l'innovation sociale héritée du PSU. Il apparaît à la fois comme un utopiste et un gestionnaire rigoureux de l'économie. Les sondages se font le reflet de cette double image : « Les Français n'ont pas une image de Michel Rocard. Ils en ont trois. C'est ce que révèle un sondage de l'IFOP réalisé du 15 au 19 septembre auprès d'un échantillon représentatif de 1 037 Français âgés de plus de 18 ans[3]. »

Toute cette ambivalence se retrouve dans l'ouvrage de Philippe de Commines : *La Révolution de 1980*. En réalité écrit par André Bercoff, le livre décrit la nomination par Valéry Giscard d'Estaing, en 1980, de Michel Rocard Premier ministre, après une période de crise grave voyant la Corse et la Bretagne à feu et à sang :

« Son expérience durera 6 mois. Après un bilan ambigu : au nom de l'autogestion, les habitants des HLM se lancent dans mille expériences communautaires, Cartier et la FNAC sont dirigés par leurs personnels, le métro devient gratuit. Mais, d'un autre côté, les technocrates ressortent leurs projets de réformes que Giscard avait, un à un, enterrés. Un curieux mélange. Une courte période de folie : au bout de six mois, l'Assemblée ne ratifie pas les "ordonnances Rocard". La parole est à nouveau au peuple. VGE annonce qu'il sera

[1] Archives CEVIPOF, Cartons SOFRES, « Les Français et l'élection présidentielle de 1981 », octobre 1980

[2] *L'Express*, 19 janvier 1980

[3] *Le Point*, 9 octobre 1978

candidat à la présidentielle de 1981. Et Rocard ? Prudemment, Commines reste muet sur son destin[1]. »

Si le caractère imprévisible de l'homme peut inquiéter, la compétence économique qui lui est attribuée vient rassurer. Après avoir sacrifié pendant trois ans au Programme commun, Michel Rocard prend ses distances à l'égard de la vision économique du PS. A l'heure où le programme économique du PS se veut révolutionnaire, lui, en donne une vision rassurante : « Etre socialiste c'est enfiler les réformes les unes après les autres. Quand on a fini, on s'aperçoit alors que l'on a fait une révolution[2]. » Il donne également une vision plus douce de la « rupture[3] ». Ayant réussi à se forger l'image d'un « expert » en économie, il peut ainsi bénéficier d'un effet *priming*. Comme le montrent Shanto Iyengar et Donald Kinder, plus un problème est traité dans les médias plus il va conduire les citoyens à juger les politiques en fonction de ces critères et donc à favoriser ceux qui semblent les plus à même d'y répondre[4]. A une période marquée par la crise économique depuis 1973, les compétences économiques dont il est crédité favorisent son image dans l'opinion.

Sa jeunesse, comparée au Premier secrétaire, sexagénaire, et déjà vieux routier de la politique, est également un atout. 55 % des Français voient ce dernier comme un homme politique du passé[5]. C'est d'ailleurs un des traits qui ressortent le plus dans les études qualitatives menées, notamment par le Groupe image : « Les qualificatifs qui reviennent le plus souvent dans ces enquêtes sont "compétent", "jeune", "attaché à ses idées" et "ouvert aux idées nouvelles"[6]. » On peut ainsi postuler que Michel Rocard rencontre, par son parcours et son positionnement, les aspirations de toute une aile gauche, moins révolutionnaire, souhaitant prendre ses distances à l'égard d'un PC en perte de vitesse, et recherchant plus de liberté dans la société comme dans l'entreprise. Jean-François Sirinelli constate à la même époque l'effondrement des références idéologiques de la gauche traditionnelle et l'essor de la réflexion anti-totalitaire, attaquant aussi bien l'URSS que les totalitarismes fascistes. Michel

[1] *Le Point*, 16 octobre 1978

[2] *Le Matin*, 30 octobre 1978

[3] *Le Nouvel Observateur*, 2 octobre 1978

[4] IYENGAR, Shanto, and KINDER. Donald. *News that matters : Television and American Opinion.* Chicago : Chicago University Press, 1987

[5] Archives du CEVIPOF, Cartons SOFRES, « L'image de François Mitterrand », septembre 1979

[6] *Le Nouvel observateur*, 2 avril 1979

Rocard, fin lecteur de Kravtchenko et Koestler depuis sa jeunesse, et proche de nombre des intellectuels anti-totalitaires se trouve donc porteur de ce discours[1].

Sa parole séduit de nombreux jeunes techniciens et intellectuels, issus de la génération 68 et qui se situent à gauche. L'autogestion, la revendication des singularités, et d'une plus grande liberté face au pouvoir de l'État, sont des arguments qui leur parlent[2]. Ainsi, Rémi Lefebvre considère que « l'autogestion et la démocratie locale sont, dans cette perspective, des "produits d'appel" politiques, censés attirer la petite bourgeoisie intellectuelle et technicienne qui aspire aux responsabilités, et répondre à ses aspirations (poussée de l'idéologie du cadre de vie, afflux des demandes culturelles, montée de l'écologie urbaine et des "valeurs post-matérialistes"...). Si la thématique participative est récupérée (des groupes d'action municipale), travaillée et prise en charge, c'est à la mesure de la rentabilité électorale que les dirigeants socialistes en escomptent[3]. » Son image paraît également en phase avec les aspirations de ces groupes sociaux. En effet, plutôt qu'un « père », c'est la figure du « chef d'équipe » qu'il utilise, si l'on suit la typologie idéal-typique des leaders élaborée par Marion Ballet. Une figure alors en plein essor dans le milieu de l'entreprise où baignent ces cadres :

« Ce modèle apparaît comme une réponse au discrédit de la notion d'autorité. Dans un contexte d'individualisme croissant, où les contraintes sont de plus en plus difficilement acceptées et où la négociation demeure une condition majeure de soumission, de nombreux leaders délaisseraient l'idée d'autorité au profit de celle d'influence, entendue comme la capacité d'amener les autres à désirer ce que l'on veut soi-même. Dans ce modèle, le leader est représenté à la tête d'une "équipe", notion présente dans le texte ou à l'image. Sont ainsi valorisés les capacités de management des candidats : leur aptitude à guider, à écouter, concerter, négocier ou encore formuler des compromis[4]. »

John Zaller souligne également que ce sont ces catégories qui sont les plus susceptibles d'êtres influencées par les médias, et donc par les prestations de Michel Rocard décrites plus

[1] SIRINELLI, Jean-François. *Désenclaver l'histoire. Op. cit.,* p. 136

[2] *Ibid.* p. 56-57

[3] LEFEBVRE, Rémi. La construction de l'Union de la gauche au niveau municipal. In BERGOUNIOUX, Alain et TARTAKOWSKY, Danielle. *L'union sans unité* : *le programme commun de la gauche (1963-1978).* Rennes : PUR, 2012, p. 218

[4] BALLET, Marion. *Emotions et élections: les campagnes présidentielles françaises (1981-2012).* Paris : INA, 2014, p. 81

haut. En effet, les « élites » auraient déjà des convictions très ancrées, quant aux catégories populaires, elles ne seraient tout bonnement pas exposées au message[1].

On peut également ajouter une autre explication à cette hausse dans les sondages. Le cadre théorique nous est à nouveau donné par les travaux de Zaller, mais cette fois-ci sur les liens entre élites et opinion publique sondagière. En s'appuyant sur le cas de la Guerre du Golfe, il montre comment les élites (même si la notion est critiquable) – dont les journalistes, les leaders politiques, la haute administration et les « experts » font partie – influent fortement sur l'opinion publique. Ainsi, lorsqu'elles présentent un avis relativement homogène, l'opinion du grand public suit leur position (*mainstream effect*). Au contraire, en cas de division, alors l'opinion publique se polarise derrière ses représentants (*polarization effect*). Or, Rocard est très apprécié de ces élites. Il n'est guère attaqué à droite, dans la presse conservatrice. C'est aussi une des raisons de ce succès, il apparaît comme une personnalité relativement consensuelle[2]. Cette influence des élites sur la perception du public est encore plus forte lorsque celui-ci est peu au fait du sujet si l'on en croit Zaller. Or, Michel Rocard apparaît comme une personnalité plutôt neuve dans le champ politique – il n'est connu que depuis 1969, comparé aux déjà trente ans de carrière de François Mitterrand, aux vingt ans de pouvoir de Valéry Giscard d'Estaing, et aux différents ministères déjà occupés par Jacques Chirac.

3) Une ressource essentielle dans sa confrontation au Premier secrétaire

Les sondages vont devenir pour lui, le marginal du PS, une ressource capitale. Celle-ci est rendue possible par l'attrait qu'exerce désormais cet outil statistique sur la presse :

[1] Cité par GERSTLE, Jacques. Les médias et la communication. In COHEN, Antonin, LACROIX, Bernard et RIUTORT, Philippe. *Les formes de l'activité politique : Eléments d'analyse sociologique.* Paris : PUF, 2006, p. 365

[2] ZALLER, John. Elite leadership of Mass Opinion. In BENNETT, Lance and David PALETZ, David. *Taken by storm, The Media, Public Opinion, and US foreign policy in the Gulf War*. Chicago : The University of Chicago Press, 1994, p. 186-209

« Ces derniers ont pour mérite d'ouvrir un espace aux commentaires, permettant aux journalistes de faire étalage de leur qualité interprétative. De plus, le sondage comme reflet supposé de l'opinion joue sur un registre décisif pour attirer les lecteurs : l'identification. Le sondage peut être perçu comme une façon d'avoir un peu la parole, d'être entendu dans l'espace public. Ajoutons qu'économiquement, l'opération peut s'avérer rentable, car si le sondage est pertinent, les résultats inattendus et spectaculaires, la probabilité devient forte qu'il soit repris et cité dans les autres médias ; sorte de placement publicitaire gratuit qui ne peut faire de mal pour la notoriété du titre éditeur du sondage[1]. »

La publication des sondages devient un élément essentiel de l'actualité politique et de son commentaire. Les journalistes y trouvent ainsi une légitimité pour faire « jeu égal » avec les politiques, en se revendiquant de « l'opinion publique[2] ». Les sondeurs et « politologues » spécialistes du commentaire de sondages émergent alors dans les médias. Alain Lancelot, Roland Cayrol, Jérôme Jaffré et, dans une moindre mesure, Jean-Luc Parodi deviennent ainsi des visages et des noms connus de tous, par leurs articles et leurs interventions télévisées – 20 plateaux télévisés pour Alain Lancelot entre 1971 et 1981, 60 pour Jérôme Jaffré entre 1980 et 1995, 54 pour Roland Cayrol entre 1973 et 1995[3]. Cet essor de ceux que l'on n'appelle pas encore des « experts[4] » sert un Michel Rocard qui côtoie la plupart de ces acteurs. Leur dénier une autonomie à l'égard de celui qui est pour beaucoup un « ami » serait bien sûr abusif, mais on peut toutefois remarquer que leurs commentaires sont en général très favorables au député des Yvelines. Même dans une période plus sombre pour lui, comme sa défaite aux élections européennes de 1994, ses « amis » continuent à lui accorder du crédit comme candidat à la présidence de la République[5]. D'un point de vue éthique, on peut également s'interroger sur leur positionnement à la fois « juge » et « partie ».

[1] MERCIER, Arnaud. Présentation générale. L'utile fiction de l'opinion publique. In MERCIER, Arnaud dir. *Médias et opinion publique.* Paris, CNRS Editions, Les Essentiels d'Hermès, 2012, p. 26

[2] LACROIX, Bernard. A quoi servent les sondages. *Revue de science administrative de la Méditerranée occidentale*, n° 22-23, 1988, p. 123-146

[3] Nous avons réalisé ce comptage à l'aide du logiciel Hyperbase de l'Inathèque

[4] MATTART, Christophe**.** Le « sociologue-expert » à la télévision : un sens pour la posture sociologique ? *Recherches sociologiques et anthropologiques*, n° 37, 2006, p. 85-103

[5] INA, France 3, *Dimanche Soir*, 15 juin 1994

Cet essor des sondages dans l'écriture journalistique du politique a également un impact sur le cadrage donné à tel ou tel fait ou acteur politique. Si Michel Rocard bénéficie donc d'un essor dans les médias, c'est aussi en raison de la place prise dans les sondages. Les chances et les compétences attribuées à Michel Rocard dans l'écriture médiatique sont ainsi très dépendantes de sa cote dans l'opinion[1]. Les phases d'ascension voient une couverture de presse plutôt favorable, alors que les phases de déclin semblent au contraire amoindrir ses chances de réussite sous la plume des journalistes et commentateurs. Ainsi, une légère chute en février 1980 voit des commentaires plus sceptiques sur ses chances de l'emporter face au Premier secrétaire, venant de journalistes l'ayant porté aux nues jusque-là :

« Le phénomène Rocard n'est-il pas en train de s'effriter ? La position du député des Yvelines ne semble plus être aussi bonne dans l'opinion publique, et sa prochaine apparition à la télévision (lundi soir sur A2) n'y est peut-être pas étrangère. Dans *Le Point* du début du mois de février, un sondage IFOP laissait entrevoir cette tendance à la baisse. Un autre sondage (*Le Figaro-Magazine*-SOFRES) vient de confirmer cette baisse, puisque la cote personnelle de Michel Rocard passe, d'un mois sur l'autre, de 52 à 50 (-2 %) (...) Ce genre de cote d'amour, de "flirt", est éphémère. (...) Michel Rocard n'ignorait rien de tout cela. Il a joué la seule carte qu'il détenait, mais il est peu probable que ce soit un atout maître[2]. »

C) Une ascension portée par la presse...

1) Un positionnement qui rencontre les attentes de la presse de gauche

Les sondages ont un impact fort sur le bon cadrage médiatique dont il bénéficie, mais celui-ci est aussi dû à une conjonction de médias en sa faveur. S'il est un peu fort de juger comme les mitterrandistes que l'essor de Michel Rocard ne résulte que d'un « complot

[1] MARQUIS, Lionel. Sondages d'opinion et communication politique. *Les cahiers du CEVIPOF,* n° 38, janvier 2005 : http://www.CEVIPOF.com/fichier/p_publication/432/ publication_pdf_cahierduCEVIPOF38.pdf. Consulté le 16 juillet 2016

[2] *La Croix*, 21 février 1980

médiatique[1] », on ne peut nier un certain engouement pour sa personne. Cet engouement est avant tout le fait de la presse de centre-gauche alors en plein essor. *Le Matin* – le journal lancé par Claude Perdriel en 1977, également à la tête du *Nouvel Observateur* – ne soutient pas uniformément Michel Rocard, mais on y note plusieurs plumes « amies » comme celle de Guy Claisse. La valorisation de Michel Rocard permet aussi de marquer les distances avec François Mitterrand, en procès avec Claude Perdriel, voulant à l'origine que le journal soit un organe attaché au Parti[2]. *Le Nouvel Observateur* est plus clairement le principal soutien de Michel Rocard. Le grand magazine proche du PS et tirant autour de 400 000 exemplaires par semaine est alors en pleine ascension. Si Jean Daniel est assez réservé sur l'affrontement Rocard-Mitterrand, souhaitant préserver son amitié pour chacun, Jacques Julliard, un ami du député des Yvelines depuis mai 1968 prend fait et cause pour le premier et dénonce notamment la « langue de bois » qui s'impose au sein du PS, érigeant « la ligne d'Epinay » en nouvelle doxa et s'étonne que « François Mitterrand, d'ordinaire pragmatique et prompt naguère à moquer le verbiage révolutionnaire du CERES, se convertisse à la vulgate marxiste, dans le moment même où l'intelligentsia français l'abjurait solennellement[3] ». Ainsi, la radicalisation du discours mitterrandiste destinée à marginaliser les rocardiens et à pouvoir faire la synthèse avec le CERES conduit le magazine à être de plus en plus critique à son égard et à miser plus ouvertement sur le jeune espoir du PS. Toujours dans la nébuleuse « deuxième gauche », on peut souligner le soutien indéfectible, et crucial dans le monde intellectuel, d'*Esprit*. Paul Thibaud, qui en est le directeur, publie une tribune dans *Le Matin* pour défendre et définir le « rocardisme[4] » au moment où les crispations sont les plus fortes entre rocardiens et mitterrandistes.

Au *Monde,* même si le chef du service politique Raymond Barrillon, très favorable à l'Union de la gauche – tout comme Jacques Fauvet, le directeur du quotidien proche de François Mitterrand – est hostile, depuis déjà le PSU, à Michel Rocard, on trouve aussi une sensibilité rocardienne, représentée notamment par Thierry Pfister et Jean-Marie Colombani[5]. Michel Rocard est par ailleurs un grand lecteur du journal. C'est d'ailleurs celui-ci qu'il

[1] *L'Unité*, 10 octobre 1978

[2] VIANNAY, Philippe. *Du bon usage de la France*. Paris : Ramsay, 1988, p. 359

[3] *Le Nouvel Observateur*, 26 février 1979

[4] *Le Matin*, 6 février 1979

[5] Entretien avec Patrick Jarreau, 21 avril 2015

choisit pour écrire une tribune ou rédiger un article dans les moments importants. Le journal lui est d'autant plus utile qu'il atteint alors son apogée, passant de 352 000 exemplaires en 1968 à 425 000 en 1975. *Le Canard Enchaîné*, pour sa part, a souvent lutté aux côtés de Michel Rocard, que ce soit dans son soutien à Lip ou dans le Larzac[1]. Le regard qu'il porte à l'ancien secrétaire national du PSU est donc plutôt favorable, même si toujours distancié.

Les critiques de Michel Rocard à l'égard du Programme commun, et sa prise de distance à l'égard de François Mitterrand et du PCF, ne laissent pas non plus insensible la gauche plus radicale. Alors que celle-ci en avait fait son bouc-émissaire, après les Assises du socialisme, le dépeignant en traitre cynique, elle lui retrouve des qualités. Cette évolution est particulièrement sensible au sein de *Tribune socialiste* :

« Rocard est le seul à proposer au PS une politique cohérente qui prenne en compte certaines aspirations nouvelles. C'est pourquoi il dérange et inquiète les équipes en place. Le courant autogestionnaire, et singulièrement le PSU, aurait tort de sous-estimer ce phénomène et l'ampleur de la crise qui affecte les politiques et les formes d'organisations traditionnelles[2]. »

Bernard Langlois, journaliste également représentatif de cette aile plus radicale de la « deuxième gauche », signe pour *Le Matin* une tribune très favorable à Michel Rocard :

« Un homme l'a dit, dès le soir des élections. Il n'a pas cherché à tricher, à habiller le drame aux couleurs de la fête. Il a calmement, mais fermement, invité son parti à réfléchir, à remettre en cause ses certitudes, à analyser les raisons de son échec, à envisager le nécessaire recentrage de sa démarche politique par rapport à un contexte qui venait d'un coup de changer radicalement. Paroles de bon sens et de courage qui furent, semble-t-il, bien comprises par le pays, mal reçues par les autres responsables de son propre parti[3]. »

Même *Libération*, encore gauchisant – le quotidien d'inspiration maoïste a été créé en 1973 autour de Jean-Paul Sartre, Serge July, Jean-Claude Vernier et Philippe Gavi – , trouve des vertus à Michel Rocard sous la plume de Jean-Louis Péninou[4]. Ce qui ne veut pas dire

[1] MARTIN, Laurent. *Le Canard Enchaîné. Histoire d'un journal satirique (1915-2005)*. Paris : Nouveau Monde Editions, 2005 (rééd.), p. 397

[2] *Tribune socialiste*, 29 juin 1978

[3] *Le Matin*, 26 décembre 1978

[4] *Libération*, 25 septembre 1978

que le ralliement des anciens compagnons de route du député des Yvelines est unanime, comme en témoigne un portrait au vitriol, signé Claude Bourdet, autre journaliste influent de la « deuxième gauche[1] ».

2) Un regard positif de la presse économique et conservatrice

La presse économique offre aussi à Michel Rocard une couverture positive. *Les Echos,* par exemple, apprécient le point de vue économique du député des Yvelines, divergeant de la ligne officielle du PS :

« Représentant une gauche se voulant cohérente, soucieuse des réalités et des contraintes, préoccupée d'efficacité à court et à long terme, M. Rocard, tout en respectant les principes de base du socialisme, tient un autre langage plus moderne et plus réaliste (...) face à la situation présente, M. Rocard, ennemi de la facilité et de la démagogie trompeuse, souligne que "tout n'est pas possible tout de suite", que les contraintes existent pour tout le monde[2]. »

L'Expansion qui est plutôt ouverte aux positions de la gauche et dont le rédacteur en chef, Jean Boissonnat, entretient, depuis le milieu des années 1960[3], d'excellents rapports avec Michel Rocard se montre aussi très favorable au député des Yvelines. C'est d'ailleurs le premier magazine à lui accorder une couverture, dès novembre 1977[4] (annexes, document 23). Avec des couleurs psychédéliques, le jeune espoir du PS y apparaît cravate au vent quittant l'ENA et le PSU pour courir vers l'avenir. Nous avons déjà pu évoquer la séduction qu'il exerce sur la presse plus conservatrice. Avec son positionnement plus modéré, le phénomène s'amplifie, excepté au *Figaro*. En effet, au sein du plus ancien quotidien français, rares sont les plumes à croire dans les chances de Michel Rocard, face à François Mitterrand. Il est vrai que depuis son rachat par Robert Hersant en 1976, le journal a durci ses

[1] *Témoignage Chrétien*, 2 avril 1979

[2] *Les Echos*, 6 décembre 1978

[3] Entretien avec Jean Boissonnat, 16 mai 2014

[4] *L'Expansion*, novembre 1976

positions à l'égard de la gauche[1]. Au contraire, *L'Aurore* est séduit et enterre déjà François Mitterrand :

« Le Premier secrétaire compte sur sa popularité, son aura, mais quel est encore l'impact de la rhétorique bien vieille qu'affectionne Mitterrand, ses mimiques et ses jeux de paupières usés, cent fois répétés ? Semblable à ces acteurs sur le retour qui se souviennent de leur gloire d'autrefois et ressuscitent les succès qui firent jadis frémir les salles. Mitterrand s'essaiera sans doute de nouveau demain aux trémolos émus. De quel poids seront-ils devant un "battant" comme Rocard ?[2] »

A *L'Express* qui a amorcé depuis la fin des années 1960 un recentrage, voire une droitisation[3], certains de ses éditorialistes se montrent séduits par le phénomène Rocard. Le magazine, ayant toujours été attiré par les thèses modernistes, ne peut que trouver de l'intérêt en la personne du maire de Conflans. Ainsi, Olivier Todd est prêt à placer ses espoirs en lui, s'il se montre capable d'abandonner définitivement le jargon révolutionnaire[4]. Jean-François Revel considère pour sa part que « l'ascension dans l'opinion socialiste et nationale n'a pas seulement pour cause son talent, sa réputation de compétence, sa personnalité plus moderne et plus ouverte que celle de l'actuel secrétaire, mais aussi ce sentiment qu'ont les électeurs de tenir en lui l'homme capable de replacer l'opposition sur le terrain des réalités[5]. » Quant à Robert Schneider qui suit le PS pour le magazine, il a une image très positive du député des Yvelines[6]. Jean-Michel Helvig parle plus généralement d'une génération issue de mai 1968 et que l'on retrouve dans toute la presse, aussi bien de gauche que conservatrice[7]. Il évalue même comme majoritaires les journalistes d'inspiration « deuxième gauche ». Parmi les

[1] BLANDIN, Claire. *Le Figaro. Deux siècles d'histoire. Op. cit.,* p. 257

[2] *L'Aurore*, 24 novembre 1978

[3] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias en France. Op. cit.,* p. 403

[4] *L'Express*, 14 octobre 1978

[5] *L'Express*, 2 octobre 1978

[6] Entretien avec Robert Schneider, 5 avril 2011

[7] Entretien avec Jean-Michel Helvig, 13 juin 2015

journalistes de l'époque plusieurs sont en effet passés par le PSU comme Alain Rémond[1], Gérard Carreyrou[2] ou Dominique Gerbaud[3].

Mais plus le phénomène Rocard prend de l'ampleur, plus ses chances face au Président sortant semblent réelles, plus le cadrage va s'inverser dans la presse conservatrice. Il devient désormais, pour la presse quotidienne de droite, une menace, un Mitterrand bis, pour lequel il ne serait pas de bon ton pour un électeur de droite ou du centre de voter. Juste après l'appel de Conflans, le très droitier *Le Figaro-Magazine* se livre à un démontage de l'image de Michel Rocard comme maire, en le décrivant comme absent, et pratiquant le favoritisme dans les crédits alloués et le *spoil system* – pratique consistant à redistribuer les fonctions administratives, en théorie neutres politiquement, entre les mains de partisans[4].

3) De bonnes relations fruit d'un intense travail de relations presse

Néanmoins, le bon accueil général de la presse ne peut pas être imputé uniquement aux orientations politiques de chacun des organes, elle est aussi le fruit d'un intense travail de relations publiques. On a vu que cette activité occupait une grande place au sein du Groupe image et plus généralement du cabinet. Un attaché de presse avait même été recruté en la personne de Jean-Paul Ciret, au moment de la structuration du cabinet. Les rocardiens jouent pleinement le jeu de l'ouverture aux médias. Le maire de Conflans accorde des interviews facilement, se montre disponible et accepte, sans suspicion aucune, que les journalistes le suivent ou assistent à des réunions de l'équipe : « Nous avions demandé à le suivre, à pouvoir l'observer battant la campagne au sein du parti. Il a donné son accord en dix secondes. Déjà un accroc aux règles sacro-saintes du parti, de tous les partis, qui font du secret intérieur un lieu commun de la "culture militante[5]". » Guy Claisse note que ces relations positives nourries avec les journalistes différencient nettement les rocardiens des mitterrandistes :

[1] Entretien avec Alain Rémond, 4 mars 2011

[2] Entretien avec Gérard Carreyrou, 28 avril 2015

[3] Entretien avec Dominique Gerbaud, 10 décembre 2013

[4] *Le Figaro-Magazine*, 25 octobre 1980

[5] *Libération*, 5 février 1979

« A certains mitterrandistes qui se plaignaient que la presse consacre trop de place aux faits et gestes de Michel Rocard, et pas assez à ceux de François Mitterrand, il me souvint d'avoir fait remarquer durant l'été 1978, qu'ils ne devaient s'en prendre qu'à eux-mêmes, réviser leur mode de relations avec les journalistes, sortir de leur attitude de méfiance qui se traduisait par une difficulté de plus en plus marquée à faire passer leurs informations[1]. »

Cette ouverture à la presse rejoint les aspirations de la nouvelle génération de journalistes qui émerge. Nicolas Kaciaf la qualifie de « génération bipolarisation ». Ils ont souvent eu un apprentissage militant et s'intéressent de plus en plus au décodage des petites phrases[2]. Ils sont donc parfaitement en phase avec un Michel Rocard que certains ont croisé au sein de la mouvance « deuxième gauche » ou plus généralement soixante-huitarde. Marqués par l'esprit de Mai 68, leur déférence à l'égard des politiques est moindre. Une telle attitude est plus facilement acceptée dans l'équipe rocardienne, où comme nous avons pu le voir, c'est l'horizontalité, le travail en équipe et la liberté de ton qui priment. Alors que l'esprit de cour, fort dans la culture mitterrandiste, ne peut que rebuter cette génération de journalistes. A l'exception de la couverture du *Monde* annonçant une candidature de Michel Rocard à l'élection présidentielle, le maire de Conflans-Sainte-Honorine n'a pas pour réputation de s'en prendre aux journalistes, à la suite d'un article qui lui aurait déplu, contrairement à ce qui peut se passer du côté du Premier secrétaire[3]. Proximité, franc-parler, sympathie, pédagogie, sont autant de compétences qui vont également permettre à Michel Rocard de s'illustrer dans les médias audiovisuels atteignant alors leur apogée en termes d'audience.

[1] *Le Matin*, 19 juin 1979

[2] KACIAF, Nicolas. *Les pages* « *politique* ». *Histoire du journalisme* politique *dans la presse française (1945-2006)*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2014, p. 194

[3] Entretien avec Jean Boissonnat, 16 mai 2014

D) ... qui rencontre les évolutions du paysage audiovisuel contemporain

1) Une visibilité permise par l'émancipation des journalistes audiovisuelles à l'égard du pouvoir politique

Plus que la presse, c'est vraiment la télévision qui fait la force du phénomène Rocard[1]. Nous avons pu voir l'impact mémoriel de son intervention du 19 mars 1978. C'est à elle que les personnalités séduites par la figure de Michel Rocard se réfèrent, lorsqu'elles évoquent leur prise de conscience de son potentiel[2]. Le distinguo avec François Mitterrand, jugé et s'auto-jugeant[3], mauvais adepte de la télévision, contribue à renforcer cette image d'un Michel Rocard à l'aise avec le nouveau média et adapté à ses codes. Dans une période où la droite est encore très largement surreprésentée dans les médias aux dépens de la gauche – une étude du Comité pour le respect du droit à l'information radiotélévisée montre ainsi qu'en janvier 1976, la majorité s'exprime 56 fois au JT de TF1, contre 16 pour l'opposition[4] –, et où les leaders de gauche ont donc une expérience récente de la télévision, ses « dons » de pédagogue et de débatteur étonnent et font de lui une coqueluche des chaînes. La période est en effet à une certaine libéralisation des programmes, suite à la suppression de l'ORTF, avec la loi du 7 août 1974. Les chaînes sont désormais autonomes les unes des autres et la concurrence apparaît, notamment entre les nouvelles TF1 et Antenne 2. Avec l'essor de la publicité audiovisuelle, l'audience devient un enjeu essentiel pour les deux chaînes qui recherchent ainsi les programmes les plus attractifs. Bien qu'encore marqués par l'influence politique, les programmes et l'information commencent à s'ouvrir à la gauche de manière plus importante. Interviewé le 7 janvier 1975, Valéry Giscard d'Estaing déclare souhaiter que les

[1] HAMON, Hervé et ROTMAN, Patrick. *L'effet Rocard. Op. cit.*

[2] Billet de Nathalie Sarraute dans *Le Nouvel Observateur*, 25 février 1980 ; Entretien avec Jean-Jacques Urvoas, 15 décembre 2010

[3] MITTERRAND, François. *La paille et le grain*. Paris : Flammarion, 1975, p.83

[4] CAYROL, Roland. *La nouvelle communication politique.* Paris : Larousse, 1986, p. 41

chaînes soient « aussi indépendantes que possible ». Inviter Michel Rocard est ainsi un moyen pour les journalistes de marquer leur autonomie acquise à l'encontre du pouvoir politique. C'est ce dont témoigne Jean-Pierre Elkabbach :

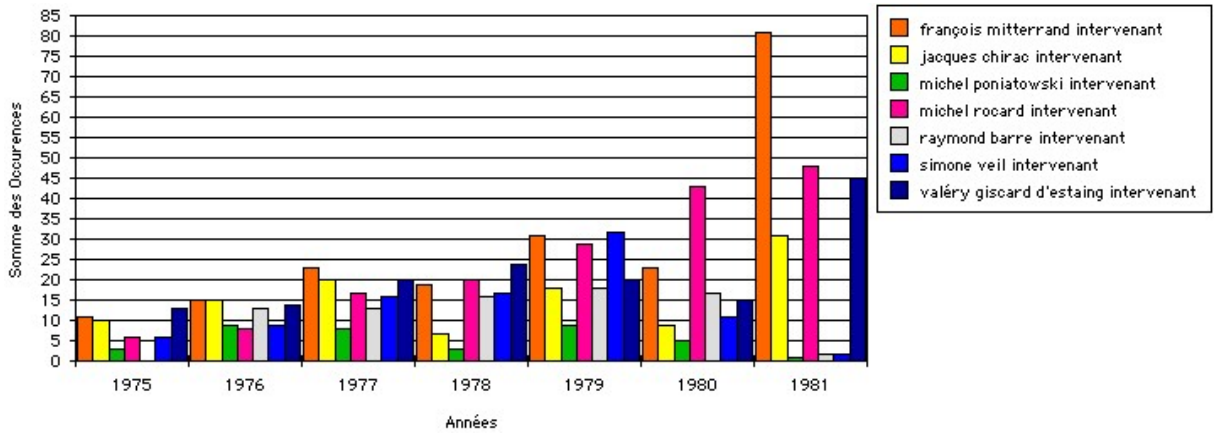
« A l'Elysée, on nous reprochait de privilégier Michel Rocard. En effet, Valéry Giscard d'Estaing préférait affronter François Mitterrand. Quant aux mitterrandistes, ils auraient bien voulu réduire Michel Rocard au silence. Nous refusions que les partis se substituent à nous dans le choix des interlocuteurs. Nous donnions à François Mitterrand l'opportunité d'intervenir dans le journal d'Antenne 2 après chaque passage de Michel Rocard[1]. »

2) Une médiatisation à relativiser

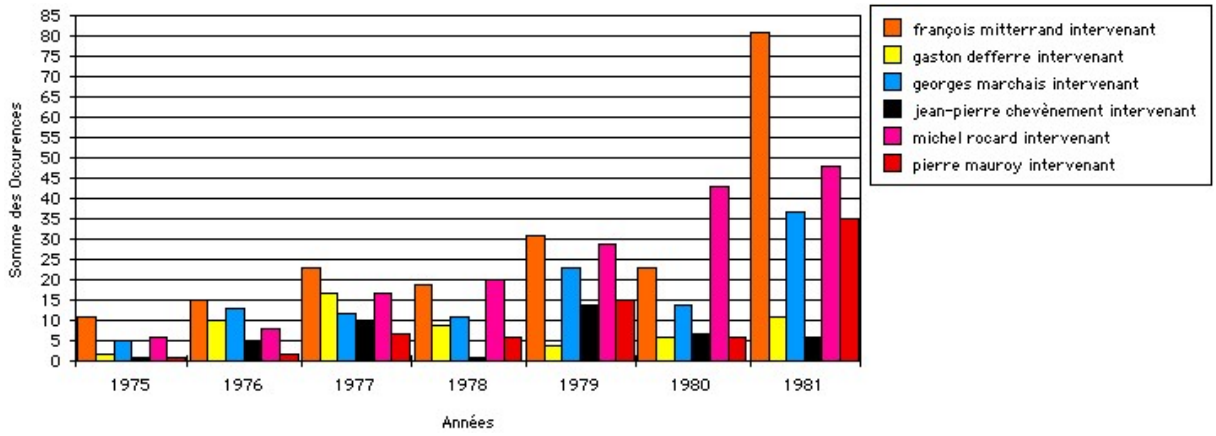
Comme le montre le graphique n° 5, Michel Rocard dépasse de loin, dans le nombre d'interventions télévisées, les autres leaders socialistes étudiés (Pierre Mauroy et Lionel Jospin) sur toute la période – sauf en 1979, où Pierre Mauroy le dépasse, et ce en raison de la médiatisation du congrès de Metz et du repli silencieux de Michel Rocard, victime d'une mauvaise chute. Il reste toutefois moins visible à la télévision que François Mitterrand. En effet, plus qu'une médiatisation massive, ce sont des interventions marquantes qui lui permettent de se distinguer. Ainsi, si on compare le nombre d'occurrences de son nom dans les programmes (graphique n° 6), on s'aperçoit qu'outre François Mitterrand, Georges Marchais et Jean Lecanuet font des scores bien plus importants que lui. Les ministres comme Simone Veil ou Michel Poniatowski sont aussi largement médiatisés et bien plus que Michel Rocard.

[1] ELKABBACH, Jean-Pierre et AVRIL, Nicole. *Taisez-vous Elkabbach*. Paris : Flammarion, 1982, p. 212

Graphique 5 : Comparaison du nombre d'interventions de Michel Rocard et d'autres leaders politiques (1974-1981), source : Inathèque



Graphique 6 : Comparaison du nombre d'occurrences des noms des principaux leaders de gauche dans les journaux télévisés de l'époque (1974-1981)



Mais si on regarde d'un peu plus près, en se basant cette fois non plus sur des chiffres globaux, mais sur le nombre d'invitations aux grands programmes politiques que sont notamment *Cartes sur table* sur Antenne 2 ou *L'Evénement* de TF1, Michel Rocard est clairement parmi les leaders les plus invités. Ainsi, il participe à trois *Cartes sur table*, ce qui fait de lui la cinquième personne la plus invitée, derrière Georges Marchais et Raymond Barre, chouchous incontestés de l'émission (6 fois), Jacques Chirac et François Mitterrand (5 fois), mais devant le président de la République. Bien loin des émissions politiques actuelles qui peinent à survivre, *Cartes sur table* rassemble alors un téléspectateur sur cinq[1]. A *L'Evénement*, il a le droit à un reportage et un débat avec Jean-Pierre Fourcade, ce qui le met au même niveau que les autres leaders politiques de premier plan (Georges Marchais, François Mitterrand, Raymond Barre, Jacques Chirac) tous sujets à deux reprises ou invités de l'émission.

[1] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias en France. Op. cit.,* p. 250

3) Un « bon client » pour les émissions politiques

Comme le souligne Pierre Leroux, l'invitation politique à la télévision est « le résultat d'un compromis, fruit d'un rapport de force plus ou moins stable – à la manière de ce que Norbert Elias appelle une configuration – établi entre hôtes et invités, professionnels des médias et de la politique[1]. » Dans ce rapport de force, Michel Rocard semble tirer son épingle du jeu, en dépit de sa marginalité dans le jeu politique national. Pour les journalistes et présentateurs de radio et de télévision de l'époque, il est jugé être un « bon client ». Il est tout d'abord l'incarnation de la « modernisation de la vie politique » que recherchent de manière obcessionnelle les journalistes à partir de cette période[2]. Ces journalistes, dont plusieurs viennent de la presse économique – Jean Boissonnat, Albert Du Roy –, importent là des schèmes de l'économie, pour laquelle la « modernisation » est le graal recherché depuis plusieurs décennies. En outre, Michel Rocard semble pouvoir s'adapter sans problème aux codes qui régissent alors l'audiovisuel. Son parler complexe n'inquiète pas les journalistes de cette époque, bien au contraire, si on en croit Jean-Pierre Elkabbach :

« Les hommes politiques qui offrent au public une image figée conservent leurs partisans, mais n'en gagnent pas. Ils sont même parfois rejetés. C'est le cas pour l'ancien président, pour Jacques Chirac, pour Georges Marchais, ce le fut longtemps pour François Mitterrand. En revanche, la complexité déroute, intrigue, attire[3]. »

Il apparaît, au final, comme l'un des politiques les mieux adaptés à la télévision de l'époque. Ainsi, un journaliste américain, interrogé en décembre 1981 sur le politique français qui ressemblerait le plus, en termes de communication, à un Américain choisit Michel Rocard : « Il est très articulé. Il a un grand sens de la publicité[4]. » *L'Express* réalise également un hit-parade des hommes politiques à la télévision à partir des réflexions de Hubert Le Féal, directeur de l'Institut d'expression orale. Michel Rocard est celui qui sort du lot : « satisfecit

[1] LEROUX, Pierre. Passer à la télé. *Réseaux*, n° 187, 2014

[2] NEVEU, Erik. L'Heure de vérité ou le triangle de la représentation. *Mots*, « La politique à la télévision », n° 20, 1989, p. 67

[3] ELKABBACH, Jean-Pierre et AVRIL, Nicole. *Op. cit.*, p. 211

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 27 décembre 1981

pour M. Michel Rocard : "son problème est simple : modérer sa nervosité, il y a réussi[1]". » Selon un sondage SOFRES, il arrive 6ème des meilleurs hommes politiques à la télévision, derrière Valéry Giscard d'Estaing (55 %), Raymond Barre (42 %), François Mitterrand (35 %), mais devant Jean Lecanuet et Jacques Chaban-Delmas[2].

Alors que l'on constate les débuts, encore très contenus, de l'*infotainment* – c'est-à-dire d'une information, notamment politique, rendue plus attrayante par une spectacularisation et une dramatisation et dans laquelle « le style journalistique serait plus détendu, en général personnel et ouvert ; il chercherait à distraire plus qu'à marquer l'indépendance et la critique[3] » – ces nouveaux procédés ne semblent pas gêner Michel Rocard, bien au contraire. La chute d'audience pour les émissions politiques invite à chercher de nouvelles manières d'en parler, moins ennuyeuses pour le téléspectateur. Parmi celles-ci le mode le plus prisé est le mélange entre politique et divertissement. Ce n'est pas encore l'heure des *talk-shows*, mais déjà celui des plateaux mélangeant artistes, chanteurs et politiques. Ainsi, le 14 juillet 1978, pour la fête nationale, France 3 accorde *Carte blanche* à Marc Ullmann. Le journaliste économique, ayant officié à *L'Express* (dont il est rédacteur en chef), à *Paris Match*, et RMC, invite Alain Souchon, René Monory et Michel Rocard. Celui-ci l'a en effet marqué avec son intervention du 19 mars 1978. Après la chanson d'Alain Souchon, « jamais content », Michel Rocard est invité à réfléchir sur « le dégoût des grandes institutions[4]. »

La spectacularisation et l'introduction du divertissement touchent aussi les émissions politiques plus « traditionnelles ». Ainsi, à la dichotomie entre programmes d'*infotainment* – le terme se veut péjoratif ayant été créé par des chercheurs critiques du phénomène – et émissions « sérieuses », Kees Brants préfère l'idée de *continuum* qui irait de l'information la plus sérieuse assurant aux politiques un « respect en raison de leur expertise ou de leur engagement, on les questionnerait comme experts ou décideurs ; le style serait sérieux, marqué par une forme de distance professionnelle et de ton d'objectivité, suggérant la volonté d'informer » jusqu'au « pur » divertissement. Cela se retrouve dans la grande émission politique des années 1970 : *Cartes sur table*. A l'aide d'un décor sombre et à la forte

[1] *L'Express*, 11 avril 1977

[2] Archives du CEVIPOF, Carton SOFRES, « La télévision et la politique », novembre 1977

[3] BRANTS, Kees. De l'art de rendre la politique plus populaire. Ou qui a peur de l'infotainment ? *Réseaux*, n° 118, 2003, p. 145

[4] INA, France 3, *Carte blanche à Marc Ullmann*, 14 juillet 1978

proximité – « à portée de gifle[1] » – entre journalistes et politiques, le dialogue est fortement dramatisé (annexes, document 39). Michel Rocard s'y montre pourtant très à l'aise et séduit les deux présentateurs[2]. A peine arrivé au PS, il avait déjà été confronté à cette tendance avec *C'est-à-dire*, présentée par Jean-Marie Cavada, durant laquelle un sondage le compara à des animaux, des célébrités et des sportifs. Il ne se démonta pas pour autant, et joua même de l'autodérision. Il doit également dire avec quelle actrice il se verrait bien vivre – il choisit Catherine Deneuve ! (annexes, document 12). Plus loin dans l'émission, Jean-Marie Cavada lui fit même scier une planche en l'honneur des compétences acquises lorsqu'il était jeune scout[3] (annexes, document 13). *La Croix* donne un compte rendu très positif de cette prestation : « Le nouveau Secrétaire national a réussi son "*show*" ; il est parvenu à donner de lui l'image non du technocrate ambitieux qu'on lui prêtait, mais du militant socialiste convaincu et au service de son parti[4]. »

Comme le montre cette émission ouverte sur une présentation de la personnalité de l'invité, les éléments personnels occupent une place importante dans la médiatisation de la politique, depuis le début des années 1970. On est encore loin de la *peopolisation* que l'on connaît aujourd'hui, mais étaler sa vie privée est un bon moyen de donner un visage plus proche des citoyens ordinaires. Au sortir de la période gaullienne, et après Mai 68, c'est un moyen de donner à voir un pouvoir politique plus proche des citoyens. Cette « normalisation » de la politique a débuté avec Georges Pompidou, qui, parmi les premiers, s'est affiché en famille dans *Paris Match*[5]. Valéry Giscard d'Estaing est sans doute de ceux qui ont le mieux compris cette tendance, apparaissant sur son affiche de 1974 avec sa fille, puis avec sa femme pour les vœux de 1976[6]. Michel Rocard, après avoir refusé ou rechigné à ce type de couverture presse, s'y adapte finalement sans trop de problème. On le voit en particulier durant ces années aux côtés de femme et enfants[7] (annexes, document 36). Il participe également régulièrement à l'émission *Radioscopie* qui mélange justement les

[1] VILLENEVUE, Gaël. *Les débats télévisés en 36 questions-réponses*. Grenoble : PUG, 2013, p. 43

[2] ELKABBACH, Jean-Pierre et AVRIL, Nicole. *Op. cit.*, p. 189

[3] INA, Antenne 2, *C'est-à-dire*, 15 octobre 1975

[4] *La Croix*, 4 novembre 1975

[5] *Paris Match*, 1er décembre 1969

[6] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 283

[7] INA, TF1, *JT 20h,* 18 août 1976 ; INA, Antenne 2, *L'Evénement,* 28 septembre 1978

registres politique et privé. Il peut ainsi soigner la présentation de son parcours de vie, afin de gommer les aspects les plus négatifs et souligner ceux qui sont les plus à même de toucher les auditeurs, comme ce stage ouvrier fait lorsque son père lui coupa les vivres, après son inscription à Sciences Po ou lorsqu'il explique comprendre les difficultés des jeunes en voyant sa fille chercher du travail[1]. C'est dans ce type de format qu'il essaie de compenser son image de « technocrate » pour adopter un visage plus humain, en soulignant ses 26 ans de militantisme. Cela lui permet de soigner son image personnelle. Ainsi, après le silence dû à son accident de ski au printemps-automne 1979, il fait sa rentrée à *Radioscopie*. Il joue de l'humour avec Jacques Chancel qui l'interroge : « fémur gauche ? » ; « Non fémur droit, virage à gauche » peut-il répondre malicieusement. Il répète à plusieurs reprises qu'il a changé. Que l'accident lui a permis de faire le point et de beaucoup réfléchir[2].

Comme on le voit avec cet exemple, Michel Rocard bien loin de l'image de « technocrate » qui a pu lui coller à la peau, se montre sympathique, souriant. Il soigne son apparence de plus en plus. Ainsi, amené à débattre avec Jean-Pierre Fourcade, dans l'émission *L'Evénement*, le contraste est notoire, entre l'ancien ministre aux grosses lunettes cachant ses yeux, et au costume gris, et un Michel Rocard arborant une cravate rouge et une mine halée. Alors que les deux hommes ont le même âge, on pourrait leur attribuer une dizaine d'années de différence[3] (annexes, documents 24 et 25). Après un premier débat à la radio, très dur entre Michel Rocard et l'ancien ministre de Valéry Giscard d'Estaing, dans lequel le premier s'était trouvé sur la défensive, Michel Rocard s'est préparé[4]. Face à son adversaire, employant la stratégie de l'interruption intempestive, déjà utilisée par le président de la République contre François Mitterrand en 1974, le secrétaire national du PS décide d'éviter le débat de chiffres. Il emploie le langage de l'émotion lorsque son contradicteur conteste la donnée avancée. On le disait trop distant, peu chaleureux, il se veut l'incarnation de l'espoir de la gauche en la victoire. Ce contraste entre les deux hommes, entre les deux conceptions de l'économie et de la politique, s'était déjà révélé sur les antennes d'Europe 1, que Gilbert Mathieu a alors synthétisé en opposant la « philosophie de résignation, au nom du

[1] INA, France-Inter, *Radioscopie*, 16 février 1978

[2] INA, France-inter, *Radioscopie*, 21 septembre 1979

[3] INA, TF1, *L'Evénement,* 7 février 1978

[4] INA, France-Inter, *Interactualités*, 13h, 21 octobre 1976

réalisme et des contraintes extérieures » de Fourcade à l'« exigence optimiste, fondée sur le refus du sous-emploi, des inégalités et de la médiocrité économique[1] ». Dans l'émission *L'Evénement*, aux injonctions – bien douces du très placide Julien Besançon – de parler en des termes plus concrets et d'éviter les chiffres, Michel Rocard s'adapte parfaitement expliquant tous les chiffres, tous les sigles, de l'OCDE jusqu'à la signification de l'inflation[2].

Il se montre également courtois, qualité alors appréciée pour un homme politique à la télévision. En toute circonstance, Michel Rocard donne un visage sympathique de lui-même. Il se montre respectueux de l'interlocuteur, ce dont tous ses contradicteurs lui rendent grâce. Ainsi, même face à Maurice Couve de Murville, qu'il avait pourtant battu en 1969, il arrive à débattre courtoisement et calmement[3]. De même, son débat avec Jean-Pierre Fourcade reste d'une grande politesse et respectueux de l'adversaire. Mais passer à la télévision implique aussi des qualités qui ne relèvent pas toujours de la télégénie. Les aspects pratiques rentrent aussi en compte. Comme le faisait remarquer Thierry Pfister dans un entretien, la proximité de la capitale – élu d'une commune à moins de 20 km de Paris, et habitant lui-même Paris – lui permet d'être toujours disponible et bien plus souvent qu'un Pierre Mauroy élu du Nord, et surtout d'un Gaston Defferre vivant à l'autre bout de la France[4].

Enfin, il bénéficie pour sa médiatisation d'un agenda médiatique favorable. L'économie, au cœur des préoccupations de la population[5], en cette période de crise, est également un sujet important dans l'agenda médiatique[6]. Si l'on prête attention aux sujets d'une émission aussi importante pour l'époque que *Les dossiers de l'écran*, même si les sujets privilégiés restent ceux d'histoire, une nette augmentation des émissions sur l'économie se constate. Ainsi, elles sont multipliées par trois et demi, de quatre entre 1967 et 1974 à quinze durant le septennat de Valéry Giscard d'Estaing. Comme le signale Louis Mexandeau[7], Michel Rocard est en effet l'un des seuls réels spécialistes en économie du PS à être déjà

[1] *Le Monde*, 9 février 1978

[2] INA, TF1, *L'Evénement*, 7 février 1978

[3] INA, France-Inter, *Interactualités*, 3 mars 1977

[4] Entretien avec Thierry Pfister, 20 janvier 2011

[5] Sondage *Le Figaro*-SOFRES*,* juin 1974

[6] MARTIN, Laurent. *La presse écrite en France au XX^{ème} siècle.* Paris : Livre de poche*,* 2005, p. 75

[7] MEXANDEAU, Louis. *Histoire du Parti socialiste.* Paris : Tallandier, 2005

connu de la population et ses compétences dans ce secteur sont souvent mises en avant par le parti. Cet aspect est d'autant plus important que se construit à l'époque une expertise économique au sein du Parti socialiste et que celui-ci met en avant ses « économistes[1] ». Par conséquent, comme l'explique Jean-Marie Cavada, les journalistes, amenés à faire une émission sur l'économie « ou que l'on voulait une réaction sur des problèmes économiques, c'était la première personne à qui nous pensions pour le PS. Il nous semblait le plus compétent[2]. » La rhétorique économique rocardienne, très inspirée du keynésianisme, séduit des journalistes qui sont alors en phase avec cette culture économique, comme le souligne Philippe Riutort. Sa capacité pédagogique répond au crédo didactique en matière d'économie dominant durant cette période[3].

E) Le charme de la raison : un langage pour convaincre

1) Un « style Rocard »

Pourtant, cet « art de la pédagogie » ne paraît pas aller de soi tant on a vu les critiques qui lui étaient adressées sur son élocution ou son débit rapide. Cela l'a d'ailleurs amené, ainsi que le manque de temps, à déléguer quasi-intégralement le travail d'écriture de ses discours, ainsi que de ses livres ou articles. Cette écriture est néanmoins éclatée entre plusieurs personnes – Jean-François Merle, Patrick Viveret, puis dans les années 1980 Pierre Encrevé et Guy Carcassonne se rajoutent à cette liste. On pourrait ainsi douter de l'homogénéité de ses interventions puisque plusieurs plumes y interviennent. L'équipe s'en inquiète d'ailleurs assez tôt : « Dans les temps qui viennent, il faut être très attentif avant surtout que cela commence à devenir un objet d'études pour les chercheurs, à assurer une unité de style. Si chacun sait, ou soupçonne, qu'un homme politique n'a pas toujours la possibilité d'écrire lui-même la totalité

[1] FULLA, Mathieu. *Les socialistes et l'économie (1944-1981)*. *Op. cit.*

[2] Entretien avec Jean-Marie Cavada, 31 janvier 2011

[3] *MédiaMorphoses*, « Les émission économiques à la télévision », n° 2, juillet 2001

des phrases qu'il signe, il serait à la fois injuste et dommageable que MR soit accusé, au vu de styles trop différenciés, de ne pas écrire lui-même[1]. »

Toutefois, comme a pu le montrer Caroline Ollivier-Yaniv, lorsque la « plume » a une bonne connaissance de son leader il y a une forme d'homogénéisation qui se crée[2]. Les « plumes » confirment elles aussi qu'ils s'étaient fortement imprégnés du discours rocardien, au point d'écrire d'une manière assez similaire à la sienne[3]. Bien loin de noter la diversité de ses prises de parole, les journalistes mettent plutôt en valeur, à l'époque, le « style Rocard ».

2) Un « art » de la pédagogie

Celui-ci repose, comme nous venons de le voir, sur la pédagogie, en particulier économique : « Ses propos sur l'économie en particulier sont débarrassés de tout archaïsme d'expression, c'est davantage une discussion qu'une conférence de l'ENA[4]. » Michel Rocard adopte donc un discours adapté à ce que l'époque admet comme une forme licite de pédagogie politique. Comme a pu le théoriser Umberto Eco[5], la télévision des années 1970 est encore très fortement marquée par l'héritage didactique des premiers temps. Jean-Louis Missika décrit ainsi cette télévision : « Rareté de fréquences oblige, l'offre commande à la demande (…) Un téléspectateur élève d'une télévision messagère, un citoyen, mais soigneusement mis sous tutelle[6]. » La part belle est encore faite aux experts. La crise favorise également le traitement des sujets économiques, sur un ton pédagogique afin d'expliquer les problèmes et de leur donner du sens. Avec Valéry Giscard d'Estaing, Michel Rocard va donc devenir l'un de ces pédagogues de la télévision, se montrant capable d'expliquer des problèmes complexes avec des mots simples. Cela passe, entre autres, chez Michel Rocard,

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre de Guy Carcassonne à Claude Evin, sans date

[2] OLLIVER-YANIV, Caroline. Des conditions de production du discours politique : les « écrivants » des prises de parole publiques ministérielles. In BONNAFOUS, Simone, CHIRON, Pierre, DUCARD, Dominique, LEVY, Carlos. *Argumentation et discours politique*. Rennes : PUR, 2003, p. 98

[3] Entretien avec Jean-François Merle, 19 novembre 2015

[4] *Le Figaro*, 24-25 mars 1979

[5] ECO, Umberto. *La guerre du faux*. Paris : Grasset, 1985

[6] MISSIKA, Jean-Louis. *La fin de la télévision.* Paris : Seuil, 2006

par l'art de la métaphore. Il choisit des exemples concrets et quotidiens pour expliquer à chacun les risques économiques et les politiques à appliquer. Lors de son intervention pour les élections européennes, il explique ainsi la répartition du temps de travail :

« A table, en famille, vous ne vous occupez pas du partage des plats entre les membres de la famille. Mais, si les temps se font durs, à la fin du mois, vous reprenez votre responsabilité de parents et vous comptez. La responsabilité de tous les hommes politiques c'est cela. C'est de répartir ce qui est rare[1]. »

Cet art de la métaphore, il l'adapte à son public. En meeting à Grenoble, il évoque la rigueur, en faisant appel à l'image de la montagne que connaît bien son auditoire :

« Vous êtes en pays de montagne. Nous sommes l'hiver économiquement. Et quand la météo annonce du verglas, que faites-vous : éteignez-vous la radio ou mettez-vous des chaînes ? L'activité planificatrice, elle consiste à mettre des chaînes et à connaître le temps qu'il fait. La France entière est exigeante de cette vérité là[2]. »

Par ailleurs, il compense son vocabulaire technique et fourni, à l'époque, par l'usage régulier et parfois surprenant de formulations plus populaires, voire argotiques, au désespoir de ses conseillers[3]. Loin du stigmate d'un parler complexe qui lui collera à la peau par la suite, les commentateurs jugent au contraire qu'il parle clair et se fait comprendre de tous. On trouve dès cette époque son goût des termes techniques et des phrases longues. Toutefois, les commentaires des auditeurs, tels qu'ils sont rapportés (ironiquement ?) par les journalistes[4], ne semblent pas lui reprocher cette technicité. Ainsi, en meeting à Marmande, « le député des Yvelines a provoqué soudain un frisson en parlant de l'"impéritie" du gouvernement. On s'est regardé, on a chuchoté. Impéritie... quel plaisir, un mot nouveau ! "Je n'y comprends rien,

[1] INA, Antenne 2, *Campagne officielle*, élections européennes, 7 juin 1979

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 22 février 1983

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1983, Note sans date : « Dégradation brutale et sensible de l'image présidentiable ». Pour en savoir plus : GUIGO, Pierre. La trivialité de la rigueur : l'usage des « gros mots » par Michel Rocard. *Argotica*, n° 2, 2013

[4] Il faut en effet prendre un certain recul par rapport à ces propos rapportés comme le souligne DONTENWILLE-GERBAUD, Aude. Portée et vertus des nombres dans les discours des Pères fondateurs de la République. *Mots. Les langages du politique*, n° 100, 2012

mais cela paraît intelligent", a souligné un militant. Alors, pourquoi ne pas préférer, lui a-t-on demandé, quelqu'un qui parle simple comme Fabius ? "Lui, il parle pour ne rien dire"...[1] »

3) Se forger par le discours un *ethos* de compétence

Ce « style Rocard » lui permet de forger un *ethos* de « compétence », alors une des qualités les mieux appréciées par les auditeurs, et en particulier les téléspectateurs[2]. On peut d'ailleurs ajouter que la communication, même verbale ne repose pas uniquement sur la compréhension. Sans être forcément compris, un discours peut imposer sa marque – et un locuteur sa crédibilité –, par d'autres moyens comme le note Pierre Encrevé : « Michel Rocard s'adresse à l'intelligence des gens. Sa capacité d'abstraction le place, c'est vrai, à un niveau élevé. Mais, la communication ne s'établit pas nécessairement à travers une conception transparente. Ce qui compte, c'est de créer une relation. Il a trouvé un ton juste et vrai, au moins le reconnaît-on à travers son langage[3]. »

Plutôt qu'un discours polémique qui se caractérise par « les nombreuses marques énonciatives de présence du locuteur dans son discours qui expriment la prise de position et donc la possibilité de la controverse ou de l'affrontement », Michel Rocard préfère un discours de type didactique, à la manière de Pierre Mendès France, « sur le registre de l'évidence et de la naturalisation[4] ». Si on tient à l'opposition séduire/convaincre, on peut souligner que son objectif est plus de convaincre :

« Ce n'est pas non plus un chef nimbé de mystère qui utilise dans les médias des procédés théâtraux. Nous sommes loin, avec lui, de Charles de Gaulle et des leçons de *Au fil de l'épée*. Ce qu'il veut, c'est convaincre en s'adressant à la raison de ses interlocuteurs, ce

[1] *Le Monde*, 15-16 février 1987

[2] BLUMLER, Jay G. et MAC QUAIL, Denis. *Television in politics, its uses and influences*. Londres : Faber and Faber, 1968, p. 115

[3] *Le Point*, 26 décembre 1988

[4] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 23

n'est pas séduire. C'est ainsi, par exemple, qu'il fait très souvent appel aux notions de sacrifice et de discipline[1]. »

Il n'hésite pas à employer un langage qui peut être très négatif[2]. On retrouve là une dichotomie dans la rhétorique contemporaine déjà analysée par Edoardo Novelli : « L'école oratoire de la période se divise entre ceux qui ambitionnent de séduire en usant des émotions, à entraîner, et les grands raisonneurs, qui séduisent par la force de leur argumentation, par la construction de leurs discours[3]. »

Comme l'a bien montré Marion Ballet, la période est alors propice à ce discours de raison, après le reflux des passions politiques fortes dans les années 1960 et au début des années 1970 : « La retenue émotionnelle devient alors une qualité requise. Les candidats peuvent ainsi valoriser leur "pudeur" ou leur "mesure", preuve de leur abnégation au service de la France et de leur appartenance à un groupe social privilégié[4]. » Toujours en suivant Marion Ballet, on peut voir que le faible usage des émotions dans le discours est aussi une ressource permettant d'affirmer une image de rigueur politique à même de séduire des citoyens en quête de sérieux[5]. Le Michel Rocard des années 1970 présente donc une forte ressemblance dans son discours avec le Pierre Mendès France de Matignon : « Les Français entendent un responsable politique qui, débarrassé des effets solennels de l'allocution, leur en parle en toute simplicité, d'une voix chaude, pure, suave, sur le ton de la conversation[6]. »

Son discours marque également l'opinion en ce qu'il se distancie de celui des autres leaders de la gauche, en particulier socialiste. Il rompt peu à peu avec les formules et références habituelles au marxisme pour convaincre, comme nous avons pu le montrer plus haut, les catégories moyennes supérieures que le PS est en train de conquérir :

« Mais sa popularité tient aussi à son langage, aux mots et aux choix des mots qu'il emploie. Dénonçant autrefois "l'archaïsme" du discours politique, le député des Yvelines ne

[1] UNGER, Gérard. *Art. cit.,* p. 236

[2] *Le Point*, 26 décembre 1988

[3] NOVELLI, Edoardo. *La turbopolitica : sessant'anni di comunicazione politica e di scena pubblica in Italia*. Naples : Rizzoli, 2006, p. 131

[4] BALLET, Marion. *Op. cit.*, p. 22

[5] *Ibid*., p. 206

[6] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 57

peut faire moins que de renouveler ce langage et d'expliquer autrement les problèmes. Michel Rocard a banni de son vocabulaire un certain nombre de mots qui font peur ou qui ont une charge émotionnelle trop forte ou encore qui ont "mauvaise presse"[1]. »

Dans son vocabulaire, c'est le concret et le réel qui dominent, comme l'analysera plus tard Rodolphe Ghiglione :

« Le monde présenté est le monde réel : celui de la nécessité, du pouvoir, du savoir, du devoir : non le monde hypothétique du croire. La structure logifiante procède par accumulation d'éléments (présence dominante de connecteurs additifs), valant preuve, et par maximisation d'effets à l'aide des modalisations intensives. »

Au contraire du discours révolutionnaire encore à la mode au PS de l'époque, et des volontés de « changer la vie », Michel Rocard s'ancre dans le possible plus que dans l'hypothétique :

« La prise en charge est faible, car le constat est objectif, désindividualisé. Le discours énonce des faits, désubjectivisés. (...) Un univers référentiel qui pose principalement un seul monde possible, donné comme étant le monde réel. Discours essentiellement réaliste en somme, dont la condition de vérité s'inscrit principalement dans le présent (utilisation marquée de l'indicatif présent) et est renforcée par une désubjectivation du discours (faible occurrence des séquences égocentriques)[2]. »

Ce langage correspond aux mutations du débat politique à la télévision comme l'a montré Jean-Pierre Esquenazi. Selon celui-ci, durant la présidence giscardienne, on passerait d'expressions politiques incarnant des clivages sociaux divergents à un discours qui met en avant une solution potentiellement consensuelle et techniquement acceptable par tous[3].

Les travaux de Pierre Encrevé sur le langage de Michel Rocard, légèrement postérieurs à notre période, nous permettent également de mieux comprendre son originalité et succès dans l'opinion. Le linguiste s'intéresse aux « formes linguistiques, formes qui échappent très souvent à la conscience de l'émetteur ou du récepteur, mais dont tout prouve que ce sont elles

[1] *La Croix*, 12 juin 1980

[2] GHIGLIONE, Rodolphe dir. *Je vous ai compris ou l'analyse des discours politiques*. Paris : Armand Colin, 1989, p. 135

[3] ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Télévision et démocratie*. Paris : PUF, 1999

pourtant qui sont d'abord communiquées et fondatrices de l'image. » Il constate que, comme Jacques Chirac, Valéry Giscard d'Estaing, Raymond Barre et François Mitterrand, Michel Rocard réalise plus de 60 % des liaisons facultatives. Mais il se singularise, car « il est le seul à réaliser la liaison facultative sous la forme traditionnelle du bon usage, celle que tous les locuteurs du français pratiquent dans les liaisons obligatoires, à savoir sous la forme enchaînée. M.R. dit, comme les Français ordinaire, j'avais-un rêve (en prononçant le z de liaison à l'initiale du 2ème mot j'avai-zun). » En revanche, les autres hommes politiques marquent un temps entre les deux mots, Jacques Chirac ajoutant même "un coup de glotte", et prononcent le z de liaison à la fin du premier mot : « Ces non-enchaînements en liaison (...) s'opposent brutalement à l'élocution française normale, et apparaissent bizarres et mêmes choquantes aux auditeurs à qui on les fait remarquer[1]. » Ces liaisons « dangereuses » mettraient en péril la compréhension de leur discours, alors que celui de Michel Rocard serait plus clair pour le grand public, selon l'analyste[2].

Il remarque également que le maire de Conflans bénéficie d'une excellente syntaxe : « M.R. est sans doute avec Mitterrand, l'homme politique français qui a la syntaxe la plus impeccable en discours spontané : mises à part les ruptures de construction, inévitables à l'oral, M.R. ne fait pratiquement pas de fautes. Ce qui le distingue d'un Fabius[3]. »

Au final, on peut retirer de cette courte étude de l'analyse du discours rocardien – qui devrait bien entendu être prolongée (et qui n'a pu l'être faute de temps) – que celui-ci renforce l'*ethos* de compétence qu'essaie de bâtir Michel Rocard depuis le milieu des années 1970, notamment dans le domaine économique. Cette posture d'expert, ou plutôt pour reprendre la terminologie de Mathieu Fulla, de « politique-expert[4] », repose sur une « pédagogie » assumée, articulée autour de métaphores et d'énoncés quasi-proverbiaux dans une période où l'image d'expert en politique n'a pas encore disparu totalement au profit du stigmate du « technocratique ». Le discours de « modernisation » et de « rationalisation » de la politique

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note de Pierre Encrevé, « Quelques composantes linguistiques de l'image de Michel Rocard », 30 juin 1986

[2] *Ibid.*

[3] *Ibid.*

[4] FULLA, Mathieu. *Les socialistes français et l'économie. Op. cit.,* p. 30

indépendamment des « partis, des passions politiques et des verbocrates » recoupe le registre de cette catégorie d'acteurs ou au moins les représentations que le public s'en fait[1].

F) Le *horse racing* comme ressort de médiatisation

1) Un journalisme plus tourné vers le « jeu »

La médiatisation croissante de Michel Rocard ne s'explique pas, toutefois, uniquement par les qualités que lui attribuent les journalistes. Les mutations des pratiques de presse expliquent en partie cet essor. Dans la presse comme à la télévision, la nouvelle génération qui occupe les devants, porte de nouvelles pratiques et un traitement différent de la politique. Comme l'a montré Nicolas Kaciaf, jusqu'alors les « pages politiques » des magazines et quotidiens d'information mettent plutôt en valeur les débats parlementaires et d'idées. Le cadrage est en outre déférent à l'égard des professionnels de la politique. Au contraire, les années 1970 marquent un tournant, voyant l'essor d'un traitement plus centré sur les conflits de personnes et les stratégies des différents acteurs :

« Cette évolution s'inscrit plus généralement dans un ensemble d'innovations rhétoriques mises en œuvre par les journalistes pour mieux se distancier des forces politiques. D'une part, ils s'enorgueillissent de ne plus seulement apparaître comme des "boîtes aux lettres" qui se contenteraient de relayer les discours officiels des organisations politiques ; d'autre part, à moins de s'afficher comme de simples supporters du personnel politique, les journalistes s'autorisent de moins en moins à émettre ouvertement leurs préférences partisanes. Se généralisent alors des registres de décryptage, à travers lesquels les rédacteurs se posent en experts, supposés impartiaux, des stratégies de pouvoir des acteurs politiques[2]. »

Cette nouvelle manière de présenter le politique, plus centré sur le « jeu » que sur les « enjeux » est issue de la division progressive de l'information en catégories à partir des

[1] LAGROYE, Jacques. Introduction de la Première partie. In DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine. *La question technocratique. Op. cit.,* p. 14

[2] KACIAF, Nicolas. *Op. cit*., p. 25

années 1950 : « Cette spécialisation progressive est concomitante de l'apparition de rubriques et/ou de services "Société", divisant le politique en grandes catégories de politiques publiques alors que les services politiques vont avoir tendance à se recentrer sur le seul jeu politique[1]. » En mettant plutôt en valeur le « jeu », les journalistes sont amenés à donner plus d'importance à la « description, relation, récit, citation des comportements ou déclarations des acteurs et leurs effets tels qu'ils sont élaborés par les journaux », plutôt qu'aux « prises de position par les acteurs sur des questions de politiques publiques[2]. » Le jeu tend largement à l'emporter depuis la fin des années 1980 occupant 60 à 80 % de la couverture totale consacrée à la politique[3].

Dans ce nouveau traitement de la politique, plus personnalisé, une grande place est accordée au *horse racing*, c'est-à-dire au cadrage de la politique comme compétition personnelle entre leaders. La confrontation Rocard-Mitterrand en est un des premiers exemples, concomitamment de l'opposition Giscard-Chirac à droite. Ce duel médiatique – aux vraies allures de western[4] –, et décrit comme tel très peu de temps après la déclaration du 19 mars, alimente plusieurs centaines d'articles, contribuant à une visibilité accrue des acteurs, et en particulier de Michel Rocard. La complexité des courants au sein du PS est gommée au profit d'une opposition binaire entre « rocardiens » et « mitterrandistes », qui deviennent désormais des appellations récurrentes, ce qui pour les proches de Michel Rocard est une nouveauté. Ils sont en effet loin de former un bloc, en 1978, puisqu'on y agrège des « Sabras » – il s'agit de la jeune génération de cadres du PS apparus dans l'entourage de François Mitterrand – en désaccord sur la stratégie mitterrandiste à l'égard de l'Union de la gauche, des anciens du PSU comme Gilles Martinet et des membres du courant « femmes » comme Françoise Gaspard. C'est là le signe que le nom de Michel Rocard est devenu un signifiant d'importance, au point qu'il incarne plus que son propre nom[5]. La visibilité des acteurs distincts de ces deux courants en cours de structuration est affaiblie comme le montre

[1] HUBE, Nicolas. *Décrocher la « une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne*. Strasbourg : Presses Universitaires de Strasbourg, 2008, p. 332

[2] GERSTLE, Jacques, DUHAMEL, Olivier et DAVIS, Dennis. La couverture télévisée des campagnes présidentielles. *Art. cit.*

[3] HUBE, Nicolas. *Décrocher la "une". Op. cit.,* p. 112

[4] DERVILLE, Grégoire. *Le pouvoir des médias. Mythes et réalités.* Grenoble : PUG, 1997

[5] LEBART, Christian. Nommer les hommes politiques : Identités prescrites, stratégiques, polémiques. *Mots : Les langages du politiques*, n° 63, juillet 2000, p. 129

notre comptage des dossiers de presse sur la période (tableau 2). Le CERES et Pierre Mauroy sont ceux qui subissent le plus cette marginalisation (graphique 6).

Tableau 2 : Nombre d'occurrences de Michel Rocard dans les titres de la presse au travers des Revues de presse de la FNSP

Dates	**Nombre d'articles comprenant le nom de Michel Rocard dans le titre**	**Total des articles du dossier de presse**	**Part des articles comptant le nom de Michel Rocard en titre par rapport au total des articles**
16/09/1978-5/01/1979	100	400	25 %
6/04/1979-7/09/1979	58	300	19 %
8/09/1979-29/02/1980	104	400	26 %
1/03/1980-18/10/1980	100	415	24 %
19/10/1980-10/05/1981	78	440	17 %

2) Le feuilleton du combat des coqs

L'opposition Rocard-Mitterrand devient un feuilleton avec ses épisodes réguliers que sont les événements du parti, tous décrits comme des moments intenses de confrontation. La convention nationale du 29 avril 1978 consacrée au bilan des élections législatives reçoit ainsi un fort écho médiatique, en particulier dans la presse, qui annonce à l'avance une

empoignade[1]. La tension à l'œuvre est amplifiée par les médias, et plus particulièrement le *Canard Enchaîné,* alors en pleine mutation vers le journalisme d'investigation[2], qui crée de la tension en rendant compte d'un texte très dur du courant rocardien à l'encontre de François Mitterrand. Lors de la réunion du secrétariat national le 17 avril, Claude Estier s'en prend à Michel Rocard. Le lendemain, c'est au tour de TF1 d'amplifier la tension avec un reportage de quatre minutes sur un texte « qui avait servi de thème de discussion à la Fédération des Yvelines, et pas plus aimable que l'autre[3] ».

On peut toutefois considérer que la presse n'est que le relais des deux camps et qu'il y a dans ces « fuites » une stratégie de communication visant à discréditer l'adversaire. Il est quasi certain que cette méthode a été employée par les deux camps. Néanmoins, le phénomène semble aussi les dépasser comme en témoignent les propos rapportés d'un Michel Rocard se désespérant d'une couverture presse qui le met en difficulté, plus qu'elle ne le favorise[4]. La nouveauté de ce traitement de la politique pour les acteurs de l'époque explique qu'ils ne maîtrisent pas aussi bien le phénomène que peuvent le faire les communicants actuels. L'entourage permet aux journalistes de diffuser des informations non vérifiées qui, en général, sont de simples rumeurs : « L'entourage revêt ainsi un aspect d'imprécision qui, comme la rumeur, autorise tous les agencements et toutes les fioritures : les journalistes invoquent donc souvent les entourages pour colporter des rumeurs par définition invérifiables[5]. »

Les deux protagonistes prennent néanmoins assez rapidement conscience des risques de ce *horse racing*. Michel Rocard, en étant trop décrit comme le « prétendant » ou le « parricide » risque de passer pour un ambitieux, et de s'aliéner l'électorat socialiste, encore très fidèle à la personne du Premier secrétaire. Quant à François Mitterrand il peut perdre dans ce conflit son image de rassembleur des socialistes et se priver de l'aile la plus dynamique du PS. Pour contrer ces dangers, ils évitent soigneusement d'attaquer eux-mêmes

[1] *L'Humanité*, 29 avril 1978

[2] MARTIN, Laurent. *Le Canard Enchaînée. Op. cit.* p. 527-555

[3] TF1, *JT 13h*, 18 avril 1978

[4] *L'Express*, 14 octobre 1978

[5] GERSTLE, Jacques. Les entourages et le syndrome du pouvoir occulte. In EYMERI-DOUZANS, Jean-Michel, BIOY, Xavier et MOUTON, Stéphane. *Le règne des entourages : cabinets et conseillers de l'exécutif*. Paris : Presses de Sciences Po, 2015, p. 648

et laissent faire leurs « chevau-légers ». La contre-attaque mitterrandiste ne se fait ainsi pas attendre. Elle ne passe jamais par la voix directe du Premier Secrétaire. Au contraire, celui-ci, désormais systématiquement interrogé sur le sujet et sur l'essor de son concurrent, répond toujours débonnaire. Il remarque même au *Club de la presse* qu'il est « agréable de travailler avec lui[1] ». Ce sont ses proches ou ses alliés qui s'en prennent à Michel Rocard. D'abord Jean Poperen, qui dénonce dans son bulletin *Synthèse-Flash* : « l'utilisation de certains médias en vue de conditionner, de l'extérieur les décisions des socialistes (...) et de mettre en cause la stratégie unitaire elle-même[2]. » Le mois suivants, six membres, tous proches de François Mitterrand – dont Lionel Jospin, Jean-Claude Bachy, Claude Estier, Pierre Bérégovoy – de l'équipe de rédaction de *Faire* – dans laquelle on retrouve nombre de rocardiens et dirigée par Patrick Viveret –, quittent la revue afin de témoigner de leur désaccord à l'égard d'une ligne qui leur semble en décalage avec les positions du parti[3].

Peu avant la trêve estivale, des proches de François Mitterrand (dont Jacques Delors) publient une « contribution des Trente » qui vise, sans le nommer, Michel Rocard et rappelle le *credo* d'Epinay auquel tout socialiste doit se rallier. Enfin, à l'automne, Gaston Defferre déclare sur France-Inter, le 23 novembre, que les propositions économiques de Michel Rocard ressemblent à celles de Pierre Laval en 1935[4], ce à quoi François Mitterrand donne raison, tout en le nuançant, lors de son intervention au *Club de la presse* : « il y a un risque, c'est de reprendre le discours de ceux qui nous gouvernent en le teintant de socialisme[5]. » Afin de compenser l'âge avancé du Premier secrétaire et tordre le cou à l'idée parfois émise par les journalistes que le duel Mitterrand-Rocard pourrait être un conflit de générations, les jeunes « sabras » sonnent la charge. Un groupe de soixante-deux jeunes députés, maires et responsables du PS appellent à se grouper derrière François Mitterrand[6].

On le voit, les soutiens du Premier secrétaire sont légion au sein du PS, allant des barons socialistes, comme Gaston Defferre, aux jeunes « sabras » comme Laurent Fabius ou

[1] *L'Aurore*, 27 novembre 1978

[2] *Le Quotidien de Paris*, 24 avril 1978

[3] *Le Monde*, 20 mai 1978

[4] *Le Monde*, 24 novembre 1978

[5] *L'Aurore*, 27 novembre 1978

[6] *Le Matin*, 22 décembre 1978

Lionel Jospin. Chez les rocardiens, les acteurs capables de donner le change tout en ayant un écho médiatique sont bien moins nombreux. Dominique Taddei (membre du Conseil national du PS et proche de Gilles Martinet), Gilles Martinet, ainsi que Jean-Pierre Cot (député de Savoie) sont de ceux-là. Dominique Taddei ironise ainsi dans une tribune du *Monde* sur le manifeste des Trente et renvoie l'accusation de prise de distance à l'égard du parti aux « trente » auteurs d'un texte en dehors de tout cadre partisan[1]. Gilles Martinet par plusieurs tribunes dans *Le Nouvel Observateur* semble rallier la position de Michel Rocard[2] et le défendre face aux « trente[3] ». La réponse se situe aussi sur le plan intellectuel. Ainsi, Patrick Viveret, l'un des proches de Michel Rocard et auteur de nombre de ses discours de l'époque, attaque ceux qui l'accusent d'une « dérive droitière », en montrant qu'il s'agit d'un vieux procédé à gauche, et retourne avec ironie le terme de « gauche américaine » employé par Jean-Pierre Chevènement, en montrant que la vraie gauche américaine aurait des leçons de contestation à donner aux Français. Il parvient ainsi à montrer que le terme est surtout utilisé pour associer Michel Rocard aux États-Unis comme épouvantail politique[4]. Alain Touraine qui rédige des chroniques pour *Le Matin* y exprime à longueur de page son soutien à un Michel Rocard qui incarne mieux le « mouvement[5] » et le lien « avec la société française » que François Mitterrand selon lui[6] :

« L'intérêt qui se porte sur le nom de Michel Rocard me semble venir d'abord de ce que cet homme politique apparaît, beaucoup plus que comme un dirigeant de parti, d'un côté comme un homme de gouvernement et de l'autre comme un homme ouvert aux demandes, aux revendications et aux innovations qui se pressent dans notre société qui a plus changé en vingt ans qu'en un siècle. (...) Il ne fait pas de doute que Rocard est et sera de plus en plus porté par l'opinion : les esprits des plus politiques au PS auront à choisir dans les mois qui viennent entre l'appui à une action qui revivifie la pensée et l'action socialiste ou leur

[1] *Le Monde*, 30 juin 1978

[2] *Le Nouvel Observateur*, 17 avril 1978

[3] *Le Nouvel Observateur*, 3 juillet 1978

[4] *Le Matin*, 25 novembre 1978

[5] *Le Matin*, 6 décembre 1978, 29 décembre 1978

[6] *Le Matin*, 20 octobre 1978

enfermement dans la vieille maison et dans le mélange de grandes phrases et de petites tactiques qui lui a donné si longtemps mauvaise réputation[1]. »

Plus proche de l'élection présidentielle, il n'hésite pas à avancer : « La gauche peut gagner, seul Michel Rocard peut la faire gagner[2]. » Toutefois, comme on le voit, ce cercle de belligérants rocardiens est restreint. Surtout, leurs propos ne dépassent par les tribunes de presse et ils n'ont que rarement accès aux médias audiovisuels. C'est cet isolement qui pousse d'ailleurs Michel Rocard à porter lui-même les coups.

Caricature de Tim parue dans *L'Express*, 14 octobre 1978



[1] *Le Matin*, 27 septembre 1978

[2] *Le Matin*, 27 février 1980

G) L'archaïsme : les avatars d'une petite phrase

1) Jouer sur l'implicite

Après l'apaisement estival en 1978, c'est l'intervention de Michel Rocard au *Club de la presse* qui relance le « feuilleton ». Il est un habitué de cette émission, qui permet souvent de jouer de l'effet de redondance[1] : « Le *Club de la presse,* c'est de la radio pas écoutée, mais qui est reprise par l'ensemble des journaux avec des commentaires différents. C'est l'idéal pour diffuser des idées modulées[2]. »

Interrogé sur un récent sondage qui voit la plupart des leaders politiques reculer dans l'opinion lourdement, sauf lui, Michel Rocard juge que « les 12 et 19 mars, confrontée aux problèmes de l'État et de la gestion économique, la gauche a rencontré des Français qui ne lui ont pas donné leur confiance. C'est par rapport à ce mouvement d'opinion que les sondages traduisent, c'est par rapport à cela, me semble-t-il que l'opinion nous donne une réponse. Et cette réponse, c'est probablement qu'un certain style politique ou qu'un certain archaïsme politique est condamné, qu'il faut probablement parler plus vrai, plus près des faits[3]. »

Contrairement à ce que Michel Rocard avancera par la suite, c'est donc bien un archaïsme de la gauche et en particulier du PS, conduisant à la défaite législative de 1978, qu'il dénonce. On y constate une claire aphorisation comme la présente Dominique Maigueneau :

« Il ne s'adresse pas à un interlocuteur placé sur le même plan que lui et qui peut répondre, mais à un auditoire universel. Il est censé énoncer sa vérité, soustraire à la négociation, exprimer une totalité vécue : que ce soit une doctrine ou une certaine conception de l'existence[4]. » Tout dans la formule vise ainsi à de potentielles reprises journalistiques.

[1] MAAREK, Philippe. Le message télévisé a-t-il besoin du discours politique ? *Mots*, n° 20, 1989, p. 28

[2] HAMON, Hervé et ROTMAN. *Op. cit.,* p. 261

[3] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z68, Retranscription de l'émission *Le Club de la presse*, 17 septembre 1978

[4] MAIGUENEAU, Dominique. Sur une petite phrase de Nicolas Sarkozy. *Communication et langage*, n° 168, juin 2011, p. 45

Par ailleurs, plusieurs des journalistes autour de la table ont repéré la petite phrase et invitent Michel Rocard à revenir dessus ou lui demandent :

« C'est une remarque simplement. Vous venez de prononcer une petite phrase qui sera sûrement très remarquée demain matin. Vous avez dit qu'il y a un style politique qui est condamné. A votre avis est-ce ce qui explique la chute de François Mitterrand dans ce sondage ? » Michel Rocard botte en touche en généralisant le propos :

« Je vous laisse aussi, excusez-moi, vos petites perfidies (...) Il y a une perte générale de la plupart des responsables politiques français, de droite comme de gauche, et c'est ce diagnostic d'ensemble qui est important. Moi-même je suis en baisse légère. Ce diagnostic est important en ce sens qu'il montre une hésitation au moins, sinon davantage des Français devant leurs responsables politiques (...) Que la chute soit à la mesure des responsabilités exercées dans le passé est une logique qui n'appelle pas de commentaires supplémentaires à mon sens[1]. »

Si l'émission fait l'objet d'articles dans la presse le lendemain, rares sont pourtant les quotidiens à penser que le terme d'archaïsme vise François Mitterrand. *Libération* affirme même avec dépit : « Vrai, dimanche soir, ce fut chiant[2]. » Mais tous sont unanimes pour dire que Michel Rocard a voulu se démarquer du Premier secrétaire : *La Croix* ne retient pas la phrase sur l'archaïsme, mais juge que la volonté de renouveler le style politique visait François Mitterrand[3], tout comme *Le Figaro*[4]. Quant au *Matin*, il juge plutôt que Michel Rocard souhaitait avec cette intervention inviter au débat au sein du PS, sans qu'un lien avec le Premier secrétaire soit fait[5]. Dominique Jamet pour le *Quotidien de Paris* y voit clairement une attaque contre François Mitterrand et juge que « Michel Rocard a pris date. Il a ouvert la guerre de succession pour la direction du PS[6]. » On voit ainsi que le député des Yvelines a réussi à faire passer son message, d'une gauche archaïque face à laquelle il voudrait imposer

[1] Archives de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard, 3Z68, Retranscription de l'émission *Le Club de la presse*, 17 septembre 1978

[2] *Libération*, 18 septembre 1978

[3] *La Croix*, 19 septembre 1978

[4] *Le Figaro,* 18 septembre 1978

[5] *Le Matin*, 19 septembre 1978

[6] *Le Quotidien de Paris*, 19 septembre 1978

une gauche neuve et moderne, sans pour autant viser à mots découverts le Premier secrétaire, ce qui rejoint les travaux du Groupe image allant dans ce sens[1]. On peut voir là un usage habile du sous-entendu en politique[2]. Plus qu'une « gaffe » comme il présentera cette intervention, il s'agit plutôt, à notre avis, d'un « coup » comme nous invite à le considérer Christian Le Bart :

« On serait fondé à croire, à l'inverse, que ses propos, dénoncés dans le champ politique, mais peut-être appréciés au-delà (il parle "vrai", lui), s'apparentent plus à un coup qu'à une gaffe. Le champ politique a ceci de particulier que la légitimité qui circule en son sein trouve son origine dans la popularité construite aussi à l'extérieur de ce champ. Il arrive donc souvent qu'un acteur en position moyenne se risque à tenter d'en bouleverser l'équilibre au moyen de discours dissonants[3]. »

2) Un déchaînement médiatique incontrôlé...

Mais c'était sans compter avec Claude Estier, fervent mitterrandiste, rédacteur en chef de *L'Unité*, l'hebdomadaire du PS, et présent en plateau lors de ce *Club de la presse.* Il rédige un article pour le numéro suivant : « La phrase en question est malheureuse dans la mesure où elle ne peut être interprétée autrement que comme une critique, pour ne pas dire plus, de l'action et du comportement du Premier secrétaire du parti, représentant celui-ci tout entier[4]. » A partir de là, les mitterrandistes lancent l'offensive. Jean Poperen juge que « Michel Rocard en dit trop, ou trop peu[5] ». Quant à Jean-Pierre Chevènement il s'en prend à la « gauche américaine[6] ». En décembre 1978, Jean Poperen publie un petit livre intitulé *Nous*

[1] EVIN Kathleen. *Op. cit.* p. 216

[2] KRIEG-PLANQUE, Alice. *Analyser les discours institutionnels. Op. cit.,* p. 144

[3] LE BART, Christian. Lois et invariants d'un genre: pour une sociologie des gaffes politiques. In BONNAFOUS, Simone, CHIRON, Pierre, DUCARD, Dominique, LEVY, Carlos. *Op. cit.,* p. 85

[4] *L'Unité*, 22 septembre 1978

[5] *Le Monde*, 22 septembre 1978

[6] *Le Monde*, 22 septembre 1978

sommes tous des archaïques, dans lequel il rappelle ses mauvaises relations avec le député des Yvelines, depuis le PSU[1].

Outre ces attaques, la formule va se répandre largement dans la presse. Le déchaînement médiatique autour de la « petite phrase » est lié à la routine du travail journalistique, en particulier tel que né dans cette période – les années 1970-1980 voient un raccourcissement des formats politiques – qui privilégie le commentaire de ces formules plutôt que la retranscription et discussion plus globale du discours politique[2]. Comme le souligne Caroline Ollivier-Yaniv, ce terme de « petite phrase » « qualifie des pratiques et des objectifs d'anticipation de la reprise médiatique du discours politique, sous des formes fragmentées et partielles, voire réductrices, en même temps que leur caractère fondamentalement aléatoire[3]. » Ainsi, loin d'un outil totalement maîtrisé, on voit qu'il échappe à son créateur. Les articles se multiplient créant un véritable déchaînement médiatique. Michel Rocard est donc obligé de se dédouaner pour ne pas risquer des sanctions, et il choisit de le faire dans *L'Unité* de la semaine suivante, au travers d'un article intitulé « Oui j'ai dit archaïsme » :

« A Claude Estier la lourde responsabilité d'avoir mêlé le nom de notre premier secrétaire à un débat qui ne saurait concerner isolément des individus (...) Est-ce là une nouvelle stratégie, un refus de l'union de la gauche, un désir de se rapprocher du pouvoir ? Certains osent, à mi-voix, le prétendre. J'attends qu'on me cite, en trente ans de militantisme politique, un seul de mes actes qui n'ait été clairement engagé dans le combat de la gauche. Je récuse ces procès d'intention qui affaiblissent le parti. Je n'accepte pas l'amalgame qui veut que la fermeté à l'égard du Parti communiste et l'approfondissement de l'identité socialiste soient considérés comme une attitude de droite[4]. »

Mais ce démenti ne semble avoir aucune crédibilité pour la presse soucieuse de montrer désormais la stratégie de Michel Rocard pour 1981. *L'Aurore* juge ainsi que l'on ne peut se tromper sur la destination de cette pique : « On se demande vraiment où serait l'intérêt

[1] *Le Monde*, 14 décembre 1978

[2] KRIEG-PLANQUE, Alice. Un objet pour l'analyse des discours politiques et médiatiques. *Communication et langage*, n° 168, juin 2011, p. 38

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline et KRIEG-PLANQUE, Alice. « Petites phrases » et « éléments de langage ». *Communication et langage*, n° 168, juin 2011, p. 58

[4] *L'Unité*, 29 septembre 1978

du socialiste Rocard de dénoncer "l'archaïsme" politique des autres partis que le sien...[1] » *Le Monde* enchaine cette séquence avec une « une » indiquant que « Michel Rocard veut briguer l'Elysée en 1981[2] ». Le titre, pourtant improvisé, dans une période creuse où il a été demandé à Thierry Pfister de trouver un sujet pour la « une », sans réelle information nouvelle[3], va avoir d'autant plus d'écho qu'il n'est pas suivi d'un démenti[4]. La nouvelle se répand comme une trainée de poudre. D'autant qu'une dizaine de jours après, une interview de Michel Rocard dans *Le Nouvel Observateur* le voit à nouveau prendre ses distances à l'égard d'une candidature Mitterrand en 1981. A la question « Est-ce à dire que, pour vous, François Mitterrand reste le meilleur candidat pour 1981 ? », Michel Rocard répond : « Cette question ne peut s'adresser à un homme, quel qu'il soit. C'est au parti socialiste qu'il appartient d'y répondre. Ce sont les militants de notre parti qui désigneront le candidat de tous les socialistes à l'élection présidentielle[5]. »

3) ...porteur de risques pour son image

Comme l'a montré Marlène Coulomb-Gully, le « récit médiatique » fonctionne de « façon archétypale », décrivant les acteurs politiques selon des « rôles types[6] ». De plus en plus, Michel Rocard est menacé par l'image d'ambitieux prêt à tout pour prendre la place de François Mitterrand. Ainsi, l'écrivain Gabriel Matzneff, que l'on ne peut soupçonner de sympathie à l'égard du PS, fait un portrait peu élogieux de Michel Rocard en Lipoutine, le personnage des *Démons* de Dostoïevski :

« abject petit employé, tyran domestique, jaloux et brutal, ladre et usurier et, dans le même temps, grand lecteur de Fourier et sectateur fanatique de la future "harmonie sociale

[1] *L'Aurore*, 29 septembre 1978

[2] *Le Monde*, 24-25 septembre 1978

[3] Entretien avec Thierry Pfister, 1er mars 2011

[4] *La Croix*, 26 septembre 1978

[5] *Le Nouvel Observateur*, 2-8 octobre 1978

[6] COULOMB-GULLY, Marlène. *La démocratie mise en scènes*. *Op. cit.,* p. 24

universielle". Il est important d'observer que Dostoïevski et Nietzsche parlent, l'un et l'autre de la jalousie : Lipoutine, c'est l'homme du ressentiment[1]. »

Les caricatures rendent également compte de ce stigmate comme nous pouvons le voir avec le dessin plus haut de Tim représentant Michel Rocard en Brutus portant le coup de poignard à son « pater ». *Pilote* montre l'indécision de Michel Rocard, présenté en Hamlet pour une couverture du magazine (annexes, document 38) et *Charlie Hebdo* en fait le « toutou » du président de la République (annexes, document 40). Pour contrer cette image, Michel Rocard va désormais tenter de montrer qu'il n'accorde aucune importance à l'élection présidentielle :

« Si je ne pensais vraiment qu'à cela et pour mon seul compte personnel, je me garderais bien de poser des questions encombrantes, je m'installerais paisiblement dans un unanimisme tranquille, et je me laisserais porter par le temps dans une confusion sympathique. Mais j'ai trop le souci de mon parti pour cela[2]. »

Il ne se laisse plus reprendre au piège de septembre 1978 et rejette désormais toute question sur sa popularité. Interrogé à plusieurs reprises sur un sondage le donnant comme le meilleur candidat face à Valéry Giscard d'Estaing, il refuse de donner son avis, et s'énerve même face aux questions des journalistes, alors même que le présentateur Gilbert Denoyan est un proche[3]. Il va donc recentrer son discours pour se préparer à une confrontation à l'intérieur du parti : « Si je prends le risque que nous nous comptions comme minoritaires, ce qui exclut clairement toute candidature présidentielle, c'est que je crois les orientations et la plate-forme du parti prioritaires par rapport à tout problème de candidature[4]. »

[1] *Le Monde*, 23 juin 1979

[2] *Le Matin*, 12 mars 1979

[3] INA, France-Inter, *Interactualités*, 13h, 6 octobre 1978

[4] *Le Matin*, 12 mars 1979

H) Renforcer ses positions au sein du parti

1) Labourer le terrain

Etant donnée la dureté de la confrontation en interne, Michel Rocard annonce très tôt vouloir présenter sa propre motion au congrès suivant, organisé en février 1979 à Metz. Dès l'automne 1978, les organes de presse se bousculent pour annoncer un choc lors de ce congrès. Alors que l'on n'en est qu'à la réflexion autour des contributions, *Le Matin* croit savoir, dans son édition du 21 novembre, que les rocardiens présenteront leur motion. L'absence de démenti en fait une vérité pour la plupart des quotidiens qui reprennent l'information telle quelle[1]. Michel Rocard doit toutefois forger un courant à partir de presque rien, ses réseaux ayant été mis en suspens en 1974, à l'arrivée au PS. Dans la perspective du Congrès de Metz, Michel Rocard s'organise et centre sa communication sur les fédérations plutôt qu'en direction de l'opinion publique. En effet, la polémique médiatique avec François Mitterrand pèse sur son image au sein du parti, et les échos d'insatisfaction commencent à monter de la base[2]. Le Groupe image cherche également les meilleurs modes d'expression et les éléments de langage à même de renforcer son influence en interne. Ce discours doit permettre de rassembler tous les courants qui peuvent potentiellement renforcer la motion Rocard, comme les anciens du PSU, ceux des Assises, et les « Sabras » en rupture de ban avec le Premier secrétaire : « Seul un discours de qualité, une référence sur des prises de position importantes et une pédagogie en profondeur peuvent constituer des points de ralliement[3]. » Il choisit ainsi de se taire dans les médias nationaux à partir de janvier : « Il est conscient, aujourd'hui, du risque qu'il court s'il part trop tôt. Désormais, au moins pour

[1] *Le Point*, 27 novembre 1978

[2] *L'Express*, 3 février 1979

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Note de Pierre Zémor à Michel Rocard, 29 mars 1977

quelques semaines, il s'est promis de se taire. Et faire le tour des fédérations pour exposer son projet politique. Pour mobiliser aussi ses amis, nombreux, mais inorganisés[1]. »

Mais ce silence personnel ne l'empêche pas de se montrer en laboureur de terrain. Il accorde à plusieurs journalistes de le suivre, notamment dans sa tournée du Midi[2]. Il se rend même à l'improviste sur les terres de Gaston Defferre :

« Les militants socialistes marseillais qui se rendirent au palais des Congrès ce samedi matin-là avaient presque l'impression de faire quelque chose de défendu et c'est un peu avec des mines de conspirateurs qu'il se retrouvèrent dans le hall où une simple pancarte annonçait : 11 heures, Michel Rocard, salle 200. Et si sur les 10 000 adhérents que compte le PS à Marseille, ils n'étaient que 150 à s'être rendus à l'invitation de Michel Rocard il y a bien des explications à cela[3]. »

Sa longue expérience de militant ressort alors et lui permet un contact chaleureux avec les socialistes de province, contrairement à la froideur guindée du Premier secrétaire :

« Rocard, c'est le copain. Lorsqu'un militant timide le vouvoie, il lui coupe la parole : "On se tutoie dans le parti, bon sang ! Enfin presque tout le monde". Sourires. Avec lui, les camarades ne prennent pas de gants. Lui aussi mène sa campagne à un train d'enfer. Six département, seize réunions, 1200 km en trois jours sur les routes ensoleillées de ce Midi socialiste, héritier du radicalisme de la III^{ème} République[4]. »

C'est d'ailleurs cette image du complice qu'il joue à plein lors de son premier *Cartes sur table*[5] : « Mais l'essentiel était finalement dans le style. En adoptant un ton de complicité souriante avec les journalistes qui l'interrogeaient, à mi-chemin entre la confidence et la réflexion à voix haute, comme s'il bavardait avec deux militants dans une arrière-salle de café, Michel Rocard a visiblement cherché à brosser de lui-même le portrait d'un homme simple et familier, proche de la base. Un militant autogestionnaire plus compétent que les

[1] *L'Express*, 14-21 octobre 1978

[2] *Libération*, 5 février 1979

[3] *Le Figaro*, 24-25 mars 1979

[4] *L'Express*, 24 mars 1979

[5] INA, Antenne 2, *Cartes sur table*, 15 janvier 1979

autres... par contraste avec l'image du père que fait naître naturellement François Mitterrand. Une façon comme une autre de suggérer l'archaïsme sans le dire.[1] »

Il capitalise de nouveaux soutiens au sein du parti, notamment des membres du CERES qui prennent leurs distances à l'égard de la minorité de Jean-Pierre Chevènement. C'est le cas en particulier de Christian Pierret qui avait déjà fait entendre son opposition interne lors d'un colloque du courant, à Evry, en juin 1978[2]. En outre, depuis le printemps 1978, Michel Rocard cherche, afin de rompre son isolement, à s'allier avec Pierre Mauroy. Celui-ci fait part de son mécontentement à plusieurs reprises face aux attaques mitterrandistes, notamment lors du comité directeur de juillet 1978[3]. Par ailleurs, il partage le point de vue du député des Yvelines sur l'Union de la gauche qui ne doit pas se faire à n'importe quel prix. L'accord semble en bonne voie lorsque les deux hommes cosignent une contribution commune à l'approche du congrès[4]. Toutefois, l'alliance avec Pierre Mauroy est réduite à néant par la participation du député des Yvelines à *Cartes sur table* le 15 janvier 1979. Il y déclare que « Le nom de Pierre Mauroy figure en numéro un sur les listes des signataires de notre contribution : il est candidat au premier secrétariat du parti, mais je pense qu'il n'aurait pas souhaité que je le dise de cette manière[5]. » A partir de là, le maire de Lille se désolidarise et chacun présente sa propre motion au congrès. Marc Thibaud titre d'ailleurs son article pour *L'Aurore* : « L'erreur tactique de Rocard[6] ». Michel Rocard assume au contraire sa déclaration qui avait, selon lui, pour but d'affirmer sa volonté de concourir à l'élection présidentielle alors qu'il savait que Pierre Mauroy n'irait pas jusqu'au bout au Congrès de Metz[7].

[1] *Le Matin*, 17 janvier 1979

[2] *Le Matin*, 26 juin 1978

[3] *Le Nouvel observateur*, 17 juillet 1978

[4] *Le Monde*, 23 décembre 1978

[5] INA, Antenne 2, *Cartes sur table*, 15 janvier 1979

[6] *L'Aurore*, 17 janvier 1979

[7] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 221

2) Le congrès de Metz : une confrontation interne sous le feu des caméras

Le Congrès de Metz constitue le climax du feuilleton « Mitterrand-Rocard » dans les médias. C'est sans aucun doute le premier congrès socialiste largement médiatisé[1]. Chaque chaîne dépêche ses correspondants et des caméramans sur place, afin de faire du direct[2]. A l'approche du congrès, la tension devient de plus en plus palpable et la campagne de terrain donne lieu à des mots particulièrement durs. Lorsque Michel Rocard est soupçonné de vouloir faire alliance avec les centristes, il répond que lui n'était pas ministre sous la Troisième force, manière de renvoyer à son passé bien peu socialiste François Mitterrand. A un jeune militant qui lui demande comment répondre aux mitterrandistes qui l'accusent d'être de droite, Michel Rocard lui répond : « Demandez calmement qui était ministre pendant la guerre d'Algérie et qui était étudiant poursuivi par la police ? On vous fichera la paix[3]. » Chacun des deux clans diffuse par ailleurs des argumentaires auprès des militants de province critiquant le camp adverse[4]. Et une fois les résultats connus, Michel Rocard enfonce le clou en qualifiant les soutiens de Mitterrand de « vote du troisième âge[5] ».

Malgré l'échec apparent, François Mitterrand obtenant 40 % du vote des fédérations, Michel Rocard est loin d'apparaître comme vaincu : « Le bon résultat – 20,5 % – enregistré par Michel Rocard est significatif d'une évolution aussi récente que profonde des militants socialistes. Il y a moins de deux ans, qui aurait parié sur une telle percée ? A l'intérieur du PS, Rocard, nul ne l'ignore, s'est senti très longtemps en territoire hostile. Son courant est désormais le deuxième du parti[6]. »

Le congrès semble donc ouvert et peut constituer, pour Michel Rocard, une tribune exceptionnelle pour renforcer ses positions au sein du parti. Toutefois, son premier discours

[1] Intervention de Michèle Cotta aux lundis de l'INA, 1er février 2016

[2] *Ibid.*

[3] *L'Express*, 24 mars 1979

[4] *Le Matin*, 27 mars 1979

[5] *Le Nouvel Observateur*, 9 avril 1979

[6] *Le Matin*, 2 avril 1979

apparaît raté. Après un François Mitterrand – intervenant exceptionnellement dès l'ouverture du congrès, contrairement à son habitude – qui délivre un message passionné, faisant appel à tous les grands marqueurs identitaires de la gauche[1], et plein d'espoir, Michel Rocard se livre pour sa part à une réflexion sombre. Ce qui peut faire son charme auprès des journalistes de l'époque et peut-être aussi dans l'opinion publique rebute le parti :

« A la tribune, le député des Yvelines est tendu. C'est la première fois qu'il affronte Mitterrand. Son discours austère contraste avec celui, plus ample et plus littéraire du premier secrétaire. "Au ressassement décennal de quelques vérités premières", Rocard oppose des réalités économiques. A la fresque historique, les leçons de l'Histoire. Le discours de Rocard, courageux, mais beaucoup moins habile que celui du premier secrétaire passe mal. Même chez certains partisans de Rocard lui-même[2]. »

La vision qu'il tente de véhiculer de l'histoire du socialisme français, faite d'échecs qu'il faut éviter de reproduire pour pouvoir gouverner durablement, heurte trop brusquement l'histoire officielle qu'a contribué à diffuser François Mitterrand depuis 1971[3] (annexes, document 57). Alors que Michel Rocard dressait une alternative entre le marché et le rationnement, Laurent Fabius s'illustre en répondant au nom des mitterrandistes : « Entre le rationnement et le marché, il y a le socialisme, Michel Rocard. » Ce n'est donc qu'à la fin du congrès que Michel Rocard brille enfin. La commission des résolutions n'ayant pas permis de trouver un accord, il fait un deuxième discours très applaudi dans lequel il se montre conciliant et lance une phrase qui va sceller son sort politique pour les prochaines années : « Permettez-moi de préciser un détail. Cher François Mitterrand, ce ne sera pas l'opposition du prétendant. J'ai dit et l'ai répété, je le répète ici, qu'en votre qualité de Premier secrétaire vous serez le premier d'entre nous qui aura à prendre sa décision personnelle sur le point de dire s'il est candidat aux prochaines élections présidentielles et, si vous l'êtes, je ne le serai pas contre vous ! (très vives acclamations). » Il donne ainsi, à une promesse déjà faite dans *Le Monde*[4], un écho bien plus large.

---

[1] *Le Monde*, 8-9 avril 1979

[2] *L'Express*, 14-20 avril 1979

[3] CASTAGNEZ, Noëlline. La mémoire au service de la conquête du pouvoir ? In CASTAGNEZ, Noëlline et MORIN, Gilles. *Le Parti socialiste d'Epinay à l'Elysée (1971-1981).* Rennes : PUR, 2015, p. 59-76

[4] *Le Monde*, 10 février 1979

Au sortir du congrès, le bilan est contrasté. Malgré le succès remporté par François Mitterrand qui, en obtenant plus de 40 % des voix et en s'alliant avec le CERES, reste nettement majoritaire, les couvertures de presse ne sont pas favorables au secrétaire national. C'est surtout la violence du congrès qui marque : « Bref un triste spectacle que les socialistes se sont donnés à eux-mêmes à Metz, mais aussi – et c'est plus grave – qu'ils ont donné aux autres[1]. » La presse n'est pas dupe que l'amendement Viveret à l'origine de la rupture est avant tout un prétexte utilisé par François Mitterrand pour renvoyer Michel Rocard dans la minorité. L'amendement en question « le Parti socialiste ne reconnaît aucun dogme, ni grand prêtre » est en effet une phrase tronquée issue du texte de la motion A – Mitterrand –, déclenchant lors du conseil des résolutions la colère de François Mitterrand qui y voit une allusion à sa personne. Malgré la proposition de Jean-Pierre Cot de le retirer, rien n'y fait, le Premier secrétaire choisit de rejeter la synthèse. *Le Figaro* renvoie dos à dos les deux belligérants :

« C'est dans la confusion que s'est terminé hier, à Metz, le congrès du parti socialiste. Il devait être celui de la clarification et de l'unité retrouvée. Il n'a fait qu'accentuer encore un peu plus les divisions qui opposent le clan Mitterrand et le clan Rocard. Entre le leader du PS et son challenger, il n'y a eu ni gagnant, ni perdant[2]. »

Libération, *L'Express* et *L'Aurore* sont d'accord pour évoquer respectivement « une victoire à la Pyrrhus[3] », « Mitterrand : une si petite victoire[4] », « l'amère victoire pour Mitterrand[5] ». Enfin, le JT de 20h de TF1 voit Patrice Duhamel évoquer un « François Mitterrand vainqueur aux points, mais qui est sans doute diminué[6] ». Ainsi, en dépit de la défaite et d'une promesse hasardeuse, au sortir du Congrès de Metz, les chances de Michel Rocard de concourir à l'élection présidentielle n'ont pas complètement disparu.

[1] *Le Monde*, 10 avril 1979

[2] *Le Figaro*, 9 avril 1979

[3] *Libération*, 9 avril 1979

[4] *L'Express*, 14 avril 1979

[5] *L'Aurore*, 9 avril 1979

[6] INA, TF1, *JT 20h*, 8 avril 1979

V) Sortir du piège de Metz

A) Se présidentialiser

1) Une stratégie du silence

Après Metz, Michel Rocard est donc embourbé, pour une éventuelle candidature, par sa propre phrase. Sa communication et son positionnement en deviennent plus compliqués. Une lourde fracture va toutefois lui permettre de sortir de ce bourbier, en restant éloigné des micros pendant plusieurs mois. Ce silence a des répercussions sur sa couverture presse comme le montre notre tableau 2 (17 % des articles des dossiers de presse du PS ont son nom en titre contre une moyenne de 25 % depuis 1978). Bien loin de lui nuire, cette absence le sert et sa cote de popularité, abimée par la violente opposition de Metz, remonte nettement. Au contraire, François Mitterrand qui avait connu une embellie au moment du Congrès de Metz, voit sa courbe chuter de nouveau, avec le score décevant du PS aux européennes de juin 1979[1]. Pour *L'Express*, en septembre 1979, François Mitterrand atteint même la cote d'alerte dans les sondages : 55 % des Français pensent que son rôle devrait aller en diminuant. Michel Rocard le devance dans tous les milieux professionnels, toutes les classes d'âge. Il bénéficie également d'une bien meilleure image personnelle, le premier secrétaire étant considéré comme « ambitieux », « changeant » et « manœuvrier ». 55 % le voient même comme un homme du passé[2]. Un sondage SOFRES de janvier 1980 montre également que 55 % des Français préfèrent Michel Rocard comme président à François Mitterrand. Même chez les socialistes il dépasse de 30 points le score de François Mitterrand (58 % contre 28 %). En dix mois Michel Rocard a gagné 12 points et le premier secrétaire, perdu 14[3].

La presse, unanime, conclut donc à un silence bénéfique pour son image. *L'Express* considère ainsi que « grâce à son silence il cesse d'apparaître comme un diviseur dans le

[1] *Le Figaro*, 26 février 1980

[2] *L'Express*, 29 septembre 1979

[3] *L'Express*, 19 janvier 1980

parti[1] ». Voyant les échos favorables de son retrait du premier plan, Michel Rocard poursuit un silence qui semble porter ses fruits, même après son rétablissement :

« Il a décidé de ne pas répliquer aux "insultes" du premier secrétaire. Ses collaborateurs rappellent simplement qu'à leurs yeux l'action de Pierre Mendès France, l'émergence des chrétiens progressistes, l'évolution de la CFDT ont, autant que François Mitterrand, contribué au renouveau de la gauche[2]. »

Les archives de Pierre Zémor témoignent également de cette stratégie du silence :

« Le pari que la position dans l'opinion est assez forte pour permettre une période assez longue de relatif éloignement de la scène politique paraît pouvoir être gagné. Les sondages sont porteurs et les interventions peuvent être limitées au strict minimum. Les articles dans la presse écrite doivent être préférés aux prestations radio-télévisées pour deux raisons :

-le fait de répéter trop souvent la phrase de Metz sans possibilité réelle d'accélération peut finir par affaiblir la crédibilité de la candidature

-les articles dans la presse permettent de mieux contrôler les sujets traités[3]. »

Cela lui permet de ne pas tomber dans les pièges tendus par le Premier secrétaire, et d'éviter les écueils du *horse racing* :

« Pas question non plus de se laisser enfermer dans les jeux internes du PS. Briguer l'investiture contre Mitterrand, ce serait permettre la dramatisation du conflit et prendre le risque d'apparaître comme une sorte de parricide. (...) Depuis treize mois il n'a, par exemple, participé à aucune grande émission de télévision[4]. »

Comme le note d'ailleurs le Groupe image : « pas de perfidie, pas pousser. Peu d'interventions, quelques fortes pour stature d'homme d'État[5]. » Alors que François Mitterrand le délie de sa promesse de Metz au micro de France-Inter, pour mieux le pousser à

[1] *L'Express*, 22 décembre 1979

[2] *L'Express*, 30 juin 1979

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1980, « Compte rendu de la réunion du groupe Prospol », 22 novembre 1979

[4] *Le Nouvel Observateur*, 29 février 1980

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1980, Note « Mouvement social et culturel », septembre 1979

la faute, Michel Rocard reste silencieux[1]. Il garde également le silence sur le programme concocté par Jean-Pierre Chevènement pour 1981, nettement marqué par un dirigisme économique qui ne pouvait que heurter les rocardiens. Mais plutôt que d'aller au combat, il préfère se taire et le voter afin de ne pas apparaître comme diviseur[2]. Et l'amendement défendu par ses proches obtient un beau succès d'estime avec 39 %, alors même qu'il n'était pas soutenu par Pierre Mauroy. La base potentielle du courant rocardien semble donc s'être élargie par rapport à Metz[3]. Grâce à cette période de diète médiatique, il gagne également ses palmes de stratège politique. Jean-Marie Colombani pour *Le Monde* y voit une stratégie habile : « Il est donc à la merci du moindre faux pas. A cet égard, le fait de contraindre le premier secrétaire à se déclarer le premier n'est pas sans avantages tactiques[4]. » Serge July lui, le présente en fin tacticien[5]. Toutefois, à partir des premiers mois de 1980, le Groupe image ne se fait pas d'illusion sur le choix de François Mitterrand :

« Le groupe estime que FM n'a pas renoncé à être candidat de manière définitive. Une tactique de simple attente consistant en un discours unitaire et des contacts avec les élus n'est donc pas suffisante. Il est nécessaire de réduire encore l'espace politique de FM pour rendre la candidature de MR inévitable et totalement légitime dans le parti[6]. »

C'est donc une mini-offensive qui est opérée, certes plus maîtrisée que celle de 1978-1979 : « Le ton doit être mesuré. La conjoncture ne nécessite pas d'attaques à la hussarde, mais au contraire une grande sérénité. Le public doit avoir l'impression que c'est MR qui mène et contrôle le jeu et non FM[7]. » Le but est désormais de reprendre contact avec l'opinion pour mieux écraser François Mitterrand dans les sondages et, ainsi, l'obliger à renoncer. Mais cette offensive nécessite de travailler l'image de Michel Rocard.

[1] *Le Monde*, 21 décembre 1979

[2] *Le Matin*, 16 janvier 1980

[3] *Le Nouvel Observateur*, 14 janvier 1980

[4] *Le Monde*, 16 octobre 1979

[5] *Libération*, 15 octobre 1979

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Etude Prospol », 5 juin 1980

[7] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Note anonyme, « Sur une éventuelle candidature », sans date

2) Avoir les épaules

Visage du renouveau jusque-là, Michel Rocard doit aussi se forger l'image d'un gouvernant, et en particulier renforcer sa crédibilité de potentiel président. Selon Jérôme Jaffré et Olivier Duhamel, la présidentiabilité est fonction de la notoriété, de la popularité, du soutien d'un parti central et de la stature d'homme d'Etat[1]. Si Michel Rocard bénéficie d'une notoriété et d'une popularité importante désormais, il n'a pas le soutien du parti, et la conquête d'une stature d'homme d'Etat est d'autant plus essentielle. Sympathique et imaginatif, il ne paraît pas « avoir les épaules » face aux responsabilités d'un chef d'État : « On le sait prolixe, pédago, gestionnaire. Ses partisans redoutent secrètement sa jeunesse, sa fragilité, son langage de techno-gaucho[2]. » Les études qualitatives montrent également qu'il a une image « de "légèreté", n'a pas fait ses preuves[3] ». Ses conseillers préconisent ainsi de donner plus de « sérieux » à son attitude publique, quitte à rompre avec la stratégie décrite plus haut qui faisait justement son succès auprès des militants :

« Faire plus attention au style et aux attitudes physiques qui sont maintenant enregistrés et mis en boîte par les télévisions et les agences de presse. Par exemple, échos très négatifs (sur ce seul point) du long tournage TV pendant le voyage à Toulouse, Montpellier, etc. "Sympathique, mais fait pas le poids" MR sautant tout content de son petit avion, rigolant avec les militants, conduisant la voiture en répondant aux questions du journaliste. Pas sérieux, manque de pondération, trop familier. Quand on est soi-même familier avec des inconnus, si socialistes soient-ils, on encourage en retour une familiarité inadmissible avec le plus haut personnage de l'État. MR oublie que dans la démocratie représentative le Président non seulement représente tous les Français, mais est un peu tous les Français. "L'État c'est moi" résonne à toutes les oreilles et il n'est pas acceptable pour les électeurs qu'on tape sur l'épaule de l'État[4]. »

---

[1] DUHAMEL, Olivier et JAFFRE, Jérôme. *Le nouveau président*. Paris : Seuil, 1987

[2] *Libération*, 27 février 1980

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Compte rendu Réunion du 15 avril 1980 »

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1983, Note sans date, « Dégradation brutale et sensible de l'image présidentiable »

Comparé au président de la République, Michel Rocard paraît moins crédible sur les problèmes économiques (30 % contre 37 % pour Valéry Giscard d'Estaing), sur l'international (14 % contre 60 %), sur l'unité du pays (21 % contre 41 %)[1]. C'est ce déficit qu'il va tenter de combler dans les mois qui précèdent sa déclaration de candidature. Son deuxième passage à l'émission *Cartes sur table*, va, par exemple, être une occasion de renforcer cette image d'homme d'État qu'il entend construire. Dès l'entame de l'émission, les journalistes, qui ont bien compris l'enjeu, lui demandent s'il se sent les épaules d'un président et Michel Rocard se place en position d'humilité pour répondre : « A question ainsi posée, je ne crois pas qu'un homme convenable puisse répondre oui. Mais, ce que je crois, c'est qu'un homme qui se sent représenter une force, une espérance, une volonté collective, il peut sans doute répondre oui[2]. »

Il semble transformer l'essai si l'on s'intéresse à la couverture presse de l'émission dans les jours qui suivent. *Le Matin* considère que « le député des Yvelines s'est décidé à entrer complètement dans sa peau de candidat. Il était temps pour lui : à force de laisser planer un léger doute, il risquait de décourager l'attente de ceux qui croient en lui, de paraître hésitant, exagérément manœuvrier, de laisser mettre en question sa force de caractère[3]. » Quant au *Monde*, il n'a plus de doute sur une candidature Rocard à l'élection présidentielle[4]. C'est un Michel Rocard décrit comme habile qui ressort de cette émission, capable de rendre hommage à François Mitterrand pour mieux le renvoyer au passé. Plutôt que de poursuivre la confrontation engagée depuis 1978, il préfère rappeler sa promesse de Metz et dire que le candidat du PS sera choisi consensuellement[5]. Le Michel Rocard sympathique, mais peu sérieux, semble s'effacer dans les commentaires journalistiques. Ainsi, sous la plume de Jean Daniel, qui connaît bien l'homme, on peut lire : « Il est moins fiévreux, moins technocrate, moins scout, il imite moins Louis Jouvet : comme si l'immobilité contrainte due à sa fracture

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Etude Prospol », 5 juin 1980

[2] INA, Antenne 2, *Cartes sur table*, 25 février 1980

[3] *Le Matin*, 1-2 mars 1980

[4] *Le Monde*, 5 mars 1980

[5] *Le Monde*, 27 février 1980

lui avait donné du détachement et du poids. Il n'est plus le perpétuel étudiant d'extrême gauche, ni l'éternel candidat au poste de sous-secrétaire d'État au Budget[1]. »

Mais le revers de ce nouveau visage est qu'il prend une allure de plus en plus austère, qui peut perturber. Une image, comme a pu le montrer Jean-Luc Parodi, est une construction sur la longue durée[2]. Vouloir en changer spontanément est donc risqué, et peut pousser une partie des anciens soutiens à rejeter cette nouvelle image. C'est ce sentiment de malaise que l'on peut notamment lire dans un billet de Claude Sarraute, qui décrit un Michel Rocard se banalisant :

« Alors, prêt pour les présidentielles ? Oui, tout à fait. Ce n'est plus le Rocard bouleversé de la nuit des élections législatives (...) Alors, attention, à vouloir trop bien faire, c'est-à-dire faire comme les autres, les virtuoses de la politique politicienne, on risque de s'aligner sur eux au lieu de s'en démarquer[3]. »

De même, pendant l'été, il s'affiche avec sa famille dans *Paris Match*[4] et *L'Express*[5] à bord de son bateau. Là encore, la sincérité semble lui faire défaut :

« en gommant le militant, en déstructurant le discours-statistiques, en cassant la phrase-mitraillette, il n'est pas sûr que les amis de Michel Rocard lui aient rendu service. La joie de commande brille dans les yeux plissés par le soleil de Rocard en goguette, dans la décontraction crispée du mari-candidat, du père-candidat, du sportif-candidat, mais au-delà du soleil, on lit le vide. (...) Rocard dans *Paris Match* et sur le golfe de Morbihan, c'est l'attente d'un produit qui tire des bords au sein de son propre parti, c'est la coque vide d'un homme, certes façonné et promis par sa qualité, son ambition et ses amis, à occuper une place, mais qui perd son charme, sa richesse et son âme dans les efforts grâce auxquels aujourd'hui il a deux pages dans *Paris Match* et dans *L'Express*[6]. »

---

[1] *Le Nouvel Observateur*, 25 février 1980

[2] PARODI, Jean-Luc. Ce que tu es parle si fort qu'on n'entend plus ce que tu dis. *Hermès,* n° 4, 1989

[3] *Le Monde*, 27 février 1980

[4] *Paris Match*, 29 août 1980

[5] *L'Express*, 23 août 1980

[6] *Le Quotidien de Paris*, 25 août 1980

3) Renforcer son image internationale

Parmi les lacunes que le député des Yvelines doit combler pour acquérir la crédibilité présidentielle, le secteur international est un des plus importants. Depuis les débuts de la Vème République, il fait partie du « domaine réservé », ce secteur informellement attaché à la fonction présidentielle. Il a plutôt fait des sorties médiatiques hasardeuses sur ce sujet, que les mitterrandistes se sont aussitôt empressés d'exploiter. Sur le Zaïre, Charles Hernu se permet ainsi de faire la leçon au député des Yvelines qui aurait « comme cela lui arrive parfois, dit trop et trop vite[1]. » Gérard Grunberg dans une note en mai 1979 pointe l'importance de cette thématique, et invite Michel Rocard à s'en saisir. Ainsi, il est de ceux qui le poussent à enregistrer au moins une intervention télévisée pour la campagne des élections européennes : « pour montrer qu'il participe à la campagne et s'intéresse à l'Europe[2] ». Il s'y montre quasi présidentiable, avec des lunettes hexagonales aux formes de la France et un ton très solennel[3] (annexes, document 37).

Le directeur de recherche du Cevipof lui conseille également de rencontrer, dans les mois qui précèdent la campagne, les grands dirigeants internationaux. Il se rend à Londres, à l'invitation du Labour, et y rencontre Margaret Thatcher[4]. Il s'affiche également aux côtés du Premier ministre québécois. Dans les deux cas, le déplacement de Michel Rocard donne lieu à une polémique lancée par la majorité du PS qui tente de lui dénier toute compétence et toute responsabilité dans le domaine. Lionel Jospin tente de le « recadrer » en soulignant qu'il doit se conformer à la ligne officielle du PS[5]. Le voyage au Québec contribue également à le discréditer, puisqu'une fuite permet au quotidien *La Presse* de dévoiler une lettre privée, envoyée au ministre des affaires intergouvernementales Claude Morin, dans laquelle le maire de Conflans soutient la souveraineté-association défendue par le Parti québécois.

[1] *Le Matin*, 2 juin 1978

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, Note de Gérard Grunberg, « image MR mai 79 »

[3] INA, Antenne 2, *Campagne officielle*, élections européennes, 7 juin 1979

[4] *Le Monde*, 19 avril 1980

[5] *Le Monde*, 19 avril 1980

L'argumentaire de la lettre permet en outre d'ironiser sur un Michel Rocard qui ne semble pas très au clair sur les problèmes de la province[1].

Sur le plan médiatique, les questions internationales vont occuper une large place dans ses interventions. Ainsi, dans *Cartes sur table* de février 1980, dont on a vu qu'il était un moment important de « présidentialisation », il parle longuement des problèmes internationaux. Il prône notamment la fermeté à l'égard de l'URSS. Invité de *Face au Public* le 1er juillet 1980, il parle également beaucoup des affaires internationales, et en particulier de la situation en Israël, du nucléaire, et de la défense, n'hésitant pas à ajouter : « Il ne serait pas convenable qu'un candidat à l'élection présidentielle n'ait pas le monde en tête. » Il précise également qu'il a passé quatre mois à ne rien dire pour s'informer sur le monde extérieur[2].

Mais ses prises de position ne sont pas toujours heureuses et font, là aussi, l'objet de violentes attaques, venant cette fois-ci tout autant des mitterrandistes que de la droite. Après avoir évoqué son action – avec notamment la possibilité, pour la flotte française, de recueillir sur les plages les Polonais qui préfèrent fuir le régime – si l'URSS envahissait la Pologne, il est rappelé à l'ordre par Lionel Jospin qui souligne que l'intervention de Michel Rocard était une incitation à l'action pour l'URSS[3]. Quant à Christian Bonnet, ministre de l'Intérieur, il dénigre un « langage consternant de légèreté », que Jean Lecanuet juge « fébrile et presque improvisé[4] ».

4) Se mettre à la hauteur du Président

Refusant la lutte avec François Mitterrand, c'est au niveau de Valéry Giscard d'Estaing que Michel Rocard entend se hisser. C'est celui-ci qu'il cible le plus à partir de 1980. Gérard Grunberg l'incite d'ailleurs à « se placer en position de challenger de Giscard[5] ». Plus généralement, ses attaques se font de plus en plus féroces à l'égard de la majorité. Il fustige,

[1] *Le Monde*, 2 avril 1980

[2] INA, France-Inter, *Face au public*, 1er juillet 1980

[3] *Le Monde*, 24-25 août 1980

[4] *Le Figaro*, 24 août 1980

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Réunion du groupe image, été 79 »

par exemple, « le gouvernement de l'imprévoyance et du court terme[1] ». Cette nouvelle stratégie lui permet en outre de se replacer au cœur du PS et de rejeter les critiques qui l'accusent de toutes les compromissions avec la droite[2]. C'est ce que l'on constate lors des journées de son courant organisées à Villeneuve-lès-Avignon, le 25 août 1980 :

« A partir d'analyses et d'études sur une série de sondages, il ressort qu'il doit faire attention à son vocabulaire. "Michel Rocard a fait assez de concessions de langage pour séduire les cadres et patrons disent ses experts. Mais s'il continue, il risque de faire une campagne Giscard-bis. Il doit désormais rectifier le tir et recentrer à gauche".[3] »

Enfin, dans la perspective de la présidentielle, Michel Rocard doit être en mesure de rassembler la gauche s'il souhaite pouvoir battre Valéry Giscard d'Estaing au second tour. Or, selon les sondages, « MR ne rassemble pas aujourd'hui le peuple de gauche : forte indiscipline de l'électorat communiste au second tour[4]. » Ce nouveau positionnement, résolument à gauche, va influencer la composition de sa cote de popularité. C'est ce que nous montrent les sondages à partir du début de l'année 1980. Comme l'analyse *La Croix* :

« Il a été lâché par une partie de l'électorat de droite (UDF notamment), a gagné quelques points chez les communistes et a nettement distancé François Mitterrand dans l'électorat socialiste. Pour Michel Rocard, c'est là une donnée essentielle, la preuve qu'il est maintenant admis par les socialistes. [5] »

5) S'entourer

Gérard Grunberg dans sa note de mai 1979 invite également Michel Rocard à constituer une vraie équipe de campagne institutionnalisée et capable de réunir des personnes de renom. Il doit en effet pallier une image d'isolement au sein du PS et plus généralement

[1] *Le Monde*, 22 août 1980

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Note anonyme, « Sur une éventuelle candidature », sans date

[3] *Le Point,* 8 septembre 1980

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Note sur la stratégie de Michel Rocard en vue de l'élection présidentielle », signée Frédéric Hervé (Jérôme Jaffré), 10 août 1980

[5] *La Croix*, 21 mars 1980

dans le paysage politique français. Une équipe est donc constituée autour de la personnalité réputée et d'expérience qu'est Edgard Pisani – ancien résistant et ancien ministre de l'Agriculture du général de Gaulle (1961-1966), ayant rejoint le PS en 1974 –, dans des locaux propres à la place de l'Odéon (Isola Pisani). Celui-ci, connu du grand public et des médias, est d'ailleurs l'un des seuls rocardiens, outre Michel Rocard, à avoir accès à la télévision. Il intervient ainsi à plusieurs reprises afin de demander à François Mitterrand de renoncer[1]. Pour défendre Michel Rocard face aux attaques sur son manque de crédibilité, il affirme qu'il est « de la race des hommes d'État[2] ».

A l'approche immédiate de la campagne, le maire de Conflans structure à la rentrée 1980 une équipe de campagne, avec un cabinet personnel autour de Pierre-Yves Cossé et de Claude Evin et deux cellules, l'une politique dirigée par Christian Blanc et une autre programmatique dont s'occupe Hubert Prévot. Quant au secrétariat général de la campagne en charge « de l'organisation et la mise en œuvre de la campagne proprement dite », la mission est confiée à Michel Castagnet assisté par Pierre Zémor[3]. Son équipe récolte également des fonds pour la future campagne. Le support de la mission laïque – association qui s'occupe d'établissements scolaires de langue française hors du territoire national et dirigée par un proche – qui bénéficie d'un budget non utilisé, permet de prendre des personnes de l'entourage en charge[4]. Par ailleurs des groupes d'experts sont mis en place. La presse donne de larges échos à ce travail d'équipes, notamment des experts :

« Déjà, plusieurs réunions préparatoires ont été tenues pour choisir les thèmes et préparer les réponses. Détail nouveau et révélateur : Rocard ne se contente plus de mobiliser la mouvance socialiste. Il fait appel à des experts, notamment en matière de défense ou sur les problèmes du sport international. Tous acceptent de venir lui rendre visite, quelles que soient leurs options politiques personnelles : son profil de "présidentiable" vaut toutes les recommandations[5]. » En août 1980, se réunissent également à Villeneuve-lès-Avignon les soutiens de Michel Rocard.

[1] *Le Figaro*, 12 septembre 1980

[2] *Le Matin*, 27 août 1980

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Lettre de Michel Rocard à Pierre Zémor, 12 septembre 1980

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Réunion du 19 juin 1980 »

[5] *Le Nouvel Observateur*, 29 février 1980

Au-delà de l'équipe de campagne, il cherche également à mobiliser des soutiens extérieurs à son courant. Michel Rocard ne pouvant lui-même, sans s'aliéner le PS, rappeler sa candidature, des appels « spontanés » doivent être suscités. Des personnalités au sein du PS sont au départ privilégiées : « Il faudrait dès maintenant passer commande d'articles et solliciter des "appels" de personnalités. La campagne doit surtout, dans cette période, être centrée sur le parti. Les appels doivent donc venir de personnalités nettement marquées à gauche et l'action doit d'abord être faite en direction du parti[1]. »

Des personnalités du PS comme Gilles Martinet[2], déjà proche depuis 1976-1977, Edgard Pisani ou encore Jean-Pierre Cot se rangent derrière lui et le soutiennent. A partir du début de l'année 1980, il débute également, avec son entourage, un travail de fond de la base socialiste et des élus du Parti. Au lieu de poursuivre la confrontation avec François Mitterrand, il préfère, comme nous l'avons vu, cibler Valéry Giscard d'Estaing, et donner des signes à la gauche. Son équipe lui propose ainsi d'« être l'anti-Giscard et non plus l'anti-Mitterrand[3] », « d'attaquer VGE » notamment sur son électoralisme et l'image de la France[4] : « Le deuxième temps de cette offensive vise les militants socialistes. Il s'agit d'abord de modifier l'image de Michel Rocard. Pas question de donner l'impression d'un homme pressé, ambitieux qui divise le parti en voulant à tout prix être candidat[5]. » C'est d'autant plus nécessaire qu'il reste minoritaire au sein du PS, comme le montre une enquête de *L'Express* auprès des différentes sections socialistes[6].

Il entreprend ainsi une tournée en France à travers les fédérations. Celle-ci commence dans le Nord-Pas-de-Calais au début du mois d'avril, ce qui lui permet d'afficher son plus lourd soutien : Pierre Mauroy. Celui-ci s'est en effet déclaré, peu avant la venue de Michel Rocard, lors d'un *Club de la presse*, favorable à sa candidature à la primaire[7]. Il lui réserve un accueil chaleureux, voire triomphal, qui est présenté par la presse comme digne d'un candidat

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Etude Prospol », 5 juin 1980

[2] *Le Matin*, 18 décembre 1979

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Note sur la stratégie de Michel Rocard en vue de l'élection présidentielle », signée Frédéric Hervé (Jérôme Jaffré), 10 août 1980

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Réunion de campagne », 25 mai 1980

[5] *Le Matin*, 14 décembre 1979

[6] *L'Express*, 18 décembre 1979

[7] *Le Figaro*, 31 mars 1980

à l'élection présidentielle. Sa visite dans ces terres de tradition minière a aussi pour but de légitimer l'appartenance de Michel Rocard au socialisme qui lui est souvent déniée par le courant mitterrandiste :

« Pierre Mauroy rassemblait à lui seul toute cette symbolique inscrite sur le carreau des mines comme dans les sections socialistes. Il reconnaissait à Michel Rocard le droit à une tradition qu'on lui dénie. En l'accueillant au puits n°7 du bassin minier de Lens, le maire de Lille concrétisait les propos tenus au *Club de la presse* d'Europe 1, car une descente dans la mine, dans l'esprit des militants du Nord vaut bien plus sans doute que toutes les déclarations. (...) Et puis, en même temps, la force du député des Yvelines qui pose partout un regard fiévreux et curieux, et qui tout à coup évince son puissant camarade, comme si les rôles distribués par l'apparence s'inversaient[1]. »

Il poursuit sa tournée des fédérations par l'Aquitaine. Mais, à la suite de ce déplacement, un rappel à l'ordre tombe de la direction, l'accusant de ne pas prévenir les fédérations de sa venue[2]. Il reprend toutefois, dix jours après la mise en garde, en se rendant en Lorraine : à Toul et Thionville. Lors de ces déplacements, il privilégie les séances de travail avec les élus aux grandes réunions publiques[3]. Cela lui permet de toucher les élites du parti sans heurter la direction nationale. Ce travail de fond entrepris depuis le Congrès de Metz porte ses fruits puisque plusieurs élus mitterrandistes ou mauroyistes se déclarent favorables à la candidature Rocard en 1981. Le député-maire d'Auch Jean Laborde, ainsi que le Président du Conseil Général du Gard, Gilbert Baumet, et le député du Pas-de-Calais Henri Darras appellent à la candidature présidentielle de Michel Rocard[4]. A quelques jours de l'ouverture du dépôt des candidatures pour la primaire au sein du PS, c'est la fédération de l'Hérault, jusque-là majoritairement mitterrandiste, qui bascule elle aussi[5].

L'équipe recherche également des personnalités extérieures pour afficher leur soutien à Michel Rocard. Ce sont d'abord des politiques, au-dehors du PS, comme l'association nationale d'Action pour la fidélité au général de Gaulle dirigée par Pierre Lefranc et la revue

[1] *Le Quotidien de Paris*, 2 avril 1980

[2] *Le Quotidien de Paris*, 21 avril 1980

[3] *La Croix*, 21 mars 1980

[4] *Le Monde*, 18 décembre 1979

[5] *Le Quotidien de Paris*, 16 octobre 1980

L'Appel, ainsi que Michel Crépeau dirigeant du Mouvement radical de gauche[1]. Quant à Alexandre Sanguinetti, l'ancien président du Parti gaulliste, il explique dans la presse que Michel Rocard peut gagner l'élection présidentielle[2]. En dehors même de la sphère politique, des intellectuels sont également listés en vue de leur mobilisation : Claude Perdriel, Hubert Beuve-Méry, Jacques Fauvet du *Monde*, le philosophe Vladimir Jankélévitch, Marguerite Yourcenar, Pierre Mendès France, le politologue Maurice Duverger, l'écrivain hongrois Arthur Kœstler, le diplomate Claude Cheysson, le chef d'entreprise Robert Dreyfus, et l'éditorialiste Jean Daniel. Mais dans cette période qui voit l'essor de l'utilisation des vedettes en politique, les artistes sont aussi sondés comme Yves Montand, Simone Signoret – qui affichent leur soutien à Michel Rocard – ou encore l'acteur et metteur en scène François Périer[3].

B) Le coup de la dernière chance : l'Appel de Conflans

1) Trouver le meilleur moment

Pour autant la situation de Michel Rocard reste critique. A la rentrée 1980 François Mitterrand ne semble pas prêt à renoncer. Or, dans le cas de plusieurs candidatures, le Congrès de Metz a prévu l'instauration de primaires internes pour choisir le meilleur candidat du Parti à l'élection présidentielle. L'ouverture des candidatures est fixée au 19 octobre. Le groupe Prospol réfléchit déjà depuis plusieurs mois à annoncer officiellement la candidature de Michel Rocard à cette période, afin de contraindre définitivement François Mitterrand à renoncer. Divers scénarii sont testés par le groupe sur le calendrier et la forme de l'annonce. Trois principaux sont retenus :

[1] *Le Nouvel Observateur*, 17 avril 1980

[2] *Le Matin*, 14 décembre 1979

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1974-1976, « Réunion du groupe image », 12 juin 1980

-Une annonce avant le 19 octobre qui permettrait de montrer que Michel Rocard n'est pas complètement dépendant du PS, mais a le désavantage de donner « un côté pressé » au candidat.

- Entre le 19 et le 5 novembre qui combine le plus d'avantages : « discipline », « clarté », « occupation du terrain », mais qui laisse Michel Rocard « à découvert face aux attaques » jusqu'à la décision de François Mitterrand

- Après le 8 novembre, ce qui facilite l'unité du PS, mais laisse le terrain aux autres, et surtout embourbe l'éventuelle candidature Rocard dans les « finasseries » partisanes.

C'est finalement la date du 19 octobre, jour d'ouverture des candidatures, qui est choisie. En effet, l'équipe ne veut pas se laisser surprendre par une déclaration de candidature de François Mitterrand qui rendrait de fait celle de Michel Rocard impossible[1]. La forme est également un sujet de débat. Plusieurs hypothèses sont envisagées, de la conférence de presse, à l'intervention en plateau, jusqu'à l'article. C'est finalement vers une allocution, au « caractère solennel », que l'équipe incline.

2) Une intervention télévisée ratée ?

C'est donc à une allocution solennelle, en direct, effectuée depuis la mairie de Conflans-Sainte-Honorine qu'assistent les téléspectateurs ce dimanche 19 octobre. L'annonce en a été faite vers midi ce qui permet un effet *teasing* tout au long de la journée. A 20h, Michel Rocard apparaît donc sur les écrans de TF1 et Antenne 2, à l'heure de la plus grande écoute. Il parle face caméra, assis derrière un bureau XVIII^{ème} ramené pour l'occasion par Jean-Paul Huchon, dans le but de « faire plus élyséen[2] ». L'objectif de la mise en scène est clairement de le présidentialiser en singeant les allocutions présidentielles. Toutefois, l'effet n'est que moyennement réussi puisque le décor autour n'a rien des ors de l'Elysée et paraît particulièrement terne, voire même improvisé[3]. Surtout, l'homme dont on avait pu apprécier

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « CR groupe politologues du 3 janvier 1980 »

[2] Entretien avec Jean-Paul Huchon, 15 janvier 2014

[3] On peut voir cette intervention sur le site de l'Association MichelRocard.org : http://michelrocard.org/app/photopro.sk/rocard/detail?docid=261577. Consulté le 15 septembre 2016

les qualités de télégénie semble crispé. Est-ce l'effet de la tension qui règne dans la salle de mariage de Conflans, où a lieu l'enregistrement, ou celui de la stratégie visant à rendre cette allocution solennelle ? A moins que ce ne soit cet exercice de l'allocution dont on avait pu voir qu'il n'était pas celui dans lequel il excellait le plus, tout particulièrement statique face caméra[1]. En outre, son regard semble se perdre loin de la caméra qu'il est censé fixer, ceci dû à une erreur d'indication de Jean Lallier.

Le cadrage plus général ne lui est pas favorable. François Mitterrand a profité de l'information de sa candidature reçue par un appel de Michel Rocard, la veille, pour faire savoir, lors d'un meeting à Mulhouse, qu'il rendrait compte lui-même de son choix avant la fin de la semaine. Non sans ajouter de manière insidieuse que : « Tout candidat qui dit : "Je suis candidat", ne l'est pas, s'il n'est pas présenté par au moins une fédération. Il est par ailleurs incorrect à l'égard du parti d'aller plus vite que la musique[2]. » La pression sur les épaules de Michel Rocard est donc d'autant plus forte. Tous les soutiens du Premier secrétaire s'engouffrent dans la brèche en reprochant l'empressement de Michel Rocard qui ne se serait pas conformé aux règles internes. Le maire de Conflans est même obligé d'expliquer les jours suivants qu'il avait reçu une lettre de Daniel Frachon, secrétaire de la Fédération des Yvelines l'invitant à se présenter[3]. Par ailleurs, toute la presse et les critiques sont unanimes pour trouver à cette intervention des faux airs de l'Appel de Chamalières, lancé par Valéry Giscard d'Estaing en 1974[4].

En tout cas le résultat déçoit profondément tant la presse que les soutiens de Michel Rocard. Les jours suivants, les commentaires sont acerbes. François Bayrou pour *Démocratie moderne* titre ainsi un de ses articles : « le rocardisme est mal parti » :

« C'est la télévision qui a fait Michel Rocard. C'est la télévision qui risque de le défaire. Quel étrange conseiller en marketing a bien pu conseiller à cet homme, qui fut bouillonnant, l'appel compassé en direct de la mairie de Conflans-Sainte-Honorine ? On aurait dit Tintin qui s'exerçait à parler comme les Dupont-Dupond. Tout sonnait faux : dans le ton, d'une gravité forcée ; dans l'habit qui imitait jusqu'à la caricature le président sortant ; dans le texte,

[1] INA, Antenne 2, *Campagne officielle*, élections européennes, 7 juin 1979

[2] *L'Express*, 25 octobre 1980

[3] *Le Figaro*, 4 octobre 1980

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 19 octobre 1980 ; *La Croix*, 21 octobre 1980

à mi-chemin de l'emphase ampoulée des comices agricoles et de la dissertation de Jaurès. Le tout évidemment sans qu'un seul mot soit prononcé qui puisse déranger quelqu'un de l'extrême droite à l'extrême gauche[1]. »

L'impact est tel que rares sont les quotidiens et magazines qui accordent encore de réelles chances à Michel Rocard après sa « prestation ratée » : « Mais, à peine a-t-il parlé, le dimanche 19, que les médias font la fine bouche : pouah ! Non seulement Rocard a mal parlé, mais il était guindé, mal habillé... bref, les actions de François Mitterrand aussitôt remontent, alors même qu'il n'a encore rien dit[2]. » *Le Figaro* titre également un article le 21 octobre : « Mitterrand maître du jeu[3] », jugeant : « A cet égard, "l'appel au pays" lancé par le maire de Conflans, le 19 octobre dernier, sonnait plutôt creux et ressemblait davantage à une parodie interprétée par un acteur de province qu'à un premier rendez-vous avec la postérité[4]. » Seuls *L'Aurore* et *Libération* paraissent encore croire à la candidature de Michel Rocard[5]. *Libération* le voit même déjà vainqueur de la bataille interne et titre son article : « Le plus facile commence » :

« Là réside une bonne part de la différence. Dimanche soir, son appel de Conflans faisait écho à celui prononcé six ans plus tôt à Chamalières par Giscard. Tout engoncé et crispé qu'il fut, il était déjà un discours de deuxième tour (...) Pour sa deuxième étape dans la course à l'Elysée, la plus difficile, Rocard risque ainsi de bénéficier du même effet de surprise qui lui a si grandement servi ces derniers mois pour remporter – dans quelques jours – la première[6]. »

L'ambiguïté du message – une déclaration solennelle à tous les Français, mais un discours adressé avant tout aux militants – semble également décevoir la presse :

« Hier, en début de journée, on avait cru que Michel Rocard, las du byzantinisme réglementaire qui déchire le PS, allait lancer de son fief de Conflans-Sainte-Honorine un "qui m'aime me suive" aux électeurs, laissant son parti abasourdi de tant d'audace. Le geste n'eût

[1] *Démocratie moderne*, 23 octobre 1980

[2] *Le Point, 3 novembre 1980*

[3] *Le Figaro*, 21 octobre 1980

[4] *Ibid.*

[5] *L'Aurore*, 20 octobre 1980

[6] *Libération*, 20 octobre 1980

manqué, ni de courage, ni de panache. Il ne s'est pas produit. Le député des Yvelines a simplement voulu informer en priorité ses concitoyens qu'avant de pouvoir voter pour lui, il lui fallait grenouiller encore un peu dans les sacristies socialistes[1]. »

Pierre Zémor qui a mis en place une liste de soutiens en province reçoit un courrier abondant qui nous renseigne sur la réception non-journalistique. On constate que les critiques s'adressent au style trop « solennel ». Ainsi, Paul Rochez juge : « A la suite de votre intervention télévisée j'ai été très profondément déçu. Où était Michel Rocard ? Effacé, gommé, anesthésié. Un homme politique sans relief a traversé notre soirée. Qu'aviez-vous fait de votre spontanéité, de votre personnalité ?[2] » Son intervention a tous les airs du fabriqué : « Qui nous a changé notre Michel ? Tout ce qui nous le rendait sympathique a été détruit par le marketing[3]. » Laure Aumasson l'invite également à abandonner ses conseillers en communication :

« Mon mari, qui reconnaît dans Edmond Maire l'expression à peu près complète de ses analyses, t'a trouvé méconnaissable. Surtout après la performance de Marie-France (Garaud NDLA)... Un gamin qui récite son texte. Et encore, avec un lapsus pour le mot essentiel ! (...) Alors je t'en prie : laisse tomber les "conseillers" et autres "managers" de la politique : sois toi-même ![4] »

On voit ici toute l'importance de l'image. La réception à la radio ne semble avoir posé aucun problème, comme en témoigne Pierre Bourlier la jugeant « très bien reçue ». Au contraire de l'intervention télévisée qui le fait réagir : « qu'est-il arrivé à Michel ? Regard perdu, attitude figée, comme s'il faisait cela contraint[5]. » On peut ainsi avancer que l'apparence de Michel Rocard est pour beaucoup dans « l'échec » de cette intervention, bien plus semble-t-il que le discours en lui-même. D'autant que le caractère « récité » paraît moins problématique dans un média – la radio – qui a plus l'habitude du style lu[6]. On retrouve là une

[1] *L'Aurore*, 20 octobre 1980

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Lettre de Paul Rochez à Pierre Zémor, 4 novembre 1980

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Lettre de Madeleine Brun à Pierre Zémor, 2 novembre 1980

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Lettre de Laure Aumasson à Pierre Zémor, 25 octobre 1980

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Lettre de Pierre Bourlier à Jean-Paul Ciret, 20 octobre 1980

[6] CHARAUDEAU, Patrick. *Les médias et l'information. Op. cit.,* p. 89

différence de perception déjà analysée pour le premier débat télévisé de l'histoire américaine, Kennedy-Nixon :

« A cet égard, les sondages réalisés après le premier duel Kennedy-Nixon donnent des résultats éclairants. Ceux qui écoutèrent le débat à la radio crurent que les deux candidats en sortaient presque à égalité. Au contraire, tous ceux qui avaient suivi le débat à la télévision pensèrent que M. Nixon s'était mal tiré d'affaire et même très mal, de l'avis de beaucoup. C'était l'image – la seule image – qui en était la cause[1]. »

Bien conscient de cet échec, le groupe Prospol semble même proposer le retrait de Michel Rocard dans les jours suivants[2].

3) Faire campagne « malgré tout »

En dépit de la volée de bois vert après son intervention, Michel Rocard choisit de poursuivre sa campagne. D'autant qu'il doit encore tenir, la désignation du candidat socialiste n'étant prévue qu'en décembre 1980[3]. Toutefois, il n'avait pas prévu de donner à sa campagne une ampleur exceptionnelle jusqu'à l'annonce du choix de François Mitterrand, preuve qu'il préférait rester sur ses gardes, en cas d'une troisième candidature du Premier secrétaire. Il n'effectue qu'un seul meeting dans un lieu particulièrement symbolique : Epinay-sur-Seine, pied-de-nez bien senti à François Mitterrand, qui y prit la tête du PS en 1971. Rassemblant 2 000 personnes, il semble avoir compris les leçons de l'Appel de Conflans et apparaît plus dynamique et volontaire. Cherchant à retourner le stigmate de fragilité qu'on lui accole, il ironise sur les commentaires qu'il a subis au lendemain de sa prestation télévisée : « Il paraît que j'avais avalé mon parapluie. Il paraît qu'on avait perdu le vrai Rocard. On m'a trouvé ému. C'est vrai, j'étais ému. Mais quiconque prétendrait annoncer sa candidature à la

[1] SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *L'État spectacle.* Paris : Flammarion, 1979, p. 172

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, « Dîner au restaurant Thoumieux », 19 octobre 1980

[3] *Le Figaro*, 28 avril 1980

Présidence de la République et n'en serait pas ému ne serait même pas digne d'occuper cette fonction[1]. »

La presse note son dynamisme à l'oral, comme s'il tentait de rattraper l'Appel de Conflans :

« Travaillant les graves de sa voix, jouant au maximum sur l'expression avec son visage et ses mains (index pointé, doigt tendu, mains déployées pour calmer l'enthousiasme), il s'empare de son auditoire, tout comme François Mitterrand l'avait fait, ici même, dans ce gymnase Léo-Lagrange, en 1971, pour conquérir les socialistes et faire naître le PS[2]. »

Il poursuit, plutôt que les meetings, ses visites en province, mais qui ne sont que faiblement médiatisées, tous les objectifs étant désormais braqués sur le Premier secrétaire qui joue à repousser sans cesse l'annonce, tout en laissant croire le contraire. Ainsi, après avoir annoncé le 19 octobre qu'il se déclarerait d'ici la fin de la semaine, en meeting à Marseille le 27 octobre, il laisse encore le suspens perdurer.

4) Une presse qui n'y croit plus

Mais la presse ne croit plus guère aux chances de Michel Rocard. Dès le 30 octobre, *Le Quotidien* titre un de ses articles : « Rocard est prêt à retirer sa candidature » :

« Il s'y présenterait en effet dans la position d'un homme qui s'est renié et qui veut commettre un parricide. Or, il a tout intérêt à se poser en socialiste qui met au-dessus de tout l'esprit de famille, c'est-à-dire l'unité du parti. C'est un capital qui lui sera utile à l'avenir, un avenir qui paraît soudain plus lointain depuis qu'il paraît persuadé que François Mitterrand briguera une troisième fois l'Elysée.[3] »

D'autant que la candidature du Premier secrétaire paraît de plus en plus claire face à cet adversaire claudicant : « Tout le monde comprend que le vieux baroudeur de la gauche s'est décidé à repartir en guerre : non seulement il veut être candidat à la présidence, mais il

[1] *L'Express*, 25 octobre 1980

[2] *Ibid.*

[3] *Le Quotidien de Paris*, 31 octobre 1980

veut auparavant réduire l'impudent Rocard à sa merci[1]. » Etonnant virage, les éditorialistes qui encensaient Michel Rocard trouvent désormais des qualités insoupçonnées à François Mitterrand. Ainsi, Jean-Claude Vajou, plume politique du très peu socialiste *Quotidien de Paris,* fait une étrange déclaration d'amour au Premier secrétaire : « J'aime beaucoup François Mitterrand : avec lui, le journaliste politique est à l'abri des surprises. Il n'est pas une girouette, il a des idées auxquelles il tient et qu'il ne renie pas[2]. » Et ce n'est point un cas isolé puisque l'éditorialiste du même journal, Dominique Jamet, fustige un Michel Rocard qui a joui du flou qui l'entourait et reste donc un phénomène de fiction, contre un François Mitterrand d'expérience[3]. Et on en vient à trouver des explications à la défaite d'un Michel Rocard hypothétiquement candidat : « Sans doute une certaine fragilité de Michel Rocard, son passé de militant proche du gauchisme, l'immaturité de certaines de ses initiatives l'auraient progressivement disqualifié, en dépit de la faveur des sondages[4]. » Certains à gauche sont même très critiques de l'attitude offensive de Michel Rocard, comme Georges Montaron, rédacteur en chef et directeur de *Témoignage Chrétien* :

« Encore faut-il que ces prétendants abattent leurs cartes, expliquent clairement leurs positions, jouent loyalement le jeu si utile du dialogue. Hélas, ils glissent par trop vite sur la voie présidentialiste. Ils s'adressent au pays par dessus la tête de leurs camarades de parti. Ils ne sortent pas du ronron des idées générales. A les voir à la télévision, on les croirait déjà engoncés dans l'habit à queue et le col en celluloïd du président lors d'une soirée de gala[5]. »

5) Rentrer dans le rang

Finalement, le 6 novembre, lors du comité directeur du PS, François Mitterrand annonce sa candidature. Michel Rocard conformément à sa promesse se retire immédiatement, ce qui lui vaut les applaudissements de quelques membres, dont Pierre

[1] *Le Point, 3 novembre 1980*

[2] *Le Quotidien de Paris*, 5 novembre 1980

[3] *Le Quotidien de Paris*, 18 novembre 1980

[4] *Le Figaro*, 10 novembre 1980

[5] *Témoignage Chrétien*, 27 octobre 1980

Mauroy. Il envoie d'ailleurs juste après un communiqué à la presse : « François Mitterrand vient de rendre publique sa décision. Dès cet instant, il est le candidat de tous les socialistes. » Il solennise ce choix en participant une dernière fois à l'émission *Cartes sur table*. Sa participation permet de montrer que c'est bien de son propre choix qu'il quitte la course à la présidentielle, et le temps de parole qui lui est accordé permet de poser des éléments de réflexion et des thèmes afin d'exister dans la campagne future. Il y confirme son retrait en faveur de François Mitterrand sans pour autant abandonner toute ambition future : « La maturation n'est pas encore telle que je sois le principal porteur du projet socialiste (...) C'est dans ce mouvement-là que nous sommes et je voudrais que personne de ceux qui m'ont suivi n'abandonne[1]. »

Ce retrait vaut à Michel Rocard un cadrage plutôt positif. Dominique Gerbaud pour *La Croix* considère ainsi que « Michel Rocard s'est montré très adroit en adoptant la meilleure des attitudes. Pour son parti et pour son avenir. D'abord pour son parti et surtout pour son candidat François Mitterrand, en insistant sur le fait que son soutien n'était pas conditionnel. (...) Michel Rocard a surtout préservé ses chances pour son avenir, à lui, en se présentant comme un socialiste discipliné, soucieux de l'unité de son parti[2]. » *Le Nouvel Observateur juge* également que Michel Rocard a su faire de ce *Cartes sur table* « piège » un « tremplin » :

« Pourquoi tergiverser ? Michel Rocard a été excellent, lundi 24 novembre à "*Cartes sur table*". Aussi bon qu'il avait été médiocre lors de l'annonce de sa candidature à l'Elysée depuis sa mairie de Conflans-Sainte-Honorine. (...) Il campait ainsi une silhouette de Pierre Mendès France, lui aussi sacrifié, au milieu des années cinquante, du fait de l'incompréhension d'une fraction de ses amis radicaux et de l'hostilité de la direction SFIO[3]. »

Mais la consigne de retrait n'est pas suivie par tout le monde. Des militants cherchent à se révolter contre le choix du Premier secrétaire et signent un appel publié dans *Le Quotidien de Paris* et *Le Monde*, autour de Christian Scholtes[4]. En janvier, c'est au tour d'une association de se créer : « libre colloque pour un pouvoir Mitterrand-Rocard » dont le but est

[1] INA, Antenne 2, *Cartes sur table*, 24 novembre 1980

[2] *La Croix*, 26 novembre 1980

[3] *Le Nouvel Observateur*, 1er décembre 1980

[4] *Le Quotidien de Paris*, 5 décembre 1980

d'imposer Michel Rocard comme Premier ministre et qui reçoit 300 adhérents[1]. Le courrier reçu par Michel Rocard montre aussi cette désillusion. Il reçoit ainsi une centaine de lettres après son retrait de sympathisants indiquant leur déception, dont une majorité de femmes et une vaste majorité de non-socialistes[2].

6) Participer à la campagne

Michel Rocard participe néanmoins activement à la campagne. Même si les positions de son équipe sont partagées entre ceux qui parient sur une défaite de François Mitterrand et prônent un retrait respectueux pour ne pas être mêlé au futur échec, et ceux qui au contraire soutiennent qu'il faut rester fidèle au parti et soutenir son candidat. Gérard Grunberg est de ceux qui lui conseillent de participer à la campagne : « Il n'y a rien à gagner à se retirer sur l'Aventin[3]. » Peu présent dans les médias, Michel Rocard réalise au final une active campagne militante. Il effectue ainsi 19 déplacements en province entre février et avril 1981, visitant 32 fédérations au cours desquels il participe à :

-45 rencontres publiques

-24 rencontres avec des organisations socioprofessionnelles

-16 rencontres avec des élus

-17 rencontres avec la presse régionale

-26 rencontres avec des militants[4].

Le choix des départements où il est envoyé par le parti, n'est pas anodin. Il s'agit en grande majorité de territoires de droite (Alsace, Bretagne, Pyrénées-Atlantiques, Mayenne, Alpes-Maritimes, Yvelines, Puy-de-Dôme, Val d'Oise, Savoie, le Doubs). Les instances du

[1] *Le Quotidien de Paris*, 14 janvier 1981

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1980, « Courrier reçu après l'appel de Conflans »

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1983, Note de Gérard Grunberg, « Gestion image MR et gestion courant C, élection présidentielle 1981 », 13 novembre 1980

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1983, Dossier « Programme Déplacement MR/campagne de FM » établi par Scarlett Courvoisier, « Participation de M.R. à la campagne de F.M. (hors presse nationale et T.V.). »

PS essaient ainsi de jouer sur la séduction qu'il exerce auprès de la droite modérée. François Mitterrand lui demande également de l'accompagner, lors d'un voyage aux États-Unis, durant lequel Michel Rocard suscite l'intérêt, notamment pour son anglais parfait et sa capacité à s'exprimer sur un ton décontracté. Il rencontre notamment les conseillers Henry Kissinger, Zbigniew Brzezinski, l'homme politique Edward Kennedy, ainsi que le vice-président Walter Mondale[1].

Le député ds Yvelines s'exprime aussi dans les médias. Mais pour éviter d'être trop interrogé sur son retrait, il préfère l'écrit aux interventions télévisées afin de mieux maîtriser le discours[2]. Il publie ainsi une tribune dans *Le Nouvel Observateur*, très violente envers Valéry Giscard d'Estaing qu'il accuse de démission sur la modernité technologique[3]. A la demande de François Mitterrand, il interviendra finalement à la télévision, puis quelques heures après en meeting à Mulhouse, pour défendre le programme économique de la gauche, alors vivement remis en cause par le Président sortant. Il ironise sur les attaques du Président et critique son bilan, « si dommageable[4] ».

Les années 1970 constituent pour Michel Rocard une période nette d'institutionnalisation de la « communication politique ». Celle-ci prend une place prépondérante dans son activité et son entourage. Avec le recentrage qui est le sien à partir de 1974-1975, il attire à lui des conseillers publicitaires et spécialistes de marketing, tous favorables à une vision capitaliste de la société. Mais même ces « professionnels » doivent montrer un certain pedigree politique, comme on a pu le voir avec les débuts du Groupe image. Il n'y a donc pas de « communication politique » qui se conçoit, dans l'entourage de Michel Rocard, sans militantisme. Cet entourage est désormais solidifié autour de lui, avec un but clair : la conquête de l'Élysée. Ces acteurs amènent avec eux des pratiques issues du marketing, comme l'usage massif des sondages et la recherche de « cibles » dans l'opinion. Michel Rocard est d'autant plus conquis qu'il comprend rapidement que François Mitterrand

[1] *Le Matin*, 8 décembre 1980

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1979-1981, Note du groupe Prospol, 18 décembre 1980

[3] *Le Nouvel Observateur*, 23 mars 1981

[4] INA, Antenne 2, *JT 13h* et *20h*, 8 mai 1981

ne lui laissera pas la place de l'héritier au sein du PS. Dépourvu de la ressource partisane et ne conquérant une légitimité électorale que tardivement, les médias et les sondages vont devenir pour lui une ressource capitale. Son ancrage local participe aussi de cette institutionnalisation puisqu'il se situe dans un territoire marqué par une forte urbanisation récente qui participe à l'affaiblissement des relations interpersonnelles et favorise au contraire l'usage de méthodes pour mieux connaître l'opinion locale et s'adresser à elle[1]. Pour autant, l'échec de sa stratégie montre toutes les limites de cette ressource sondagière dans le jeu politique de l'époque.

[1] LEGAVRE, Jean-Baptiste. L'horizon local de la communication politique. *Art. cit.,* p. 84

Conclusion de la Première partie

L'Appel de Conflans et ses suites, s'ils mettent fin à la candidature de Michel Rocard à la présidence de la République, sont également à nos yeux un tournant dans son rapport aux médias et à la communication. Pour la première fois, ce qui était pour lui, en raison de sa marginalité politique, une ressource se transforme en handicap. Les sondages, qui n'ont pourtant jamais été aussi hauts, se révèlent incapables de compenser le manque de soutien du Parti. Si la « communication politique » avait accompagné son ascension et pouvait donc être créditée de ce succès, l'échec montre qu'elle est faillible, et qu'elle reste un objet encore peu légitime dans le champ politique, comme dans l'opinion. Quand la « com' » devient trop visible, que la sincérité paraît dépassée par la stratégie et que les conseillers apparaissent trop au premier plan, le cadrage et la réception sondagière deviennent très négatifs. Surtout la « communication politique » se montre incapable de maîtriser la couverture presse. Malgré les stratégies amplement travaillées au sein du Groupe image ou encore de Prospol, ses conseillers se trouvent souvent dépassés par la résonnance imprévue d'une petite phrase. Au final, c'est donc la « communication politique », ainsi que les conseillers en communication que Michel Rocard va pointer comme responsable de son échec. Il va en tirer des conclusions assez radicales et se forger un regard critique sur cet objet jusque-là apprécié.

Deuxième partie : Le complexe de la communication (1981-1988)

Après une phase de progression continue de l'institutionnalisation de la « communication politique » dans les activités et l'entourage rocardien, l'échec face à François Mitterrand est à l'origine d'un retournement dans le rapport qu'a Michel Rocard avec l'objet étudié. Pour la première fois, la ressource qui avait en grande partie favorisée son ascension semble se retourner contre lui. Nous postulons que l'Appel de Conflans en 1980 constitue un événement véritablement traumatique qui l'amène à forger un complexe à l'égard de la communication. Sans s'en priver totalement il va en devenir de plus en plus critique, au point de rechigner à intervenir dans les médias. Son accession au pouvoir va contribuer à accentuer cette tendance. Avec l'expérience de fonctions gouvernementales, il va même se faire le théoricien de ses effets nuisibles sur la démocratie. Ses bons rapports avec les journalistes, qui avaient contribué à son succès dans les années 1970, vont peu à peu se distendre, contribuant à lui donner l'image de « mauvais communicant ». Cela ne l'empêchera pas, pour autant, de continuer à se servir de la « communication politique », notamment pour la candidature « jusqu'au bout » dans laquelle il se lance en 1985, en dépit d'un décalage croissant avec les registres communicationnels de son temps. Devenu méfiant à l'égard du conseil des « spécialistes en communication », il en vient finalement à s'en remettre de plus en plus à ceux que l'on peut qualifier comme les « politiques » de son entourage, pour reprendre une dichotomie forgée par Sabato[1]. C'est ainsi à Jean-Paul Huchon lorsque celui-ci occupe la fonction de directeur de cabinet auprès de lui au ministère, puis à Guy Carcassonne, professeur de droit, qu'il confie la charge de penser et mener sa communication. Bien loin d'une professionnalisation de la communication politique, on constate au contraire une désinstitutionnalisation progressive de ce domaine dans ses activités et dans son entourage, au point que la campagne de 1986-1988 ne paraît pas mieux organisée que celle de 1979-1980.

[1] SABATO, Larry. *The rise of political consultants. New ways of winning elections*. New York : Basic books, 1982

Chapitre 1 : Ce que se taire veut dire. La communication rocardienne à l'épreuve du pouvoir

La « communication politique » était pour Michel Rocard une ressource essentielle à son ascension, à la fin des années 1960 et dans les années 1970. Il ne pouvait pas se revendiquer d'un réel ancrage partisan et ne bénéficiait que depuis récemment, d'une vraie implantation locale, dans une terre, en plus, réputée de droite. L'accession aux fonctions ministérielles change la donne. Elle l'oblige d'abord, après la violente confrontation interne, à montrer sa fidélité et sa docilité au gouvernement dont il fait partie. Elle lui permet aussi de bénéficier d'une expérience au pouvoir, secteur dont pâtissait son image jusque-là. Intervenir dans les médias devient donc secondaire, voire même dangereux, pour celui qui veut avant tout « rentrer dans le rang » et se forger l'image d'un gouvernant sérieux.

I) Ministre du Plan : entre silence et discours technique

A) Se positionner dans le rang

1) Un ministre marginalisé

Avec la victoire de François Mitterrand, Michel Rocard est doublement marginalisé. D'abord au sein du gouvernement, à partir du 22 mai 1981, où il ne se voit confier qu'une « cage dorée », comme il la qualifiera plus tard, avec le ministère du Plan, mais aussi dans l'opinion où l'état de grâce voit le Président et le Premier ministre connaître des records de popularité, jamais atteints depuis 1958. L'ancien leader du PSU ne connaît, pour sa part, qu'une hausse modérée. Clairement surveillé par la majorité du Parti qui lui est hostile et

contraint par la solidarité gouvernementale, il doit entrer dans le rang. La crainte d'attaques contre lui de la part de la majorité mitterrandiste ressort très clairement des comptes rendus du Groupe image. Pierre Zémor redoute, par exemple, qu'il soit accusé d'être responsable des échecs économiques, en raison de la mauvaise tenue du Plan[1]. Dans le second gouvernement Mauroy (22 juin 1981), il doit même se débattre pour rester ministre d'État[2].

2) Un désaccord profond avec la politique menée

En désaccord profond sur la politique économique du gouvernement, il choisit pourtant de garder le silence publiquement. Cela se traduit notamment par une forte raréfaction de ses prises de parole. Nous avons vu son opposition aux nationalisations à 100 % bien avant 1981. Il rejette également la multiplication des mesures sociales immédiates, comme le passage aux 39h payées 40h, la retraite à 60 ans, ainsi que la revalorisation des aides sociales, porteurs selon lui d'un risque d'inflation à court terme. Dès les premiers jours de gouvernement, il le signale à Pierre Mauroy en lui conseillant une dévaluation, proposition rejetée par ce dernier[3]. Acteur à part entière de la mise en œuvre de la politique économique par le biais du Plan, il doit donc se conformer aux directives élyséennes et matignonesques. Quelques journalistes font part de son dépit, et les notes du Groupe image montrent ses difficultés à se fondre dans ce gouvernement : « odieux, hypocrite, dans les rapports » sont les termes qu'il utilise pour qualifier l'ambiance au conseil des ministres[4]. Dès le 14 octobre 1981, les journalistes l'interrogent sur sa prochaine démission[5] ! En outre, son plan intérimaire puis son Plan sont respectivement « retoqués » par Matignon, car jugés trop pessimistes[6]. Il est même obligé en catastrophe d'annuler sa participation au déjeuner de presse du 14 septembre 1982, apprenant

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « La communication du plan de 2 ans », Note de Pierre Zémor, 3 octobre 1981

[2] *Le Nouvel Observateur*, 23-29 octobre 1987

[3] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 233-234

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Carnet de notes, 13 février 1982

[5] INA, TF1, *JT 20h*, 14 octobre 1981

[6] ROCARD, Michel. *Si la Gauche savait. Op. cit.,* p. 238

juste avant le rejet de son Plan, tel que préparé[1]. Après la lourde défaite aux cantonales de 1982, le ministre du Plan tente de sonner l'alarme en affirmant qu'il s'agit d'un « avertissement » qui devrait être l'occasion « d'un examen sans complaisance ni faux-fuyant[2] ». Pierre Mauroy le convoque alors immédiatement et lui demande de garder le silence pendant six mois.

D'ailleurs, le désaccord ne porte pas que sur la politique économique menée. Ainsi, le 13 décembre 1981, l'état de guerre est décrété en Pologne et le ministre des Affaires étrangères, Claude Cheysson, préfère ne pas intervenir. La plupart des rocardiens vont alors manifester avec les soutiens de Solidarnosc dans les rues de Paris. Là encore Michel Rocard, après avoir hésité, choisit de rester fidèle au gouvernement en public, préférant faire entendre sa voix au Conseil des ministres suivant[3]. Autre exemple, alors que son ami et allié politique Jean-Pierre Cot est écarté du ministère du développement en raison d'un désaccord sur la ligne à l'égard des pays africains, le ministre du Plan choisit de ne pas faire entendre sa voix, ni de défendre le ministre évincé[4].

Patrick Poivre d'Arvor lui fait remarquer lors d'une interview en plateau, dans une sémiologie simpliste, « vous faites souvent ce geste (les mains jointes l'une contre l'autre à l'horizontale), certains y voient un signe et l'on dit souvent que vous avez les mains liées.[5] » Comme le montre cet exemple, cette situation complexe, en dépit de sa discrétion, peut être contre-productive et donner de lui l'image d'un ministre « ligoté, prisonnier ». Ses conseillers, malgré des dissensions entre les partisans du silence et ceux qui souhaitent qu'il se démarque, font remarquer, en général, comme le dit Guy Carcassonne que « la position de "franc-tireur" n'est pas vraiment conforme aux institutions de la V^{ème} République » et plaident donc pour cette stratégie de discrétion[6] : « Ce n'est pas le moment de préciser les objectifs ni de définir des dates. Toute tentative brutale de distanciation est prématurée. Il ne faut pas réveiller la

[1] *Le Quotidien de Paris*, 15 septembre 1982

[2] *Le Figaro*, 2 septembre 1984

[3] *Le Monde*, 13 juin 1985

[4] *Le Matin de Paris*, 10 décembre 1982

[5] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 11 décembre 1981

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Situation politique », Document sans date

rivalité FM/MR[1]. » On constate toutefois des désaccords entre l'équipe du ministère, clairement en faveur du silence, et le Groupe image plus divisé sur la question. Le groupe alerte assez tôt sur les dangers de cette stratégie. Elle risque d'abord d'isoler un peu plus Michel Rocard qui perd toute autonomie. Ainsi, Pierre Weil et Jérôme Jaffré, respectivement président et directeur d'études de la SOFRES, lui conseillent de ne pas trop avoir « le pied sur le frein », de « parler, faire », et de faire parler au PS : « "jeunes députés (Chapuis, Brana)"[2]. » Mais c'est surtout Pierre Zémor qui va se faire le représentant de cette idée, au sein du Groupe image. Il conseille au ministre une communication ample permettant à Michel Rocard de parler de tous les sujets : « Quant à M.R. nécessité de parler sans frontière : style de vie des Français, différents aspects de la société, l'évolution de l'économie dans l'espace et dans le temps, pédagogie quels que soient les domaines[3]. » Sans, toutefois, être entendu par le ministre.

En effet, par ce silence, Michel Rocard entend se forger l'image d'un bon gouvernant, alors qu'il n'a jusque-là jamais eu d'expérience ministérielle. Il doit ainsi apparaître en « ministre modèle » pour se servir, par la suite, de cette ressource en termes d'image[4]. Face à ce refus d'une stratégie plus offensive, les membres du Groupe image l'incitent à « développer le thème de la solidarité voulue, choisie. Discours en positif fait de propositions, en avance, pour éviter la réserve ou de jouer les Cassandre[5]. » Et la valorisation de son secteur – le Plan – est justement ce qui peut lui permettre de se démarquer : « Une synthèse peut cependant être proposée : le plan permet à MR d'apparaître comme l'homme de la cohérence et de tenir un discours global. De plus, le seul fait de parler suffit à le démarquer, tout au moins au sein du PS[6]. »

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Carnet de notes, « réunion du 30 janvier 1982 »

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Rdv avec Pierre Weil et Jérôme Jaffré », 24 juin 1981

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Note de travail : Plan et aménagement du territoire : contenu et hypothèses de travail », 31 mai 1981

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Carnet de notes, 13 février 1982

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Compte rendu de la réunion du groupe image du 27 octobre 1981 »

[6] *Ibid.*

B) Se cantonner à la pédagogie du Plan

1) Un secteur difficile à médiatiser

Pour éviter d'avoir à contredire publiquement la politique du gouvernement, la communication de Michel Rocard va donc se concentrer sur son secteur. Cela lui permet par ailleurs de défendre les prérogatives de son ministère, au final peu confortable puisqu'à cheval sur tous les sujets économiques. Le Plan a également perdu de sa superbe depuis la période Jean Monnet. Le ministère avait même disparu depuis 1977. Cette focalisation sur la thématique du Plan se retrouve nettement dans le classement de ses discours par thèmes (annexes, tableau D). De 1981 à 1983, 15 discours sont consacrés à l'aménagement du territoire (qui fait partie de ses délégations), 8 à la planification, et 14 à l'économie plus globalement (mais qui se réfèrent en général au Plan). Pour en faire la promotion, il préfère aux grands rendez-vous médiatiques, dans lesquels il est questionné sur sa stratégie politique globale et sa position à l'égard de la politique économique du gouvernement, les moyens de communication plus traditionnels comme la presse et la rédaction d'ouvrages. La promotion de cette thématique est d'autant plus difficile qu'il s'agit d'une problématique très obscure pour le grand public et les journalistes. Ainsi, Pierre Zémor suggère d'abandonner le vocabulaire trop technocratique « qui fait fuir les journalistes et rappelle trop l'époque giscardienne. » Il propose aussi une série d'interventions dans les journaux télévisés ou dans la presse, en particulier régionale[1]. Mais face à la discrétion du ministre, il propose de mettre plus en avant le commissaire au Plan – Hubert Prévot, un ancien du PSU et plume régulière de Michel Rocard – qui est par ailleurs un proche. Pierre Zémor n'est toutefois pas écouté quand il propose qu'un bilan du Plan soit fait tous les six mois dans les médias, afin de garder un contact régulier :

« Ce rapport semestriel, qui pourra rester très mesuré si on le juge utile ou au contraire être très critique, devra donc permettre de faire le point pour l'opinion, d'adresser des messages au gouvernement et pourrait être l'occasion d'une éventuelle rupture. Il contrerait

[1] Archives de Pierre Zémor, carton 1981-1982, « La communication du plan de 2 ans », Note de Pierre Zémor, 3 octobre 1981

enfin toute stratégie consistant à attendre le moment opportun pour rendre le plan et son ministre responsables de tous les problèmes du pays[1]. »

Après qu'une revue portant sur le plan ait été envisagée, c'est finalement un ouvrage qui lui est préféré[2]. Ce livre dont l'idée est lancée par Jean-Paul Huchon, directeur de cabinet de Michel Rocard, vise à présenter le Plan au grand public et s'accompagne d'une introduction du ministre[3]. On voit qu'à nouveau, pour compenser son éloignement des caméras, c'est par le livre que Michel Rocard se met à communiquer[4]. Son rôle de pédagogue rencontre les préoccupations du gouvernement qui cherche à faire connaître et défendre sa politique économique en province et y envoie ainsi Michel Rocard[5]. Il se rend aussi à l'étranger pour rassurer les milieux économiques européens, en particulier en Allemagne, où le gouvernement Schmidt est sceptique sur les orientations économiques de François Mitterrand[6].

2) Le refus de se désolidariser publiquement du gouvernement

Toutefois, comme nous l'avons vu, le risque est qu'en défendant ouvertement un plan dont il n'est pas complètement l'auteur, le ministre soit lui aussi jugé responsable de la politique économique. Pierre Zémor, dans une note au ministre, propose de donner un titre plus accrocheur au Plan, afin d'éviter qu'il soit qualifié de « Plan Rocard » dans la presse. En cherchant un nouveau nom il souhaite éviter que Michel Rocard soit désigné, en cas d'échec, comme en partie responsable :

« Le danger de la situation actuelle est que MR soit impliqué, à travers le plan intérimaire – de rétablissement ? – dans un éventuel échec de la politique du gouvernement

[1] *Ibid.*

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Note N° 2 », 9 juin 1981

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Réunion Faire », 25 juin 1981

[4] Entretien avec Gentiane Weil, 28 mars 2013

[5] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/173, « Présentation des thèmes et objectifs du voyage », 26 octobre 1981

[6] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/174, Discours à Francfort devant la presse économique allemande, 12 janvier 1982

Mauroy et soit ainsi désigné, *a posteriori*, comme le responsable de cet échec. Or, dans les mois à venir MR ne pourra critiquer que dans des conditions difficiles la politique du gouvernement parce qu'à la fois :

-lié par la solidarité gouvernementale

-tributaire des médias "à objectivité variable"

-engagé dans une large mesure, aux yeux de l'opinion, par ce plan

Il existe cependant des moyens d'infléchir, voire de renverser, cette situation et d'exercer une pression sur l'exécutif gouvernemental et présidentiel[1]. »

Pour éviter cette assimilation, Pierre Zémor suggère à Michel Rocard une lettre publique qui accompagnerait la préface, dans le Plan publié, qui permettrait au ministre de rappeler ses positions :

« Mais cette lettre comprendrait surtout un avertissement d'une certaine solennité expliquant que le "rétablissement" ne pourrait évidemment pas se produire si les grands équilibres – monnaie, inflation, budget – n'étaient pas respectés (...) En cas de conflit grave avec le gouvernement ou le président, MR pourra s'appuyer sur cet avertissement pour justifier une position intransigeante (...) le gouvernement ne pourra pas, par la suite, imputer aussi facilement au plan et à son ministre la responsabilité d'un éventuel échec économique. D'autant plus qu'un dispositif "d'évaluation périodique" serait prévu[2]. »

La préface sera au contraire fidèle à l'action du gouvernement, euphémisant même les déficits générés par la politique sociale depuis la victoire[3]. Au final, Michel Rocard préférera une communication discrète. Il sera un peu présent dans les journaux télévisés, pour présenter le Plan au moment de son dévoilement, puis disparaîtra de nouveau des médias[4].

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « La communication du plan de 2 ans », Note de Pierre Zémor, 3 octobre 1981

[2] *Ibid.*

[3] ROCARD, Michel. *Plan intérimaire. Stratégie pour deux ans*. Paris : Flammarion, 1982

[4] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 5 octobre 1982 ; INA, TF1, *JT 13h*, 27 mai 1982

C) Faire profil bas au sein du PS

1) Une perte de représentation des rocardiens

La stratégie de la discrétion est doublée d'une mise sous silence des divisions internes au sein du PS : « De plus (PB, JPH) il est trop tôt à cause des municipales ; on doit jouer le Parti. On n'en a pas encore assez bavé[1]. » Au Congrès de Valence qui suit la présidentielle (23-25 octobre 1981), le courant rocardien est dissous dans une motion unitaire. Mais les membres de l'ancien courant C sont contraints de manger leur pain noir. Lionel Jospin ne manque pas de marquer dans le numéro du *Poing et la rose* spécial congrès son étonnement ironique à l'égard de la volonté du courant « rocardien » de rallier la motion unitaire, et souligne qu'il aurait préféré que l'unité ne se fasse qu'après que chacun ait présenté sa motion. Il justifie ainsi son refus que les rocardiens soient cosignataires de cette motion[2]. La vengeance politique ne semble pas loin, tant tous les documents officiels du parti pour ce congrès réaffirment unanimement que le 10 mai 1981, c'est la ligne de François Mitterrand à Metz qui l'a emporté[3]. Pour accepter l'union, le courant C a dû accepter une forte réduction de sa représentation : « En passant de 21 à 15 % des effectifs du comité directeur, les amis de Michel Rocard deviennent le plus petit des quatre grands courants du PS[4]. »

Résistant à la provocation, et dans la lignée de sa position au sein du gouvernement, Michel Rocard choisit de faire à la tribune du congrès un discours des plus consensuels et très applaudi – et que *Le Point* juge comme étant un de ses plus beaux[5] – notamment en se félicitant que des ministres communistes soient au gouvernement. Il y défend la politique économique menée, en particulier sur les nationalisations. Quant à la motion commune, il l'explique par les références faites au compromis social dans le texte unitaire :

---

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Groupe Actualités », 17 juin 1982

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton Congrès de Valence, *Le Poing et la rose*, n° 93, août 1981

[3] *Ibid.*

[4] *Libération*, 23 octobre 1981.

[5] *Le Point*, 26 novembre 1981

« Ce texte, mes camarades, je le crois très important. Le mot de compromis était-il bon ? C'est un mot qui a mauvaise presse en France. La classe dirigeante a, pendant tant d'années, refusé la négociation dans l'entreprise, le monde du travail a, pendant si longtemps, été écarté des responsabilités que le mot de compromis laisse entendre que l'on imagine des compromissions. Il est sain que le texte de la motion, qui comme chacun le sait n'est pas de moi, cherche à réhabiliter cette notion de compromis, conçue non pas justement comme compromission, mais comme une avancée et une étape supérieure du combat[1]. »

Mais cette mise au pas des rocardiens n'est pas sans mécontenter les troupes, comme le soulève Alain Richard, lors des réunions du groupe politique qui continue d'entourer le ministre du Plan : « dans les fédés risque de tout perdre sans qualifications avec notre tactique. Crainte d'une certaine suspicion de notre base à l'égard de ses chefs : "Ils ne se sont pas battus puis ont été à la soupe"[2]. » Ainsi, le député du Val d'Oise propose d'aller à la confrontation : « prendre date assez rapidement en envoyant à la rentrée quelques signaux (par exemple : idée que l'industrie est porteuse d'avenir). La dégradation inévitable de la situation plaide pour cette option. »

Si Michel Rocard a réussi à donner une preuve supplémentaire de sa fidélité au parti et au pouvoir avec ce congrès, il apparaît de plus en plus dans l'opinion comme un homme isolé :

« Plus importante est la rupture qui est intervenue au sein de l'ancienne minorité du parti entre les courants de MM. Mauroy et Rocard. Séparer l'un et l'autre était d'ailleurs un objectif du courant Mitterrand. M. Rocard lui-même a donné à M. Mauroy l'occasion de prendre ses distances en critiquant, lors du conseil des ministres de Rambouillet, le programme de nationalisations de manière telle que le Premier ministre en a pris ombrage. Dès lors, les amis de M. Mauroy ont "lâché" les rocardiens dans la négociation engagée par les autres courants pour la répartition des influences au sein du parti[3]. »

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton Congrès de Valence, *Le Poing et la rose*, n° 93, août 1981

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Compte rendu : groupe politique du vendredi », 17 juillet 1981

[3] *Le Monde*, 23 octobre 1981.

2) L'émergence de contestations internes aux rocardiens

La pénitence infligée se poursuit au congrès suivant – à Bourg-en-Bresse, du 28 et 30 octobre 1983 – où les rocardiens doivent accepter une nouvelle baisse de leur représentation pour rester dans la motion principale. En effet, une partie des jeunes issus du courant rocardien, déçus par le silence de Michel Rocard et radicalisant les positions du courant C, autour d'Alain Richard, Marie-Noëlle Lienemann et Jean-Pierre Worms présentent leur propre motion intitulée AGIRS – qui signifie : A Gauche pour l'Initiative, la Responsabilité et la Solidarité, mais souvent désignée comme « néo-rocardienne » –, et obtiennent 4,5 % au Congrès de Bourg-en-Bresse. Etant donné la récente modification des statuts, ce score leur permet d'avoir une représentation que les mitterrandistes retranchent de celle des rocardiens. Michel Rocard se refuse à nouveau à intervenir pour marquer franchement son désaccord à l'égard de ces manœuvres, ce qui ne va pas sans mécontenter son entourage[1]. Suivant les conseils de Jean-Paul Huchon, alors son directeur de cabinet, il choisit de rester fidèle à la majorité :

« A mon sens, l'indifférence et le profil bas à l'égard de ce machin que sera le Congrès de Bourg-en-Bresse restent la ligne à suivre, car la patience reste aujourd'hui, me semble-t-il, ton meilleur atout, à condition que nous parvenions à dominer, dans la douleur certainement, les obstacles multipliés et pointus qui faisaient l'objet de ma note d'aujourd'hui[2]. »

Michel Rocard n'y prendra même pas la parole, contrairement aux conseils du groupe Prospol[3]. Après l'échec de sa candidature en 1980, le nouveau ministre du Plan choisit donc une stratégie de repli. Il reste silencieux pour éviter de marquer son désaccord avec la politique menée et préfère se joindre à la motion unitaire, au prix de coupes drastiques dans la représentation de son courant. Cette stratégie, si elle lui permet d'éviter une marginalisation totale au sein du PS et de rester au gouvernement, pèse sur son image et le fait apparaître comme un homme contraint au silence et isolé. Le changement de fonction au sein du gouvernement va lui permettre de revenir au premier plan.

---

[1] CHAPUIS, Robert. *Si Rocard avait su. Op. cit.*

[2] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/20, Dossier 1, Note de Jean-Paul Huchon, 12 août 1983

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Réunion Prospol », 7 septembre 1983

II) Le réveil de l'agriculture

A) Un retour sondagier et médiatique

Le changement de gouvernement qui intervient en mars 1983, va constituer, pour Michel Rocard, une évolution salvatrice. Coincé dans sa « prison dorée » du Plan, il souhaite ardemment un nouveau poste qui lui offre plus de marge de manœuvre. Avec l'Agriculture, qu'il obtient le 23 mars 1983, il trouve un ministère qui correspond à ses attentes. Etant plus exposé, surtout en raison des réformes européennes de la Politique agricole commune, le ministre bénéficie d'une plus grande médiatisation qu'il n'en avait au Plan. La crise de surproduction que connaît alors l'agriculture européenne, et notamment le secteur du lait, fait de l'agriculture un sujet au cœur de l'actualité. Plus besoin d'aller appâter les journalistes pour évoquer un sujet complexe et peu attractif. Outre les mobilisations des agriculteurs, le thème bénéficie d'une forte presse spécialisée. Il peut ainsi publier 26 articles ou entretiens dans la presse agricole entre 1983 et 1985, contre 11 articles et entretiens dans la presse économique et consacrée au développement depuis 1981. Sans compter la presse régionale qui s'intéresse beaucoup à son domaine. 16 articles et entretiens de lui sont ainsi publiés dans la Presse quotidienne régionale (PQR) (voir plus loin tableau 6).

La médiatisation du ministre est également corrélée au contraste entre sa popularité maintenue et l'effondrement de celles du gouvernement et du chef de l'État. La victoire de la gauche en 1981 avait relativisé sa popularité, alors que celle de la plupart des nouveaux ministres, du président de la République et du Premier ministre était en forte hausse. Sa cote dans les sondages baisse légèrement entre juin 1981 et février 1982, puis se stabilise de mars 82 à février 83[1]. Avec sa nomination à l'Agriculture elle repart à la hausse, alors que celles des membres de la majorité et du gouvernement s'effondrent (voir annexes, graphique B et G). Ainsi, selon un sondage *L'Express*-Gallup, 50 % des Français veulent qu'il remplace

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1983-1985, « Compte rendu de la réunion du groupe image du 24 septembre 1983 »

Pierre Mauroy à la tête du gouvernement. 79 % pensent qu'on peut dire qu'il est compétent, courageux (77 %), réaliste (73 %), rassurant (59 %), rassembleur (54 %), ambitieux (72 %), technocrate (45 %), opportuniste (37 % pensent que cela ne s'applique pas, contre 40 %). Il n'est par contre pas considéré comme démagogue (50 % pensent que cela ne s'applique pas contre 28 %), sectaire (57 % ne le pensent pas contre 20 %), ou indécis (62 % contre 19 %)[1].

Surtout, il apparaît comme le favori des sondages pour la présidentielle de 1988. Selon le sondage *L'Express*-Gallup, il est de loin le seul à pouvoir l'emporter à gauche en 1988. Et le meilleur candidat pour succéder à François Mitterrand, si celui-ci ne se représente pas, devançant Jacques Delors de 27 points et Laurent Fabius de 24[2]. En décembre 1982, *Le Point* le montre déjà en habit de président de la République, 49% des sondés le voyant comme le futur « présidentiable » suivi de très loin par Jacques Chirac : 27 %[3].

B) Apaiser les tensions dans le milieu agricole

Toutefois, ce ministère est loin d'être une sinécure. Les médias font d'ailleurs remarquer que cette nomination a pour but de briser Michel Rocard, ou au moins de le mettre à l'épreuve[4]. Les relations entre la gauche et les agriculteurs sont historiquement mauvaises. Fabien Conord a bien montré comment, dans les années 1950-1960, la gauche, en voulant défendre les agriculteurs les plus menacés par la modernisation, s'est éloignée du vivier syndicaliste agricole[5]. En outre, son prédécesseur, Edith Cresson, eut à faire face à une fronde très active des milieux agricoles. D'abord parce qu'elle est la première femme à ce poste, ce qui est vécu comme une provocation par la FNSEA – Fédération nationale des exploitants agricoles –, principal syndicat de la profession. La ministre tenta par ailleurs de réformer la représentation syndicale agricole afin de donner plus de place aux syndicats favorables à la

[1] *L'Express*, 18 novembre 1983

[2] *Le Nouvel Observateur*, 22 novembre 1984 (sondage entre le 15 et 21 novembre)

[3] *Le Point*, 29 novembre 1982

[4] *Le Journal du dimanche*, 26 juin 1983

[5] CONORD, Fabien. *Rendez-vous manqués : La gauche non communiste et la modernisation des campagnes françaises*. Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, 2010

gauche, et desserrer l'omniprésence de la FNSEA et du CNJA – Centre National des jeunes agriculteurs. Cela contribua encore à envenimer la situation[1]. Elle vit se multiplier les manifestations, les blocages, que son tempérament bien trempé n'a pas contribué à apaiser. C'est donc un secteur enflammé que reprend Michel Rocard, et dont les relations avec le gouvernement sont des plus détestables.

En outre, comme Michel Rocard le souligne lui-même, son rapport avec l'Agriculture n'est pas logique, à première vue, pour lui l'enfant de la ville[2]. Il peut certes se targuer de l'intérêt du PSU pour ce secteur, par le biais notamment de François Tanguy-Prigent – agriculteur, député du Front Populaire, résistant et ministre de l'Agriculture de 1944 à 1947 – mais il n'en reste pas moins que son assimilation par le secteur n'est pas évidente. Toutefois, son image et son attitude, au départ très humble, plaisent et contribuent à calmer la situation dès les premiers jours. Il se présente en défenseur du milieu agricole en dénonçant d'emblée les montants compensatoires monétaires européens (MCM) – il s'agit de compensations financières créées en 1969 pour éviter que les prix agricoles exprimés en ECU subissent les fluctuations des différentes monnaies ; ils impliquent alors une taxation supplémentaire des produits agricoles français – qui nuisent à l'agriculture française. Dès sa nomination, il pèse de tout son poids pour éviter les coupes budgétaires dans son secteur. A peine arrivé dans ses fonctions, il rédige une lettre de protestation à Pierre Mauroy sur les coupes dans le ministère de l'Agriculture de 30,5 millions :

« Je ne sais pas ce qu'aurait fait Edith. Pour ma part, je te dis tout net que cet ensemble de cadeaux de joyeux avènement est inacceptable. J'ai, paraît-il, charge de réconcilier le gouvernement avec la profession. C'est du moins ce que j'ai compris. Cette situation budgétaire interdit purement et simplement d'en caresser seulement le rêve[3]. »

Il se montre par ailleurs parfaitement à l'écoute et souhaitant le dialogue, notamment avec la FNSEA et plus généralement toutes les organisations syndicales. Il peut se servir de ses relations anciennes avec une partie du secteur, notamment au CNJA pour lequel il avait

[1] GOURY, Bernard. Les premiers pas de la politique agricole. *Lettre de l'Institut François Mitterrand*, n° 11, 9 mars 2005

[2] BELLON Christophe. Un témoignage exclusif : Michel Rocard au ministère de l'Agriculture. Interview de Michel Rocard. *Parlement[s], Revue d'histoire politique*, n° 5, 2006, p. 18-51

[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/20, Dossier 1, Lettre de Michel Rocard à Pierre Mauroy, 12 avril 1983

fait de nombreuses conférences dans sa jeunesse et où il avait rencontré le futur président de la FNSEA François Guillaume[1]. Quelques jours après son arrivée, Michel Rocard s'entretient chaleureusement et longuement avec ce dernier, désormais à la tête du principal syndicat agricole[2]. Les médias ne tardent pas à mettre l'accent sur ces nouveaux rapports entre le ministère et les représentants agricoles[3]. Lors de son premier discours au congrès annuel de la FNSEA, Michel Rocard semble même avoir « réussi son examen de passage ici à Grenoble. Tour à tour efficace, précis, émouvant, il a été reçu en vedette de la vie politique par les agriculteurs[4]. » Jean-Marie Colombani y voit un nouvel « état de grâce » dans les rapports entre le gouvernement et les agriculteurs[5].

Dans toutes ses interventions publiques, il ne cesse de rappeler les problèmes de revenus auxquels les agriculteurs sont confrontés et s'en fait le porte-voix auprès de l'opinion. Ainsi, invité d'une émission agricole *D'un soleil à l'autre*, le 29 mai 1983, il souligne par des graphiques que l'évolution des revenus des agriculteurs est bien moins importante que celle des travailleurs de la ville. Il prend à parti l'opinion de la situation décrite comme dramatique des agriculteurs :

« Les Français doivent savoir que les éleveurs de poules pondeuses et de poulets depuis deux ans, les éleveurs de porc depuis plusieurs mois, et, dans certaines situations, les producteurs de lait, vivent un drame économique. En dépit d'installations très modernes, leurs prix de revient sont supérieurs aux prix de vente sur des marchés qui s'effondrent. Non seulement leurs revenus sont devenus négatifs, ils ne vivent qu'en consommant du capital, mais leurs dettes s'accumulent. Ils risquent d'être poursuivis jusqu'à la saisie de leur télévision ou de leur réfrigérateur familial[6]. »

Il réaffirme en outre à plusieurs reprises dans ses interventions médias que « l'agriculture est très importante pour l'économie du pays[7] ». Il se montre ainsi

[1] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 118

[2] INA, Antenne 2, *Midi 2*, 31 mars 1983

[3] INA, Antenne 2, *Midi 2*, 14 avril 1983

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 14 avril 1983

[5] *Le Monde*, 16 avril 1983

[6] INA, France 3, *D'un soleil à l'autre*, 29 mai 1983

[7] *Ibid.*

compréhensif, y compris lors de protestations violentes, comme on peut le voir avec la dépêche AFP qu'il diffuse lors de dégradations à Quimper et Chateaulin : « Ce qui s'est passé à Quimper et à Chateaulin n'en est pas moins grave et inadmissible. Mais, devant l'événement, même le plus inacceptable, il est un premier devoir qui s'impose : comprendre[1]. » Dès cette dépêche il entend montrer qu'il agit pour préserver les intérêts des agriculteurs, afin de prévenir une amplification du mouvement : « Le premier combat concerne les prix et les montants compensatoires monétaires. Je le livre énergiquement à Bruxelles et à Luxembourg[2]. »

Alors que les socialistes se réunissent à Niort, en décembre 1983, les agriculteurs organisent un blocage du congrès. Michel Rocard sort à leur rencontre, dans le froid, avec un micro de rue pour parler avec eux et expliquer que lors des journées d'Athènes où ont lieu les négociations, il va défendre une agriculture exportatrice, ainsi que le démantèlement de tous les MCM[3]. Au final, son intégration se fait donc aisément, un agriculteur n'hésitant pas à dire au congrès de la FNSEA : « c'est un gars comme nous[4]. » Au-delà de cet élan de sympathie personnelle, les agriculteurs se sentent flattés d'avoir désormais un ministre célèbre et au poids politique important.

C) Se présenter en négociateur minutieux

Les négociations européennes sont l'enjeu principal de sa crédibilité auprès des agriculteurs. En ayant fait son combat premier dès sa prise de fonction, il se sait très attendu dans ce domaine et joue, pour rassurer les agriculteurs, de son image de « technocrate », donc homme ayant de larges connaissances des dossiers techniques. A l'opposé du modèle chiraquien, d'un ministre complaisant venant tâter les vaches, c'est vraiment le technicien qu'il met en avant, image qui correspond sans doute mieux à sa personnalité. Aussitôt

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/177, « Déclaration de M. Michel Rocard à l'AFP », 24 avril 1983

[2] *Ibid.*

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 3 décembre 1983

[4] *Le Monde*, 16 avril 1983

nommé, il est invité sur les plateaux de télévision, mais il n'hésite pas à dire qu'il ne connaît pas encore tous les dossiers et va en prendre connaissance : « Je sais que ce sont des réponses concrètes et précises qu'attend le monde agricole, mais ils savent aussi que, pour les apporter, il faut le temps nécessaire pour se familiariser avec les dossiers. Il ne faut pas confondre rapidité et précipitation[1]. » Il laisse également entendre à la presse qu'il travaille ses dossiers près de 80h par semaine[2].

C'est cette image de travailleur minutieux qu'il mobilise au moment des négociations européennes. L'essentiel de ses interventions télévisées en tant que ministre de l'Agriculture est d'ailleurs lié à ce sujet[3]. Près de 15 reportages sont consacrés à son action dans ce domaine au cours du mois d'avril 1983. Mais il n'est pas l'unique responsable de cette forte médiatisation. Les agriculteurs font régulièrement entendre leur colère pour peser sur les choix qui seront faits, durant une période marquée par la crise du surplus agricole et plus particulièrement laitier. Ils organisent des manifestations spectaculaires, notamment le 28 avril 1983[4]. Il est nécessaire pour le ministre de montrer qu'il tient la situation en main, qu'il ne cède pas dans les négociations[5].

Lui pourtant critique du sensationnalisme médiatique, n'hésite pas à dramatiser les négociations pour les faire accepter par les agriculteurs comme la seule solution possible. Alors que les négociations sur la suppression des MCM sont en cours, il tient les journalistes en haleine en venant régulièrement parler devant les caméras. Son attachée de presse, Gentiane Weil, fait elle aussi son possible pour tenir les journalistes éveillés[6]. Alors que les négociations semblent difficiles, il apparaît devant les écrans, non rasé, pour expliquer qu'il ne cède rien[7]. La presse souligne que Michel Rocard fait « forte impression » dans ces discussions[8]. Les négociations s'achèvent finalement le 16 mai 1983 au bout de la troisième

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/177, « Canevas de l'intervention du ministre sur TF1 », 29 mars 1983

[2] TF1, *JT 13h*, 24 avril 1984

[3] TF1, *JT 13h*, 31 mars 1984

[4] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 28 avril 1983 ; INA, Antenne 2, *JT 20h*, 29 avril 1983

[5] INA, TF1, *JT 20h*, 29 avril 1983 ; INA, Antenne 2, *Midi 2*, 17 mai 1983

[6] Entretien avec Gentiane Weil, 28 mars 2013

[7] INA, TF1, *JT 13h*, 20 avril 1983

[8] INA, TF1, *JT 13h*, 21 avril 1983

négociation en 6 semaines. Une fois l'accord trouvé, il vient annoncer la réussite à quatre heures du matin, visiblement épuisé, les yeux presque clos : « Ce n'est pas la catastrophe noire. Nous avons préservé l'essentiel[1]. »

Un an après, c'est, cette fois-ci, aux quotas laitiers qu'il s'attelle, en utilisant la même méthode de négociation, et alors que la France préside au premier semestre 1984 le Conseil européen. En mars 1984, les ministres de l'Agriculture parviennent à un accord. Reste à Michel Rocard à le faire passer auprès d'agriculteurs déjà mécontents de la chute des prix. Il va utiliser pour cela un argument rhétorique mis en lumière par Etienne Augé[2], le « choix truqué ». Il consiste pour le ministre à opposer la solution négociée à un éclatement de la Politique agricole commune qui ferait peser un danger bien plus grand à l'agriculture française. Ainsi, la solution présentée par le ministre apparaît comme une évidence[3].

La « méthode Rocard » ne se décline pas qu'au plan européen, il fait également preuve de ses talents de négociateur sur un sujet aussi complexe et porteur de tensions que la réforme de l'enseignement agricole. En effet, au même moment, la guerre scolaire s'est réouverte, opposant le projet de formation d'un enseignement secondaire unifié porté par le gouvernement – loi Savary –, aux revendications des partisans de l'école privée qui craignent sa disparition. Sur ce plan, il choisit une stratégie tout à fait différente. Pour éviter de s'embourber dans un débat aussi rude que celui qui touche la réforme de l'enseignement général, il choisit de faire profil bas et de mettre en avant au maximum la négociation. Ainsi, il se refuse à toute médiatisation, « Vous comprendrez que je ne souhaite pas en dire plus[4] » répond-il aux journalistes qui l'interrogent sur ce dossier. On peut dire qu'il utilise là une stratégie de sous-politisation telle que décrite par Pierre Lascoumes[5]. Il s'agit, en privilégiant une lecture technique du texte, d'éviter un débat agonistique. Au contraire, la réforme Savary est victime d'une surpolitisation enclenchée par une aile gauche du PS, toujours hostile aux Eglises et une droite qui cherche un sujet pour revenir au premier plan. Cette stratégie

[1] INA, TF1, *JT 13h,* 17 mai 1983

[2] AUGE, Etienne. *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent*. Bruxelles : De Bœck, 2007

[3] INA, TF1, *JT 13h*, 17 mai 1983

[4] INA, Antenne 2, *Midi 2*, 31 mars 1983

[5] LASCOUMES, Pierre. Les compromis parlementaires, combinaisons de surpolitisation et sous-politisation : l'adoption des lois de réforme du code pénal (décembre 1992) et de création du Pacs (novembre 1999). *RFSP*, n° 59, juin 2009, p. 455-478

rocardienne permet de faire passer les deux lois – l'une sur l'enseignement public, l'autre sur l'enseignement privé – à l'unanimité du Parlement.

D) Nourrir de bonnes relations avec la presse agricole

Evitant toujours la presse généraliste, Michel Rocard se montre par contre soucieux d'entretenir les meilleures relations avec les journalistes agricoles. Outre la presse spécialisée, son équipe essaie d'entretenir de bons rapports avec les journalistes agricoles de la presse généraliste, souvent peu reconnus et faiblement intégrés au sein des rédactions, comme le met en valeur le Groupe image :

« Leur culture politique est faible, mais ils sont habitués aux manœuvres politiciennes qui font partie des relations du monde agricole. Ils sont souvent complexés et très liés à la profession agricole. Tout en étant flattés que M.R. soit leur ministre, ils sont également intimidés par la dimension politique nationale de M.R. Ils souhaitent mettre à l'épreuve le champion des sondages. (...) Ils reconnaissent le pragmatisme de M.R. et les résultats qu'il a pu obtenir. Cependant, ils craignent que M.R. ne considère l'agriculture comme un tremplin[1]. »

A partir de là, l'équipe du ministre cherche à leur donner tous les outils nécessaires pour leur permettre une valorisation de ce secteur. Ils créent un nouvel événement qui a justement pour but de mettre en valeur l'information agricole et d'attirer l'attention de tous les médias, y compris généralistes : la « semaine de l'agriculture ». Durant la conférence de presse que Michel Rocard y tient il s'explique justement sur la création de cet événement :

« Pourquoi cette semaine alors qu'aucun jour ne se passe sans qu'un point d'actualité ne concerne mon secteur d'activité ? Les journalistes agricoles de journaux d'information générale savent qu'il est difficile de faire comprendre à leurs rédacteurs en chef l'intérêt de traiter de tel ou tel sujet agricole (de même en réunion interministérielle...) ; mauvaise compréhension de la politique agricole et de son coût. Image imprécise au niveau national

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Compte rendu de la réunion du groupe image du 24 septembre 1983 »

(...) C'est pourquoi je lance cette semaine de l'agriculture, qui a pour bout une sensibilisation de l'opinion publique en général, à laquelle tous les établissements et tous les organismes qui sont partie prenante dans ce domaine peuvent participer en mettant en place leurs propres manifestations[1]. »

Ce renforcement des relations avec la presse passe aussi par une modernisation de la communication du ministère. Prenant le contrepied des évolutions précédentes, il choisit de conserver au sein de son cabinet, et même de renforcer la sous-direction à l'information du ministère :

« J'ai trouvé à mon arrivée au ministère de l'Agriculture, dans les dossiers qui m'étaient transmis, un projet, ou plutôt une intention, de mettre fin au rattachement au cabinet de la sous-direction de l'information. Je ne l'ai pas fait. Cela, pour deux raisons. D'abord parce qu'un ministre – surtout s'il a la réputation d'être attentif à tout ce qui touche la communication – se sépare difficilement de services qui l'informent sur l'opinion et qui informent l'opinion de l'action de son ministère. J'attache donc une grande importance à la sous-direction de l'information et cette proximité maintenue l'atteste. La seconde raison est que nous avions, et nous avons encore beaucoup d'efforts à faire pour que le ministère de l'agriculture, qui déjà informe beaucoup et bien, puisse mieux communiquer. (...) Il importe, par ailleurs, de mieux faire comprendre les agriculteurs et leurs problèmes à l'ensemble des Français. Il faut au ministère une voix forte et cohérente. Celle-ci n'est pas le monopole du ministre[2]. »

Il choisit ainsi de conserver autour de lui un service d'information important en termes d'effectifs et de moyens et qui a une grande expérience. Plutôt que de distinguer nettement la communication du ministre et celle du ministère, la communication politique de la publique, il choisit d'associer les deux, afin de bénéficier des importants moyens mobilisés par la seconde. Ce qui n'est pas sans déplaire à ce service d'information qui craignait un déclin de son rôle. Il ajoute par ailleurs à son cabinet un comité pour l'information et la communication, présidé par son directeur de cabinet dont les membres sont : Gentiane Weil, Pierre Masson –

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/180, Conférence de presse du 13 décembre 1984 annonçant le lancement de la semaine de l'agriculture

[2] Archives nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/180, « Discours du ministre pour le pot de départ de François Clerc », 5 juin 1984

ses deux attachés presse – et Pierre Zémor[1]. En outre, il entend, au-delà des canaux traditionnels « être plus présent sur le terrain des nouveaux médias appelés à compter pour le monde rural[2] ». Cela passe notamment par la promotion de « l'informatique et de la téléinformatique[3]. »

Si à l'Agriculture, Michel Rocard paraît plus au centre de l'actualité, il semble encore largement se concentrer sur son secteur. Celui-ci va toutefois lui permettre d'élargir son propos et de rappeler qu'au-delà du ministre de l'Agriculture il continue à avoir une vision plus globale de la politique à mener comme le souligne le Groupe image :

« A partir d'exemples concrets et des thèmes ci-dessous, on peut facilement rajouter les thèmes généraux en ce qui concerne :

-le volet solidarité-justice en Agriculture, renvoi sur les valeurs de gauche, de diffusion du pouvoir, d'amortisseur de la crise...

-les volets internationaux et la politique étrangère

-le volet efficacité (hormis les exportations agricoles) ne trouve pas de compléments au niveau du gouvernement ; c'est l'apport de MR en agriculture comme... ailleurs[4]. »

Lors de la préparation de l'émission *Politiques* – 24 avril 1981– qui est la première émission entièrement consacrée à Michel Rocard, depuis *Cartes sur table* en 1980, cet aspect est fortement mis en avant par le Groupe image : « Le but de cette émission : partir du "terrain" (agriculture) pour valoriser le travail effectué et aborder ensuite des thèmes plus politiques afin de prouver que M.R. n'est pas seulement un ministre technicien.[5] »

En dépit de ces tentatives d'élargir son discours, au final très réduites, la stratégie de communication de Michel Rocard reste conforme aux principes élaborés dès 1981. Il privilégie le technique et évite d'entrer dans le débat purement politique. Ainsi, ce sont pas moins de 107 discours qu'il prononce avec comme thème principal l'agriculture (voir

[1] *Ibid.*

[2] *Ibid.*

[3] *Ibid.*

[4] Archives de Pierre Zémor, carton 1983-85, Lettre de Pierre Zémor à Michel Rocard, « Reprise de parole plus globale de M.R. », 2 janvier 1984

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1983-1985, « Réunion du Groupe image du 17 mai 1984 »

annexes, tableau D), soit la quasi-totalité de ses discours durant cette période. Tant que sa cote dans l'opinion reste aussi haute que celle des autres membres est basse, il n'a pas de raison de changer de positionnement.

III) Le défi Fabius

A) Un concurrent direct

1) Un Premier ministre au positionnement proche du maire de Conflans

Si l'agriculture redonne à Michel Rocard une plus grande visibilité dans les médias, le tournant dans sa stratégie de communication est clairement lié à l'arrivée de Laurent Fabius à la tête du gouvernement, le 18 juillet 1984. Celui-ci, jouant sur sa jeunesse – il a 16 ans de moins que Michel Rocard – et se présentant comme porteur de modernité, vient concurrencer Michel Rocard sur son propre terrain : celui de la nouveauté politique et de la crédibilité économique. Alors que Pierre Mauroy apparaissait comme le Premier ministre de l'Union de la gauche et des nationalisations, devant assumer l'impopularité du gouvernement et de la politique menée, Laurent Fabius entend incarner par le biais de son image personnelle une nouvelle politique économique, plus ouverte au libéralisme. Au parler vrai rocardien, il répond par un parler simple, n'hésitant pas à réduire drastiquement le vocabulaire employé. Bien conscient de son importance, il accorde une grande place à la télévision dans sa communication. Ses interventions sont préparées et il pousse son souci de l'image jusqu'à se maquiller lui-même[1]. Les médias ne s'y trompent pas et soulignent à quel point le style du

[1] PAWELSKI, Léa. *Communication politique, représentation médiatique. L'exemple de Laurent Fabius Premier ministre*. Paris : Nouveau Monde éditions, 2016

nouveau Premier ministre s'inspire du maire de Conflans, tout en rendant la communication de Michel Rocard désuète[1].

Les sondages suivent cette impression des médias et marquent l'effet Fabius. Ainsi, 58 % des Français accueillent positivement sa nomination en août 1984[2]. Peu connu jusque-là, le Premier ministre voit sa popularité décoller et rattraper le chouchou des sondages, jusqu'à le dépasser en avril 1985 (annexes, graphique G). Une analyse plus en détail de leur popularité respective permet de voir que Laurent Fabius bénéficie d'une image plus moderne, plus positive auprès des jeunes, et qu'il représente bien plus l'avenir que l'ancien chef du PSU : 44 % des sondés pensent que le Premier ministre a le plus d'avenir contre 22 % pour Michel Rocard, et 35% considèrent qu'il incarne mieux le socialisme que le ministre de l'Agriculture. Toutefois, Michel Rocard reste le plus présidentiable (37 % contre 27 %) et celui ayant la meilleure image d'homme d'État (36 % contre 30 %)[3]. Michel Rocard qui bénéficiait jusque-là d'une mine juvénile intacte apparaît désormais vieilli par son concurrent comme on le retrouve dans la presse. Il semble être devenu « un vieux jeune homme un peu voûté dont les traits mobiles se sont gravés tandis que la calvitie creusait deux isthmes de chaque côté du front têtu[4] ».

2) Michel Rocard : un ministre socialiste comme les autres ?

Outre la concurrence de Laurent Fabius, Michel Rocard semble s'être banalisé. Le Groupe image constate ainsi que la courbe de popularité de Michel Rocard suit de plus en plus les « grandes tendances manifestées par l'opinion publique à l'égard du gouvernement. Il y a donc une perte d'autonomie de MR[5]. » Cette banalisation est aussi la conséquence indirecte de la communication technique décrite précédemment. Elle tend à ombrer le destin et la stratégie personnelle de Michel Rocard :

---

[1] *Le Matin de Paris*, 22 novembre 1984

[2] Archives du CEVIPOF, SOFRES, « Enquêtes », août 1984

[3] *Le Monde*, 5 octobre 1985

[4] *Le Figaro-Magazine*, 12 octobre 1985

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Réunion du Groupe image du 1er juin 1982 »

« Dans la presse, on constate depuis le début de l'année une quasi-disparition de commentaires ou d'articles sur le destin politique de MR. Cette période fait suite à une période riche en articles de ce type : Congrès de Valence, présentation du Plan intérimaire. Actuellement on ne trouve plus dans la presse que des articles très techniques sur les mesures annoncées par le ministre[1]. »

Les éditorialistes de la presse de droite vont même jusqu'à dire que Michel Rocard n'a plus d'idées nouvelles[2]. Tous les thèmes qui faisaient ainsi la spécificité du maire de Conflans, et sa force dans sa confrontation avec François Mitterrand, semblent se généraliser au sein du PS et du gouvernement. Ainsi, la rigueur et le compromis social peuvent être associés sans difficulté à la politique menée par Jacques Delors depuis 1983[3].

3) La mobilisation de son entourage

L'entourage de Michel Rocard, très sensible aux évolutions de l'opinion, suit de près ces mutations et décide, face à cette concurrence, de se remobiliser. Peu après la nomination de Laurent Fabius, les parlementaires rocardiens font entendre leur mécontentement dans l'hémicycle :

« Leur première révolte contre la "mainmise des mitterrandistes" a eu lieu dès le 24 juillet : la cinquantaine d'élus que compte le courant à l'Assemblée nationale se sont abstenus lors de l'élection du nouveau président du groupe parlementaire socialiste. "Un coup de gueule plus qu'une action préméditée", dit-on, mais pour les rocardiens, le temps du silence est peut-être révolu. Michel Rocard, lui, se tait encore[4]. »

Il faut en effet rappeler que leur isolement paraît d'autant plus grand qu'à l'exception de Rocard lui-même, le gouvernement ne comporte plus de ministre de cette tendance, et voit même le retour de Jean-Pierre Chevènement, adversaire idéologique du courant. Par la suite,

[1] *Ibid.*

[2] *Le Figaro*, 26 août 1985

[3] *Ibid.*

[4] *L'Express*, 3 août 1984

le courant se réorganise et se réunit – 160 personnes – pour la première fois depuis 1981[1], à Gouvieux, près d'Orléans, les 30 et 31 août 1984. Loin de la vaillance des années 1978-1979, c'est plutôt l'inquiétude qui domine. La presse, qui a pourtant été tenue à l'écart strictement, rend compte d'une ambiance « désenchantée » :

« Méconnaissables, les rocardiens réunis hier à Gouvieux (...). Avec des mines désolées, des gestes aimables et des ruses de Sioux pour éviter le regard interrogateur des journalistes... Telle était la consigne de l'entourage de Michel Rocard, et l'on fit tout, y compris verrouiller la porte du restaurant, pour la faire respecter[2]. »

Les barons – Jean-Pierre Cot, Jean-Pierre Sueur, député de la première circonscription du Loiret – réclament une plus grande présence de Michel Rocard et la constitution d'associations pour le soutenir, sans succès sur le moment[3]. Ils ressortent de cette réunion profondément déçus[4]. Les rangs se sont d'ailleurs fâcheusement clairsemés devant l'inactivité du ministre et son refus de défendre les siens. Plusieurs figures éminentes de l'entourage de Michel Rocard ont pris leurs distances comme Michel De la Fournière, parti pour l'ambassade d'Alger[5] et Claude Marti, présenté comme ayant préféré rejoindre l'équipe du Président[6]. *L'Express* n'hésite pas à présenter Michel Rocard comme « le dernier des rocardiens[7] ». Face au silence maintenu du ministre de l'Agriculture, ses proches prennent l'initiative de donner de la voix en cette rentrée 1984. C'est, dès lors, une offensive médiatique des rocardiens qui se met en place, sans que Michel Rocard n'y prenne vraiment part. Gérard Fuchs[8], puis Michel Sapin, député de l'Indre depuis 1981, dans une tribune intitulée « Rocard est-il encore utile ?[9] », soulignent que l'identité du rocardisme est encore nécessaire à la gauche : « Il est donc indispensable que, au sein de la sensibilité incarnée par

[1] *Libération*, 31 août 1984

[2] *Le Matin*, 1-2 septembre 1984

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1983-1985, Dossier « Gouvieux »

[4] *Le Matin*, 1-2 septembre 1984

[5] *Le Monde*, 30 août 1984

[6] *L'Express*, 30 novembre 1984

[7] *L'Express*, 3 août 1984

[8] *Libération*, 18 octobre 1984

[9] *Le Monde*, 30 août 1984

Michel Rocard, les idées autogestionnaires retrouvent un contenu, une existence, une réalité politique. Sinon d'autres le feront à sa place[1]. »

B) Passer à l'offensive

1) Prendre ses distances

A la rentrée, Michel Rocard s'approprie le mouvement et en retrouve le leadership. Il faut dire que depuis, Laurent Fabius, parti de loin à sa nomination (il n'est qu'à 30 % de cote d'avenir en juin 1984, voir annexes, graphique G), l'a rattrapé dans les sondages. La menace d'un écartement complet, y compris dans les sondages, sa ressource la plus forte depuis 1978, devient de plus en plus inquiétante. Michel Rocard débute son offensive en jouant sur l'implicite, plutôt que de critiquer frontalement la politique du Premier ministre. Il dresse un véritable réquisitoire contre la tentation du libéralisme exacerbé : « Le dernier chic, c'est d'aller chercher de nouvelles recettes chez Milton Friedman ou ses épigones. Derrière la vague libérale, en fait, il y a une déviation idéologique qui commence à m'inquiéter[2]. » L'ambiguïté de l'attaque le sert. Elle permet aussi bien d'attaquer la droite qui redécouvre alors, avec un enthousiasme débordant, les vertus du libéralisme glorifié par le reaganisme mode Milton Friedman, qu'une gauche au pouvoir qui semble oublieuse de la question sociale.

Une nouvelle occasion lui est donnée de faire entendre sa voix en octobre 1984, sur le plafonnement envisagé par les ministres de l'économie et des finances de la CEE des dépenses agricoles, ce qui risquerait de priver le ministère de l'Agriculture d'un de ses principaux leviers. Or Michel Rocard, publiquement, par le biais d'un coup d'éclat à Luxembourg et d'une intervention télévisée sur Antenne 2, au journal de 13h, s'est distingué du ministre de l'économie français, Pierre Bérégovoy[3]. Il doit finalement accepter sa défaite

[1] *Ibid.*

[2] *Le Nouvel Observateur*, 5 octobre 1984

[3] *Le Monde*, 4 octobre 1984

le 14 novembre 1984, non sans évoquer « une imbécilité collective, naïveté et manque de réflexion[1] ».

Par ailleurs, il accepte pour la première fois d'intervenir dans une grande émission politique, *L'Heure de vérité*, après avoir refusé des années durant[2]. Le 4 décembre 1984, il est ainsi l'invité de ce qui s'est imposé comme la tribune politique par excellence depuis 1982. L'émission suscite une préparation dont l'ampleur dans l'entourage rocardien est alors inédite. Le choix de l'émission n'est pas anodin puisque le Premier ministre en a été l'invité juste avant, et l'équipe ne manque pas de visionner sa prestation durant la préparation de celle de Michel Rocard. Les archives nous permettent de voir que cette émission est clairement conçue comme une opération de résistance face au Premier ministre, dont Michel Rocard s'est d'ailleurs passé de l'autorisation, en demandant à deux reprises celle du Président[3]. Dans les notes du Groupe image, on trouve souligné : « Trancher avec Fabius ». Préalablement, une campagne de presse autour de l'émission a permis d'entretenir la tension. De nombreux rendez-vous sont organisés entre l'équipe et des plumes de la presse nationale. Europe 1 et *Le Matin de Paris* croient même savoir que Michel Rocard profitera de l'émission pour annoncer sa démission, résultat, semble-t-il d'un usage habile du « off » par l'équipe Rocard. *Le Matin* en fait un titre : « La rumeur Rocard ». La rumeur semble toutefois dépasser l'équipe, car le lendemain, les rocardiens Gérard Fuchs et Pierre Brana sont obligés d'intervenir pour expliquer qu'il n'y aurait pas d'annonce fracassante[4].

Mais plus que cette émission, somme toute neutralisée par un discours très centré sur l'agriculture – c'était une des conditions posées par Michel Rocard pour accepter l'invitation – et conforme à son positionnement jusque-là, c'est à la tribune du parti que Michel Rocard choisit de faire entendre sa voix. Cela lui permet de montrer la priorité accordée au parti, sans pour autant rompre publiquement. Il profite de la convention socialiste sur la modernisation à Evry (15-16 décembre 1984) pour rappeler que le rocardisme a toujours une identité propre :

---

[1] *Les Echos*, 14 novembre 1984

[2] *Le Matin de Paris*, 22 novembre 1984

[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/20, Dossier 2 « *L'Heure de vérité* », Note de Pierre Masson intitulée « Philippe Alexandre sur RTL, 7h45 »

[4] *Le Quotidien de Paris*, 23 novembre 1984

« Il y a eu, à cette convention d'Evry ce week-end, l'effet Rocard. Ecouté pendant toute son intervention, avec réticence, mais attention, le maire de Conflans-Sainte-Honorine avait ainsi laissé au vestiaire ses habits de ministre de l'Agriculture pour asséner en responsable politique, au bord de la désolidarité gouvernementale, au millier de socialistes massés dans un gymnase d'Evry le « parler vrai » dont il a le secret. Si l'auditoire avait envie de s'entendre dire ses "quatre vérités" il a été comblé et l'a montré en se laissant aller à l'issue de l'intervention à de longs applaudissements[1]. »

Il attaque tour à tour Lionel Jospin jugé imprudent de considérer que « la gauche ne gagne qu'avec la moitié de la population », en lui rétorquant : « la gauche gagne quand son projet vaut pour tous et perd quand elle se définit en s'opposant. » A l'heure où la situation économique est toujours aussi difficile, le ministre de l'Agriculture souligne que « quelque chose s'est cassé et gravement entre le gouvernement et le pays et cela principalement pour des raisons politiques[2]. » Et lui que l'on accuse d'être trop à droite au sein du PS, se fait le porte parole de la question sociale : « Le seul problème qui inquiète massivement et légitimement les Français et qui les conduit à se défier du gouvernement est le chômage[3]. » Loin du Michel Rocard favorable à moins d'État, comme nous l'avions vu à la fin des années 1970, il critique « l'austérité budgétaire qui a atteint un point tel que l'État est en situation de quasi-paralysie générale[4]. » Son courant, ravi de retrouver son candidat, continue de renforcer ses liens. Lors d'une nouvelle réunion des rocardiens à Saint-Quentin-en-Yvelines, le 19 janvier 1985, l'atmosphère paraît bien plus chaleureuse et joyeuse. *Le Monde* titre ainsi un article : « Les rocardiens ont retrouvé un père[5]. »

La campagne des cantonales lui offre également une tribune pour se distinguer. Pour la première fois, le Front National devient un sujet d'envergure. Il semble capable de se hisser au second tour, voire de remporter des cantons. Michel Rocard, suivant les conseils de Bernard Spitz[6], annonce ainsi dans un discours à Châtenay-Malabry le 7 mars un « pacte

[1] *Le Quotidien de Paris*, 17 décembre 1984

[2] *Ibid.*

[3] *Libération*, 17 décembre 1984

[4] *Le Monde*, 18 décembre 1984

[5] *Le Monde*, 22 janvier 1985

[6] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013

démocratique » républicain, permettant de rassembler au-delà du clivage droite-gauche et contre le Front National. Il est le premier à définir une stratégie de lutte spécifique contre le Front national, damant le pion au discours prévu par le Premier ministre le même soir[1]. Il anticipe les conséquences du nouveau mode de scrutin :

« Que se passera-t-il (en 1986) si, à l'occasion d'un scrutin, le verdict des urnes reflète les incertitudes et aucune majorité cohérente et claire ne se dégage pour poursuivre l'action entreprise et sortir le pays de ses difficultés et d'abord du chômage[2] ? »

On ne doit pas s'étonner de voir déjà poindre ce sujet, qui va être un *casus belli* entre le ministre de l'Agriculture et le gouvernement. Une vive critique commence à monter contre le changement de scrutin. Elle ne vient pas de Michel Rocard lui-même, mais de ses « chevaux légers » : Bernard Poignant[3] et Michel Sapin[4]. Ils viennent ainsi envelopper et même précéder la démission de Michel Rocard. Lui-même réapparaît en avril pour déclarer que la proportionnelle donnerait un « coup de vieux » à la politique[5]. On voit ainsi par ces prises de position qu'il y a là, pour lui, un sujet fort qui l'amène à se distancier du gouvernement.

2) Mailler le territoire

Cette stratégie de reconquête s'appuie aussi sur des déplacements nombreux en province. Silencieux sur le plan national, Michel Rocard parcourt néanmoins le territoire pour renforcer ses réseaux. Dans ses notes, Pierre Zémor montre l'attention qui est portée à ce mode de communication : « Dans le prolongement des meetings et des rencontres avec le PS,

[1] Entretien avec Bernard Spitz, 6 février 2015

[2] *Le Monde*, 9 mars 1985

[3] *Le Matin*, 4 avril 1985

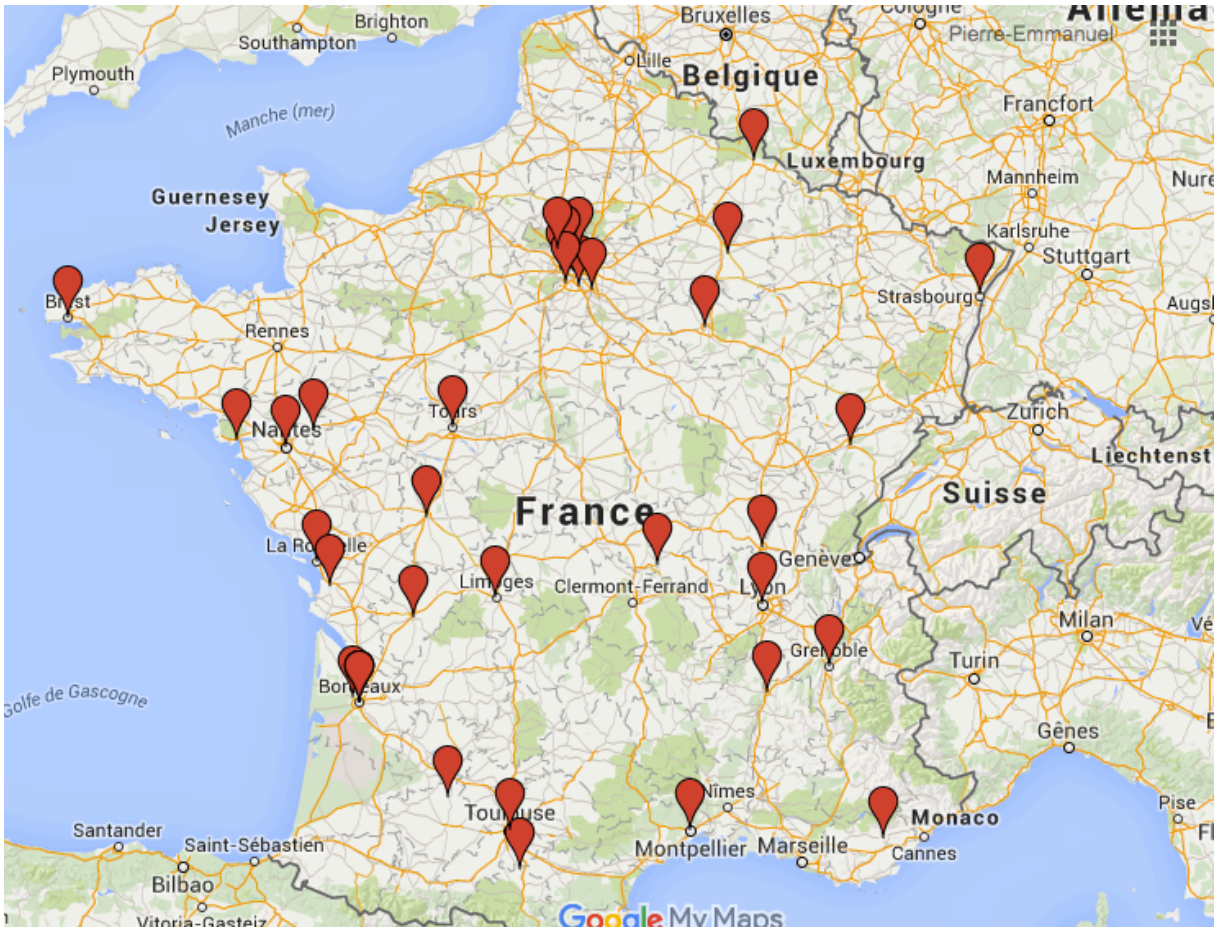
[4] *Le Figaro*, 5 avril 1985

[5] *Le Point*, 1er avril 1985

le "travail" de la province est essentiel, car attente plus aigue, ouverture, possibilité de détecter des points d'appui stratégiques (Ministère et PS)[1]. »

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Image et communication, synthèse de 3 réunions, 2 R.V et quelques contacts par P. Zémor », 7 juillet 1981

Carte 1 : Cartographie des déplacements de Michel Rocard comme ministre du Plan à partir de ses agendas, Archives Nationales, Fonds 680AP



Carte 2 : Cartographie des déplacements de Michel Rocard comme ministre de l'Agriculture à partir de ses agendas, Archives Nationales, Fonds 680AP



Pour mieux analyser cette stratégie de déplacements nous avons opté pour une représentation graphique de ceux-ci, à partir des informations fournies par le fonds 680AP des Archives Nationales. En croisant la liste de ses déplacements indiquée et les coupures de presse, nous avons pu vérifier la grande exhaustivité de la liste du fonds d'archives. En utilisant le logiciel Google Maps nous avons ainsi indiqué toutes les villes dans lesquels il se rend, suivant les différentes périodes. Ces voyages dépendent avant tout de sa fonction. On ne s'étonnera pas de voir surreprésentées les régions agricoles (Auvergne, Languedoc, Bordelais

et Normandie) durant sa période à l'hôtel de Villeroy. Mais même ces déplacements, en apparence contraints par des salons ou des congrès de syndicats, résultent d'un choix dans la multitude d'invitations que reçoit le ministre. On peut donc y déceler une stratégie visant à favoriser des soutiens locaux, ou en renforcer de nouveaux, comme le confirment d'ailleurs les témoignages de son chef de cabinet et de son conseiller en charge des relations avec le Parlement, respectivement Jean-Luc Petitdemange et Jean-François Merle[1]. C'est ainsi qu'il ne se rend pas moins de cinq fois à Bordeaux entre 1981 et 1984. Si la ville est clairement de droite – elle est dirigée par Jacques Chaban-Delmas depuis 1947 –, il peut compter sur le soutien de Pierre Brana, député-maire d'Eyzines, une ville proche de Bordeaux, et membre important du courant Rocard. La présence répétée du ministre favorise en outre le réseau de ce dernier dans une fédération très débattue. De même, il se rend quatre fois en Normandie en tant que ministre de l'Agriculture, région d'une lutte acharnée entre les rocardiens – autour de Pierre Bourguignon – et les fabiusiens majoritaires. Les Pays de la Loire sont visités pas moins de six fois par Michel Rocard entre 1981 et 1985. Il se rend deux fois à Strasbourg durant la même période, pouvant là aussi compter sur le soutien de son chef de cabinet Jean-Luc Petitdemange[2]. Cela lui permettra d'obtenir un bien meilleur résultat dans le Bas-Rhin, au Congrès de Toulouse, avec près de 40 % des voix. En Normandie, la Seine-Maritime trop contrôlée par les fabiusiens ne lui offrira pas ses suffrages, mais il obtiendra la majorité dans la Manche voisine. Quant aux Pays de la Loire, au Congrès de Toulouse, il est majoritaire dans la Sarthe et le Maine-et-Loire et obtient des bons scores dans les autres départements.

En outre, en dehors de ces régions, on le voit effectuer des déplacements, par exemple, pour soutenir des candidats, ou répondre à l'invitation de telle ou telle fédération. Il en profite toujours, suivant les conseils et l'organisation de ses conseillers, pour rencontrer la presse et les militants locaux. Peu à peu il tisse ainsi un réseau qui lui sera utile dans la bataille interne. Jean-Luc Petitdemange, son chef de cabinet, en s'appuyant sur sa bonne connaissance de la cartographie socialiste, cherchait toujours à profiter de ces déplacements pour forger de nouveaux liens et renforcer la base interne du courant rocardien[3]. Enfin, on constate une surreprésentaiton de la région parisienne, et en particulier des Yvelines. On voit tout le soin

[1] Entretien avec Jean-François Merle, 19 novembre 2015

[2] Entretien avec Jean-Luc Petitdemange, 23 novembre 2015

[3] *Ibid.*

qu'il applique à maintenir ses réseaux locaux, pour confirmer une assise locale dans une zone, pour lui d'implantation récente, et dans laquelle la droite reste très menaçante.

Comme nous venons de le voir avec l'exemple des déplacements, Michel Rocard, même ministre, n'en a pas oublié pour autant toute stratégie personnelle. Travaillant jusque-là à partir de groupes naviguant autour d'un proto-cabinet avant 1981, il se voit désormais doté de moyens bien plus importants avec l'accès au pouvoir. Ses collaborateurs, désormais payés par le ministère, n'ont plus à travailler en même temps, et le réseau des « permanents » peut donc s'élargir. On peut donc s'interroger sur la manière dont il va gérer les rapports entre les groupes extérieurs et plus particulièrement les groupes image et Prospol, et le cabinet qui travaille au quotidien avec lui. A travers cette interrogation sur la gestion de ces cercles, on peut se demander la manière dont il articule sa communication personnelle visant à défendre son image, et celle de son activité de ministre, au service de ses politiques.

IV) Communication personnelle et communication du ministère : une différenciation inextricable

A) L'équipe ministérielle

L'accession à un ministère change profondément la manière de penser et structurer la communication de Michel Rocard. Non qu'elle marque la fin des groupes qui le conseillent, mais la structuration d'un cabinet côtoyant au quotidien Michel Rocard donne beaucoup plus d'importance à ces acteurs, et en particulier à Jean-Paul Huchon. Le jeune directeur de cabinet de Michel Rocard – qui a obtenu le poste après avoir effacé son principal concurrent Pierre-Yves Cossé, Christian Blanc ayant pris ses distances depuis 1980 – a fait de ce domaine son violon d'Ingres. Comme le rappelle Jérémie Nollet, le directeur du cabinet est une figure essentielle au sein de l'organisation ministérielle :

« Le métier du directeur de cabinet est à mi-chemin entre celui de ministre et celui de conseiller : il articule le suivi des dossiers à un rôle de direction du travail politique collectif. Le directeur de cabinet supervise l'ensemble de la politique du ministère. Il préside de

nombreuses réunions de coordination ou de concertation, et il est un point de passage obligé dans la circulation des notes, ce qui lui permet d'être informé de tout ce qui concerne le cabinet, et de veiller à la cohérence de la politique ministérielle et à la défense de l'intérêt du ministre[1]. »

On voit ainsi que Jean-Paul Huchon est un acteur incontournable dans l'entourage de Michel Rocard. Il est sans aucun doute celui que le ministre côtoie le plus au quotidien. Aucune définition d'une politique de communication ne peut donc se faire sans lui. Par ailleurs, sa position centrale en fait aussi le « stratège » en chef :

« Le directeur de cabinet a aussi un rôle de conseil auprès du ministre. Il l'aide à établir sa stratégie politique, et notamment à élaborer ses prises de position. Le point de vue par lequel il aborde les problèmes publics se caractérise alors par une montée en généralité, qui intègre une pluralité des critères de choix hétérogènes[2]. »

Par ailleurs, la fonction ministérielle permet au nouveau ministre du Plan d'accroître le nombre de salariés chargés de ses relations presse. C'est ainsi que Gentiane Weil prend la succession de Jean-Paul Ciret comme attachée de presse. Passée par le journalisme puis le service de communication des postes et télécom, elle a déjà, malgré son jeune âge, une expérience du monde de la communication et du contact avec les journalistes. Gentiane Weil, outre la gestion des journalistes au quotidien, rédige des fiches, notamment pour préparer les interventions télévisées du ministre. Ainsi, pour *L'Heure de vérité,* qui est avant tout une émission généraliste, elle lui conseille quelques stratégies langagières pour rattacher les questions aux agriculteurs :

« Les agriculteurs ne vous pardonneraient pas de ne pas parler d'eux et de leur domaine lors de l'émission. Comme les questions qui vous seront posées seront d'ordre politique, je vous suggère deux types d'interventions.

1) prendre des exemples liés à l'agriculture pour étayer un raisonnement (agro-alimentaire et balance des paiements...)

[1] NOLLET, Jérémie. La production des décisions dans les cabinets ministériels : à propos de la gestion politique de la "vache folle". In DEMAZIERE, Didier et Le LIDEC, Patrick dir. *Op. cit.,* p. 95

[2] *Ibid.*

2) Citer un ou deux thèmes de fond des dossiers agricoles, tels que marché mondial et approvisionnement du tiers-monde, modernisation, productivité dans l'exploitation... Il ne faut pas évidemment tomber dans l'excès inverse qui consisterait à trop parler de l'agriculture étant donné qu'il s'agit d'une émission grand public, surtout dans un dialogue pour spécialistes où François-Henri de Virieu pourrait vous relancer puisqu'il a été très longtemps journaliste agricole (*Agra*, *Le Monde*, ...)[1]. »

Au cabinet, avec Jean-Paul Huchon, elle n'est toutefois pas la seule à jouer un rôle décisif dans la communication. En effet, les grandes plumes de la presse court-circuitent souvent l'attachée de presse, fonction qui commence à être démonétisée depuis les années 1970[2], pour s'adresser directement à Michel Rocard, ou plus souvent, aux autres conseillers. Yves Colmou[3], Tony Dreyfus[4] ou Jean-François Merle sont ainsi des interlocuteurs réguliers des journalistes avec lesquels ils ont des relations déjà anciennes, voire ont connu certains par le militantisme étudiant ou le PSU. Jean-François Merle, la plume de Michel Rocard, en charge, au cabinet, des relations avec le Parlement après avoir été son attaché parlementaire depuis 1978, a pu se forger un cercle de relations important, notamment dans le milieu journalistique. Il est également celui qui écrit les éléments de langage pour le ministre, en particulier pour les émissions politiques[5].

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/20, Dossier 2, Note de Gentiane Weil à Michel Rocard, 7 novembre 1984

[2] LEGAVRE, Jean-Baptiste. Intervention au colloque « De l'attachée de presse au conseiller en communication », Nancy, 12 mai 2016. Dans sa thèse Jean-Baptiste Legavre montre bien le mépris des journalistes politiques pour ces attachées de presse (LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.*, p. 659).

[3] Entretien avec François Bazin, 16 mai 2014

[4] Tony Dreyfus est l'époux de Françoise Fabre-Luce (1899-1983), la fille d'Alfred Fabre-Luce, écrivain et journaliste réputé (Entretien avec François Bazin, 16 mai 2014) ; Entretien avec Jean-François Merle, 14 mai 2014

[5] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/177, « Canevas de l'intervention du ministre sur TF1 », 29 mars 1983

B) Le maintien de structures externes au cabinet

Mais l'agenda chargé du ministère et la multiplication des sollicitations font que l'équipe ministérielle subit plus l'actualité qu'elle ne l'anticipe et la prépare. Toute élaboration d'une stratégie de communication y est donc rendue difficile. Plus que l'élaboration d'une stratégie sur le long cours telle qu'elle était réalisée auparavant, avec l'appui des études sondagières par le Groupe image, les membres du cabinet gèrent le rapport aux journalistes et préparent des événements. Ils ne se substituent pas complètement au Groupe, qui perdure en dehors du ministère. Ce soutien d'une structure externe s'avère profitable et apprécié par le directeur de cabinet, au moins au début[1]. Une division du travail semble d'ailleurs s'effectuer entre la gestion de « l'immédiat », qui est laissée à la charge du cabinet, et la réflexion de fond sur laquelle doivent se concentrer les réunions du Groupe image[2]. Néanmoins, la connexion avec le cabinet n'est pas toujours aisée, comme en témoigne la revendication des membres du groupe de la nomination d'un porte-parole du Groupe image au sein du cabinet[3].

Sa composition n'a guère varié. On y retrouve bon nombre d'acteurs précédemment décrits, ainsi que de nouveaux venus, en particulier des politologues, que l'aura désormais acquise par Michel Rocard a su attirer, comme Pascal Perrineau ou Janine Mossuz-Lavau[4]. Des jeunes journalistes aussi interviennent comme Alain Rémond[5]. Si le Groupe image est maintenu, les réunions sont en général plus espacées. Il ne se réunit pas pendant 10 mois entre décembre 1982 et septembre 1983[6]. Par ailleurs, la définition de l'orientation politique se fait essentiellement au cabinet, d'autant que le courant a été mis en sommeil, au moins jusqu'en 1983. Par conséquent, le positionnement de Michel Rocard dans le jeu politique est délaissé dans les discussions du groupe. Il est donc contraint, pour substister, à une

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Carnet de notes, 13 février 1982

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Groupe Actualités », 17 juin 1982

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Compte rendu de la réunion du groupe image du 24 septembre 1983 »

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Note de Christel Peyrefitte et Pascal Perrineau, « Projet pour une étude qualitative de l'image de Michel Rocard dans l'opinion publique »

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note d'Alain Rémond, sans date

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Compte rendu de la réunion du groupe image du 24 septembre 1983 »

distinction complexe à effectuer en pratique entre la stratégie de communication et la stratégie générale :

« le Groupe image se cherche (...) Ecartant de son champ de réflexion le choix de la stratégie politique, le groupe s'interroge sur les formes que peut prendre la communication, ingrédient indispensable de l'action quotidienne. Dans un contexte marqué par des échéances importantes (remaniement ministériel, élections municipales et mode de scrutin, alliance PC-PS) et par l'impossibilité pour MR d'expliciter certains de ses atouts comme le "parler vrai"[1]. »

Ce qui le rend donc largement tributaire des orientations prises au cabinet. De même, la fonction de relations presse est moins importante étant donnée la concurrence des attachés de presse du gouvernement. Le groupe se réoriente plus vers la réflexion de fond sur la stratégie d'image à adopter. Deux fonctions principales lui restent :

« -rechercher et centraliser tout type d'information sur l'état de l'opinion publique.

-proposer des actions de communication[2]. »

Comme on le voit dans cette tentative de définition de ses activités, le suivi des sondages reste au cœur de ses fonctions. Après l'enquête de 1975, pour la première fois l'équipe réactualise une analyse qualitative de l'image de Michel Rocard. Christel Peyrefitte en est chargée, appuyée par Pascal Perrineau[3]. Elle est basée sur des entretiens non-directifs de 1h à 1h30, auprès d'un panel de citoyens. D'autre part, de nouveaux modes d'analyse de l'opinion apparaissent alors. C'est le cas notamment de la Médiascopie. Il s'agit d'un mode d'évaluation en direct des réactions de téléspectateurs. Un boîtier est ainsi donné aux sondés qui poussent un bouton allant de 0 (pas d'accord) à 10 (parfaitement d'accord), pour indiquer leur évaluation du discours tenu par le leader politique. Cette méthode, inventée par le chercheur Denis Muzet, est utilisée par l'équipe pour l'émission *Politiques* d'avril 1984, ainsi que *L'Heure de vérité* de décembre 1986. Ils reçoivent également les audiences des émissions

[1] *Ibid.*

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Objectifs et programme de travail du groupe image », août 1981

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Note de Christel Peyrefitte et Pascal Perrineau, « Projet pour une étude qualitative de l'image de Michel Rocard dans l'opinion publique »

télévisées de Michel Rocard par le biais de la société Audimat, leur permettant d'évaluer avec plus de précision l'impact de ses interventions et le public auquel elles s'adressent.

Le *videotraining* reste aussi une activité importante du Groupe image. Ainsi, pour la préparation de *L'Heure de vérité* – 3 décembre 1984 –, trois séances ont lieu (22, 24 novembre et 1er décembre). La première porte sur la forme, la deuxième sur le fond, et la troisième est une répétition générale en studio[1]. Alain Rémond se souvient d'avoir participé à ce type de séance avec Michel Rocard, une fois par mois, entre 1983 et 1985[2]. En outre, le Groupe image continue à entretenir des rapports étroits avec les journalistes politiques, notamment avec ceux réputés proches de Michel Rocard : « J.M. Colombani, FOG (Frantz-Olivier Giesbert), Ph. Alexandre, A. Du Roy[3] » font partie de ceux auditionnés ou avec lesquels Pierre Zémor entretient des contacts réguliers.

Pour autant si le Groupe image perdure, garde-t-il un rôle aussi important que dans les années 1970 ? Une partie de la réponse a déjà été donnée par les orientations suivies par le ministre et la comparaison avec celles préconisées par le groupe. Après une phase d'harmonie avec les positions du cabinet en 1981-1982, ses membres ne cessent de plaider pour une reprise de parole de Michel Rocard face à la banalisation qui le menace, sans obtenir satisfaction avant l'été 1984. Les connexions avec le cabinet semblent plus difficiles que dans les années 1970. Pour renforcer les relations entre le cabinet et cette équipe extérieure, Pierre Zémor rejoint le ministère en qualité de commissaire du gouvernement pour « assister le ministre de l'agriculture lors de la discussion du budget 1984[4]. »

Prospol poursuit également ses activités bénéficiant de la présence légitimatrice de Michèle, l'épouse de Michel Rocard. Le cercle des politologues reste identique : Jérôme Jaffré, Jean-Luc Parodi, Frédéric Bon, Gérard Doiret. La réflexion est toujours axée sur les sondages et leurs évolutions, mais aussi les grandes questions de politique qui se présentent. Mais là encore, les réunions semblent s'espacer et le groupe perdre de son influence.

---

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/20, Dossier 2 « *L'Heure de vérité* », « préparation émission *L'Heure de vérité* », 3 décembre 1984

[2] Entretien avec Alain Rémond, 4 mars 2011

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Stratégie Communication », sans date

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Décret portant nomination d'un Commissaire du Gouvernement auprès du Sénat », 25 novembre 1983

Comme nous avons pu le voir, le choix de coller au gouvernement et de respecter la solidarité gouvernementale – jusqu'en 1984 au moins – relativise le poids des groupes de communication autour de Michel Rocard. C'est donc une stratégie basée sur un discours avant tout technique et privilégiant les canaux spécialisés qui est mise en œuvre, afin d'éviter toute parole déplacée à l'égard du gouvernement et d'apparaître comme préparant un avenir personnel. Pour autant, le silence auquel s'astreint Michel Rocard paraît tellement radical que l'on peut s'interroger sur un changement plus global de son regard à l'objet « communication politique ». Doit-on imputer son silence uniquement à une stratégie conjoncturelle ou ne résulte-t-il pas aussi d'une évolution plus globale de son rapport à la communication ?

Chapitre 2 : Un nouveau rapport à la communication

Dans son refus de communiquer et dans le silence auquel il s'astreint, Michel Rocard semble exprimer un nouveau rapport à la « communication politique ». Qu'il privilégie clairement l'équipe du cabinet aux groupes de communication qui l'avaient aidé jusque-là, et se refuse à toute grande émission pendant presque quatre ans, révèle sa réticence à communiquer. Il y a bien sûr de la stratégie dans tout ceci. La réduction drastique de ses interventions s'explique par la volonté de privilégier un discours plus technique et donc mieux maîtrisé et d'employer les relais presse qui lui seront les plus favorables. Mais les réflexions qu'il commence à élaborer sur les médias, et le rejet du divertissement qui s'impose alors dans la médiatisation du politique sont révélateurs d'un changement de son regard sur les médias, et l'usage de techniques de communication.

I) Un silence étonnant

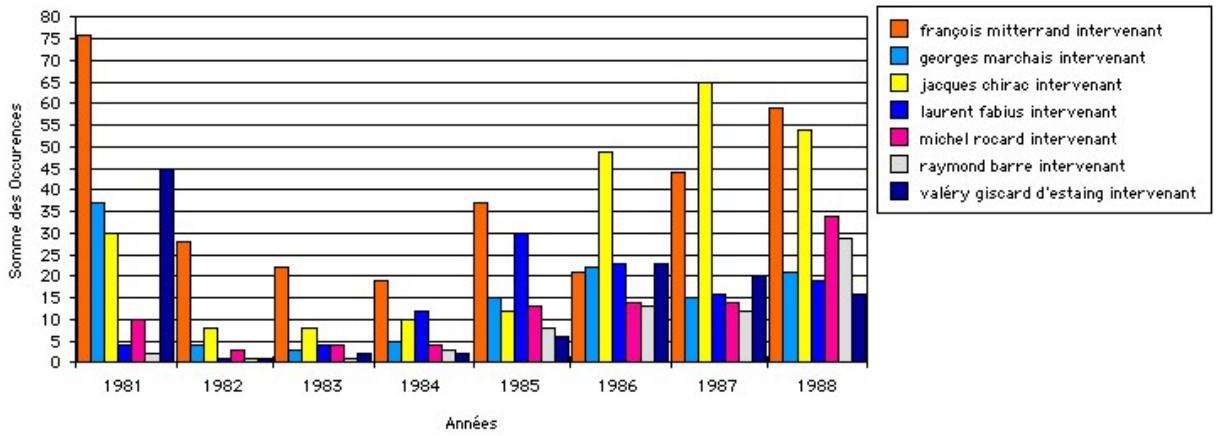
A) Le choix d'un discours technique

Alors que les médias avaient accompagné son ascension avant l'élection présidentielle de 1981, la période de 1981 à 1985 pendant laquelle il occupe des fonctions ministérielles ne donne pas une médiatisation à la hauteur de ce à quoi l'on pouvait s'attendre. En effet, la médiatisation est largement fonction du statut politique, et être ministre contribue assez largement à mettre en valeur un individu dans les médias[1]. Or, en s'appuyant sur les données de l'INA, on constate que son arrivée au pouvoir se caractérise par une forte chute du nombre

[1] DARRAS, Eric. Le pouvoir « médiacratique » ? Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision. *Politix*. Vol. 8, n° 30, deuxième trimestre 1995, p. 183-198

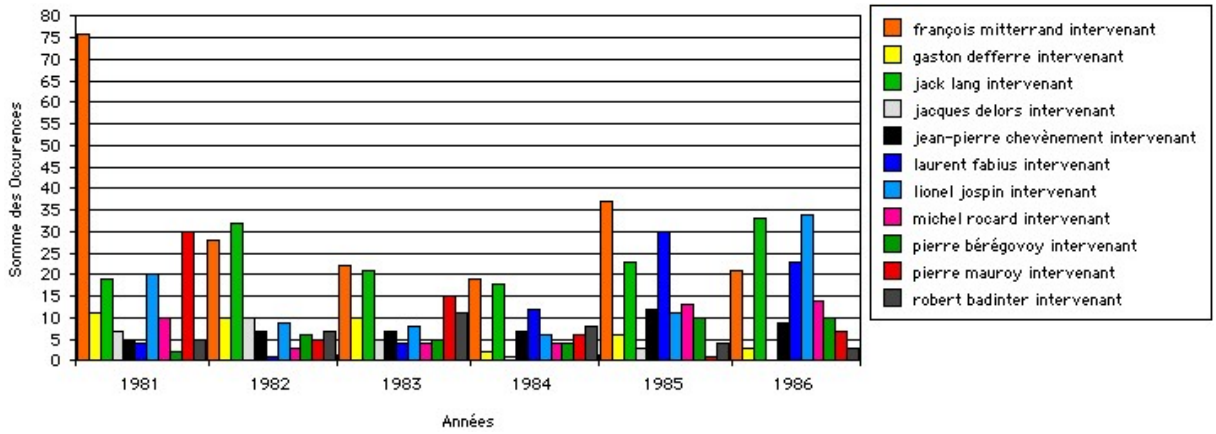
de ses interventions télévisées en 1982-1983 (graphique 7), puis un retour à un niveau comparable à celui de 1980-1981 par la suite.

Graphique 7 : Comparaison des interventions de leaders politiques à la télévision entre 1981 et 1988, à partir des archives de l'Inathèque[1]



En comparant cette fois ces chiffres aux autres leaders politiques, on voit que Michel Rocard est loin d'un Jacques Chirac pourtant dans l'opposition (graphique 7) ou de Lionel Jospin qui dirige alors le PS (graphique 8).

Graphique 8 : Comparaison des interventions de membres du gouvernement à la télévision entre 1981 et 1986, à partir des archives de l'Inathèque



[1] Ces études ont été réalisées grâce au moteur de recherche de l'Inathèque Hyperbase, et en nous appuyant sur Mediacorpus pour les calculs.

Le graphique 8 montre également qu'il est moins présent à la télévision que Gaston Defferre pourtant vieillissant et ne suscitant pas de véritable intérêt de la part des médias, Robert Badinter et Jacques Delors en 1982, et surtout qu'il est complètement écrasé par le très médiatique ministre de la culture Jack Lang. Le décompte de ses interventions dans les grandes émissions politiques de l'époque que sont *L'Heure de vérité* et *Sept sur Sept* est encore plus criant. Il refuse d'intervenir à *L'Heure de vérité* jusqu'en 1984, ne souhaitant parler que de ses domaines de compétence (le Plan puis l'Agriculture)[1]. Il n'y intervient donc qu'une seule fois jusqu'à sa démission en 1985, au contraire de Raymond Barre, Jacques Chirac et Laurent Fabius qui s'y rendent trois fois chacun durant cette période (tableau 4). La comparaison avec François Mitterrand est ici moins pertinente puisque celui-ci s'est toujours refusé à y participer (à l'exception d'une émission complètement transformée en 1983) sur les conseils de son duo de communicants Gérard Colé et Jacques Pilhan[2]. Comme ministre, il se refusera à participer à *Sept sur Sept*, l'émission en pleine ascension d'Anne Sinclair, nouvelle vedette du petit écran, alors même que Jacques Chirac, François Mitterrand et Laurent Fabius s'y sont déjà rendus (tableau 5).

[1] *Le Matin*, 22 novembre 1984

[2] Entretien avec Gérard Colé, 9 décembre 2015

Tableau 4 : Nombre d'interventions d'une sélection de leaders politiques à *L'Heure de vérité*, par année (source : Inathèque)

	1982	*1983*	*1984*	*1985*	*1986*	*1987*	*1988*	*1989*	*1990*	*1991*	*1992*	*1993*	*1994*
Michel Rocard			*1*		*1*		*1*				*1*	*1*	*1*
Raymond Barre		*1*	*1*	*1*		*1*	*2*		*1*				*1*
Jacques Chirac	*1*	*1*		*1*	*1*	*1*	*1*		*1*				
Jacques Delors		*1*	*1*						*1*		*1*	*1*	
Laurent Fabius			*2*	*1*	*2*	*1*	*1*						
Valéry Giscard d'Estaing	*1*		*1*		*1*	*1*	*1*	*1*	*1*		*1*	*2*	
Lionel Jospin		*1*	*1*		*3*	*1*		*1*		*1*	*1*	*2*	
Jean-Marie Le Pen			*1*	*1*		*1*	*1*	*1*			*1*	*1*	*1*
François Mitterrand		*1*											

Tableau 5 : Nombre d'interventions d'une sélection de leaders politiques à *Sept sur Sept*, par année (source : Inathèque)

	1982	*1983*	*1984*	*1985*	*1986*	*1987*	*1988*	*1989*	*1990*	*1991*	*1992*	*1993*	*1994*
Michel Rocard					*1*		*1*	*1*			*2*	*4*	*3*
Raymond Barre					*1*	*1*		*1*	*1*	*1*	*2*		*1*
Jacques Chirac	*1*				*1*				*1*	*2*	*1*		*1*
Jacques Delors								*1*	*1*	*1*	*1*	*1*	*2*
Laurent Fabius		*1*			*1*		*1*	*1*	*1*	*1*	*2*		
Valéry Giscard d'Estaing						*1*		*1*	*1*		*1*	*3*	
Lionel Jospin	*1*					*1*			*1*				
Jean-Marie Le Pen			*1*	*1*									
François Mitterrand			*1*			*1*		*1*	*1*	*1*			

Du point de vue de la presse, on ne constate pas une chute brutale de ses interventions – n'ayant pas une liste complète il serait difficile d'établir une comparaison –, mais plutôt une spécialisation. Ainsi, il accorde de moins en moins d'interviews et d'articles à la presse nationale et générale et se tourne de plus en plus vers une presse spécialisée ou régionale, à laquelle il peut plus facilement imposer un rapport de force favorable, puisqu'interviewer un ministre est souvent pour elle une chance. Cela lui permet également de toucher un public plus ciblé. Il communique ainsi beaucoup durant sa période comme ministre de l'agriculture, et même avant, dans la presse agricole.

Tableau 6 : Nombre d'interviews ou d'articles de Michel Rocard dans la presse à partir de la recension faite par son conseiller presse Pierre Masson en 1986[1]

	Ministre du Plan (1981-1983)	**Ministre de l'Agriculture (1983-1985)**	**Après démission (1985-1986)**
Presse nationale généraliste	1981 : 5 1982 : 10 1983 : 1 Total : 16	1983 : 1 1984 : 6 1985 : 2 Total : 9	1985 : 5 1986 : 14 Total : 19
Presse spécialisée (dont agricole)	1981 : 6 1982 : 27 1983 : 2 Total : 34	1983 : 12 1984 : 21 1985 : 9 Total : 31	1985 : 5 1986 : 4 Total : 9
Presse régionale	1981 : 5 1982 : 11 1983 : 3 Total : 19	1983 : 3 1984 : 6 1985 : 3 Total : 12	1985 : 3 1986 : 12 Total : 15

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Document 2 : « Liste des interventions de Michel Rocard dans les médias (presse, télévision) de 1979 à 1986 »

Presse agricole	1981 : 1 1982 : 2 1983 : 1 Total : 4	1983 : 5 1984 : 13 1985 : 4 Total : 22	1985 : 0 1986 : 0 Total : 0
Presse internationale	1981 : 4 1982 : 5 1983 : 1 Total : 10	1983 : 1 1984 : 2 1985 : 0 Total : 3	1985 : 4 1986 : 4 Total : 8
Total :	84	77	41

On dénombre 6 articles et entretiens en 1981, 27 en 1982, 14 en 1983, et 21 en 1984 dans la presse spécialisée contre respectivement 5, 10, 2, et 6 pour la presse nationale. Au total, il publie deux à trois fois plus (34 contre 16 dans la presse nationale comme ministre du Plan, 31 contre 9 comme ministre de l'Agriculture) dans cette presse spécialisée que dans la presse nationale généraliste. Quant à la presse régionale, elle est légèrement favorisée par rapport à la presse nationale. Jean-Claude Petitdemange, le chef de cabinet de Michel Rocard, explique même que lors de tous les déplacements du ministre, il lui organisait des rencontres systématiques avec les journalistes de la Presse quotidienne régionale[1]. Ce que confirment les notes prises par Michel Rocard[2]. C'est stratégiquement plutôt un bon choix (5 articles et entretiens en 1981, 11 en 1982, 6 en 1983, 6 en 1984), puisqu'elle est la plus lue en France. Elle limite toutefois les reprises et l'écho national de ses interventions, mais c'est aussi sans doute ce qu'il cherche – de peur qu'une de ses interventions soit reprise contre lui par ses adversaires mitterrandistes[3]. Son lectorat est en outre plus âgé et plus rural, correspondant

[1] Entretien avec Jean-Claude Petitdemange, 24 novembre 2015

[2] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnet de notes, 1981-1983

[3] Entretien avec Gentiane Weil, 28 mars 2013

ainsi à la sociologie de ses administrés agriculteurs[1]. Les journalistes, y ayant moins d'autonomie à l'égard du politique, en raison de leur manque de connaissance du jeu politique national[2] – selon Jean-Claude Petitdemange, les autres ministres délaissaient la PQR[3] –, il peut plus facilement connaître les questions à l'avance et refuser que tel ou tel aspect soit abordé, comme en témoignent les notes de son attaché de presse :

« Vous serez interviewé par Joël Auber et Jean-François Bege pour *Sud Ouest*, cette interview devant paraître le jour de votre arrivée en Aquitaine la semaine prochaine. Les questions que j'ai négociées avec *Sud Ouest* se situent hors du champ de la politique politicienne, une question écrite sur le PS étant rajoutée en début de semaine prochaine[4]. »

On pourrait toutefois considérer que cette évolution est liée à ses fonctions et non à une stratégie ; mais les notes du Groupe image nous permettent au contraire de voir que les sollicitations de la presse généraliste ne diminuent pas, bien au contraire :

« Beaucoup de demandes de journalistes. Attendre. Maîtriser les commentaires sur le Conseil des Ministres. Différenciation très suffisante (MR réservé). Donc, parler sur un registre plus haut en maîtrisant le média : article du *Monde* (difficile à faire, long terme et société)[5]. »

Ainsi, en privilégiant l'écrit plutôt que l'audiovisuel, et le technique plutôt qu'un discours généraliste, il souhaite donner l'image d'un ministre au travail ne communiquant que sur les dossiers qui sont les siens. Cela nous montre que les modes de communication modernes ne supplantent pas les autres médias, mais laissent plutôt le choix à l'homme politique d'utiliser le média qui correspond le mieux au message qu'il veut véhiculer, à destination d'un public spécifique[6].

---

[1] DEPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE DU MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Les pratiques culturelles des Français, 1973-1989*. Paris : La Découverte, 1990, p. 22-23

[2] HUBE, Nicolas. *Décrocher la « une » : Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005). Op. cit.,* p. 95

[3] Entretien avec Jean-Claude Petitdemange, 24 novembre 2015

[4] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 3 février 1987

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Groupe Actualités », 17 juin 1982

[6] NORRIS, Pippa. *The virtuous circle. Op.cit.,* p. 160

B) Être dans l'action plutôt que le discours

Devant cette rareté du ministre, les journalistes, lorsqu'ils en ont enfin l'occasion, interrogent Michel Rocard sur ce retrait des médias – nationaux comme nous avons pu le voir – depuis 1981. Celui-ci répond invariablement qu'il n'est plus dans l'opposition et c'est donc l'action qui doit primer : « Maintenant mon travail c'est d'agir vrai et de commenter après (...) Je parle peu, mais pour illustrer beaucoup de travail et j'espère en faire beaucoup encore. Point » explique-t-il, par exemple, dans l'émission *Politiques* de TF1[1]. C'est également ce que montrent les réflexions du Groupe image. Par ce silence, Michel Rocard est censé montrer qu'il travaille : « il travaille ; il n'a rien de particulier à dire. Il faut orienter vers l'interprétation préférable (Gérard G.) : il travaille, il prépare des propositions, il veut dire des choses précises (PZ)[2]. »

Par le silence, il s'agit de forger l'image de gouvernant de Michel Rocard. Nous avons vu qu'avant 1981, c'est sur sa stature d'homme d'État que sa cote de confiance faiblissait, par rapport à celle de François Mitterrand. Les « bourdes », exploitées par ses adversaires, confortaient l'image d'un politique intelligent, mais peu fiable. Son échec en 1980 ne fait que renforcer cette impression de fragilité face à l'obstacle. Une enquête qualitative réalisée en 1982, pour le compte du Groupe image, par Christel Peyrefitte et Pascal Perrineau, permet de voir qu'il n'apparaît « pas assez représentatif pour président, manque aisance, distinction[3] (...) "Faire ses preuves"[4]. » Le but est donc de montrer que Michel Rocard travaille, est compétent et peut se réclamer d'un bilan : « Les ambitions présidentielles sont mises de côté pour le moment valoriser l'action du ministre pour faire valoir un bilan le temps venu (...) Il faut que

[1] INA, TF1, *Politiques*, 24 avril 1984

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1983, « Image et communication, synthèse de 3 réunions, 2 rendez-vous et quelques contacts », 7 juillet 1981

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Groupe Actualités », 17 juin 1982

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, Note de Christel Peyrefitte et Pascal Perrineau, « Projet pour une étude qualitative de l'image de Michel Rocard dans l'opinion publique »

MR soit pour l'instant un excellent ministre du Plan et de l'Aménagement[1]. » Désormais au pouvoir, c'est l'occasion rêvée de montrer qu'il a les capacités d'exercer le pouvoir et pas seulement au niveau local : « densifier le contenu de cette image, en associant à Michel Rocard un projet et des propositions[2]. »

C) En imposer aux journalistes

Ce silence est aussi une manière d'imposer un nouveau rapport de force aux médias. Dans la pré-campagne de 1981, il avait certes été porté par le *horse racing*, mais avait subi plus que géré sa médiatisation. Il avait dû aussi s'adapter aux scoops journalistiques en annonçant, par exemple, sa propre candidature à la présidentielle. Désormais, il entend peser sur la manière dont il est présenté. C'est un des objectifs mis en valeur par le Groupe image : « Remaîtriser la communication est devenu un objectif important[3]. » La raréfaction en est un bon moyen, car elle impose un rapport de force. Plus un politique est rare et populaire comme Michel Rocard, plus il peut imposer ses conditions. C'est ce qu'il choisit de faire, notamment pour son retour dans les émissions politiques. En effet, depuis 1981, il avait refusé toutes les invitations, et notamment celle de la très courue *Heure de vérité,* sur Antenne 2, qui a pris la succession de *Cartes sur table* à partir de 1982. C'est en avril 1984, qu'il refait pour la première fois son apparition dans une émission politique de prime-time, *Politiques,* sur TF1. Et il choisit cette émission, car justement, elle lui accorde un long passage sur l'Agriculture. Quant à son premier passage à *L'Heure de vérité*, en décembre 1984, il parvient également à y imposer que le questionnement se concentre sur les problèmes agricoles. Cette raréfaction améliore également l'écho de ses interventions qui prennent plus de poids, comme il s'en explique lui-même : « Celui qui occupe sans arrêt le devant de la scène de l'actualité finit par se fondre dans le tourbillon des événements qui passent (...). J'ai choisi de ne parler que dans

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Image et communication, synthèse de 3 réunions, 2 R.V et quelques contacts par P. Zémor », 7 juillet 1981

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Note sur l'élaboration de la stratégie de communication de Michel Rocard », de Ten et Associés, 9 décembre 1985

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, sans titre dans carnet de notes, réunion du 30 janvier 1982

les quelques occasions où il me paraissait que je pouvais apporter quelque chose aux Français[1]. »

Chacune de ses prises de parole est donc vue comme un événement. Ce silence lui permet de créer un effet de *teasing* auprès des médias. Ainsi, *Le Point* du 14 mars 1985 signale en introduction d'une interview de Michel Rocard : « Michel Rocard qui n'accorde que très peu d'interviews, se réfugiant depuis longtemps dans une certaine réserve, a accepté de répondre exceptionnellement à nos questions[2]. » Chacune de ses interventions est ainsi censée *«* rompre le silence[3] ». Cela se ressent d'ailleurs dans les audiences aux scores démultipliés. Ses prises de parole étant rares, elles sont dramatisées, annoncées à l'avance et donc attirent. Ainsi, pour sa première *Heure de vérité*, le 3 décembre 1984, il atteint 24,5 % des parts d'audience, soit le second meilleur score de l'émission jusque-là[4], et plus généralement dans le palmarès de l'émission jusqu'en 1986, il se hisse au quatrième rang, devant Valéry Giscard d'Estaing et même le président de la République, François Mitterrand ! (tableau 7)

Tableau 7 : Classement des meilleures audiences de *L'Heure de vérité* entre 1981 et 1986[5]

Invité	**Date**	**Audience (en pourcentage)**
Jean-Marie Le Pen	16 octobre 1985	32,1 %
Raymond Barre	4 décembre 1985	26,3 %
Laurent Fabius	5 septembre 1984	25,9 %
Michel Rocard	3 décembre 1984	24,9 %
Valéry Giscard d'Estaing	5 mars 1984	23,5 %
François Mitterrand	16 novembre 1983	23 %

[1] *Les Dernières Nouvelles d'Alsace*, 18 janvier 1985

[2] *Le Point*, 14 mars 1985

[3] *Le Journal du Dimanche*, 25 avril 1982

[4] Entretien avec Albert Du Roy, 22 janvier 2014

[5] GHIGLIONE, Rodolphe dir. *Je vous ai compris ou l'analyse des discours politiques*. Paris : Armand Colin, 1989, p. 10

Cette volonté d'établir un rapport de force s'inscrit dans le contexte de l'époque. Les médias sont alors en pleine mutation. Avec la création de la Haute Autorité, par la loi du 31 juillet 1982, l'audiovisuel est désormais considéré comme « libre[1] ». Les journalistes y prennent résolument leurs distances d'avec les politiques. Comme le souligne Arnaud Mercier, cette autonomisation pousse le présentateur ou commentateur télévisé à se positionner sur un pied d'égalité avec l'homme politique[2]. Même la presse écrite recherche le désalignement. Selon Philippe Juhem, c'est un journalisme à l'anglo-saxonne qui s'impose après 1981 et qui prend ses distances à l'égard des politiques, au contraire du militantisme qui y régnait dans les années 1970 :

« C'est la conjoncture commerciale nouvelle (ici la baisse des tirages de la presse de gauche) qui va conduire les hiérarchies rédactionnelles à imposer – sous couvert "d'objectivité à l'anglo-saxonne" et de "professionnalisme" – à des journalistes souvent réticents, la "neutralisation" de lignes éditoriales dont le caractère engagé est interprété comme la cause de la crise des ventes après 1981[3]. »

On constate donc une prise de distance des journalistes à l'égard des politiques. Ces derniers, en l'absence de moyens de contrôle ou de connivence vont chercher à établir des rapports de force. Cela passe par la constitution d'émissions qui leur sont entièrement consacrées, lorsque les moyens institutionnels le permettent comme pour Laurent Fabius – avec son émission *Parlons France* dans laquelle il dialogue avec Jean Lanzi tous les mois pendant 15 minutes – ou François Mitterrand – on peut penser à *Ça nous intéresse M. le Président* ou aux allocutions présidentielles. L'autre volet de cette stratégie repose sur une raréfaction de la parole du politique afin d'amplifier l'effet d'attente. C'est ainsi qu'à la même période Jacques Pilhan et Gérard Colé arrivent à l'Elysée et changent la communication de

[1] CHAUVEAU, Agnès. *L'audiovisuel en liberté ? Histoire de la Haute Autorité*. Paris : Presses de Sciences Po, 1997

[2] MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé. Op. cit.,* p. 30

[3] JUHEM, Philippe. Alternances politiques et transformations du champ de l'information en France après 1981. *Politix*, vol. 14, n° 56, 2001, p. 56

François Mitterrand en la raréfiant et en imposant des rapports de force aux journalistes[1]. Jacques Pilhan, dix ans plus tard, s'expliquera sur cette méthode dans *Le Débat* :

« Le citoyen, bombardé de messages, vit dans le bruit permanent des médias. En tant qu'homme public, si je parle souvent, je me confonds avec le bruit médiatique. La fréquence rapide de mes interventions diminue considérablement l'intensité du désir de m'entendre et l'attention avec laquelle je suis écouté. Si, en revanche, je me tais pendant un moment, le désir de m'entendre, compte tenu du fait que je suis, par exemple, président de la République, va s'aiguiser. L'attention qu'on va prêter à mes paroles va être considérable. La différence entre le signal que j'émets et le bruit ambiant sera très importante. Il y aura beaucoup de reprises dans les médias, beaucoup d'impact dans l'opinion. C'est ce qui va me donner le statut de leader par rapport aux acteurs trop présents dont le message fait partie du bruit public. Si, après avoir tendu le désir qu'a l'opinion de m'entendre par un silence relatif, je concentre plusieurs interventions sur une période courte, l'impact sera encore renforcé et mon statut de leader accru[2]. »

Laurent Fabius en devenant Premier ministre va également appliquer une méthode assez proche[3].

D) Un réseau journalistique qui s'étiole

Cette volonté d'imposer un rapport de force s'explique aussi par la disparition d'une partie des principaux soutiens de Michel Rocard dans la presse ou leur effacement au profit d'autres plumes. Ainsi, la proximité de Michel Rocard avec certains journalistes apparentés à la « deuxième gauche » dans les années 1960 est moins vraie dans les années 1980. Les Jacques Julliard, Jean Daniel continuent à jouer un rôle indéniable, mais ils ne sont plus nécessairement à la pointe. Dans une presse de gauche franchement remise en cause – *Le*

[1] COLE, Gérard. Aiguilleur de l'opinion. Entretien de Gérard Colé avec Pierre-Emmanuel Guigo. *Lettre de l'Institut François Mitterrand,* n° 43, avril 2013

[2] PILHAN, Jacques. L'écriture médiatique. Entretien avec Jacques Pilhan. *Le Débat,* n° 87, 1995, p. 4

[3] PAWELSKI, Léa. *Communication politique, représentation médiatique. Op. cit.*

Matin de Paris disparaît en 1987, *Le Monde* se recentre et *Libération* garde ses distances, tandis que *L'Humanité* connaît une profonde crise –, *Le Nouvel Observateur* reste un des rares soutiens indéfectibles de Michel Rocard. Jacques Julliard signe ainsi plusieurs éditoriaux très favorables à l'égard du concurrent de François Mitterrand :

« A preuve la grande popularité du ministre de l'Agriculture dans l'électorat socialiste, mais aussi communiste, qui n'hésite pas à voir en lui sa meilleure chance à venir. Tout se passe d'ailleurs comme si le Président paraissait admettre, bon gré, mal gré, cette logique : ce ne serait pas la première fois qu'à la veille d'une échéance décisive il ferait appel au "capital-Rocard"[1]. »

Mais même là, la plume de Robert Schneider, qui commente l'actualité du PS, avant d'être rejoint à la fin des années 1980 par François Bazin, n'est pas toujours aussi complaisante que Michel Rocard le voudrait. Dans cette presse encore marquée à gauche, la « Tontonmania » bat son plein. Le Président, loin de son image de Poulidor dans les années 1970, exerce une fascination sur les journalistes. Jean Daniel, Robert Schneider, Ivan Levaï, ayant tous de la sympathie, voire de l'amitié pour Michel Rocard, se rangeront à chaque fois, à partir de cette période, dans le camp du Président en cas de conflit entre les deux hommes.

Quant à ses autres soutiens ils s'étiolent au fil des années 1980. Thierry Pfister, après un passage à la communication de Pierre Mauroy, n'officie plus dans la presse nationale. Alexis Liebaert a également disparu des colonnes du *Monde*. Le suivi de la politique concrète est confié à d'autres, en général plus jeunes, et aux rapports plus distanciés à l'égard des politiques. C'est le cas de Jean-Louis Andréani et Patrick Jarreau pour *Le Monde*. Ce dernier est très critique de la stratégie d'autonomie de Michel Rocard à l'égard de son propre parti :

« En obéissant à cette logique, M. Rocard s'expose à une autre sanction : celle qui vise l'impuissance, avec circonstance aggravante, l'incohérence. Impuissance d'une sorte de Cassandre sur laquelle se cristalliseraient les déceptions d'une partie de l'opinion sans qu'elles se transforment jamais en perspective politique, incohérence d'un éternel candidat qui prétendrait conduire à la victoire ceux qu'il refuserait d'accompagner dans la défaite[2]. »

[1] *Le Nouvel Observateur*, 4 juin 1985

[2] *Le Monde*, 18 décembre 1985

Cette nouvelle génération montante est qualifiée par Nicolas Kaciaf de « génération des alternances », qui prend son essor après 1985[1]. Celle-ci se caractérise par la systématisation du registre du « décryptage » afin de s'instituer en « experts impartiaux ». Cette mutation est bien incarnée par l'essor de *Libération* – le quotidien passe de 48 000 numéros en 1981 à 105 000 en 1984, puis 166 000 en 1991[2] – au ton plus incisif, alors que *Le Monde*, au regard plus neutre, décline. Eric Dupin, chargé de suivre le Parti socialiste pour *Libération*, est ainsi une des bêtes noires de Michel Rocard, qui entretient des rapports houleux avec l'ancien membre du CERES. Dans une presse jusque-là plutôt conquise, les critiques de Dupin tranchent et déplaisent à Michel Rocard, comme à son entourage. Le quotidien se distingue aussi par son imprévisibilité. Alors qu'avec les autres journalistes les politiques peuvent user sans trop d'inquiétude du « off » – la diffusion d'informations non sourcées – *Libération* n'est pas perçu comme un journal auquel on peut faire confiance[3]. Ce style *Libé* va influencer l'ensemble de la presse nationale et obliger les autres journaux à s'adapter dans les années 1980. Ce ton nouveau va ainsi se répandre, selon le phénomène de mimétisme des pratiques journalistiques – « la circulation circulaire de l'information » – déjà bien mis en valeur par Pierre Bourdieu[4]. *L'Evénement du jeudi* qui représente, par exemple, sous le format magazine, une approche assez similaire à celle de *Libé*, la coloration politique en moins, entretient également avec Michel Rocard des relations difficiles[5].

[1] KACIAF, Nicolas. *Op. cit.,* p. 25

[2] HUBE, Nicolas. *Décrocher la « une » : Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005). Op. cit.,* p. 77

[3] Entretien avec Jean-Michel Helvig, 13 juin 2015

[4] BOURDIEU, Pierre. *Sur la télévision*. *Op. cit.,* p. 22-25

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, SIMONI, Corinne. *Dynamique d'une candidature potentielle à l'élection présidentielle*. Mémoire de Lettres modernes spécialisées sous la direction de Gabriel Conesa : Paris : Sorbonne : 1989, p. 68

E) Le traumatisme de l'Appel de Conflans

Dans ce nouveau rapport à la communication il semble également y avoir une grande part psychologique, comme l'observe en 1987 celui qui prend alors la tête de la communication rocardienne, Guy Carcassonne :

« Il me semble que toute l'équipe réunie autour de M. Rocard est frappée par le "syndrome de l'Appel de Conflans". D'où une crainte permanente de commettre des erreurs, principalement en matière de communication, une attitude "timorée", voire une paralysie des initiatives, sans parler d'une probable défiance à l'égard des professionnels publicitaires. Ceci explique également que la communication de M. Rocard se soit – trait frappant – repliée sur une gestion de point "d'image" au détriment du "message", alors que les deux sont indissociables. Et c'est là que prend sa racine le problème de "banalisation", "d'aseptisation", de la communication de M. Rocard[1]. »

On peut en effet considérer que l'appel de Conflans, par le retournement du rapport entre Michel Rocard et les médias, a un effet traumatique. Enfant béni de la médiatisation jusque-là, le leader socialiste se sent trahi par la communication qui paraît avoir mis fin à sa course à la présidentielle. Lui-même attribue son échec bien plus à la communication qu'à sa stratégie. Il pointera du doigt tout particulièrement Claude Marti, qui prendra d'ailleurs ses distances par la suite[2]. « L'appel » en lui-même suit toute une phase de débordements du leader socialiste par les médias. Pris dans le maelstrom du *horse racing*, le député socialiste subissait plus qu'il n'imposait une médiatisation. Cette accusation à l'égard d'un de ses conseillers en communication montre la faiblesse de ceux-ci dans l'entourage politique. Ils sont souvent les responsables idéaux pour un échec étant donné leur position fragile de « dominants-dominés » selon l'expression de Jean-Baptiste Legavre[3]. Perçus comme moins

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Note pour la création d'une "cellule communication" », 5 mars 1987

[2] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 224

[3] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.*

légitimes que les autres conseillers, ils sont des fusibles pratiques comme le pointe Arnaud Benedetti :

« Dans les entourages des élus, les communicants sont souvent des fusibles. Le fait serait anodin, voire insignifiant s'il ne traduisait quelque chose de profondément ancré dans les croyances et les représentations des décideurs. L'échec résulterait forcément d'un problème de com', et non du contenu d'une politique, de la pertinence d'une action, d'un bien-fondé d'une décision. C'est toujours vers l'aval que se porte le regard du pouvoir, de quelque nature que ce soit, quand il s'agit d'autopsier les causes d'une défaite, de mesurer l'ampleur d'un insuccès, de sonder les abysses d'un dysfonctionnement, et non vers l'amont où se joue pourtant la prise de décision[1]. »

Bien que le terme de traumatisme paraisse fort dans un cas comme celui-ci, on trouve des similitudes intrigantes entre les attitudes de Michel Rocard après l'Appel de Conflans et celle des traumatisés. Ainsi, au traumatisme succède souvent une période d'évitement, notamment de tout ce qui peut rappeler l'élément traumatique. Le silence observé plus haut – particulièrement à la télévision à l'origine du « drame » – semble plaider dans ce sens. En tout cas, on voit une prise de distance croissante de sa part à l'égard de la « communication politique », au point de confier le secteur à un non « professionnel », comme nous allons l'observer par la suite. Alors que son image diffusée dans la presse était très travaillée dans les années 1970, il ne semble plus la prendre en considération, comme le rappelle Philippe Leloup qui l'a immortalisé aux Arcs en 1985 : « J'ai fait dix ans de photo politique, j'ai beaucoup suivi Raymond Barre et, comme lui, Rocard s'en fout complètement des photographes, ce qui dans ce milieu était rare à l'époque et aujourd'hui, je pense, n'existe plus du tout. Il ne prend pas la pose, il n'a pas ce petit coup d'œil du tacticien qui veille à faire un truc au moment où les objectifs sont braqués sur lui[2]. »

Avant cette date, il est d'ailleurs rare de lire dans ses écrits ou discours une critique des médias. Certes, comme nous l'avions vu, il y a une ambivalence dans la culture de la « deuxième gauche » à l'égard de la communication qui pourrait permettre plus de démocratie, mais qui, telle qu'elle est pratiquée dans les pays capitalistes, favorise le consumérisme. Mais cela ne l'amenait pas une réflexion particulière autour de ce sujet. Au

[1] BENEDETTI, Arnaud. La « com » à l'épreuve de la communication. *Art. cit.*, p. 90

[2] *Libération*, 8 juillet 2016

contraire à partir du début des années 1980, la critique des médias se systématise. Et cela se traduit d'abord par des reproches de plus en plus fréquents à l'égard des journalistes.

II) Rejeter les nouvelles tendances médiatiques : « le tournant de la rigueur »

A) L'agacement à l'égard des journalistes

En effet, Michel Rocard paraît de plus en plus agacé par les pratiques journalistiques, en particulier celles des journalistes politiques. Jean-Michel Helvig se souvient ainsi d'un incident à cette période entre Michel Rocard et *Libération,* pour une interview sur l'éthique en politique. Le journal décide, à partir de celle-ci, de titrer : « Michel Rocard fait le bilan moral de la gauche ». Ce qui lui vaut les attaques des Mitterrandistes réunis. Michel Rocard tiendra rigueur au quotidien de cette une[1]. Le fait est d'autant plus étonnant que l'homme avait la réputation d'un invité courtois et chaleureux, à quelques rares exceptions près – on se souvient de ses énervements à l'égard de Thierry Pfister qui avait annoncé sa candidature à l'élection présidentielle, en septembre 1978, et à l'encontre de Gilbert Denoyan[2], ce dernier étant un ami proche. Corinne Simoni qui étudie la campagne de Michel Rocard en 1987-1988 et a participé au Groupe image souligne également ce changement de rapport aux journalistes :

« Les journalistes n'aiment plus Michel Rocard, il est vrai que le candidat ne leur épargne guère ses réflexions acerbes (...) Sur le plan personnel, Michel Rocard ne masque pas ses préférences et souvent privilégie l'un d'entre eux dans un groupe de quatre ou cinq, par exemple. Dans ce cas, l'entourage, quelques soient son amabilité et ses efforts, ne suffit pas à compenser ce que les journalistes ressentent comme du dédain, et qui peut être de la pudeur.

[1] Entretien avec Jean-Michel Helvig, 13 juin 2015

[2] INA, France-Inter, *Interactualités*, 6 octobre 1978

En réalité, Michel Rocard entretient des relations détestables avec une partie de la presse dont certains services politiques parisiens[1]. »

Les critiques se font même au grand jour, face caméra, comme à *L'Heure de vérité* le 24 février 1988, dans laquelle il prend Albert Du Roy à partie, lui reprochant de ne pas poser des questions sur les Affaires étrangères. Le journaliste lui répond qu'il connaît lui aussi très bien le sujet et a écrit bien plus d'articles sur ce thème que le leader socialiste n'a pu prononcer de discours sur le même sujet[2]. Au Grand Jury de RTL peu avant l'élection présidentielle de 1988, il rétorque à un Olivier Mazerolle un peu trop pressant : « C'est moi qui construis les réponses si vous le permettez[3]. »

Être coupé est parmi les attitudes journalistiques qui l'agacent le plus, et ce au nom de sa volonté pédagogique décrite plus haut :

« C'est là un débat de fond. Moi, je veux arriver à poursuivre mon raisonnement jusqu'au bout, et je ne supporte pas, d'un point de vue moral, d'être coupé, de ne pas pouvoir expliquer, démontrer ou démonter certains mécanismes. Je considère que j'ai vocation à la pédagogie : il faut qu'on me laisse le temps[4]. »

Rodolphe Ghiglione, qui analyse le discours de Michel Rocard durant *L'Heure de vérité* de 1988, montre également comment celui-ci, plutôt que de répondre à la question, s'en détourne pour aborder un autre thème[5]. Son rapport avec les journalistes femmes est particulièrement délicat. On sait que cela avait déjà été un élément sur lequel ses conseillers et, en particulier les femmes de son entourage, avaient tenté de le sensibiliser, avec plus ou moins de succès. On constate néanmoins dans ses rapports à Anne Sinclair qu'il se positionne régulièrement comme le mâle porteur de compétence, renvoyant la journaliste à son manque supposé de connaissances. Ainsi, lors de la première émission *Questions à domicile* à laquelle

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, SIMONI, Corinne. *Op. cit*., p. 67-68

[2] INA, Antenne 2, *L'Heure de vérité*, 24 février 1988

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, « Compte rendu dactylographié de l'émission le Grand Jury RTL », 24 janvier 1988

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Réunion travail du 16/1 avec G. Denoyan »

[5] GHIGLIONE, Rodolphe dir. *Je vous ai compris ou l'analyse des discours politiques*. *Op. cit.*, p. 154

il participe, il recadre Anne Sinclair qui lui demande s'il a reçu François Mitterrand dans son salon, en lui expliquant que le protocole veut que le Président reçoive et non qu'il soit reçu[1].

Le Groupe image prend conscience des mutations en cours et tente d'inciter Michel Rocard à mieux traiter la presse :

« M.R. a tendance à se durcir, à se crisper, quand le journaliste le met en difficulté, refusant d'être interrompu et devenant agressif. On a, alors, l'impression que M.R. considère le journaliste comme un adversaire, et non comme un partenaire. Qu'il se comporte comme dans un débat politique, et non une émission de télévision. Il faudrait tout au contraire, savoir jouer avec le journaliste, se laisser interrompre, pour le mettre (et mettre le public) de son côté. Donner l'impression qu'on est ouvert, disponible, prêt à jouer le jeu[2]. »

Ils l'incitent ainsi à mettre de côté « les réactions du type "je vous en prie...", "si vous le permettez...", "s'il vous plait...", qui témoignent d'une certaine agressivité envers le journaliste et sont très mal perçues par le public[3] » et à leur préférer « l'humour », « le clin d'œil au public[4] ». Pierre Encrevé l'invite, pour sa part, à choisir des stratégies d'évitement :

« MR a actuellement tendance à répondre directement à la question, quitte à entrer en conflit avec le questionneur (comme avec J. Boissonnat, NDLA *Heure de Vérité*) ou, au contraire, à refuser explicitement de répondre (comme à Europe 1 le 13 octobre 1985 au sujet de Greenpeace). Il semble qu'il pourrait cultiver systématiquement pour ces cas difficiles des techniques de "désamorçage" des questions piégées comme, par exemple, les procédés métadiscursifs habituels consistant à reprendre la question en la reformulant de manière à pouvoir y répondre en laissant tomber les aspérités. Ce que MR faisait très bien le 14 mai avec Elkabbach[5]. »

[1] INA, TF1, *Questions à domicile*, 13 juin 1985

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Compte rendu séance magneto M.R. du 25 octobre 1985 »

[3] *Ibid.*

[4] *Ibid.*

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note de Pierre Encrevé, « Quelques composantes linguistiques de l'image de Michel Rocard », 30 juin 1986

B) Une acceptation résignée de la *peopolisation*[1]

Plus que les seuls journalistes, c'est toute l'évolution de la communication audiovisuelle que Michel Rocard rejette. Nous avons vu que son succès médiatique dans les années 1970 était fortement lié à la compatibilité avec les évolutions médiatiques de l'époque. Dans les années 1980, il est réticent à la plupart des changements que l'on perçoit alors. Il prend ainsi le contrepied de ce qui avait fait son succès dans les années 1970. Il est vrai, qu'étant devenu ministre, et donc ayant plus de ressources personnelles, il a moins besoin de ces formats pour exister[2]. Ce tournant est particulièrement visible dans le cas du dévoilement de sa vie privée, dont on avait pu voir qu'elle ne lui posait guère de problème. Il en fait désormais un usage sélectif, alors même que celle-ci se répand largement au sein des médias. Ce succès résulte d'évolutions journalistiques qui tendent à vouloir donner une vision de plus en plus personnifiée de la politique, de plus en plus psychologisante aussi. Le dévoilement de la vie privée répond en partie à ces attentes :

« La psychologie est la clé de lecture privilégiée des analyses journalistiques, comme le prouve l'attachement aux sondages d'opinion et d'humeur. L'analyse psychologique est un registre explicatif souvent mobilisé immédiatement. Il donne l'apparence d'une certaine recherche et il ne nécessite aucun système de preuves bien établi, jouant sur la force de son évidence ou sur l'irréductibilité du ressenti[3]. »

Les leaders politiques ont, depuis la fin de l'ère gaullienne, largement perdu de leur transcendance. Au contraire, une injonction à la proximité semble émerger. Ainsi, en se basant sur les travaux d'Alan Erhenberg, Jamil Dakhlia souligne « la disparition des héros

[1] Nous employons ici le terme de *peopolisation* comme « l'association entre responsables politiques et gens célèbres (les *people*), soit que les premiers imitent les seconds, soit que, en sens inverse, des stars s'impliquent en politique, aux côtés de tel ou tel candidat, ou pour leur propre compte ». Celle-ci repose principalement pour l'époque sur l'association à des célébrités du moment et le dévoilement de la vie privée des dirigeants. Il faut toutefois éviter l'anachronisme, l'évocation des politiques ne se fait à l'époque que très rarement dans une presse échotière, contrairement aux évolutions contemporaines (DAKHLIA, Jamil. La représentation politique à l'épreuve du people : élus, médias et peopolisation en France dans les années 2000. *Le Temps des médias*, n° 10, 2008, p. 66). Cette « limitation » de la notion de *peopolisation* ne rend pas pour autant son usage caduque dans notre période marquée par l'essor du dévoilement de la vie privée des politiques dans les médias (DELPORTE, Christian. Quand la peopolisation des hommes politiques a-t-elle commencé ? Le cas français. *Le Temps des médias*, n° 10, 2008, p. 27-52).

[2] LEROUX, Pierre. Passer à la télé. *Art. cit.,* p. 71

[3] MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé. Op. cit.,* p. 250

transcendants, aux qualités exceptionnelles, au profit des héros ordinaires, semblables à tout le monde, offerts au regard général et dont chacun peut s'inspirer afin de trouver du "punch pour vivre en individu". Il est donc plausible que les hommes et les femmes politiques prennent acte de cette "augmentation du sentiment d'être égal" et s'adaptent aux nouveaux canons de l'héroïsation, en acceptant d'apparaître comme des individus banals dans les médias généralistes, la presse people, les talk shows, voire des émissions de téléréalité[1]. »

Par ailleurs, le développement d'une culture de masse[2] plus accessible au plus grand nombre participe à ce mouvement : « En somme, la vedettisation est liée à l'affirmation d'un nouveau modèle spécifique à la culture de masse et l'essor de l'information sur la vie privée semble encouragé par l'essor des formats médiatiques populaires[3]. » Ce dévoilement de sa vie privée permet de répondre aux besoins des acteurs sociaux les moins pourvus en capital culturel qui utilisent en politique des grilles de lecture issues du quotidien[4].

Des ministres – comme Louis Mermaz – n'hésitent plus à fréquenter des émissions comme *Tournez manège* où les candidats doivent dévoiler tous leurs secrets de couple, et François Léotard, comme Lionel Jospin, poussent la chansonnette dans des émissions de divertissement[5]. Sans adopter ces formats les plus osés, Michel Rocard continue de mettre en scène sa vie privée, mais uniquement durant les périodes de campagne – quant il y est obligé pourrait-on ajouter. Au pouvoir, il évite toute intrusion dans sa vie privée. Comme il refuse les émissions politiques, il reste loin de la presse s'intéressant aux personnalités et protège sa vie familiale.

Cette dichotomie est clairement visible dans ses trois participations à *Questions à domicile*. Il s'agit d'un des principaux succès de *peopolisation* politique pour l'époque. L'émission permet à TF1, concurrencé alors par l'émission politique phare d'Antenne 2, *L'Heure de vérité*, d'avoir une émission politique de grande écoute. Cette émission s'inscrit également dans la nouvelle stratégie de la chaîne qui souhaite innover en s'inspirant de

[1] *Ibid.,* p. 55

[2] SIRINELLI, Jean-François et RIOUX, Jean-Pierre. *Histoire culturelle de la France : le vingtième siècle.* Paris : Seuil, 1998

[3] DAKHLIA, Jamil. *Politique People. Op. cit.,* p. 39

[4] GAXIE, Daniel. *Le cens caché. Op. cit.*

[5] DELPORTE, Christian. Image, politique et communication sous la V[ème] République. *Vingtième siècle : revue d'histoire*, vol. 72, n° 1, 2001, p. 119

modèles étrangers, américains en particulier. S'il s'agit dans cette émission d'accorder une large place à la vie privée, faut-il y voir la fin du politique comme le suggère Brigitte Le Grignou[1] ?

Le cas de Michel Rocard nous donne trois réponses différentes. Ainsi, pour sa première participation, il choisit de déclarer sa candidature à l'élection de 1988 et donc de lancer sa campagne. Une large part de l'émission est consacrée à la présentation de la vie intime du leader socialiste – y compris son réfrigérateur (annexes, document 42 et 43) –, même si la partie de questions proprement politiques reste très largement majoritaire[2]. Au contraire, les émissions suivantes s'inscrivant pour la première (mars 1988) dans la perspective du pouvoir et pour la seconde (avril 1989) dans son exercice, n'évoquent plus du tout la vie privée et, d'ailleurs, trahissent complètement le but de l'émission. La deuxième émission se déroule en effet dans son bureau de maire à Conflans-Sainte-Honorine[3]. Quant à la troisième émission, elle est tournée dans le cadre cossu de Matignon, et un petit reportage résume en quelques minutes la vie quotidienne du Premier ministre à Matignon – avec, d'ailleurs, aucune image proprement privée[4].

Mais même dans ce domaine pourtant habituel, il ne peut s'empêcher de faire part de ses réticences. Ainsi, interviewé pour son passage à l'émission littéraire *Apostrophes*, il explique :

« J'y vais parce que j'ai un livre à défendre, précise-t-il aussitôt. Je ne crois pas que j'aurais, comme Raymond Barre, accepté d'aller chez Pivot pour parler uniquement de littérature. Tout simplement parce que ce n'est pas mon métier. Mes émotions ne regardent que moi. Les utiliser comme moyen de communication c'est un peu polluer (...) Je n'entends pas contribuer personnellement à une mise en scène de ce qui doit rester privé. Cette conviction rejoint l'attitude spontanée de ma famille, le refus de mes enfants d'être photographiés ou interrogés et je les approuve[5]. »

---

[1] LE GRIGNOU, Brigitte. Citoyens du dimanche. Politique télévisée en fin de siècle. In BONNAFOUS, Simone, CHIRON, Pierre, DUCARD, Dominique, LEVY, Carlos. *Op. cit.,* p. 139

[2] INA, TF1, *Questions à domicile*, 13 juin 1985

[3] INA, TF1, *Questions à domicile*, 20 mars 1988

[4] INA, TF1, *Questions à domicile*, 20 avril 1989

[5] *Télé 7 jours*, 17-23 octobre 1987

S'il accepte ce dévoilement de la vie privée, c'est uniquement si celui-ci est contrôlé. Il rejette les premières tendances à s'immiscer dans la vie privée des politiques sans leur accord. En déplacement aux États-Unis au printemps 1987, au moment de l'affaire Gary Hart – ce favori de la primaire démocrate, obligé de renoncer en raison d'une affaire de mœurs –, il réagit violemment, fustigeant cette intrusion de la presse dans la vie privée : « Les journalistes ne cessant de s'acharner sur ce sujet, l'un d'entre eux lui demande : "Êtes-vous pour ou contre l'adultère ?", Michel Rocard finit par répondre agacé : "L'adultère a cessé d'être un délit devant la loi. Quant à moi, je respecte la liberté privée"[1]. »

C) Refuser l'*infotainment*

Surtout, le format en plein essor est alors celui de l'*infotainment*. Face à l'érosion des audiences politiques, les médias cherchent alors à mélanger les styles. Le développement des chaînes privées commerciales – avec la naissance de Canal+ en 1984, de La Cinq en 1986 et de la privatisation de TF1 en 1987 –, encore plus en quête d'audiences, favorise cette tendance[2]. Pour rendre l'information plus attractive, on y rajoute du divertissement, de l'humour. C'est particulièrement vrai pour la politique qui souffre alors du désintérêt croissant du public. La presse n'est pas non plus à l'abri. Nicolas Kaciaf avance que le déclin des pages consacrées à la politique dans la presse, au cours des années 1980, est dû aux études de lectorat plus approfondies qui montrent un large désintérêt pour ce domaine[3]. Pour rendre la politique plus attractive, les émissions qui y sont consacrées adoptent une partie des codes du divertissement. Umberto Eco parle alors du passage à la néo-télévision[4].

La manière même de présenter les émissions, y compris politiques, s'en trouve modifiée comme l'a bien montré Jean-Marc Vernier : « Leur style c'est le décontracté, la désinvolture, le détachement ironique, le côté caustique et revenu de tout, l'intonation neutre,

[1] ANDREANI, Jean-Louis. *Le Mystère Rocard. Op. cit.,* p. 62

[2] FRADIN, Guillaume. Cinquante ans de dévoilement de soi. *Art. cit.*

[3] KACIAF, Nicolas. *Op. cit.,* p. 262

[4] ECO, Umberto. *La guerre du faux*. *Op. cit.*

l'humour en demi-teinte comme un clin d'œil[1]. » La politique ne reste pas à l'abri, puisque « les émissions de communication politique y gagnent en décontraction, en humour et épousent les valeurs montantes de l'époque, à contre-courant de l'esprit de sérieux[2] ». Les dispositifs aussi sont touchés, tendant vers une spectacularisation de la scène où se déploie le débat ou la confrontation journaliste-politique. Jean Mouchon a ainsi bien mis en valeur la mise en scène similaire à une arène de *L'Heure de vérité*[3].

L'*infotainment* déplaît – en tout cas dans son style années 1980, qui déstabilise le statut politique – à Michel Rocard. Contrairement à l'émission *Carte blanche à Marc Ullmann*, à laquelle il avait participé le 14 juillet 1978, le divertissement ne vient pas flatter l'image des politiques, mais au contraire, participe de la volonté d'émancipation-contestation des médias à l'égard du pouvoir qui se développe depuis la fin des années 1970. Par exemple, *Sept sur Sept* qui, dans son dispositif, adopte certains codes de l'*infotainment* ne bénéficie de sa participation qu'une seule fois entre 1985 et 1988[4], alors que les autres politiques s'y pressent, afin de bénéficier de l'aura de sa présentatrice vedette et d'une audience nombreuse. L'émission d'Anne Sinclair, créée en 1981, est l'un des programmes-phare de TF1. Elle consiste en un entretien entre la présentatrice et une personnalité, entrecoupé de résumés de l'actualité. La mise en scène, reposant sur des plans moyens et un fond noir, concentre l'attention sur leur relation contribuant à donner au programme une illusion d'intimité[5]. Surtout, l'émission illustre bien ce mélange des genres que constitue l'*infotainment*. Le débat politique – lorsqu'il y est évoqué – est entrecoupé d'actualités les plus diverses. Sans pour autant s'apparenter à un pur spectacle, elle contient donc des éléments de spectacularisation, que Michel Rocard rejette.

[1] VERNIER, Jean-Marc. Nouvelle forme scénique des jeux TV. *Quaderni,* n° 4, janvier 1988, p. 59

[2] MOUCHON, Jean. Médiatisation de la communication politique et logiques structurantes. *Mots*, n° 20, 1989, p. 49

[3] MOUCHON, Jean. L'information politique en champ et en contre-champ. *Hermès, La Revue* 1994, n° 13-14, p. 263-274

[4] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 1er juin 1986

[5] ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*. Paris : L'Harmattan, 1996, p. 110

Outre cette spectacularisation des émissions d'entretien, on voit la participation croissante de politiques à des émissions de divertissement[1]. Celles-ci qui connaissent toujours d'excellents résultats d'audience sont l'occasion pour le leader politique de montrer un jour plus sympathique de lui-même, mais aussi de toucher un public bien plus important et différent de celui qu'il trouve en participant à *L'Heure de vérité*. L'émission de variétés *Carnaval*, présentée par Patrick Sébastien, reçoit ainsi plusieurs politiques durant les années 1980. Jacques Toubon s'y fait même transpercer l'avant-bras par un prestidigitateur[2]. Là encore, Michel Rocard reste à l'écart de telles pratiques.

Comme nous l'avons vu, l'infotainment se traduit aussi par un ton plus ironique à l'égard du politique. On voit émerger parmi les principales manifestations de cette tendance, l'émission satirique *Le Bébête Show.* Pour la première fois à la télévision, la dérision politique obtient une émission quotidienne à une heure de grande écoute à partir de 1982, sur la principale chaîne : TF1. Michel Rocard fait son entrée dans cette émission de marionnettes, inspirée du *Muppet Show*, peu après sa démission du gouvernement, à l'hiver 1985. D'une certaine manière *Le Bébête Show* peut aussi être lu comme le point extrême de cette prise de distance ironique des médias à l'égard de la politique, comme le souligne Jean-Paul Gourevitch :

« La politique est neutralisée. Il n'y a pas de conflit idéologique, car tout débat de fond est occulté par un jeu de mots ou une pirouette. Le modèle social du *Bébête Show*, c'est celui d'une société de cohabitation qui tourne à vide et à toute allure, où tous les acteurs sont mis sur le même plan et finissent par prendre un verre ensemble en entonnant la même chanson. (...) Le Bébête Show ramène le politique à la politique dont il fait une affaire de cuisine ou de ménage[3]. »

Alors que d'autres politiques se montrent très intéressés et prêt à rire de leur marionnette pour mieux montrer leur décontraction au grand public, Michel Rocard, lui, se

[1] Le phénomène remonte en fait aux années 1950-1960 comme le souligne Guillaume Fradin, mais ne se généralise que dans les années 1980 (FRADIN, Guillaume. Cinquante ans de dévoilement de soi. *Art. cit.)*

[2] FRADIN, Guillaume. Cinquante ans de dévoilement de soi. *Art. cit.*

[3] GOUREVITCH, Jean-Paul. *L'image politique : De Luther à Internet et de l'affiche au clip*. Paris : Hachette, 1998, p. 208

montre très critique de l'émission : « et à travers ces jeux de rôle, je n'ai pas la conviction que la démocratie y gagne[1]. »

Comme on le voit, si sa discrétion à partir de 1981 s'explique en partie en raison de sa stratégie personnelle, les aspects psychologiques y prennent leur part. Michel Rocard semble de plus en plus réticent à la médiatisation considérant désormais ses effets négatifs sur le politique. Ses critiques commencent à se faire entendre dans la presse, et il va même choisir de les mettre sur le papier.

III) Le théoricien de la com'

A) Une théorie imprégnée des sciences sociales

Les critiques de Michel Rocard à l'égard des médias vont peu à peu se structurer et aboutir à une théorisation globale. Celle-ci occupe une place importante dans son livre de campagne en 1987 : *Le Cœur à l'ouvrage*. La critique qu'il développe se fonde sur une vision idéalisée de la politique. Son modèle sans cesse revendiqué est celui de la social-démocratie suédoise. A l'en croire, elle serait pourvue de toutes les vertus. La politique s'y ferait sereinement, avec des débats pacifiés, laissant toute sa place à une gouvernance dépassionnée. Il s'agit bien sûr d'une image idyllique, comme ont pu le montrer des travaux plus fouillés sur ce pays[2]. C'est aussi par rapport à un âge d'or qu'il élabore sa critique. Celui des années 1960 et 1970, en partie fantasmé, où les médias, en particulier audiovisuels, étaient beaucoup plus soumis aux politiques. Une période où le cadrage médiatique mettait également plus en avant les idées.

Mais pour élaborer cette vision critique, il s'inspire également de tout un pan de la recherche qui pointe les effets négatifs des médias sur la société. Si l'on peut douter qu'il ait lu dans le détail tous les ouvrages de l'école de Francfort, lui-même et son entourage sont

[1] INA, TF1, *Le Bébête show*, 30 septembre 1985

[2] PRED, Allan. *Even in Sweden* : *Racisms, Racialized Spaces, and the Popular Geographical Imagination.* Berkeley : University of California Press, 2000

inspirés par ce regard critique sur la médiatisation. Les ouvrages de Theodor Adorno ou de Herbert Marcuse ont influencé la « deuxième gauche », notamment dans sa critique des valeurs capitalistes véhiculées par les médias de masse. Par ailleurs, Michel Rocard se montre de plus en plus sensible aux analyses, notamment sur les sondages et les médias, de Pierre Bourdieu, qu'il a l'occasion de rencontrer à plusieurs reprises durant cette période, par le biais de leur ami commun Pierre Encrevé[1]. Sa propre épouse semble d'ailleurs très intéressée par les travaux du sociologue français[2]. A Matignon, il déjeunera avec lui pour parler de sa politique et notamment des médias[3].

Il accorde aussi un grand intérêt aux travaux de Marshall McLuhan, eux aussi très pessimistes sur l'influence des médias sur la société, participant même à un colloque du club français qui lui est consacré[4]. Il a surtout lu Neil Postman et notamment son ouvrage *Se distraire à en mourir*[5], auquel il accorde un grand intérêt[6]. Le sociologue américain, dans la lignée de Marshall McLuhan, y développe l'idée d'une spectacularisation de la société sous l'influence des médias, qui amènerait un appauvrissement de la réflexion et une aliénation des individus. Alors que son entourage était majoritairement composé de chercheurs favorables à l'adoption de la « communication politique » et de ses techniques jusque-là, on voit des théoriciens plus critiques prendre le pas et influencer Michel Rocard[7].

On peut enfin souligner que loin d'être isolée, cette critique des médias s'inscrit dans une période marquée par sa généralisation. Comme le montrent Fabrice d'Almeida et Christian Delporte, le « tournant des années 1980-1990 place au cœur du débat public la

[1] Entretien avec Pierre Encrevé, 5 décembre 2010

[2] Entretien avec Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012

[3] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Note de Pierre Encrevé, 21 décembre 1989, « Compte rendu du déjeuner avec Pierre Bourdieu du jeudi 21 décembre 1989 »

[4] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/186, Discours au Club McLuhan, 17 janvier 1986. On fera d'ailleurs remarquer qu'il est étonnant que Michel Rocard se revendique le plus d'un chercheur dont la forme d'écriture est très représentative de ce qu'il reproche justement à la politique : l'art de la formule choc (voir à ce sujet : NEVEU, Erik. *Une société de communication ? Op. cit.,* p. 33

[5] POSTMAN, Neil. *Se distraire à en mourir*. Paris : Nova Editions, 2010

[6] Entretien avec Michel Rocard, 5 avril 2011

[7] Entretien avec Jean-Louis Missika, 30 novembre 2010

question de l'information dont le traitement subit la critique conjuguée des intellectuels, de l'opinion publique et des professionnels eux-mêmes[1] ».

B) La critique des « petites phrases »

Parmi les principaux facteurs qu'il fustige dans la communication politique moderne, on trouve les « petites phrases » dont raffolent les médias. Nous avons vu que cela est lié au développement d'un cadrage plus centré sur le jeu que sur les enjeux, évolution qui tend à s'accroître durant la période. Dans *Le Coeur à l'ouvrage,* il fustige cette pratique journalistique « qui ampute le propos de ce qui le fonde en éthique ou en raison, et le résume à l'agression[2] ». L'embourbement de la campagne qu'il mène en 1986-1988 amplifie cette critique. Ainsi, lors d'un meeting au Palais des Congrès à Paris il regrette qu'il faille « dominer le bruit médiatique » par « une déclaration fracassante, une petite phrase assassine, voire un dîner inexistant[3] ». Il regrette la simplification néfaste à ses yeux de la politique et l'incapacité à présenter ses raisonnements[4]. Comme le souligne Caroline Ollivier-Yaniv, l'utilisation du terme « petites phrases » est assez largement péjorative, et témoigne de « la très grande difficulté à anticiper les phénomènes de sélection et de reprises des énoncés par les journalistes ainsi que, de manière plus générale, de l'impossible contrôle de la circulation des énoncés politiques dans les médias[5] ». La critique de la petite phrase est finalement une expression supplémentaire du dépit qu'éprouve Michel Rocard face à la liberté des médias. Elle témoigne également de son attachement à une vision archaïque des rapports que devraient avoir journalistes et politique, ancrée dans les années 1960.

[1] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias. Op. cit.,* p. 30

[2] ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage*. Paris : Odile Jacob, 1988, rééd., p. 7

[3] *Le Monde*, 22 janvier 1988

[4] ANDREANI, Jean-Louis. *Le Mystère Rocard. Op. cit.,* p. 62

[5] OLLIVIER-YANIV, Caroline. « Petites phrases » et « éléments de langage ». *Art. cit*., p. 68

C) Le risque de l'instantanéité

Les médias seraient également, selon lui, coupables d'accélérer le tempo politique : « ils assurent une transmission immédiate et générale à la planète entière de toute nouvelle significative[1]. » Selon l'auteur, les médias se livreraient à une telle course au scoop qu'ils n'hésiteraient pas à anticiper une information, quitte à faire erreur. Une telle évolution amène le politique à se méfier en permanence et à éviter toute mise à l'étude d'une décision, de peur qu'elle soit vue comme déjà adoptée et entraîne ainsi un mouvement de protestation[2]. Cette accélération du tempo politique n'est pas, selon lui, que le fruit des médias, mais aussi des sondages : « Or, l'horizon pertinent n'est plus celui du calendrier électoral, mais celui du rythme des sondages (...) il est fréquent que des gouvernements ne les utilisent plus comme des indices, mais les subissent comme des tuteurs qui leur imposeraient une tyrannie du court terme[3]. »

Les politiques n'auraient ainsi plus guère de temps pour gérer le pouvoir et prendre des décisions sereines. D'autant que Michel Rocard trouve trop chronophage la préparation des rendez-vous médiatiques[4]. Ce temps écoulé, il ne resterait que peu de marge de manœuvre au politique pour étudier ses dossiers et agir. Michel Rocard développe une vision très technicienne de la fonction de ministre. Comme nous l'avons souligné dans la présentation de sa communication comme ministre, dans son idéal, plus que communiquer, le gouvernant devrait maîtriser totalement ses dossiers, une image qui semble aux antipodes de la pratique politique concrète. Jean-Michel Eymeri-Douzans souligne ainsi que, plus que l'étude en détail des dossiers, qui relève surtout du travail des conseillers, le rôle du ministre est de faire la synthèse de toutes ces analyses et de les porter publiquement auprès des médias et de l'opinion[5].

---

[1] ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage*. *Op. cit.,* 156

[2] *Ibid.,* p. 156-157

[3] *Ibid*., p. 84

[4] *Ibid.,* p. 172

[5] EYMERI-DOUZANS, Jean-Michel. Le ministre n'est plus une personne physique. In EYMERI-DOUZANS, BIOY, Xavier et MOUTON, Stéphane. *Le règne des entourages*. *Op. cit.,* 561

D) Les dangers de la symbolisation

Avec le temps, la symbolisation – terme qu'il ne définit guère et qui recoupe ainsi une grande diversité de significations, bien loin du sens accordé par les sémiologues à cette notion[1] – est un des traits que Michel Rocard va de plus en plus attaquer, en particulier lorsqu'il sera à la tête du gouvernement. Elle est pour lui née avec la télévision, et se résume essentiellement à des « coups médiatiques » forgés selon les principes du marketing. Plus qu'un fatalisme total, il condamne dans *Le Cœur à l'ouvrage*, la course au symbole – prenant les exemples de la droite au pouvoir expulsant 101 Maliens ou attaquant le code de la nationalité – que se livreraient les acteurs politiques, au point de prendre des décisions irrationnelles et périlleuses[2].

Avec la télévision basée sur l'image, le raisonnement serait exclu, l'écran privilégiant le vu au dit : « Il résulte de tout cela que la télévision ne saurait être un support de pédagogie. Toute tentative d'y tenir un raisonnement quelque peu fourni, c'est-à-dire un monologue, est rapidement inaudible, en tout cas non écouté[3]. » En bon économiste, il regrette l'impossible utilisation de chiffres au petit écran[4]. Au contraire de l'argumentation, la télévision préférerait les émotions[5]. Cet attrait pour le symbole – qu'il oppose donc à une politique « raisonnable » – amène également, selon lui, une valorisation du caractère agonistique de la politique. Face au conflit trop dur et bloqué, Michel Rocard prône le silence : « La parole s'use, l'homme politique responsable sait se taire. "On ne gouverne pas sans laconisme" disait déjà Saint-Just avant l'irruption des médias[6]. »

---

[1] On est donc loin de la définition du symbole comme « signe renvoyant à un autre signe » utilisée en sémiologie (COULOMB-GULLY, Marlène. *Op. cit.,* p. 70).

[2] *Ibid.,* p. 175

[3] ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage. Op. cit.,* p. 161

[4] *Ibid*., p. 164. On pourrait néanmoins faire remarquer que le chiffre peut aussi être un symbole...

[5] *Ibid.,* p. 162

[6] *Ibid.,* p. 167

Enfin, pour que la politique soit clairement compréhensible à l'écran, le traitement médiatique renforce selon lui la personnalisation. La dimension collective de la politique, nécessaire à ses yeux, notamment au travers des partis, est sérieusement remise en cause[1]. Michel Rocard va même plus loin et prône un modèle de démocratie fondé sur l'idée d'un pouvoir désincarné – dont il trouve la source dans un modèle scandinave mythifié. Il pousse ainsi à l'extrême la théorie démocratique du pouvoir comme « lieu vide » que l'on retrouve notamment chez Claude Lefort[2]. Si le philosophe français ne l'a sans doute pas inspiré directement, son influence, très importante dans le courant des intellectuels anti-totalitaires a pu enrichir la pensée politique de Michel Rocard.

Comme nous venons de le voir, l'analyse est teintée d'un fort médiacentrisme. Même s'il prend ses réserves en accusant avant tout les politiques, il semble dire, en particulier dans la conclusion de sa partie « règles du jeu » du *Cœur à l'ouvrage*, qu'une telle évolution est irréversible et qu'elle est le fait du média télévisuel :

« De tout ce qui précède, seule la technique est coupable. C'est elle qui crée des sujétions auxquelles journalistes et politiques sont également obligés de se plier. Les biais du système sont des contraintes pesantes. Faute de pouvoir s'en affranchir, les uns et les autres doivent s'en accommoder[3]. »

On sent ainsi, avec cette analyse des contraintes audiovisuelles et la segmentation de l'histoire des médias en trois temps (oral, écrit, vidéo) qu'il utilise, la forte influence de Marshall McLuhan. Celui-ci développait déjà en 1962 une trilogie temporelle allant d'un stade primitif à la « Galaxie Marconi » appuyée sur les médias audiovisuels, en passant par la « Galaxie Gutenberg » liée au développement de l'écriture[4]. De même, pour le chercheur canadien, la technique a une grande influence sur la manière de transmettre un message, et détermine même en grande partie son contenu, comme le synthétisait la formule provocatrice : « *the medium is the message* ». On remarquera que c'est également à la même période que Régis Debray développe ses travaux de Médiologie.

[1] *Ibid*., p. 168

[2] LEFORT, Claude. *L'invention démocratique*. Paris : Flammarion, 1981

[3] *Ibid.,* p. 163

[4] MCLUHAN, Marshall. *La galaxie Gutenberg : la genèse de l'homme typographique.* Paris : Mame, 1977 rééd.

E) La nécessité du secret

Michel Rocard développe une dernière critique à l'égard des médias. Il les accuse de peser sur l'exercice du pouvoir par souci de transparence. Il rappelle ainsi que l'exercice de l'État nécessite une part de secret, en particulier en cas de crise et de négociations. La médiatisation accrue rendrait caduque ce souci du secret et remettrait en cause les négociations les plus sensibles[1]. Les opérations de police ou militaires seraient également menacées, en ce qu'elles nécessitent aussi une part d'ombre. Enfin, la justice ferait également partie des domaines gênés par la médiatisation :

« La prise de conscience de ce que le pouvoir médiatique est en quelque sorte illimité, qu'il n'est en tout cas pas soumis à l'influence de contre-pouvoirs finira par provoquer des contentieux et par fournir l'occasion d'une évolution jurisprudentielle[2]. »

F) Une critique à nuancer

Les travaux des chercheurs ont pu montrer que la vision donnée par Michel Rocard des médias et de leurs mutations est en partie caricaturale. L'idéal démocratique, pour Michel Rocard, voit les médias jouer un rôle militant et déférent à l'égard des politiques. Si cette vision est tributaire de sa montée en puissance dans les années 1960-1970, elle est en partie erronée. D'abord, l'âge d'or des médias, dans lequel la raison prédominerait, est un mythe comme le rappellent Pierre Leroux et Philippe Riutort :

« Il est nécessaire de rompre d'emblée avec une illusion rétrospective : l'âge d'or de la politique à la télévision française n'a jamais existé. En premier lieu, la dénonciation de la dimension spectaculaire, réactivée sans cesse par de multiples essayistes fustigeant l'avènement d'une ère où la politique ne serait plus que mise en scène, passe sous silence le fait que le phénomène n'est pas nouveau. La "spectacularisation" constitue l'une des

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/193, Colloque international de l'Institut International de Géopolitique de Marie France Garaud avec 3 journées sur Médias, pouvoirs et démocratie (15-16-17 mai 1987)

[2] ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage*. *Op. cit.,* p. 185

caractéristiques majeures du pouvoir politique, y compris sous ses formes les plus archaïques[1]. »

Cyrille Lemieux a bien montré comment ce type de critiques méconnaît les contraintes du travail journalistique qui sont pour beaucoup dans ces manières de faire[2]. En outre, l'idée que la démocratie reposerait sur la fin de toute forme de symbolisation ou de mise en scène du politique paraît tenir de la naïveté[3]. Georges Balandier montrait ainsi dans son ouvrage *Le pouvoir sur scène* que le pouvoir ne va pas sans « théâtralisation[4] ».

Par ailleurs, les effets de la médiatisation ne sont pas si négatifs que Michel Rocard veut bien le dire. En stigmatisant la propension des journalistes à relever les points négatifs plutôt que positifs, Michel Rocard semble méconnaître la fonction première du journalisme, celui d'être des « chiens de garde » ou « *watchdog* » de la démocratie, s'intéressant à ce qui ne fonctionne pas pour le dénoncer[5]. En outre, l'impact du divertissement sur la politique n'est pas si négatif qu'on le dit souvent, si l'on en croit les travaux de Kees Brandt. Il participe même à la démocratisation, rendant la politique plus accessible au plus grand nombre, et notamment à tous ceux qui n'ont pas les codes pour comprendre le jeu politique traditionnel[6]. Quant à Peter Dahlgren, il rappelle que la démocratie n'est pas « uniquement affaire de politique officielle, mais a aussi à voir avec les normes et les horizons de la vie et de la culture quotidienne[7] ». Croire que la politique pourrait se résumer à une bataille d'idées tient donc du fantasme. Le politique doit ainsi rendre accessible, mettre à la portée de tous son dessein et l'action publique. Jamil Dakhlia en s'appuyant sur les travaux de Frank Ankersmit souligne que « la représentation n'est alors plus seulement perçue comme une délégation de pouvoir, mais comme une manière de styliser le monde et de le rendre à la fois plus sensible

[1] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La Politique sur un plateau. Op. cit.,* p. 12

[2] LEMIEUX, Cyrille. *Mauvaise presse. Un sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris, Métailié, 2000

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 306

[4] BALANDIER, Georges. *Le pouvoir sur scène. Op. cit.*

[5] GERSTLE, Jacques. Les entourages et le syndrome du pouvoir occulte. In EYMERI-DOUZANS, Jean-Michel et alii. *Le règne des entourages. Op. cit.,* p. 643

[6] BRANTS, Kees. Who's Afraid of Infotainment ? *European Journal of Communication,* n° 13, 1998, p. 315–335.

[7] DAHLGREN, Peter. Enhancing the civic ideal in journalism. In BRANTS, Kees, VAN ZOONEN, Lisbet dir. *The media in question. Popular culture and public interest*. Londres : Sage, 1998, p. 91

et intelligible aux citoyens. Dans ce sens, l'élu a pour mission d'offrir au public les symboles qui lui permettront de s'approprier une réalité politique souvent complexe[1]. »

Enfin, l'impact des médias sur ce que l'on a appelé la « crise de la démocratie » reste un sujet de controverse. Pippa Norris, par exemple, rejette fermement l'idée et souligne que de nombreux autres facteurs doivent être pris en compte. Mieux, elle souligne qu'une forte exposition aux médias, bien au contraire, renforce l'engagement et les convictions des citoyens[2].

Au final, on voit qu'en plus de se montrer réticent aux modes contemporains de communication, Michel Rocard prend le risque de tenter une théorisation de l'impact des médias sur la société, et plus particulièrement la politique. C'est à une critique de l'influence de la médiatisation sur le politique qu'il se prête, en s'inspirant de la sociologie critique des médias. Mais énoncer, ainsi, des critiques à l'égard des journalistes, alors même qu'il a encore besoin d'eux pour sa conquête du pouvoir représente un risque.

IV) Un Michel Rocard devenu incompréhensible ?

A) L'Emergence d'un stigmate journalistique ...

Comme nous l'avons vu, les rapports de Michel Rocard avec les médias ne sont plus aussi bons que par le passé. Sa critique du travail journalistique n'arrange rien, auprès d'une profession qui n'aime guère qu'on lui fasse la morale. Pour se défendre, les journalistes le renvoient à ses problèmes de communication :

« Certes M. Rocard se garde bien d'attaquer bille en tête la presse et les partis politiques. Il se contente de les inviter à un examen de conscience. L'exercice n'a jamais fait de mal à personne. A condition qu'il soit réciproque. Or, il y a deux questions auxquelles M.

[1] DAKHLIA, Jamil. L'image people des dirigeants. Vers de nouveaux codes de représentation politique ? In VEYRAT-MASSON, Isabelle, DENIS, Sébastien et SECAIL, Claire. *Sous les images, la politique... Presse, cinéma, télévision, nouveaux médias (XX-XIX^{ème} siècle)*. Paris : CNRS Editions, 2014, p.190

[2] NORRIS, Pippa. *The virtuous circle. Op. cit.*

Rocard ne répond pas. La première : pourquoi le grand communiquant qu'il fut jusqu'en 1980 souffre-t-il aujourd'hui d'incommunicabilité, alors que les règles du jeu politico-médiatique n'ont pas fondamentalement varié ? (...) Ce qui frappe en fait dans *Le Cœur à l'ouvrage* c'est le manque de solutions suggérées par Rocard à ce qu'il considère comme un dysfonctionnement grave de la démocratie. (...) Pas une seule fois non plus il ne se demande si ses difficultés de communication, depuis 1980, n'ont pas un lien de causalité avec l'instabilité de sa situation au sein du PS[1]. »

Cette critique de la communication incite les journalistes à remettre en cause sa réputation de « bon communicant ». D'autant que la question de la « communication politique » devient alors une vraie fixation du discours journalistique. Les campagnes successives de Valéry Giscard d'Estaing en 1974 et de François Mitterrand en 1981, et la promotion de leur rôle par des conseillers en communication comme Jacques Séguéla, ont pu laisser croire qu'il s'agit d'un outil essentiel de conquête du pouvoir. Ce processus de légitimation débuté dès 1965, comme nous avons pu le voir, atteint alors son apogée. La communication des acteurs politiques, jusque-là objet trivial pour les journalistes politiques, occupe de plus en plus d'articles. Le thème rejoint la tendance journalistique à une plus grande focalisation sur le dévoilement de l'arrière-scène du politique[2]. Jacques Gerstlé et Olivier Duhamel distinguent trois manières de parler du jeu politique. La « mise en place » qui met en valeur les déclarations des acteurs, la « mise en scène » qui fait le récit des faits et gestes des acteurs et enfin la « mise au point » centrée sur l'interprétation, et le commentaire des résultats. Nicolas Hubé, qui a étudié les « unes » de la presse française et allemande, du lendemain de la Seconde Guerre mondiale jusqu'en 2005, montre que si la mise au point est très répandue dans la presse française[3], c'est la mise en scène qui occupe la plus grande partie des « unes ». Au contraire, la « mise en place », elle, tend à disparaître:

« Les rédactions semblent préférer décrire les activités sociales que laisser "simplement" la parole aux acteurs. L'écriture théâtrale semble mieux correspondre au besoin

[1] *La Croix*, 14 octobre 1987

[2] KACIAF, Nicolas. *Op. cit.,* p. 25

[3] HUBE, Nicolas. *Décrocher la « une » : Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005). Op. cit.,* p. 117

journalistique de distanciation énonciative. Elle donne au journaliste le choix des mots et du récit plutôt que de laisser la parole aux acteurs, sans médiation journalistique[1]. »

Cela s'explique notamment, comme l'ont montré Kyu Hahn et Shanto Iyengar, par « l'idée (...) répandue parmi les responsables des chaînes de télévision que l'incertitude et le suspense associés à la description des candidats comme des stratèges essayant de manipuler les électeurs permet davantage d'attirer et de maintenir l'attention de l'audience que les aspects plus "substantiels" de la campagne[2]. » Cette focalisation sur la description du « jeu » politique est donc tout à fait favorable à la description des stratégies de communication des acteurs. Ainsi, nous avons pu montrer que l'attention accordée à la communication politique du président de la République allait croissante entre 1981 et 1983, au point de devenir un facteur explicatif, selon certains journalistes, de la chute dans les sondages du chef de l'Etat[3]. La communication devient ainsi une « catégorie d'analyse dominante, dans la sphère politique et au-delà[4] ». Or, Michel Rocard apparaît décalé face aux formes de communication qui dominent alors. Dans une période marquée par l'appauvrissement du vocabulaire politique, où le Premier ministre – Laurent Fabius – se contente des 200 mots du vocabulaire ordinaire, Michel Rocard ne paraît plus à la page. *L'Express* juge ainsi qu'au « parler vrai rocardien », le Premier ministre a ajouté le « parler simple[5] ». A Matignon, la complexité de son discours sera un sujet de moquerie pour ses opposants. Ainsi, un député RPR lancera cette boutade : « Si certains parlent du nez, Rocard parle Duras[6]. » *Le Bébête Show*, comme toujours, est un bon thermomètre de cette évolution des représentations entourant la rhétorique rocardienne. En 1985, Stéphane Collaro félicite Rocroa – le corbeau représentant Michel Rocard – pour son art d'orateur[7]. Au contraire, trois ans plus tard, c'est Black Jack – le vautour représentant

[1] *Ibid.,* p. 149

[2] HAHN, Kyu et IYENGAR, Shanto. Consumer demande for election news : the horse race sells. *Journal of Politics*, n° 66, 2004, p. 157-175

[3] GUIGO, Pierre-Emmanuel. Le tournant médiatique. Réflexions sur un mythe journalistique. In colloque de la Fondation Jean Jaurès, de l'Institut François Mitterrand, de l'Université de Rouen et de l'Université de Paris 1, « De quel tournant mars 1983 est-il le signe ? Une histoire du "tournant de la rigueur" », Université Paris 1, 25 mars 2013, à paraître

[4] OLLIVIER-YANIV, Caroline. Discours politiques, propagande, communication, manipulation. *Art. cit.,* p. 31

[5] *L'Express*, 11 octobre 1985

[6] *Le Point*, 26 décembre 1988

[7] INA, TF1, *Le Bébête Show*, 21 décembre 1985

Jacques Chirac – qui lui rétorque, après une émission télévisée de Michel Rocard : « hier soir tu as été Gonflant, Sainte Honorine » avant de s'esclaffer[1]. A l'heure où triomphe Canal+, chaîne « cryptée » pour ceux qui ne sont pas abonnés, se répand l'idée du « décodeur » nécessaire à la compréhension du discours rocardien. Au fil du temps, et des déboires de la campagne pour 1988, ce stigmate se renforce. On le trouve sous plusieurs plumes dans les commentaires autour de la parution du *Cœur à l'ouvrage* : « Après tout, c'est aussi le métier de Michel Rocard de trouver le bon moyen de faire passer son message. Plus crûment encore, pourquoi Michel Rocard était si "bon" il y a quelques années, pourquoi l'est-il beaucoup moins ? [2] »

Les journalistes commencent à craindre de l'inviter de peur qu'il ne multiplie les tunnels, c'est-à-dire ces phases de discours complexe et ininterrompu qui risquent de créer un décrochage du téléspectateur, et dont il est réputé être coutumier[3].

B) ... et de son écho dans l'opinion

Ce stigmate journalistique va bientôt se retrouver dans les sondages, au moins dans l'interprétation qui en est faite par la presse. Ainsi, alors qu'il a perdu du terrain dans les enquêtes d'opinion, pour la course à la présidentielle en 1986-1988, la presse pointe les défaillances de sa communication, faisant au contraire de François Mitterrand un modèle du genre. Cette image transparaît à la même période dans les sondages, en particulier qualitatifs : « En matière de discours, on le considère comme "réservé à une élite" et sa vitesse d'élocution est trop rapide, donc nuit à la compréhension[4]. »

Alors que Michel Rocard apparaissait comme le « pédagogue » politique des années 1970, héritier communicationnel de Mendès, son langage paraît en décalage dans les années 1980. Si ses conseillers en communication avaient déjà pointé la rapidité de son élocution, la

[1] INA, TF1, *Le Bébête Show*, 21 mars 1988

[2] *Le Monde*, 24 octobre 1987

[3] Entretien avec Albert Du Roy, 22 janvier 2014

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « La situation politique française depuis le 16 mars 1986 », 31 mai 1986

richesse de son vocabulaire et une manière de tourner ses phrases de façon complexe, cela n'était pas vu nécessairement comme un handicap. Désormais, son incapacité à se faire comprendre, à s'adapter aux nouveaux formats médiatiques émerge au grand jour. Pour comprendre ce tournant, on peut s'appuyer sur les travaux de Brigitte Gaïti consacrés à à l'évolution des ressources mobilisées par Valéry Giscard d'Estaing au cours de sa carrière. Celui-ci après avoir forgé un « style Giscard » basé sur un *ethos* de compétence en matière économique et une expression politique en apparence « dépolitisée », pour bâtir son ascension dans les années 1960 et 1970, est confronté après sa défaite en 1981 à une violente contestation interne. Celle-ci permet de voir monter de nouvelles ressources mobilisées par les « jeunes » leaders de l'UDF, autour de François Léotard[1]. Les nouveaux visages de l'UDF réinvestissent ainsi le militantisme politique et un discours plus idéologisé, reposant notamment sur le libéralisme. Même si on ne peut plaquer telle quelles sur le PS, ces observations faites sur une droite alors dans l'opposition, il est clair que la victoire de François Mitterrand en 1981 a bien montré que le Parti socialiste restait une ressource bien plus solide que l'image d'expert économique de Michel Rocard. On verra d'ailleurs que dans la perspective des Congrès du PS, Michel Rocard va réinvestir son identité de socialiste. Quant au discours « rationnalisé », le déclin de Valéry Giscard d'Estaing comme celui de Michel Rocard semblent suggérer qu'il n'est plus à l'ordre du jour. Le renouveau libéral met en avant la figure de « l'entrepreneur » dont Laurent Fabius va reprendre des aspects et qui va surtout s'incarner dans la figure de Bernard Tapie. La période est aussi marquée par le renouveau de l'*ethos* de chef charismatique que Michel Rocard rejette. Cela se concrétise par la « divinisation » de François Mitterrand. La stratégie de raréfaction de la parole présidentielle présentée plus haut, couplée à l'émergence d'une caricature ambitionnant de dénoncer les travers « mégalomaniaque » du chef de l'Etat – ce sera le cas avec la grenouille Kermitterrand du *Bébête Show* – permet l'émergence du surnom de « Dieu » pour qualifier François Mitterrand. Michel Rocard face à ces mutations du discours politico-médiatique ne parvient pas à s'adapter et se situe donc de plus en plus en décalage. Pour celui qui a décidé, à partir de 1985, de briguer à nouveau l'Elysée, cela va constituer un défi d'autant plus grand.

[1] GAÏTI Brigitte. Des ressources politiques à valeur relative : le difficile retour de Valéry Giscard d'Estaing. *Revue française de science politique*, 40e année, n° 6, 1990, p. 902-917

L'accès au gouvernement rend, pour Michel Rocard, le recours aux médias et aux sondages moins essentiel pour s'imposer dans le jeu politique du moment. D'autant qu'il doit « rentrer dans le rang », après sa tentative de débordement du Premier secrétaire entre 1978 et 1980. Il entame dès lors une abstinence médiatique bien visible. Si celle-ci a des raisons stratégiques, elle s'explique aussi par un changement de regard de l'homme politique sur l'outil communicationnel. Perçu comme un moyen d'ascension, Michel Rocard y voit désormais une cause de la crise démocratique qu'est censée connaître, à ses yeux, la société. Si ce regard nouveau est avant tout le produit de son échec de 1980 et de son expérience du pouvoir, on peut dès lors se demander s'il s'y tiendra, pris dans une nouvelle campagne électorale.

Chapitre 3 : Le départ du gouvernement et la « pré-campagne » présidentielle. Retrouver une liberté de parole

Contraint par la solidarité gouvernementale, Michel Rocard s'est astreint, jusque-là à une cure de silence. Celle-ci lui permettait, en outre, implicitement, de marquer sa différence, sans avoir besoin d'exprimer officiellement son désaccord. C'est, en tout cas, ainsi que la lecture journalistique de l'opinion sondagière l'a interprété, préservant sa cote alors que l'ensemble du gouvernement chutait lourdement. Mais bientôt, avec le changement d'orientation économique du gouvernement, le discours rocardien se banalise. L'arrivée de Laurent Fabius qui adopte un style proche de celui de Michel Rocard, mais plus en phase avec la nouvelle décennie constitue une menace inattendue pour l'équipe rocardienne. Pour préserver ses chances d'être président de la République, le silence ne suffit plus et le maire de Conflans va chercher à reprendre son indépendance.

I) Le départ : un coup médiatique ?

A) Un « événement » ?

En avril 1985, la potentielle démission de Michel Rocard est depuis maintenant plusieurs mois un sujet abordé par son équipe. La marginalisation que lui fait subir Laurent Fabius, complétée par son opposition au nouveau mode de scrutin, le poussent à agir. Pourtant, c'est brusquement, en pleine nuit, le 4 avril qu'il prend sa décision sans avoir consulté aucun membre de son équipe, à l'exception de sa femme, dont le rôle semble avoir été important – c'est elle qui transmet le message à l'AFP. Il justifie son choix de quitter le gouvernement par la réforme du mode de scrutin – passage à la proportionnelle intégrale pour les élections législatives de 1986 – qui favorise la poussée du Front national et lui assure une

représentation confortable au Parlement. C'est un véritable événement médiatique, à la hauteur de la popularité de Michel Rocard et de l'attention que les médias portent aux conflits qui peuvent surgir au sein du gouvernement. Le sujet va occuper pendant deux jours les titres de la presse, ainsi que les journaux télévisés. Toutefois, comme on le voit avec le décompte des dossiers de presse de Sciences Po, l'impact reste relatif, en particulier dans les jours qui suivent, le conflit Fabius-Jospin pour la conduite des élections législatives de 1986 occupant l'essentiel de la couverture médiatique du PS. La plupart des journaux font néanmoins de sa démission leur couverture le 4 ou le 5 avril. *Le Monde* lui accorde pas moins de 5 pages. Presse comme JT reviennent sur son parcours, en général sur un ton plutôt positif, mais soulignent les relations tendues avec François Mitterrand qui pourraient expliquer cette démission mystérieuse.

B) Un décryptage négatif

On sent en effet une hésitation dans la presse entre l'explication stratégique – démission, car concurrencé par Laurent Fabius – et sincérité de l'opposition au mode de scrutin. Les raisons invoquées par l'ancien ministre de l'Agriculture sont souvent nuancées par la presse, comme *Le Monde* qui met en valeur un homme doublement bloqué par son échec de 1981 et par « le recentrage » de la politique économique depuis 1981, auquel il n'a pas pris part. Et Jean-Marie Colombani de souligner que : « Le vrai problème du maire de Conflans-Sainte-Honorine est bien là. Il se nomme Laurent Fabius. Celui-ci était en passe de "tuer" Rocard. Dans l'opinion, s'entend[1]. » Ses adversaires en font leur miel en n'hésitant pas à stigmatiser une décision qui « dépasse largement le problème de la loi électorale » (Claude Estier)[2] et donc résulte avant tout d'une stratégie personnelle. Ainsi, les mitterrandistes ripostent immédiatement, cherchant à imposer leur lecture négative de la démission. Ils vont pointer un choix avant tout stratégique, pour lui enlever tout contenu moral. Yvette Roudy déclare ainsi : « On n'abandonne pas le bateau au milieu du gué. Choisir un tel prétexte pour

[1] *Le Monde*, 5 avril 1985

[2] *Ibid.*

faire un coup, se placer, ce n'est pas sérieux. Ses ambitions personnelles, on les connaît[1]. » Quant à André Lajoinie, il stigmatise « une manœuvre politicienne[2] ». Laurent Fabius lui minimise et fait profil bas afin de ne pas renforcer la médiatisation d'un événement gênant pour l'image de son gouvernement[3]. Ce cadrage négatif, reliant sa démission à des aspects stratégiques est renforcé par la publication, le lendemain, du baromètre du *Figaro* le plaçant pour la première fois derrière Laurent Fabius[4](voir annexes, graphique H).

C) Le recours à l'entourage

Pour répondre à ces critiques, Michel Rocard préfère laisser ses proches intervenir, à l'image de Michel Sapin[5]. Mais son entourage est en fait beaucoup moins uni autour de sa décision. Celle-ci désempare une partie des rocardiens, ce dont rend compte la presse. Jean-Pierre Cot « regrette que M. Rocard ait choisi ce sujet et ce moment[6] ». Michel Sapin est même obligé de concéder que « les avis des rocardiens peuvent différer sur la question[7] ». Les rancœurs sont d'autant plus grandes que l'entourage a été exclu de cette prise de décision comme l'indique Jean-Louis Andréani :

« Bien que M. Rocard ait réuni, mercredi 3 avril au soir, quatre députés rocardiens, MM. Claude Evin, Gérard Gouze, Michel Sapin et Jean-Pierre Sueur, il ne leur avait pas parlé de sa démission. L'un des participants à cette réunion estime même qu'à ce moment-là, une telle décision était "exclue".[8] »

[1] *France-Soir*, 6 avril 1985

[2] *Le Monde*, 5 avril 1985

[3] *Le Monde*, 6 avril 1985

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 4 avril 1985

[5] *Le Figaro*, 5 avril 1985 ; *La Nouvelle République*, 13 avril 1985

[6] *Le Monde*, 5 avril 1985

[7] *Le Figaro*, 5 avril 1985

[8] *Le Monde*, 5 avril 1985

D) S'expliquer soi-même

Au milieu de cette cacophonie plutôt défavorable, au bout de trois jours, Michel Rocard finit par expliquer lui-même sa décision, préférant un article – communication intégralement contrôlée et réfléchie – comme à l'accoutumé : « Michel Rocard, après sa démission, n'avait aucune chance de pouvoir s'expliquer sur les écrans de télévision. Ils avaient été réservés à tous ceux qui, à gauche, désapprouvaient son geste. Alors, l'ancien ministre de l'Agriculture a choisi d'écrire[1]. » Il y plaide pour la liberté des ministres et se défend d'avoir démissionné par stratégie. Il peut expliquer les raisons qui le poussent à rejeter le mode de scrutin proportionnel[2]. Surtout, il s'en prend longuement à la politique du gouvernement et son article sonne comme un réquisitoire contre le bilan de François Mitterrand. La période de solidarité est donc belle et bien close.

II) Faire campagne

A) Annoncer sa candidature

Deux mois seulement après sa démission, Michel Rocard choisit de rappeler qu'il faudra compter sur lui pour l'avenir politique de la France, en laissant entendre qu'il serait candidat en 1988. Ni dans l'opposition, ni au gouvernement, c'est aussi pour lui le seul moyen d'exister politiquement et médiatiquement jusqu'à l'élection présidentielle. Afin d'éviter le piège de l'annonce solennelle comme en 1980, il choisit de le faire au sein de l'émission *Questions à domicile*, nouveau rendez-vous politique de TF1, très suivi à cette période. Il choisit soigneusement le *timing*, demandant de reculer la date de trois semaines, afin que

[1] *Le Figaro*, 6-7 avril 1985

[2] *Le Monde*, 6 avril 1985

l'émission ne tombe pas au même moment que les réponses de l'opposition à la communication mensuelle de Laurent Fabius[1]. Laissant planer le suspens jusqu'à la fin de l'émission, ce n'est qu'à ce moment-là qu'il répond à Pierre-Luc Séguillon lui demandant « vous y pensez ? » : « et comment ! Il ne vous a pas semblé que j'étais déterminé ? » Par la suite, alors qu'Anne Sinclair l'interroge sur 1980 : « Est-ce que votre candidature de 1980 c'est une faute », il s'arrête et déclare, grave, « je suis persuadé que non, et nous en reparlerons en 1988[2] ». Le clin d'œil est fait. Sa candidature déclenche une vive polémique, notamment parce qu'il n'a pas précisé s'il se présenterait dans ou en dehors du PS.

Quelques jours plus tard, en meeting à Auch, dans le Gers, il précise le tir :

« Je n'exclus pas que je serai candidat en 1988 à l'intérieur du parti socialiste. Je suis porteur de quelque chose. J'ai envie de le dire et j'ai envie de le faire (...) Alors l'exercice de grammaire politique que je vous propose, c'est de savoir s'il y a une absolue synonymie entre la phrase "je déclare ma candidature aux élections de 1988" ou bien la phrase qui est la mienne "je n'exclus pas du tout d'avoir à déclarer le temps venu ma candidature aux élections de 1988". »[3]

Il se laisse ainsi toutes les possibilités, sans pour autant oublier d'esquisser sa candidature. À tous ceux qui craignent une candidature de division, il réaffirme néanmoins qu'il s'inscrit dans le cadre du PS.

B) Un contexte favorable

1) Une forte popularité

Cette offensive est d'autant plus crédible qu'elle s'inscrit dans un contexte favorable. Peu après sa démission, il remonte dans les sondages et reprend le leadership à gauche,

[1] *Le Quotidien de Paris*, 13 mai 1985

[2] INA, TF1, *Questions à domicile*, 13 juin 1985

[3] *Le Quotidien de Paris*, 17 juin 1985

devant Laurent Fabius. Au niveau de l'ensemble de la politique française il est même deuxième derrière Raymond Barre et devant Jacques Chirac[1]. En cas d'une non-candidature de François Mitterrand, 54 % des socialistes font de Michel Rocard le meilleur candidat présidentiel contre 35 % pour Fabius[2]. Alain Duhamel fait même un panégyrique de sa relation à l'opinion :

« Il est selon Gallup-*L'Express*, l'homme politique français qui parle le plus vrai. Il est selon BVA-*Paris Match*, le candidat socialiste le mieux placé face à Raymond Barre dans la perspective présidentielle. Il est, selon la SOFRES-*Figaro-Magazine*, redevenu devant Laurent Fabius, le leader de gauche le plus populaire de France (...) L'ancien ministre de l'Agriculture conserve une image de compétence et d'authenticité, de réformisme sage et de sensibilité sans niaiserie (...) Il bénéficie toujours d'une large sympathie et même d'une sorte de supplément d'âme. Le rocardisme continue d'incarner une gauche différente qui a su conserver toute sa virginité à travers le pouvoir[3]. »

Même en décembre 1986, à *L'Heure de vérité*, les sondages faits en direct donnent 56 % de sondés pensant qu'il sera candidat contre 23 % non[4]. En plus d'être plébiscitée, sa candidature paraît donc crédible.

2) Une gauche fragilisée

Cette candidature est d'autant plus sérieuse qu'elle prend place dans une gauche profondément divisée, à l'approche des élections. Laurent Fabius et Lionel Jospin se mènent une guerre pour le leadership de la campagne législative. Michel Rocard peut donc tirer son épingle du jeu en se montrant au centre du parti, et comme un homme de consensus. L'Affaire Greenpeace – ou Affaire du Rainbow Warrior, du nom de ce bateau de l'organisation écologiste Greenpeace, qui s'apprêtait à aller protester contre les essais nucléaires français à Mururoa, coulé par les services secrets français, le 19 juillet 1985, en

[1] *France-Soir*, 12 décembre 1985

[2] *Le Point*, 7 octobre 1985

[3] *Le Quotidien de Paris*, 17 mai 1985

[4] INA, Antenne 2, *L'Heure de vérité*, 3 décembre 1986

Nouvelle-Zélande –, qui provoque une lourde chute du Premier ministre dans l'opinion, vient aussi affaiblir la gauche. Cela permet à Michel Rocard de renforcer son image d'intégrité en critiquant l'action du gouvernement. Cette image de l'homme honnête va être largement exploitée par la suite, en particulier avec le début des affaires politico-financières qui touchent le PS. Michel Rocard profite de son éloignement de ces scandales pour pouvoir se présenter en homme intègre. L'image lui sied d'autant mieux qu'elle correspond aux préjugés entourant les protestants, réputés plus intègres et plus attachés aux valeurs morales. Par l'intériorisation de la « loi » pour pouvoir montrer la grâce qui touche l'individu, l'éthique protestante – en particulier calviniste – a joué un rôle important dans la maîtrise du comportement des individus[1]. Cela s'est surtout traduit par un rapport différent à l'argent, rejetant toute dépense improductive. La cupidité chez Calvin est vue comme l'un des pires maux, ce qui aurait pu pousser à rester à l'écart d'affaires politico-financières[2]. La réalité est bien sûr plus complexe que cette image d'Epinal, devenue lieu commun de la société. Mais celle-ci est très vivace, au point qu'elle devient une vraie antienne des articles d'Alain Duhamel – lui-même protestant – concernant Michel Rocard, et pour ce dernier une ressource non négligeable, à même d'être exploitée.

Par ailleurs, le PS est annoncé très largement perdant aux élections législatives et la crise couve en son sein. Michel Rocard, par sa popularité, contrastant avec celle du parti, apparaît comme particulièrement crédible en sauveur potentiel d'une gauche défaite. Lui-même joue ce jeu, annonçant plusieurs mois avant l'élection que la défaite de la gauche était assurée, ce qui ne manque pas de créer une controverse au sein du PS. Il déclare ainsi à la question de *Newsweek* sur les chances de victoire du PS aux législatives : « I would hope so, but, alas, I don't think so. However, history will not stop in march 1986[3]. » Plusieurs leaders lui reprochent de vouloir jouer de cette défaite, comme Jean-Jacques Queyranne : « Certains dirigeants du PS devraient se garder de cultiver le pessimisme, et s'imprégner de l'esprit combatif manifesté par le président de la République[4]. » Là encore, ce qui peut apparaître

[1] GARRISSON, Janine. *L'homme protestant.* Paris : Complexe, 1986

[2] ABEL, Olivier. L'interdit et les protestants. *Panoramiques*, Septembre 1993

[3] *Newsweek*, 23 décembre 1985

[4] *Le Quotidien de Paris*, 17 décembre 1985

comme une « gaffe » pour les commentateurs politiques, lui permet de renforcer son « parler vrai » qui l'amène à faire état de la « réalité », même quand celle-ci est difficile à entendre.

Sa participation à la campagne, à l'exception des Yvelines où il est tête de liste, est très discrète comme le souligne Jean-Louis Andréani, afin d'éviter d'être tenu pour responsable d'une défaite certaine[1]. Sa propre campagne ne semble pas avoir été d'un activisme forcené, ce qui ne l'empêche pas d'être réélu largement, sa liste départementale obtenant plus de 31 % contre 29 % à celle du RPR et moins de 20 % aux deux listes de l'UDF – Christine Boutin s'était alors présentée comme candidate UDF dissidente représentant le barrisme[2].

La campagne de Michel Rocard pour 1988, dans ce contexte d'une gauche moribonde, tire son épingle du jeu. Elle paraît sérieuse à une époque où la cote de popularité du Président est résolument basse et où tous les sondages annoncent une défaite cuisante de la gauche aux élections législatives de 1986. La cohabitation n'a encore jamais eu lieu, même si elle a été envisagée en 1978. La démission de François Mitterrand face à la victoire de la droite fait donc partie des hypothèses crédibles. Jacques Julliard envisage ainsi en janvier 1985 : « c'est pourquoi nous pourrions bien d'ici à deux ans avoir à élire un nouveau président de la République[3]. »

Comme on le voit, sa candidature pour 1988 paraît crédible dans le contexte de la fin de l'année 1985 et du début de l'année 1986. Il bénéficie d'une bonne image de présidentiable et dans le contexte d'une gauche moribonde peut apparaître comme le recours de la gauche. Il ne reste donc à Michel Rocard qu'à retrouver un discours plus généraliste que celui tenu jusque-là dans ses fonctions ministérielles.

[1] *Le Monde*, 7 février 1986

[2] *Le Courrier des Yvelines*, 13 mars 1986

[3] *Le Nouvel Observateur*, 4-10 janvier 1985

C) Une stratégie de communication plus offensive

1) Retrouver un discours « politique »

Cette construction d'une image présidentielle n'est pas conciliable avec le discours très technique qui était le sien jusque-là. Après sa démission du gouvernement, il doit au contraire retrouver un discours plus généraliste, afin de toucher le plus grand nombre et mettre en valeur ses idées de candidat pour 1988. En reprenant le tableau de ses interventions presse entre 1981 et 1986, on voit clairement qu'il augmente les entretiens et articles accordés à la presse nationale généraliste (19 en 1985-1986, contre 9 comme ministre de l'Agriculture) et, au contraire, délaisse largement la presse spécialisée (9 articles et entretiens contre 31 comme ministre de l'Agriculture). La presse nationale, contrairement à la presse régionale touche plus souvent les cadres et professions supérieures, urbaines et légèrement plus jeunes que celles de la PQR[1]. Pour Michel Rocard il s'agit donc de toucher à nouveau son cœur de cible, après avoir fidélisé d'autres groupes.

C'est une donnée que l'on retrouve si l'on analyse ses discours conservés aux Archives Nationales (fonds 680AP) par thèmes (annexes, tableau E). Ainsi, comme ministre, c'étaient ses thèmes de prédilection (agriculture, aménagement du territoire) qui prédominaient. Après sa démission, l'économie retrouve clairement une place essentielle, ainsi que le socialisme – il est clair qu'il cherche à parler à son camp. Les relations internationales, ainsi que l'Europe complètement absentes de ses discours depuis 1981 (à l'exception des discours sur la PAC), retrouvent une place non négligeable puisqu'elles lui permettent de forger son image de présidentiable. L'éducation fait également son entrée dans le palmarès. Au contraire, on ne s'étonnera pas de voir l'Agriculture, l'aménagement du territoire ou l'économie sociale, quasiment disparaître du classement.

[1] DEPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE DU MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Les pratiques culturelles des Français, 1973-1989*. Paris : La Découverte, 1990, p. 24

Plus généralement, on constate une inflation des articles qui lui sont consacrés, ce qui lui permet d'écraser, en termes de médiatisation, ses principaux concurrents au PS comme le montre le tableau 8. Ainsi, à partir de juillet 1985, il est celui à qui la presse consacre le plus d'articles. L'écart avec ses principaux concurrents (Lionel Jospin et Laurent Fabius) est particulièrement important durant l'été et la rentrée 1985 (période pré-Congrès de Toulouse) et l'automne 1987 (relance de sa campagne).

Tableau 8 : Nombre d'articles dont le titre contient le nom de leaders socialistes, à partir des Dossiers de presse de la FNSP[1]

	4/05/1985-8/07/1985	**9/07/1985-15/10/1985**	**16/10/1985-16/03/1986**	**20/03/1986-29/06/1986**	**5/07/1986-5/01/1987**	**6/01/1987-1/04/1987**	**2/04/1987-19/08/1987**	**20/08/1987-24/11/1987**
Michel Rocard	59	86	47	21	63	32	53	48
Laurent Fabius	46	7	17	8	17	9	3	15
Lionel Jospin	74	32	21	13	48	25	21	20
Pierre Mauroy	15	14	2	4	13	6	2	0
Jean Poperen	5	4	6	8	8	10	10	13

A la télévision, Michel Rocard privilégie désormais des formats plus généralistes et populaires comme *L'Heure de vérité* à laquelle il participe deux fois entre 1986 et 1988, *Sept*

[1] Ce tableau a été réalisé à partir de notre dépouillement des dossiers de presse de la FNSP consacrés au Parti socialiste entre 1985 et 1987. Les périodes sont ici calquées sur les dates limites de chacun des dossiers. La liste des personnes comptabilisées a été faite à partir des acteurs apparaissant le plus souvent dans ces dossiers. Le décompte a été effectué à partir des titres des articles, quelle que soit la longueur de celui-ci. Lorsqu'un titre comptait plusieurs noms, cet article a été compté pour chacun des acteurs évoqués dans le titre. Il faut préciser que dans ce tableau, au moins jusqu'en mars 1986, Laurent Fabius est sous-représenté, puisqu'il s'agit avant tout des articles de presse concernant le PS, d'autres sont dédiés au gouvernement et se penchent ainsi plus sur lui.

sur Sept en 1987, et surtout *Questions à domicile* à laquelle il participe trois fois entre 1985 et 1988 (tableau 4 et 5). Cela lui permet de toucher un public plus populaire – en particulier pour les programmes de TF1 – et plus diversifié[1], dans lequel les Parisiens et les cadres sont moins représentés.

2) Parcourir le terrain

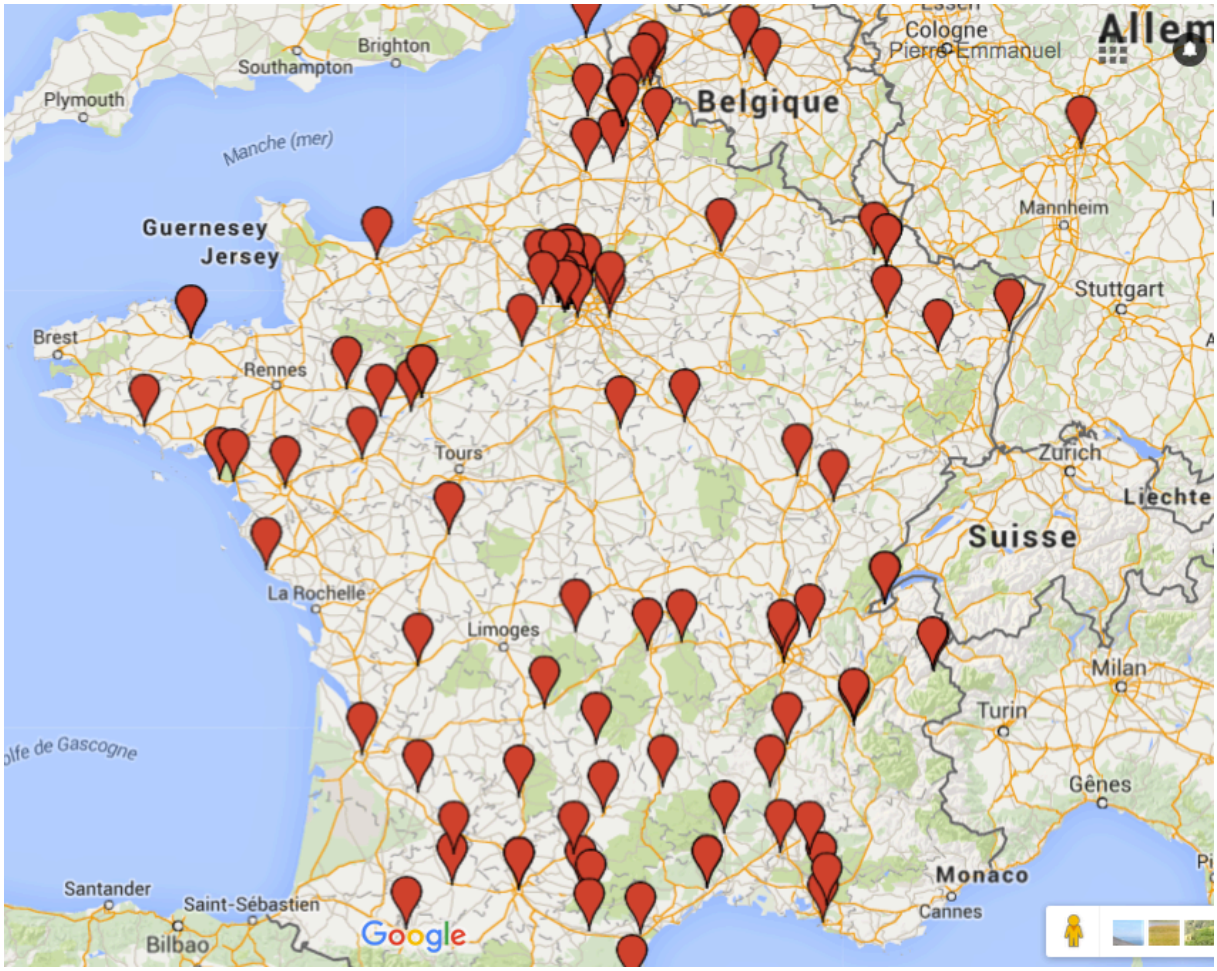
A partir de 1986, Michel Rocard entreprend une longue tournée en France, les deux principales séquences étant le printemps-automne 1986 et l'automne 1987. La carte consacrée à cette période montre clairement une grande couverture du territoire. Jean-Claude Petitdemange parle même de véritable « tour de France » durant cette période[2]. A l'exception peut-être du Nivernais, du Morvan, et du nord de la Bourgogne – régions d'attache de François Mitterrand –, ainsi que du Sud-Est, peu de territoires ont été délaissés. On retrouve bien sûr les tropismes déjà vus, avec une surreprésentation de la région parisienne – terre d'élection –, l'Ouest de la France, où il connaît de nombreux soutiens, et le Nord-Pas-de-Calais, terre historique et symbolique du socialisme français, avec un positionnement social-démocrate assez proche de ses convictions[3] (carte 3). Mais on voit également l'essor du sud, midi pyrénéen et languedocien, également terres historiques du socialisme. On retrouve ici sa volonté durant cette période de toucher les socialistes afin de s'amadouer le parti. Malgré sa campagne autonome, c'est d'ailleurs dans le strict cadre de celui-ci qu'il intervient à chacune de ses tournées.

[1] *Ibid.,* p. 38

[2] Entretien avec Jean-Claude Petitdemange, 24 novembre 2015

[3] *Ibid.*

Carte 3 : Cartographie des déplacements de Michel Rocard (1985-1988) à partir de ses agendas, Archives Nationales, Fonds 680AP



On constate donc une meilleure couverture du territoire, liée à la systématisation de cette pratique. Ainsi, Jean-Claude Petitdemange et Jean-François Merle tiennent des fiches et des cartes pour les déplacements en province du député des Yvelines[1]. La médiatisation de ces voyages donne lieu à une préparation plus poussée qu'auparavant :

« Je vous ai prévu 10 minutes d'interview mardi après-midi avec Jean Etcheto de Sud Radio. L'interview réalisée avec un journaliste complice porterait uniquement sur votre

[1] Entretien avec Jean-François Merle, 19 novembre 2015

voyage en Aquitaine, et serait programmée dans tous les journaux mercredi matin sur Sud Radio[1]. »

Pour un déplacement dans le Nord, c'est même tout un *pool* presse qui est mis en place, afin d'offrir plus de confort aux journalistes qui le suivent[2]. Le but n'est plus comme durant sa présence au gouvernement de faire la pédagogie technique de sa politique auprès des populations concernées, mais bien de se présenter en candidat labourant le terrain, en vue de sa candidature. Cela lui permet, comme avant le Congrès de Metz, mais à une toute autre échelle, et de manière beaucoup plus soignée, de se forger des réseaux locaux en vue du Congrès de Lille et de la prochaine présidentielle. Il prend ainsi une allure de vrai candidat[3]. En déplacement à Lille, il a une voiture officielle avec cortège de policiers, gyrophare et deux Renault « Espace » affrétés exprès pour les journalistes. Les réunions qui se veulent toutefois au sein du parti ne sont pas toujours bien accueillies. Certains comme Pierre Mauroy lui reprochent de se prétendre « candidat jusqu'au bout ». A Lens, le maire André Delelis – proche de François Mitterrand – lui demande d'éviter « les déclarations qui ne servent à rien[4] ».

3) Critiquer Raymond Barre

Le principal adversaire envisagé à l'époque n'est ni François Mitterrand, ni Jacques Chirac, mais Raymond Barre, à qui une réunion entière est consacrée[5]. Bernard Spitz est chargé à son issue du suivi de l'activité de l'ancien Premier ministre[6]. Ce dernier apparaît en effet comme le « Rocard de VGE ». C'est en effet la candidature potentielle qui perturbe le plus Michel Rocard, étant donné que les deux hommes présentent des caractéristiques communes : économiste, technicien, modéré, en marge des partis. Or, Raymond Barre est

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 6 février 1987

[2] *L'Express*, 31 octobre 1986

[3] *L'Express*, 31 octobre 1986

[4] *Libération*, 25-26 octobre 1986

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1983-1985, Document sans titre « Barre », 5 novembre 1984

[6] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, 12 février 1990

l'homme le plus populaire à droite. Une confrontation a d'ailleurs lieu dans *L'Expansion,* entre les deux hommes, qui tourne clairement à l'avantage de l'ancien Premier ministre et marque l'équipe rocardienne[1]. Ils en tirent un mauvais souvenir, Raymond Barre s'étant placé en homme d'expérience contrairement à un Michel Rocard apparu naïf : « Si vous aviez été Premier ministre, vous comprendriez... » lui lance le député de Lyon, à plusieurs reprises. Bernard Spitz dans une note qu'il consacre à ce débat juge qu'il n'a pas été assez préparé en amont : « RB a gagné dès le départ, dès lors qu'il a placé le débat sur le terrain, en imposant son personnage. Nous sommes rentrés dans cette logique en voulant démontrer que nous n'étions pas en reste, sollicitant même parfois l'approbation de notre adversaire. Sur les thèmes essentiels de différenciation, nous avons minimisé les divergences[2]. »

Le candidat socialiste durcit donc son discours à l'égard du député de Lyon à partir de fin 1987-début 1988. Il s'agit de s'opposer très nettement à celui qui donne l'image d'un consensus mou. Cela permet aussi à Michel Rocard de pouvoir s'imposer au PS – surtout qu'il sait à ce moment qu'il a peu de chances d'être candidat – : « Rien ne serait pire que le consensus mou qui serait obtenu en faisant semblant d'ignorer une divergence fondamentale dans l'approche des problèmes (...). Les mots droite et gauche ont encore un sens[3]. »

4) Cibler les jeunes et les femmes

L'attractivité de Michel Rocard dans l'opinion n'a sociologiquement guère évolué. Ses principaux soutiens se trouvent chez les cadres, les professions libérales et les intermédiaires. Quant à l'âge, on constate un léger vieillissement, c'est maintenant les 40-55 ans qui lui accordent le plus leurs suffrages, contre les 30-45 ans à la fin des années 1970. Il semblerait que ce soient les mêmes populations qui lui sont restées fidèles et ont donc vieilli. Au contraire, sa popularité reste faible chez les agriculteurs – et ce en dépit de son passage au ministère –, les commerçants et artisans, les femmes et les « jeunes » (ici en l'occurrence les

[1] *L'Expansion*, 20 février 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Note de Bernard Spitz, « Enseignements du débat de *L'Expansion* », sans date

[3] Cité par Jean-Louis Andréani, *Le Monde*, 19 janvier 1988

moins de 30 ans). Cette dernière catégorie pose d'ailleurs problème au groupe. D'abord parce que c'est là un fait relativement nouveau, Michel Rocard avant 1981 séduisant plus les « jeunes » que François Mitterrand. Il paraît désormais, aux yeux de la jeunesse, faire partie du système. Ainsi, seuls 28 % des « jeunes » disent l'aimer – contre 42 % pour le leader écologiste Brice Lalonde, 44 % pour François Mitterrand – alors que 43 % le rejettent[1]. C'est là un problème d'autant plus important que les « jeunes » votent plus à gauche que leurs aînés[2] et constituent donc une catégorie essentielle pour une éventuelle candidature en 1988 :

« Il est évidemment plus rentable de s'adresser à la jeunesse qui est non seulement une clientèle qui dispose du droit de vote, mais constitue aussi l'élément vivant et voyant des manifestations ; son image de marque est tellement positive qu'aucune formation n'ose prendre le risque de faire de la politique contre la jeunesse[3]. »

En outre, dans ce secteur, il subit la concurrence de ses rivaux socialistes. Chez les 18-25 ans, 35 % l'apprécient contre 53 % d'opinions négatives, ce qui le situe loin derrière François Mitterrand, Jack Lang et même Laurent Fabius[4]. Quant à François Mitterrand, il reconquiert rapidement cet électorat « jeune » par son utilisation de formules novatrices et un langage adapté. Par ses coups de maître médiatiques comme *Ça nous intéresse Monsieur le Président*, ou son soutien affiché à SOS Racisme, il a su faire une percée dans cet électorat et, ainsi, en faire un soutien sûr pour 1988. Les équipes du député des Yvelines, l'œil toujours attentif aux sondages, vont tenter de combler ce déficit. C'est d'autant plus nécessaire pour eux, qu'ils ont vu naître cette catégorie sociale, difficile à définir par ailleurs – d'où notre utilisation des guillemets pour ce qui est avant tout un support aux représentations –, mais qui a pris corps dans la société des Trente glorieuses, comme l'a bien montré Ludivine Bantigny[5]. Ils ont donc parfaitement intégré dans leurs représentations l'existence d'une jeunesse, avec des problèmes propres, dont il faudrait s'occuper – c'est d'ailleurs un point de vue plus fort

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1981-1982, « Réunion du groupe image du 1er juin 1982 »

[2] NADEAU Richard et alii. *Op. cit.,* p. 56

[3] GOUREVITCH, Jean-Paul. *L'image politique. Op. cit.,* p. 121

[4] *Le Monde*, 3 décembre 1986

[5] BANTIGNY, Ludivine. *Le plus bel âge. Jeunes et jeunesses en France de l'aube des Trente Glorieuses à la guerre d'Algérie*. Paris : Fayard, 2007

dans l'entourage de Michel Rocard que dans son discours à lui[1]. Il s'agit donc de séduire des « jeunes » qui comme le montrent les études d'opinion, et les analyses qui en sont tirées par le Groupe image, « ont un désintérêt croissant pour la politique. Ils reprochent aux hommes politiques "de ne pas apporter de solution satisfaisante à leurs problèmes". Certains déclarent même "que les hommes politiques sont nuls et ringards" et prétendent voter pour le "moins pire". Ils leur reprochent de ne pas faire preuve d'idées originales[2]. »

Il est en outre nécessaire d'adapter sa communication qui ne semble pas appropriée pour toucher cette cible. Ainsi, Michel Rocard est censé souffrir d'un déficit durable de communication à l'égard des « jeunes » :

« On note en la matière "la quasi-absence" ou "non-présence" de l'intéressé dans l'ensemble des supports qui touchent la jeunesse. Force est de constater une "absence" ou une insuffisance de propositions en direction des jeunes. Plus grave, on est contraint d'avouer que sa stratégie ne prend pas à l'heure actuelle en compte la nécessité d'améliorer sa "présence" auprès d'eux[3]. »

Ses conseillers incitent donc Michel Rocard à utiliser un « langage plus jeune », « moins attaché au jeu politique ». Il est également sensibilisé aux thématiques censées les préoccuper : « générosité (paix, anti-agressivité, anti-racisme, Tiers Monde) ; d'initiative (autonomie, anti-hiérarchie) ; de liberté (mœurs, mariage, médias...) ; culturelles (musique, technologies nouvelles, sports, moto, pragmatisme, apprentissage plutôt que connaissances, ...). » Ses conseillers l'invitent donc à adopter une « attitude » plus conforme à ce que seraient les goûts des « jeunes ». Il est censé utiliser plus d'humour, s'appuyer sur des « anecdotes », des « histoires », des « exemples concrets » et « manifester intérêt pour culture et sport[4] ». On retrouve cette adaptation de son langage lors de *L'Heure de vérité* de décembre 1986, où il emploie le terme de « bachot » pour parler du baccalauréat[5].

---

[1] BANTIGNY, Ludivine. « Parti jeune, parti révolutionnaire ? » Caractérisation, action et contestation des jeunes au PSU. In Castagnez, Noëlline et alii. dir. *Le Parti socialiste unifié. Op. cit.*, p. 61-71.

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « La situation politique française depuis le 16 mars 1986 », 31 mai 1986

[3] *Ibid.*

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, « Documents de travail pour tableau de bord, "Cible jeunes" », 17 février 1987

[5] INA, Antenne 2, *L'Heure de vérité*, 3 décembre 1986

Pour mieux communiquer auprès des « jeunes » Michel Rocard doit également utiliser les canaux adaptés, les médias employés par la jeunesse. Ainsi, Pierre Masson accepte une proposition venant de la revue américaine *Rolling Stone* pour son premier numéro en français :

« La revue *Rolling Stone* prépare pour son premier numéro en français (sortie 13 janvier) un spécial élections présidentielles 1988. A partir des arbres généalogiques des candidats à la présidentielle, cette revue souhaite interviewer les présidentiables sur le lien entre la tradition familiale et la façon dont ils voient la société. Je pense que ce projet est intéressant à plusieurs titres (sujet de fond, tirage important, cible jeune, premier numéro en langue française se traduisant par une campagne de publicité, accord déjà donné par Jacques Chirac et Raymond Barre). Peut-on trouver 45 minutes avant le 15 décembre ?[1] »

L'entourage de Michel Rocard lui conseille également de se montrer entouré de « jeunes » pour bien symboliser sa proximité de cette catégorie de la population[2]. Ceux-ci ont donc le droit à un club qui leur est propre : Forum. Il s'agit d'un mouvement de jeunesse créé par Alain Bauer, Stéphane Fouks et Manuel Valls, trois jeunes militants ayant fait leurs armes à Paris I où ils dirigent l'UNEF-ID, et repérés par l'entourage de Michel Rocard. Les clubs se réunissent une fois par an autour d'un grand événement estival, à une époque où l'université d'été du PS n'existe pas encore. Michel Rocard participe presque à chaque fois à cette assemblée annuelle, ce qui permet de rajeunir son image par leur franc-parler, leur attitude moins conventionnelle et leur ton potache. Ainsi, dans le premier numéro de la revue sur papier glacé qu'ils éditent – revue mensuelle des clubs Forum –, les auteurs ironisent sur les chaussures trouées que Michel Rocard arborait lors du dernier sommet aux Arcs. Par ailleurs, ce club, comme son appellation l'indique, a pour ambition de toucher au-delà des jeunes socialistes. Le « portrait-robot » d'un militant dans le premier numéro permet de mettre en valeur le profil de Fabrice, « vingt-cinq ans, et les cheveux longs coupés court sur l'oreille », « rocardien » sans être adhérent du PS[3]. Michel Rocard se plie au jeu et participe à ces rendez-vous annuels en bras de chemise, sans cravate. Un reportage le montre ainsi à la

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 25 novembre 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, « Documents de travail pour tableau de bord, "Cible jeunes" », 17 février 1987

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Revue *Forum*, n° 1

cantine, entouré des étudiants[1]. De même, la photographie de couverture du premier numéro de *Forum* permet de le montrer entouré de jeunes – dont Manuel Valls et Stéphane Fouks – marchant vers l'avenir, dans une mise en scène qui n'est pas sans faire penser à l'affiche « Vivement demain » du RPR en 1986[2].

Cette émergence de clubs spécifiques aux « jeunes » correspond assez bien à l'évolution du militantisme jeune, telle que présentée par Anne Muxel. La sociologue constate en effet à cette époque une politisation continue et une implication dans des mouvements (comme par exemple SOS Racisme), alors que les partis politiques et les clivages traditionnels sont eux rejetés par cette partie de la population[3]. Une telle organisation a aussi pour fonction d'attirer l'attention de la presse, et en particulier de la presse de gauche dont Philippe Juhem a bien montré qu'elle cherchait alors à conquérir ce public « jeune » par la médiatisation des mouvements censés le représenter, et plus particulièrement ceux qui se distinguent par leur aspect « ludique[4] ». Lors de sa participation à *L'Heure de vérité* à l'hiver 1986, Michel Rocard essaie de se montrer ouvert et compréhensif des problèmes des « jeunes », alors dans la rue depuis le 22 novembre pour s'opposer au projet de loi Devaquet – il s'agit d'un projet de réforme de l'enseignement supérieur, proposé par le ministre délégué à l'Enseignement supérieur, prévoyant notamment plus d'autonomie pour les universités et la sélection à leur entrée. Les jeunes rocardiens, qui ont pris une part active au mouvement, ont pu auparavant le sensibiliser au mouvement et lui expliquer sa logique[5]. Alors peut-on dire que grâce à Forum et à son entourage, Michel Rocard paraît mieux communiquer auprès de la jeunesse ? On peut en douter si on se penche sur son intervention aux Arcs à l'été 1985, toute aussi déprimante pour la jeunesse :

« Le maire de Conflans-Sainte-Honorine n'a pas donné dans la facilité ou les formules-choc (...) Michel Rocard, dans un discours d'environ deux heures, souvent ardu, précis, parfois même ésotérique, a détaillé les impératifs économiques, le système social, etc... (...) a en effet dénoncé avec rigueur cette "escroquerie intellectuelle qui, par le biais du

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 5 septembre 1986

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Revue *Forum*, n° 1

[3] INA, Antenne 2, *L'Heure de vérité*, 3 mai 1986

[4] JUHEM, Philippe. La participation des journalistes à l'émergence des mouvements sociaux. Le cas de SOS Racisme. *Réseaux*, n° 98, 1999, p. 132

[5] Entretien avec Alain Bauer, 29 janvier 2015

désengagement total de l'État, aboutit à l'oppression la plus sauvage". (...) "Je ne chercherai pas à vous cajoler. Un chômeur de dix huit ans n'est pas plus malheureux qu'un chômeur de quarante-cinq ans"[1]. »

Quant aux femmes, elles prêtent tendanciellement toujours moins leurs suffrages à Michel Rocard. Nous avons vu que c'était un problème déjà mis en valeur avant la candidature de 1980. Des conseils lui sont encore prodigués pour améliorer sa communication à l'égard de cette moitié de l'électorat. Toutefois, le regard a légèrement changé. S'appuyant sur les travaux de Janine Mossuz-Lavau, il ne s'agit plus de tenir un discours « spécial-femmes » ou de communiquer dans la presse « féminine », comme cela avait été envisagé dans les années 1970, « mais en montrant que, pour chaque "grand" problème évoqué, on est conscient de la façon dont il touche particulièrement les femmes (...) Il convient aussi de renoncer à toute langue de bois et, compte tenu du profil sociologique de cet électorat, de valoriser enfin la "modernité culturelle" et l'évolution allant dans le sens d'une plus grande liberté individuelle et d'une ouverture dans le domaine des mœurs[2]. » Plus qu'une réification de la « femme », il s'agit de se placer au niveau de chacune d'elles pour voir comment le message peut être perçu. Ces analyses nouvelles résultent, entre autres, des mutations du féminisme, avec ce que certaines chercheuses américaines ont dénommé une « troisième vague », plus axée sur la reconnaissance des individualités de chaque femme[3].

Pour autant l'aspect superficiel de la communication, censé plaire aux femmes, se retrouve encore, notamment dans la mise en avant de Michèle, l'épouse de Michel Rocard. Celle-ci peu à l'aise avec la télévision, préfère la plume et écrit un livre dans lequel elle se confie et raconte sa vie d'épouse de candidat, entre deux confidences sur la cuisine ou l'art du tricot[4].

Comme nous venons de le voir, après sa démission, Michel Rocard se lance donc dans une offensive médiatique. Il tente de reprendre un style plus combatif, plus adapté à la

[1] *Le Matin*, 7-8 septembre 1985

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note de Janine Mossuz-Lavau, « Le vote des femmes le 16 mars 1986 », juin 1986

[3] TONG, Rosemarie. *Feminist Thought : A Comprehensive Introduction*. Oxon, Routledge, 1997

[4] ROCARD, Michèle. *Au four et au moulin*. Paris : Albin Michel, 1987

campagne. Cela l'amène à renouer avec un discours moins technique. Une telle offensive ne peut toutefois s'entendre sans une large mobilisation de ses soutiens.

III) Réorganiser son entourage

A) Mobiliser ses soutiens

1) Restructuration de l'équipe

La démission provoque de profonds bouleversements dans l'organisation de l'équipe de Michel Rocard. Il ne bénéficie plus, comme en fonction, d'un cabinet structuré, organisé et rémunéré. Il doit donc réorganiser son équipe et compter sur des bénévoles, en plus des permanents. Un cabinet personnel se structure assez vite au 266 boulevard Saint-Germain, composé au départ de quatre permanents : Pierre Zémor, Jean-Claude Petitdemange, Bernard Vial et le docteur Salomon[1]. Un an après son départ, Michel Rocard est toutefois contraint de réorganiser ce mini-cabinet, qui souffre de graves dissensions. Il choisit pour le diriger, de faire un coup, en allant chercher un ancien collaborateur de Gaston Defferre – et donc perçu comme du camp d'en face –, Frédéric Thiriez. L'idée semble plutôt fonctionner, puisque ce recrutement fait couler beaucoup d'encre et contribue à crédibiliser le renforcement de l'entourage rocardien : « C'est évidemment, en toute connaissance de cause que M. Rocard est allé chercher son secrétaire général en dehors du vivier de ses proches. Il fallait à l'ancien ministre quelqu'un d'un peu vierge pour tirer les rocardiens[2]. » Dans la foulée, est également recrutée une attachée de presse pour remplacer Pierre Masson sur le départ. Dans la même logique qui a guidé le choix de Frédéric Thiriez, c'est Marie Bertin, sans relation apparente avec le rocardisme qui est choisie[3]. Après une phase d'introduction assez difficile, elle se fond finalement dans l'univers.

[1] *Le Journal du Dimanche*, 26 mai 1985

[2] *Le Monde*, 8 avril 1986

[3] Entretien avec Marie Bertin, 28 septembre 2015

Au-délà des acteurs du quotidien, on trouve également plusieurs équipes qui vont alimenter la réflexion stratégique et l'organisation du courant. Ainsi, se réunit une équipe de « coordination », en général le mercredi à 11h30, puis à 15h30 à partir de 1987, devenant « la direction stratégique de campagne », autour des principaux « politiques » de l'entourage : Pierre Brana, Guy Carcassonne, Tony Dreyfus, Gérard Grunberg, Jean-Paul Huchon, Pierre Masson (son attaché de presse jusqu'en 1986), Jean-Claude Petitdemange, André Salomon, Michel Sapin, Jean-Pierre Sueur, Bernard Vial, Frédéric Thiriez (à partir de 1986), Pierre Zémor, et Catherine Le Galiot, sa secrétaire. Il y a également une réunion « stratégie » (le jeudi entre 12h30 et 14h45) avec Michèle Rocard, son épouse, Pierre Brana, François Campos, Gilbert Denoyan, Daniel Frachon, Jean-Claude Petitdemange, André Salomon, Jean-Pierre Sueur, Pierre Zémor. Enfin, une réunion communication perdure, dans la lignée du Groupe image, le jeudi 17h, toutes les deux semaines, avec des piliers du Groupe image comme Gilbert Denoyan, Jean-Luc Margot-Duclot, Pierre Masson, Pierre Zémor, ainsi que le publicitaire Dominique David. Cette réunion communication se prolonge par des « travaux pratiques partiels » de *training* vidéo (jeudi 18h, toutes les deux semaines) autour des journalistes Philippe Alfonsi, Jean-Paul Ciret, Gilbert Denoyan, Alain Rémond, du réalisateur Jean Lallier, du publicitaire Dominique David et de Jean-Luc Margot-Duclot, spécialiste du marketing.

Des groupes « d'experts » s'organisent aussi, autour de Claude Evin, député de Loire-Atlantique depuis 1978, pour réfléchir aux différents thèmes de la campagne, autour de jeunes fonctionnaires « détachés » « de grandes entreprises publiques ou d'administrations qui ferment les yeux sur leur autonomie et les paient sans rechigner, alors qu'ils se consacrent essentiellement à Michel Rocard[1] ». On compte notamment Bernard Spitz et Gilles de Margerie, Eric Lombard, Frédéric Lavenir, Jeanne-Marie Prost, Dominique de Combles de Nayves et Pierre Encrevé. Il en ressort un document de 81 pages en juin 1987, préparant le futur programme du candidat Rocard[2]. S'y ajoute toute une série de groupes de réflexions sur des thèmes variés : Institutions et vie politique, Gestion publique, Problèmes de société, International, Entreprises.

[1] *Le Monde*, 2 avril 1987

[2] Archives de Bernard Spitz, « Synthèse des travaux d'experts », juin 1987

L'approche de la présidentielle amène une restructuration en mai 1987[1], et Claude Evin devient directeur de campagne, alors que Jean-Pierre Sueur est désormais en charge des groupes d'experts. C'est Alain Richard, ancien leader des néo-rocardiens, revenu dans l'entourage de Michel Rocard qui reprend le porte-parolat. Quant à Michel Sapin, il se consacre à la coordination des parlementaires rocardiens. La communication, jusque-là partagée entre différents membres, est semble-t-il centralisée entre les mains de Guy Carcassonne[2]. Michel Rocard loue même neuf cent mètres carrés de bureaux boulevard Pereire pour s'y installer, s'il devient officiellement candidat[3]. Puis, le quartier de campagne est aménagé au mois de janvier 1988, dans un luxueux 700 m^2, avenue Percier, loué 100 000F par mois à Rene Teulade, proche de l'économie sociale[4].

Cette réorganisation-centralisation amène à la constitution de quatre départements :

- Communication sous la direction de Guy Carcassonne : « assure la conception, la rédaction et la diffusion, sur tous les médias, des thèmes et des messages de la campagne. Il s'appuie sur une cellule interne d'écoute et d'analyse et fait appel, le cas échéant à des prestations de service pour la conception des opérations retenues[5]. »

- « Terrain » dirigé par Daniel Frachon : « assure la mise en place des antennes locales et régionales de la campagne proprement dite. Bien entendu, cette action s'élabore en liaison avec les responsables des différents réseaux (courants, clubs, etc.) [6] »

- « Gestion » dirigé par Georges Vianes, haut-fonctionnaire et ancien Président de l'Institut national de la propriété industrielle : en charge des finances et du budget de la campagne.

- « Production » rattaché au secrétariat général, « réalisation des différents produits de la campagne : édition, affiches, objets divers, organisation matérielle des événements et des meetings. Il gère les stocks et les sous-traitances nécessaires[1]. »

---

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre de Michel Rocard à son équipe, 15 mai 1987

[2] LIEGEOIS, Jean-Paul et BEDEÏ, Jean-Pierre. *Le feu et l'eau*. Paris : Grasset, 1990, p. 317

[3] *Ibid.,* p. 327

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, SIMONI, Corinne. *Op. cit*., p. 26

[5] Archives de PZ, Carton 1987, « Note sur l'organisation de la campagne », 1er décembre 1987

[6] *Ibid.*

A la tête de cette organisation se trouve un secrétaire général de campagne qui n'est autre que Michel Castagnet, comme dans la pré-campagne de 1980[2]. Aux deux réunions hebdomadaires décrites plus haut, s'ajoute un rendez-vous de la « direction opérationnelle de campagne » qui se réunit toutes les semaines le mardi à 9h, composée de Claude Evin, Philippe Vuilque (assistant de Claude Evin), Guy Carcassonne (communication), Daniel Frachon et Jean-Claude Petitdemange (terrain), Jean-Pierre Sueur (experts), André Vianès (administration et finances), Michel Castagnet (secrétariat général), Frédéric Thiriez (cabinet), Alain Richard (porte-parole). Elle a surtout pour but de régler les questions d'organisation et d'agenda. Au contraire de la réunion du jeudi qui est celle durant laquelle se discutent les grandes questions politiques et le positionnement[3]. Cette succession d'organigrammes doit toutefois nous amener à la prudence quant à leur effectivité. En effet, ils ne semblent pas avoir été appliqués tel quel. La coordination des tâches semble donc restée très informelle[4]. Cette apparence d'organisation est avant tout un moyen de montrer l'entourage prolifique de Michel Rocard et rompre avec son image d'homme isolé.

2) Le soutien des clubs : Convaincre et Forum

Pour mobiliser ses troupes, Michel Rocard va aussi s'organiser, en dehors du parti. Les chances de le prendre sont en effet mince, et il a besoin d'élargir ses réseaux au-delà de la sphère partisane. L'idée est d'ailleurs ancienne, dès l'arrivée au PS elle avait été envisagée, mais abandonnée en raison du besoin d'intégration. Elle ne revient qu'avec la démission de Michel Rocard et sa recherche d'un renforcement de son entourage en vue d'une potentielle candidature présidentielle. Ainsi, à l'automne 1985 apparaissent en province des clubs comme Cap 21 créé par le maire rocardien de Parthenay Michel Hervé[5], le club Mendès France en Cote d'or ou encore Franklin Roosevelt en Savoie, proche de la maçonnerie[6]. Très rapidement

[1] *Ibid.*

[2] *Ibid.*

[3] LIEGEOIS, Jean-Paul et BEDEÏ, Jean-Pierre. *Le feu et l'eau. Op. cit.,* p. 317

[4] Entretien avec Pierre Zémor, 28 avril 2016

[5] *L'Express*, 11 octobre 1985

[6] *Le Point*, 7 octobre 1985

ils font partie d'une organisation nationale appelée les clubs Convaincre, lancée et menée par le député rocardien du Finistère Bernard Poignant. Ils vont prendre la succession des groupes qui animaient la revue *Interventions*, qui avait elle-même succédé, autour de Jacques Julliard et Patrick Viveret, à la revue *Faire* en 1982. A l'approche très intellectuelle d'*Interventions*, les clubs Convaincre privilégient le soutien plus politique à la personne de Michel Rocard. Henri Hermann, PDG dans la grande distribution et ami de Michel Rocard depuis le PSU, qui finançait la revue va ainsi peu à peu rétracter ses investissements au profit de *Convaincre* à partir de 1986[1].

Les clubs ne sont pas seulement un moyen de rassembler tous les soutiens de Michel Rocard en dehors du cadre partisan, ils visent à tordre définitivement le cou à l'image du Michel Rocard isolé au sein du PS. Ils doivent également être une source d'information sur l'état du terrain pour le futur candidat : « créer les contacts entre les clubs et susciter les "événements" qui peuvent les mobiliser ; être une cellule d'écoute pour faire remonter les aspirations et les attentes de la "base"[2]. » Le lancement des clubs et sa médiatisation sont largement préparés. Une date estivale est préférée, car « les médias sont en mal d'informations comme chaque été ; et se jetteront sur l'annonce de cette création[3] ». Ils utilisent même des moyens publicitaires : « annonces dans la presse quotidienne nationale, affichettes militantes[4]. »

Les 120 clubs Convaincre, Agora ou 94 Demain, se réunissent de manière bimensuelle dans toute la France. S'engage autour d'un repas le débat avec des invités proches du rocardisme. A la fin se tient une « séance culturelle » où sont abordés différents thèmes comme l'éducation, l'urbanisme, les problèmes bancaires etc... et qui sont ensuite repris dans les brochures du club. Une fois par an, tous les membres des clubs Convaincre – soit 10 à 15 000 adhérents[5] – sont conviés en Île-de-France pour deux journées entières, autour de Michel Rocard. Les premières ont lieu les 26-27 avril 1986 à St Quentin-en-Yvelines. Y participent plusieurs noms connus du public à cette époque, comme le journaliste et ancien

[1] Entretien avec Jean-Luc Pouthier, 12 juin 2014

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Réseaux », Note de Michel Castagnet à Pierre Zémor

[3] *Ibid*., « A propos de la communication de Michel Rocard » de Guy Romagnani, 8 juillet 1985

[4] *Ibid.*

[5] Entretien avec Jean-Paul Foncel, 15 novembre 2014

dirigeant de télévision Pierre Desgraupes, la vedette du 20h Christine Ockrent, l'ancien préfet Maurice Grimaud, le leader de SOS Racisme Harlem Désir, la chercheuse Catherine Withol de Wenden, ainsi que le résistant Stéphane Hessel à la présidence[1]. On voit ainsi la volonté de mettre en avant des têtes d'affiche connues et issues de la « société civile » pour créer l'événement et faire parler. A aussi lieu chaque année un événement plus axé sur la réflexion, en Sorbonne, le plus souvent le week-end pour permettre aux provinciaux d'y participer[2].

Les clubs Convaincre se dotent assez rapidement d'une lettre d'information, bi-mensuelle, intitulée *Convaincre*, conçue comme un moyen de faire le lien avec les militants, mais aussi de fournir des éléments de langage à la presse : « introduire des soulignés qui permettent d'un coup d'œil de "comprendre l'essentiel" ; sortir en titre ou en milieu de colonne une citation forte[3]. » Le coût est relativement modéré – 200F par an[4] – et des abonnements sont offerts à des « leaders d'opinion ». Elle compte près de 8 000 abonnés. Par cette lettre d'information, il s'agit aussi de constituer un fichier à mobiliser en cas de campagne. Par la suite elle se personnalise avec la photo de Michel Rocard[5]. Le format est assez sobre – Michel Rocard l'assume écrivant dans son carnet de notes : « Pas mauvais qu'on nous trouve "ennuyeux"[6] » –, mais des dessins de Piem viennent agrémenter certains numéros. La personnalisation est importante. Les numéros jusqu'à l'arrivée à Matignon sont sous-titrés : Lettre d'information de Michel Rocard. En première page figure un édito manuscrit du député des Yvelines qui n'hésite pas à employer souvent le « je ». Son agenda y occupe une large place, permettant de promouvoir ses déplacements en province. Les articles sont souvent fouillés et exigeants pour le lecteur. Les numéros, de plus en plus thématiques au fil du temps, s'appuient sur des dossiers assez complets, qui permettent ainsi de présenter les idées rocardiennes sur le sujet en question.

A partir de l'été 1987, *Convaincre* devient clairement un outil de campagne. Les numéros comportent de longues retranscriptions des interventions thématiques de Michel

[1] *Convaincre*, n° 9

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, SIMONI, Corinne. *Op. cit*., p. 24

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1986-1987, « Propositions pour "Convaincre", Lettre d'information de Michel Rocard », document d'Hervé Sauzay

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, SIMONI, Corinne. *Op. cit*., p. 24

[5] *Convaincre,* n° 12

[6] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnets de notes, 1986-1988, p. 124

Rocard en province (n° 30, 31, 32, 34, 35). Ils sont aussi un moyen de mobiliser et d'offrir un débouché aux travaux des groupes d'experts, dont la revue constitue la vitrine. Michel Rocard peut ainsi apparaître avec, à défaut de programme – il les refuse – des réflexions pertinentes sur la plupart des thèmes importants de la période. Parmi les principaux thèmes mis en valeur, la politique sociale a la part-belle (n° 1, 7, 8, 18, 21, 22, 28, 33), ainsi que les relations internationales (n° 4, 13, 20, 35).

Tableau 9 : Thématiques des numéros de *Convaincre*

n° 1	Modernisation sociale
n° 2	programme de la droite
n° 3	réflexions sur l'élection
n° 4	Chute des dictatures
n° 5	Bataille de la communication (télévision)
n° 6	Journées des rocardiens à St Quentin-en-Yvelines
n° 7	L'emploi des jeunes
n° 8	Retraites
n° 9	Journée Convaincre 7 juin
n° 10	Discours à Lima
n° 11	Sécurité
n° 12	Conseil constitutionnel
n° 13	GATT
n° 14	Loi de finances de 1987
n° 15	Rythmes scolaires
n° 16	L'Outre-Mer
n° 17	L'énergie

n° 18	Charte pour l'emploi
n° 19	La rue : un espace à reconquérir
n° 20	Coopération et développement
n° 21	Action sociale
n° 22	Temps de travail et emploi
n° 23	Politique de défense
n° 24	PAC
n° 25	Cinéma
n° 26	Ecole de la réussite
n° 27	Sport
n° 28	Droit au logement
n° 29	Immigration
n° 30	Propositions de campagne de Michel Rocard
n° 31	Suite des propositions
n° 32	Situation économique
n° 33	Pauvreté
n° 34	Discours de Michel Rocard
n° 35	Discours de Michel Rocard sur le rôle de l'Europe à l'égard du Tiers-Monde
n° 36	Nationalisation et privatisations
Numéro spécial	Script de son intervention à *Questions à domicile*, 20/03/88
n° 37	Corse
n° 38	Pour répondre à la France du désarroi
n° 39	Bilan des élections

n° 40	Discours de politique générale de Michel Rocard
n° 41	Suite du précédent
n° 42	Sur la « méthode Rocard »
n° 43	Nouvelles techniques et politique
n° 44	Crédit-formation
janvier 1989	Immigration, intégration
février 1989	Peine de mort
mars 1989	Sport
mai-juin 1989	Bilan d'année
juin 1989	Europe
juin 1989	Europe n° 2
juin 1989	Pour un secteur audiovisuel
octobre 1989	Compte rendu des journées d'Avignon
novembre 1989	L'agglomération parisienne
décembre 1989	Renouveau du service public
janvier 1990	Fin de la Guerre froide, démocratisation
mai 1990	Congrès de Rennes, lutte contre le racisme
mai 1990	Dossier sport
juin 1990	Dossier sport, 2ème partie
juin 1990	Justice
juillet 1990	Aménagement du territoire
octobre 1990	Exclusion en ville
novembre 1990	Bilan des journées des clubs Convaincre à Strasbourg
janvier 1991	Santé

septembre 1991	Appel à l'abonnement
octobre 1991	Outre-Mer
novembre 1991	La ville
décembre 1991	Exclusion-insertion
janvier 1991	Différents thèmes

3) S'emparer du Parti ?

Toutefois, un club n'est pas un parti. Les clubs Convaincre ne bénéficient en rien de la logistique, de la puissance électorale, et des finances du Parti socialiste. Mais Michel Rocard sait qu'il arrivera difficilement à obtenir l'aval du PS, surtout en cas de candidature de François Mitterrand. Il choisit néanmoins de rester fidèle au PS et de jouer le jeu de la démocratie interne. Il entend ainsi, en incarnant l'opposition à l'intérieur du PS, engranger de nouveaux soutiens dans une période de défaites électorales, et élargir la représentation de son courant, drastiquement réduite depuis le Congrès de Metz.

Peu de temps après sa démission et malgré les désaccords dans son courant, il lance l'offensive. Il entend reprendre l'autonomie perdue, et se différencier des « erreurs » commises, selon lui, par les socialistes au pouvoir. Dans un entretien pour *Libération*[1], il demande une révision des statuts du PS qui datent de 1971 et constituent donc un repère symbolique important pour les mitterrandistes, même si les éléments constitutifs sont parfois très loin de la politique du PS d'alors. On y trouve notamment que « les socialistes estiment qu'il ne peut exister de démocratie réelle dans la société capitaliste. C'est en ce sens que le Parti socialiste est un parti révolutionnaire. » C'est bien sûr une provocation à l'égard des Mitterrandistes qui se refusent à tout abandon du parti d'Epinay. Il choisit par la suite de présenter une motion, espérant rallier entre 15 et 10 %, c'est-à-dire de refaire un score proche

[1] *Libération*, 22 mai 1985

de celui de 1979[1]. Avant cela, c'est une contribution très offensive, particulièrement critique à l'égard de la politique menée jusque-là par le PS et ouvertement personnalisée, qu'il présente :

« Nous payons cher le décalage entre les discours et les actes (...) Même dans le domaine économique, j'ai la conviction que les Français nous reprochent moins la politique que nous menons – parce qu'ils savent que nul ne pourra les dispenser de l'effort qu'elle représente – que le décalage qu'il y a entre notre politique actuelle et le caractère excessif de certaines promesses électorales qui ont entraîné certaines erreurs de gestion de 1981 et 1982[2]. »

Et au comité directeur d'août 1985, il propose quatre pages d'amendements au texte du Premier secrétaire Lionel Jospin, ce qui rend toute synthèse impossible. Il est alors vu unanimement comme isolé : « Rocard toujours plus seul[3] » ; « Rocard seul contre tous[4] » ou encore « Michel Rocard joue les cavaliers seul[5] » titre la presse. C'est dans ce contexte, à l'approche du Congrès de Toulouse, que ses proches laissent courir le bruit que Michel Rocard ferait scission du Parti socialiste en cas d'échec :

« Et s'il n'obtient pas satisfaction au congrès ? "Alors tout est possible" confie un proche. Et là, l'imagination est en marche : des candidats peuvent monter des listes dissidentes aux élections dans plus de trente départements, ce qui laisserait espérer un groupe autonome rocardien à l'Assemblée Nationale. Rocard peut être exclu du parti, etc...[6]. »

Une information qui lui permet d'occuper l'actualité et de faire la couverture des principaux quotidiens : « M. Rocard dans ou hors du PS ?[7] » Dans cette idée d'un éventuel départ de Michel Rocard du PS, un sondage est même organisé, confié à BVA en août 1985, pour un coût de 5 930 F. Il a notamment pour fonction de mesurer les intentions de vote pour une liste autonome aux législatives, conduite par Michel Rocard. Celle-ci obtiendrait 16 %

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1983-1985, Note sans date

[2] Archives de Pierre Zémor, Cartons « Congrès Bourg en Bresse » et « Toulouse », Dossier « Congrès de Toulouse », Contribution de Michel Rocard au Congrès de Toulouse

[3] *Le Quotidien de Paris*, 26 août 1985

[4] *Le Matin*, 26 août 1985

[5] *Libération,* 26 août 1985

[6] *Le Journal du Dimanche*, 26 mai 1985

[7] *Le Monde*, 15-16 septembre 1985

des voix, dont 7 % pris sur les intentions de vote du PS, mais permettrait à la gauche de gagner des intentions de vote, le résultat total passant de 37 % sans liste Michel Rocard à 43 % avec une liste Michel Rocard[1]. Plus intéressant encore, cette hypothétique liste rocardienne obtiendrait, avec 16% des voix, deux points de plus que la liste PS passée de 21 à 14 %. Cette liste Rocard attirerait « un petit tiers des électeurs du PS » ; « La moitié des divers gauche et des non votants également » et mordrait sur la droite. En termes sociologiques, ce sont les catégories socio-professionnelles supérieures, les cadres et employés – c'est-à-dire le socle de popularité de Michel Rocard – qui seraient attirés et un peu moins les paysans et artisans[2].

Fort de ces résultats encourageants, le sondage est publié par *L'événement du jeudi*, accompagné d'une interview de Michel Rocard, n'hésitant pas à nier une telle intention. Il joue parfaitement le double jeu, enchaînant avec une campagne de terrain et de nombreux signes envoyés aux militants socialistes. Parcourant les fédérations, il obtient ainsi un beau succès militant : « Les bains de foule n'effraient plus Michel Rocard et visiblement le courant passe. Les militants interviewés martèlent : "je ne crois pas beaucoup aux sondages, mais je crois que c'est l'homme qu'il nous faut pour 1988"[3]. » Toutefois, ces réactions du public décrites par la presse doivent être prises avec précaution. Comme l'a montré Nicolas Mariot, « logique du frisson dans le dos et logique de l'adhésion[4] ». Ces attitudes relèvent plus d'une « discipline de la situation[5] » qui s'impose aux spectateurs. Il se rend d'abord dans le Sud-Ouest, puis début juillet en Bretagne[6], deux fédérations où il a de grandes chances et de nombreux soutiens – sa motion obtiendra la majorité dans le Morbihan, le Finistère, les Côtes du Nord et le Gers. Enfin, la motion s'avère beaucoup moins violente à l'égard du PS et de la politique menée depuis 1981 que ce qu'avait laissé penser sa contribution. Le but est

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Sondage BVA, « Intentions de vote législatives 1986, Hypothèse de présence de listes soutenues par Michel Rocard », Août 1985

[2] *Ibid.*

[3] INA, Antenne 2, *Midi 2*, 11 octobre 1985

[4] MARIOT Nicolas. *Bains de foule. Les voyages présidentiels en province, 1888-2002.* Paris : Belin, coll. « Socio-histoires », 2006, p. 175

[5] *Ibid.,* p. 300

[6] *Le Journal du Dimanche*, 26 mai 1985

clairement de brasser large au sein du PS afin d'avoir l'assentiment de tous les déçus, dans ce contexte d'Affaire du Rainbow Warrior.

Cette stratégie lui permet d'emporter un beau succès, en septembre 1985, avec plus d'un quart des votants du PS. Les résultats sont bons partout, seuls Belfort et les Bouches-du-Rhône lui accordent moins de 10 %. Il emporte la majorité absolue dans dix fédérations, et plus de 40 % dans 23 départements[1]. Les rocardiens ravissent ainsi plusieurs fédérations : le Gers, le Tarn. Il se déclare lui-même étonné face aux caméras[2]. Cela apparaît dans la presse comme une réelle victoire étant donné l'image de Michel Rocard comme éternel minoritaire jusque-là : « Michel Rocard, plus que jamais candidat à la candidature de l'élection présidentielle, apparaît en situation politique très confortable surtout s'il y a "synthèse", c'est-à-dire s'il y a un accord politique sur une ligne commune. ». *Libération* titre « les 30 % qui donnent des ailes[3] » et *Le Matin* évoque « La percée de Rocard[4] ».

Le bon score lui permet également de contester les listes établies pour les législatives et d'augmenter la représentation des rocardiens, limitée à 10 % des effectifs jusque-là. En outre, face à ce nouveau rapport de force, Lionel Jospin est obligé d'adopter une autre attitude à son égard. Ainsi, invité à *Questions à domicile*, il convient que « Michel Rocard pourrait tout à fait être le candidat de la gauche aux présidentielles », ce que confirme Pierre Mauroy peu de temps après[5]. Le Congrès de Toulouse peut apparaître comme un véritable tremplin pour Michel Rocard, lui permettant de s'imposer au sein du PS comme le seul candidat crédible, comme le suggère *Le Quotidien*[6]. Créant la surprise, Michel Rocard ne profite toutefois pas de la tribune du Congrès pour planter les dernières banderilles dans un PS hagard. Il rate complètement son premier discours, pourtant très attendu, comme il s'en expliquera lui-même par la suite :

« Toutes les conditions étaient réunies, à Toulouse, pour un triomphe politique. Mais rien ne s'est passé comme prévu. Au moment de mon discours, j'ai été attaqué, sommé de

[1] *Libération*, 9 octobre 1985

[2] INA, TF1, *JT 13h*, 19 septembre 1985

[3] *Libération*, 4 octobre 1985

[4] *Le Matin*, 1er octobre 1985

[5] *Le Quotidien de Paris*, 30 septembre 1985

[6] *Le Quotidien de Paris*, 1er octobre 1985

répondre à des militants, à des hiérarques postés derrière moi, à la tribune. Je me sentais assiégé et obligé de faire face à tous les arguments nominatifs de gens qui, depuis le podium de la présidence du congrès m'avaient interpellé. Le résultat, c'est que j'ai passé la moitié de mon temps à me retourner, et durant cette moitié mon discours était inaudible dans la salle. J'ai fait un bide. Mes bides oratoires sont rares, mais, là, le bide a été total, naufrageur, affreux. Mon micro, en effet, était totalement sélectif ; dès qu'on en écartait les lèvres il ne captait plus la voix. Un discours n'est jamais qu'un discours, mais j'ai bien senti ce jour-là que j'avais raté quelque chose[1]. »

Ce que Michel Rocard oublie, c'est également que durant son discours Charles Hernu, alors démissionnaire du ministère de la Défense en raison de l'Affaire du Rainbow Warrior, obtient une large ovation en entrant dans la salle, contribuant à « saborder » l'intervention de l'ancien ministre de l'Agriculture[2]. La presse se fait l'écho de cet échec et en rend compte largement, contribuant à affaiblir la crédibilité du candidat à la présidentielle :

« Prix de l'œuvre intimiste à Michel Rocard pour son ténébreux Cris et chuchotements. Non seulement il a eu le monopole de l'opaque, mais comme il se tournait souvent vers Jospin, le micro, qui n'a aucun sens des finesses politiques, n'en diffusait que le quart. Rapide sondage post-discours auprès de mes confrères : ils n'ont saisi que 22 % du message. La cote est en baisse[3]. »

Au contraire, Laurent Fabius fait un « bon » discours qui lui permet de retrouver de la crédibilité et de remobiliser les troupes après Greenpeace : « Dans la bataille de "communication", le Premier ministre l'a emporté nettement sur Michel Rocard[4] » juge ainsi *Le Figaro*. Le député des Yvelines effectue une seconde intervention, plus efficace cette fois-ci, mais sans que cela réussisse à redorer son blason, désormais terni, au moins au sein du parti :

« Pas plus qu'il ne l'avait fait le vendredi, Michel Rocard n'a pas été en mesure de définir ce projet dans sa deuxième intervention du dimanche matin. Il n'est sans doute pas le seul. Mais, comme beaucoup – dans l'opinion publique notamment – attendaient plus de lui,

[1] ROCARD, Michel. *Si la Gauche savait. Op. cit.,* p. 258

[2] *Le Quotidien de Paris*, 12-13 octobre 1985

[3] *L'Evénement du jeudi*, 17 octobre 1985

[4] *Le Figaro*, 14 octobre 1985

on lui pardonnera moins qu'à d'autres. Toulouse n'était pas Waterloo. Mais le Capitole reste bien loin de l'Elysée[1]. »

Malgré cet échec, sa relation avec le parti semble plus apaisée et ses idées ont largement été acceptées. A partir de là, son équipe change de stratégie. Il ne s'agit plus de prendre ses distances à l'égard du parti, mais d'apparaître comme son meilleur représentant. En effet, l'hypothèque Fabius semble levée, le Premier ministre étant désormais touché par l'impopularité et embourbé dans l'Affaire du Rainbow Warrior, « il semble peu probable que le Premier ministre puisse être le candidat du Parti à la prochaine élection présidentielle. (...) pour que cette probabilité devienne certitude il est nécessaire que nous capitalisions dans le Parti les acquis de Toulouse. Ceci implique que MR s'impose comme le seul candidat à la fois crédible et légitime à l'intérieur du parti[2]. »

Les réflexions sur une éventuelle liste aux législatives sont purement et simplement abandonnées. Par ailleurs, dans toutes ses interventions ultérieures – et d'autant plus lorsque l'on s'approchera de l'élection présidentielle –, Michel Rocard ne cesse de réaffirmer son attachement au Parti et le fait que ses idées soient, désormais, pleinement intégrées à celles du PS. Les notes de ses conseillers mettent en valeur que « contrairement à Barre, MR estime que les partis politiques sont nécessaires en tant que moindre mal[3]. »

Dans un premier temps, s'il ne tait pas tout à fait ses critiques, dénonçant même dans *L'Espresso*, l'équivalent italien de *L'Express*, « la folie des mesures prises au début du septennat[4] », il est contraint assez rapidement de corriger le tir, au risque de s'isoler, via *Le Nouvel Observateur* : « Pour les élections de mars prochain, j'ai déjà commencé une campagne très active. Je tourne en province. Le PS m'a demandé une présence importante dans les départements d'outre-mer[5]. » Après cette séquence, le groupe Prospol propose de ne pas multiplier les interventions médiatiques, sauf pour le débat avec Raymond Barre le 20 février 1987 : « petit passage campagne officielle, pas de *Sept sur Sept* (...) Faire un grand

[1] *Témoignage Chrétien*, 21-27 octobre 1985

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Dossier Organisation « Remarques sur la stratégie », décembre 1985

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Argumentaire stratégique », 7 novembre 1986

[4] *Le Quotidien de Paris*, 20 décembre 1985

[5] *Le Nouvel Observateur*, 10 janvier 1986

papier être de gauche[1]. » Sa participation à *L'Heure de vérité*, le 3 décembre 1986, s'inscrit ainsi parfaitement dans le discours du PS, comme le lui reproche d'ailleurs le publicitaire Guy Romagnani : « Michel Rocard a été perçu plus comme un militant socialiste ; pour ne pas avoir répondu une bonne fois pour toutes au cours de la soirée sur sa candidature face à celle de F. Mitterrand et laissé une grande place dans son propos au Parti socialiste, il n'a pas suffisamment donné le sentiment de se démarquer de la politique "politicienne"[2]. » C'est également ce dont rend compte la presse : « Rocard a charmé presque tous les socialistes » titre *Le Matin* dans un article[3]. Le plateau mettait d'ailleurs à l'honneur les cadres du PS, représentant tous les courants – du « chevènementiste » Georges Sarre au « jospinien » Marcel Debarge, sans oublier Pierre Mauroy lui-même –, et en particulier les mitterrandistes Pierre Bérégovoy, Edith Cresson et « son ami » Jean Poperen.

A l'approche du Congrès de Lille, le socialisme redevient un thème important dans ses discours. Il cherche tant à définir un socialisme adapté au gouvernement et au marché, qu'à parler à son propre camp pour s'assurer de son soutien futur. Il note ainsi, après les élections législatives de 1986, qui avaient vu un score inespéré du PS, dans ses carnets : « S'occuper beaucoup du PS : il va devenir davantage "clé" qu'on ne le pensait[4]. » On décompte ainsi plusieurs discours d'hommage à des figures du socialisme (Léon Blum[5]) ou de la gauche plus généralement (Aimé Césaire[6]). Quant au chef de l'Etat qui continue à incarner le Parti socialiste, Michel Rocard évite de l'attaquer frontalement et enjolive même ses relations avec lui dans *Le Cœur à l'ouvrage*[7]. Il s'attaque également de plus en plus fermement à la droite, et notamment à Raymond Barre : « Même aux couleurs du libéralisme, le conservatisme reste le conservatisme, c'est-à-dire ce qu'il y a de plus immobile, de plus débilisant, et par là même de plus dangereux dans le corps social. La couleur du vin diffère, le cru n'a pas le même

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1983-1985, « Prospol », 11 décembre 1985

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note de Guy Romagnani, 4 décembre 1986

[3] *Le Matin*, 5 décembre 1986

[4] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnets de notes, 1986-1988, p. 93

[5] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/185, Discours pour l'inauguration de la salle « Léon Blum », La Bussière, 8 juin 1986

[6] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/185, Discours en hommage à Aimé Césaire, Fort de France, 28 février 1986

[7] ROCARD, Michel. *Le cœur à l'ouvrage. Op. cit.*

bouquet : il y a le Barre plus lourd, plus satisfait. Un brin méprisant, un brin suffisant[1]. » Il dénonce d'autant plus le libéralisme que l'étiquette lui colle à la peau. Ainsi, selon un sondage SOFRES il est le deuxième politique à qui l'adjectif libéral est le plus associé derrière Raymond Barre[2].

A la même période, les éditoriaux de *Convaincre* montrent une claire volonté de parler avant tout aux socialistes. Ils sont très durs contre la droite, dont Michel Rocard dénonce la démagogie :

« Au total, on a des raisons de penser que se matérialisent les craintes que nous nourrissions : la droite adopte à l'égard des dénationalisations une position qui doit beaucoup plus à l'idéologie, au dogme et au symbole, qu'elle ne doit à une stratégie économique claire, souple et mesurée[3]. »

Cette stratégie se renforce encore à l'approche du Congrès de Lille (3-5 avril 1987) où Michel Rocard cherche à revenir dans la majorité, afin d'apparaître comme reconnu par son propre camp et d'éviter que la majorité ne proclame François Mitterrand comme le seul candidat possible en 1988. Par ailleurs, les rocardiens savent également que le succès de 1985 était très lié à la conjoncture, et que donc rien de similaire n'est possible, à nouveau, dans cette période marquée par le déclin de Michel Rocard dans les sondages[4]. Ils présentent ainsi une contribution « dépouillée de toute agressivité à l'égard de la majorité du parti », afin de favoriser une motion commune. Les « voies de la reconquête », titre de la contribution rocardienne, souligne ainsi que « l'unité du parti s'est renforcée à Toulouse sur la base d'une synthèse qui conserve toute sa valeur. Au moment où il faut rassembler les énergies pour vaincre la droite, l'opinion comprendrait mal que nous nous divisions[5]. »

Mais l'habituel jeu de dupes va quand même avoir lieu dans la phase de préparation du congrès, avant que les motions ne soient soumises au vote des militants. Chacun maximalise ses positions pour arriver à l'accord le plus profitable. Les principales controverses portent

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, Discours de Michel Rocard à la convention nationale du Parti socialiste 16 janvier 1988

[2] Archives du CEVIPOF, Carton SOFRES 1985, « Le classement idéologique des Français », février 1985

[3] *Convaincre*, n° 5

[4] *Le Figaro*, 2 février 1987

[5] *Libération*, 9 janvier 1987

sur un passage de la contribution de Lionel Jospin qui présente François Mitterrand comme le meilleur candidat du PS en 1988. Les rocardiens écrivent plusieurs lettres au premier secrétaire pour protester contre la référence à l'investiture de François Mitterrand[1]. La synthèse finit par se faire, lors du comité directeur du 7 février[2], François Mitterrand n'ayant aucun intérêt à ce que sa candidature soit ainsi anticipée, et en plus encadrée par le parti. Quant à Michel Rocard, si ses chances se confirment, il a besoin du soutien du parti. Ainsi, durant son discours au congrès, il envoie des signaux clairs à la gauche. Après, un éloge du chef de l'État, celui qu'on accuse d'être trop proche des idées de Raymond Barre rappelle l'importance du clivage droite-gauche :

« Autant je suis un adversaire de la guerre civile froide (...) autant je reste convaincu que nous n'avons pas la même vision que la droite de la vie en société, de la place des hommes et des femmes, de l'organisation sociale, du rôle de l'État au regard des grandes évolutions qui traversent la société civile. Cette querelle n'a rien de médiocre ni rien non plus de subalterne[3]. »

Durant le congrès, Pierre Mauroy intronise même Michel Rocard comme « vice-candidat » : « Puis-je éviter de dire que François Mitterrand m'apparaît comme notre candidat naturel ? Si pour des raisons personnelles, François Mitterrand décidait de ne pas se représenter, nous devrions conserver cette référence à la notion de candidat le mieux placé. (...) Puisque la synthèse est faite nous devrions pouvoir nous rassembler sans difficulté derrière celui des nôtres qui apparaîtra comme le mieux placé. Et vous savez bien qu'il ne sera guère difficile de le distinguer[4]. »

Si le maire de Lille paraît légitimer la candidature de Michel Rocard, c'est aussi un baiser empoisonné. En effet, le maire de Conflans apparaît désormais bloqué par le parti, et dans l'impossibilité de se présenter à l'extérieur de celui-ci[5]. Au final, donc, le congrès semble contenter tout le monde, sans proclamer la victoire d'un camp plutôt qu'un autre, comme l'analyse François Bazin :

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1986-1987, Lettre à Lionel Jospin, 8 février 1987

[2] *La vie française*, 2 mars 1987

[3] *Le Monde*, 6 avril 1987

[4] *Le Matin*, 6 avril 1987

[5] *L'Evénement du jeudi*, 9 avril 1987

« Restent Rocard et Mitterrand. Pour eux deux, le Congrès de Lille sera un congrès blanc. C'était ce qu'ils souhaitaient pour ne pas hypothéquer leurs chances dans la bataille présidentielle de 1988. Complices et concurrents, ils n'avaient aucun intérêt à se mouiller – directement ou indirectement – dans les disputes internes du PS[1]. »

4) Rassembler des fonds

Si Michel Rocard est parvenu à neutraliser le parti jusqu'en 1988, il ne bénéficie pas de son support. Une campagne représente pourtant un coût important, d'autant que cette période voit la croissance exponentielle des dépenses pour la communication. Le recours à des agences de communication et la généralisation de l'affichage publicitaire sont en grande partie à l'origine de cette augmentation des coûts. Par rapport aux 14,5 millions de francs dépensés en 1981 par Valéry Giscard d'Estaing, les deux principaux candidats Jacques Chirac et François Mitterrand frôlent les 100 millions en 1988[2]. Pour faire face à ce défi, le financement de la campagne est préparé longtemps à l'avance, contrairement à l'improvisation constatée en 1980. Ainsi, Tony Dreyfus joue un rôle essentiel dans la recherche de donateurs, en particulier grâce à ses réseaux dans le grand patronat – il est avocat d'affaires[3]. Roger Godino a également rassemblé un cercle de potentiels financeurs parmi des PDG amis. On peut citer parmi ceux-ci Patrick Peugeot, Henri Hermann et Jean-Luc Lagardère[4].

Si l'équipe semble avant tout fonctionner sur le bénévolat et les enveloppes parlementaires du député, en ce qui concerne les permanents (Marie Bertin, Frédéric Thiriez), les sondages et l'affichage ont pour leur part un coût important. Les enquêtes d'opinion semblent moins courantes pourtant. C'est surtout l'affichage lancé à l'automne 1987 qui va s'avérer coûteux. Michel Rocard avoue ainsi à la presse, par souci de transparence, dans une période marquée par les premiers scandales liés au financement des partis – notamment

[1] *La Croix*, 10 février 1987

[2] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 69

[3] *Le Point*, 1er décembre 1986

[4] Entretien avec Roger Godino, 14 octobre 2015

l'affaire Urba qui débute en janvier 1987 –, qu'il a amassé 1 à 2 millions de francs, précisant que cela ne représente pas le tiers de la somme nécessaire pour une campagne d'affichage nationale[1].

B) Le renforcement de l'équipe de communication

1) Une réorganisation

A la suite de sa démission, les équipes de communication retrouvent toute leur place. Les réunions, peu fréquentes jusque-là, se multiplient. Le Groupe image se fond peu à peu dans la « cellule communication » qui est créée, puis renommée « Département communication[2] », et placée sous la direction de Guy Carcassonne et Pierre Zémor. Les piliers restent toutefois identiques. Pierre Zémor est chargé de la coordination, Gérard Grunberg du suivi des sondages et de la situation politique, Michel Castagnet intervient également, tout comme Christel Peyrefitte qui suit l'image du candidat, en particulier au niveau local. Gérard Doiret est pour sa part toujours en charge des socio-styles et Jean Lallier s'occupe de l'audiovisuel et du « look ». S'y ajoutent également des membres de l'équipe coordination comme Alain Richard, le porte-parole du candidat, ou Claude Evin, le directeur de campagne. Cette cellule communication fait partie d'une structuration plus générale et forme un des pôles de l'équipe de campagne établie en 1987, comme nous avons pu le voir[3].

Mais l'équipe voit aussi de nouveaux membres arriver, occupant des positions jusque-là peu investies. Ainsi, Pierre Encrevé, linguiste reconnu notamment pour l'importation en France des méthodologies américaines, chercheur à l'EHESS, s'intéresse à la langue de Michel Rocard. Jean-Luc Margot-Duclot, qui a débuté dans l'équipe au moment de la pré-candidature de 1980, joue un rôle dans l'animation du groupe et l'analyse des « cibles fines », c'est-à-dire des élites socio-culturelles (chefs d'entreprise, journalistes, etc...). Gentiane Weil,

[1] *Libération*, 17 août 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Lettre de Guy Carcassonne à Claude Evin, sans date

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, « Note sur les services : secrétariat général »

l'attachée de presse de Michel Rocard entre 1981 et 1985, continue encore à jouer un rôle dans l'organigramme pour les relations aux journalistes et le look du candidat. Enfin, Janine Mossuz-Lavau, chercheuse au CEVIPOF, vient apporter son regard sur le vote des femmes, sujet qu'elle étudie du point de vue de la science politique.

Mais face au nombre conséquent des membres de cette cellule, des branches sont organisées afin de faciliter le travail commun, avec à chaque fois un des membres permanents à sa tête. La première, intitulée « Etudes », est placée sous la responsabilité de Michel Castagnet et Gérard Grunberg. Stéphane Wahnich, conseiller en communication – alors « jeune rocardien » et proche de Michel Castagnet – s'y occupe des sondages et des enquêtes avec F. Curie. Christel Peyrefitte est quant à elle responsable des études qualitatives. Un panel « jeunes » est également organisé, formé par Stéphane Wahnich, Stéphane Fouks et Jessica Scale, tous trois « jeunes rocardiens ». Enfin, un suivi presse est assuré par Jean-Pierre Simon. Une seconde branche intitulée « Formulation et propositions opérationnelles » est instituée autour de Bernard Spitz et Dominique David (formulation des thèmes), Brice Couturier (domaine culturel), Dominique David (affiches, graphismes). Bernard Spitz et Stéphane Fouks sont en charge de la créativité, alors que Pierre Masson et Anne-Marie Darnault collectent de la documentation écrite et photographique pour le candidat[1].

2) Le triomphe apparent des publicitaires

En plus de ces intervenants réguliers et qui travaillent sur le long terme, Michel Rocard fait aussi appel à des conseillers extérieurs, des sociétés de conseil et de publicité notamment, et ce plus nettement que pour la campagne 1978-1981. Il reçoit, par exemple, les conseils occasionnels de Guy Romagnani, Gilles Amado – psychologue et spécialiste du management qui a notamment « coaché » l'équipe de France durant la période de Michel Hidalgo comme entraîneur[2] –, contactés tous deux par le biais de Pierre Zémor, qui enseigne avec eux à HEC. Alain De Vulpian, directeur de la Cofremca, est, lui, plus régulièrement consulté. L'équipe reçoit d'ailleurs un nombre impressionnant de propositions de consultants et d'agences qui ne

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Responsabilités autour de Michel Rocard », 31 octobre 1985

[2] Entretien avec Gilles Amado, 3 mai 2013

sont finalement pas retenues[1]. Plus largement et de manière plus conventionnelle, l'équipe fait également appel à des sociétés extérieures, comme Médiastyle communication, chargée de faire des rapports sur ses interventions télévisées[2]. Contrairement aux cas précédemment évoqués, le rapport est ici tarifé[3].

Mais cette pré-campagne voit surtout le triomphe des publicitaires. On peut y voir la conséquence de la victoire de François Mitterrand en 1981, qui a contribué à mettre en lumière Jacques Séguéla et à lui attribuer un rôle essentiel dans la victoire. Leur intervention, déjà conséquente depuis 1965, s'en trouve légitimée ; chaque politique cherche donc à avoir le sien. Même Raymond Barre, pourtant tête de file de la résistance aux sirènes de la célébrité, choisit de s'appuyer sur les services de Jacques Bille, directeur d'AACC, organisme professionnel des agences, de Jean-Marie Dru co-responsable de l'agence BDDP et de Philippe Michel en 1988[4]. Michel Rocard, malgré sa critique de la communication, n'en cède pas moins à la tentation. Claude Marti qui occupait cette fonction et jouissait de relations personnelles avec lui, s'est éloigné depuis 1983, notamment pour nouer des contacts plus étroits avec le président de la République. Un *casting* est donc lancé pour trouver le meilleur publicitaire pour la campagne. Pierre Zémor se charge de ce recrutement au printemps 1987. Il rencontre ainsi un grand nombre des principaux publicitaires de l'époque : Didier Colmet-Daâge dirigeant de la filière française de Saatchi, Bernard Brochant dirigeant d'Eurocom et proche du RPR, Jean-Michel Goudard, le G d'Euro-RSCG, l'une des principales agences de publicité de France et proche ami de Jacques Chirac, Claude Marcus, directeur général de Publicis et Philippe Maraninchi – le « créatif de Séguéla » –, Olivier Bensimon, dirigeant de l'agence Synergie, filiale de Havas – qui semble très en vue dans l'équipe rocardienne –, Claude Posternak, PDG d'Ulysee, une filiale d'Eurocom, au sein du groupe mondial Havas. Pierre Zémor semble être séduit par ce dernier, qui tente de théoriser la « communication morale » : « Il m'a fait une très forte impression et doit m'envoyer une petite note après notre

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre de Jacques Inrep, 13 février 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Médiastyle communication, « Note de synthèse sur la communication »

[3] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013

[4] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p.372

dernier entretien. A l'intention d'être un très grand, mais (...) discret. Sent bien le registre M.R.[1]. »

Comme on le voit, pour les rocardiens, le publicitaire idéal doit avoir une capacité à se conformer au leader. Ainsi, Olivier Aron, issu de Sciences Po et directeur marketing chez L'Oréal, également pressenti, n'est finalement pas retenu, car « pas prêt à s'engager pleinement en politique[2] ». Claude Posternak est alors un jeune publicitaire en pleine ascension. Il vient de s'illustrer à travers la campagne pour la privatisation de Paribas[3]. Il théorise la « citoyenneté des marques » attribuant à chaque marque une identité et un territoire unique. On le voit, cette « idéologie » peut plaire à un Michel Rocard qui cherche à s'autonomiser du PS et revendique un attachement aux principes moraux face à un parti touché par le début des affaires politico-financières.

3) Une professionnalisation des relations presse

A ses côtés de manière quotidienne, le travail de relations presse s'étoffe. A Gentiane Weil ont succédé Pierre Masson, puis Marie Bertin. Le travail paraît plus structuré. Des listes de ses interventions et déplacements sont élaborées. Surtout, contrairement à la pré-campagne de 1980, les chargés de presse sont des extérieurs à l'entourage rocardien et même au Parti. Le premier, Pierre Masson, vient du ministère de l'Agriculture[4]. Contrairement à Jean-Paul Ciret, il ne tutoie pas Michel Rocard, leur rapport est avant tout professionnel. Quant à Marie Bertin, elle est recrutée exprès à cet effet et n'a pas milité jusque-là[5].

Ce n'est donc plus sur la complicité que se fondent les rapports avec les journalistes, ou les choix entre les sollicitations, mais sur des processus de validation déterminés, comme le montrent les archives laissées. Confronté à une sollicitation journalistique, Pierre Masson demande d'abord l'avis de Guy Carcassonne, puis de Michel Rocard dans les cas plus

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre de Pierre Zémor à Michel Rocard, 17 mai 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre de Olivier Aron, 12 janvier 1987

[3] *Stratégies*, 18 janvier 1988

[4] Entretien avec Gentiane Weil, 28 mars 2013

[5] Entretien avec Marie Bertin, 28 septembre 2015

problématiques. Une fois par mois, il rend compte par une note à Michel Rocard de ce qui a été accepté ou refusé – en justifiant à chaque fois la décision. On sait, par exemple, que les sollicitations de médias déjà récemment utilisés sont souvent rejetées, comme c'est notamment le cas pour le Centre Rachi d'études juives[1] et la chaîne britannique Channel 4[2] en 1988. Il en est de même pour les invitations plus dangereuses comme un *Droit de réponse* de Michel Rocard sur le financement des partis politiques[3]. L'émission de Michel Polac, connue pour être un lieu de polémique parfois violente, avec ce thème, tenait du piège pour un homme politique. Parmi le flot d'invitations reçues, nombre sont également farfelues voire marginales et sont donc rejetées :

« Par ailleurs, j'ai répondu négativement à une série de demandes plus ou moins sérieuses parmi lesquelles votre attitude face à la mort, l'intérêt relatif que vous portez aux "porte-bonheur", ou les relations que vous entretenez avec Descartes...?[4] (...) TF1 souhaite opposer le dimanche 1er février de 15h30 à 17h30 une vingtaine de téléspectateurs au championnat du Monde Junior d'échec. MR est invité à concourir. Je n'ai pas osé vous imposer cette épreuve !...[5] »

Mais d'autres publications, plus confidentielles, peuvent aussi être acceptées, si elles permettent de toucher des relais d'opinion :

« A cela s'ajoutent deux demandes d'interview ("les cahiers de *l'Expansion régionale*" sur l'emploi et "*Le décideur*" sur la décentralisation). Ces deux revues touchent essentiellement les 36 000 maires ruraux et les élus locaux. C'est peut-être une cible à ne pas sous-estimer. Puis-je demander à Alain Richard de préparer des réponses écrites à des questions qui nous ont d'ores et déjà été posées ?[6] »

---

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 4 février 1988

[2] *Ibid.*

[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 28 août 1987

[4] *Ibid.*

[5] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 14 janvier 1987

[6] *Ibid.*

Par contre, sont acceptées les propositions venant de proches comme Bernard Langlois, le directeur de *Politis* : « Bernard Langlois propose une Tribune pour le prochain numéro de *Politis* sur le thème "être de gauche : qu'est-ce que cela signifie aujourd'hui ?" je crois que cela ne se refuse pas ![1] »

On voit clairement que Michel Rocard et son attaché de presse apprécient d'avoir le contenu des questions – au moins les grandes lignes – à l'avance, afin de préparer des réponses. Mais cela ne réussit pas toujours : « La journaliste refuse "par principe" de communiquer ses questions d'avance. Jean-Pierre Hoss prépare quand même les questions les plus probables. Une fiche de synthèse sur l'audiovisuel rédigée par "vos experts" lui est aussi transmise, l'interview portant sur les médias dans un numéro de *L'événement du jeudi* spécial télévision[2]. »

On constate également qu'un contrôle est effectué à l'issue de la préparation. Ainsi, une note de Frédéric Thiriez nous apprend qu'une interview sur l'Europe signée Rocard est finalement abandonnée car elle « pose des problèmes lourds qui mériteraient un arbitrage politique. D'autant que JP Cot réunit le groupe Europe ce soir. Dans ces conditions, je trouve inopportune la parution de cette interview. Tout cela est trop improvisé[3]. » De même une interview pour la revue *Gai-pied,* la revue la plus en vue de la communauté gay, pourtant déjà rédigée, a été annulée[4]. Cette même procédure de validation des sollicitations journalistiques semble être suivie par Marie Bertin[5].

Enfin, pour améliorer encore les relations presse, les attachés de presse organisent des petits déjeuners réguliers entre Michel Rocard et des journalistes le mercredi matin[6], tandis

---

[1] *Ibid.*

[2] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson, sans titre, 11 mai 1987

[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Frédéric Thiriez à Pierre Masson, 13 février 1987

[4] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/4, Dossier « Notes adressées à Michel Rocard en préparation d'interviews, de rencontres ou d'intervention », « Interview de Michel Rocard pour la revue "Gai Pied" », sans date

[5] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier 1, Liste des discours de Michel Rocard de 1980 à 1986

[6] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 4 février 1988

que d'autres rendez-vous plus informels permettent de renforcer les liens avec certains journalistes et de faire du « off », comme en témoignent les notes de Pierre Masson : « Vous rencontrez, le jeudi 27 août 1987 à 19h Albert du Roy qui vient de quitter en juin dernier *L'événement du jeudi* pour *L'Expansion*. Cet entretien qui portera sur la politique économique et sociale est d'ordre privé et ne donnera pas lieu à des retombées de presse[1]. »

4) Une professionnalisation de la communication ?

On voit dans le recrutement de personnes détachées de la sphère militante et le recours à des agents extérieurs qu'il y a une claire volonté de se professionnaliser. A une époque où des acteurs tentent de faire de la communication politique un secteur d'activité défini avec des « professionnels », l'entourage de Michel Rocard n'échappe pas à cette influence. Si l'on se fonde sur les études consacrées à la professionnalisation de la communication, on peut partiellement abonder dans ce sens. La professionnalisation de la communication peut être considérée comme un « processus cumulatif d'adaptation ». Ainsi, Gibson et Römmele considèrent que : « Par ce processus, les partis et les candidats changent leurs structures et pratiques de campagne afin de mieux s'adapter aux évolutions de l'environnement, en particulier médiatique, et d'accroître leur recours aux experts, afin d'atteindre leurs cibles[2]. » Elles repèrent cette professionnalisation à travers dix critères :

1) l'usage du télémarketing pour séduire les électeurs et les militants de manière ciblée

2) l'usage d'un mailing – envoi de courrier aux électeurs – ciblé

3) l'usage de consultants en média et campagne extérieurs

4) l'usage de bases de données informatiques

5) l'usage des sondages

6) l'analyse de la stratégie adverse

---

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 28 août 1987

[2] GIBSON, Rachel et RÖMMELE, Andrea. A party-centered theory of professionalized campaigning. *Harvard International Journal of Press/Politics*, n° 6, 2001, p. 31-43

7) l'utilisation d'internet

8) la collecte d'adresses mail

9) une direction de campagne indépendante du parti

10) une campagne continue

On voit clairement que plusieurs de ces éléments ne sont pas applicables à une campagne des années 1980, le modèle ayant été forgé au début des années 2000. Si l'on ne conserve que les points non anachroniques – 2, 3, 5, 6, 9, 10 –, on constate effectivement une assez grande professionnalisation de cette campagne. Le recours à des consultants extérieurs est clair, ainsi que l'autonomisation à l'égard du parti. L'usage des techniques de marketing se perpétue et même se renforce. Même le mailing – cette technique d'envoi systématique de courrier ciblé – semble avoir été envisagé, mais, faute de moyens, abandonné. La préparation des émissions donne également lieu à une plus grande systématisation. Les notes de Pierre Masson nous permettent de voir que des fiches sont préparées en amont par les conseillers pour que Michel Rocard ait en main, le moment venu toutes les données nécessaires : « Gilles Cheyrouze vous prépare un dossier sur les questions conflanaises. Guy Carcassonne prépare des réponses aux questions d'intérêt national. Vous aurez une heure de préparation avant l'émission[1]. » Puis, son attaché de presse lui indique également le fonctionnement de l'émission, son déroulement, le contenu des reportages, les questions posées, les grands thèmes abordés, et même les questions posées par les autres invités[2].

Peut-on y voir également une campagne plus moderne, comparée en particulier à celle de 1978-1980 ? La typologie chronologique des campagnes dressée par Pippa Norris peut nous aider à y voir plus clair[3]. Selon celle-ci, on peut répartir les campagnes en trois catégories. Celles qu'elle qualifie de « pré-modernes » reposent sur une organisation avant tout locale et décentralisée, une préparation sur le court terme, une organisation limitée aux dirigeants. Les moyens employés sont avant tout le tractage et les meetings, le tout reposant sur un budget modéré. Les campagnes modernes voient l'organisation se nationaliser. Le recours à des professionnels est plus fréquent, ainsi que l'utilisation de sondages. Une

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Les cahiers de megahertz », sans date

[2] *Ibid.*

[3] NORRIS, Pippa. *The virtuous circle. Op. cit*., p. 138

stratégie adaptée aux médias de masse (la télévision en particulier) est mise en œuvre. Enfin, les campagnes post-modernes se distinguent par un budget plus conséquent, un recours systématique à des consultants extérieurs, ainsi qu'aux sondages. On peut voir qu'au-delà de la typologie, il y a dans la campagne de Michel Rocard entre 1985 et 1988 de ces trois catégories. Ainsi, on observe la volonté de professionnaliser les relations presse et de recourir à des consultants extérieurs, ce qui tendrait à la distinguer comme une campagne « moderne ». Mais en même temps, cette organisation, belle et cohérente sur le papier, n'évite pas quelques cafouillages et même dissensions. L'inflation de membres au sein de l'équipe rend leurs relations plus complexes, voire plus tendues. Surtout, la mise à part de membres plus anciens au profit d'autres, de fraîche date, provoque des inimitiés notoires. Une note, anonyme, critique ainsi ouvertement l'organisation contemporaine :

« La cohérence de la coordination de la communication ne semble pas suffisamment assurée. Des dizaines de personnes se penchent sur les questions d'image et de communication de M. Rocard, mais il manque un groupe restreint, responsable, comprenant des professionnels, capable de formuler rapidement des préconisations en fonction d'une stratégie bien définie. Il me paraît donc urgent de revenir à un mode d'organisation et à une efficacité comparables à ce qu'a connu M. Rocard jusqu'au début des années quatre-vingt[1]. » Surtout, la place accrue prise par les publicitaires semble être rejetée par une partie de l'équipe[2]. Il n'y a d'ailleurs pas de réel rendez-vous hebdomadaire ou bimensuel pour l'équipe de communication. Et ses principaux sujets de discussion sont préemptés par le groupe stratégie où se dessine le positionnement de Michel Rocard. Les carnets de ce dernier montrent d'ailleurs qu'il privilégie la participation à ces réunions, n'assistant quasiment plus à celles du secteur communication[3]. Pierre Zémor se plaint que l'équipe communication ne soit consultée et informée que tardivement, voire après coup des décisions : « On pourra terminer sur un bref rappel de notre mode de fonctionnement, car actuellement étant peu informé, tardivement saisi des opportunités, consulté sur aucun texte, il m'est difficile d'assumer la responsabilité que MR souhaiterait me voir exercer[4]. » Quant au suivi systématique de

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Note pour la création d'une "cellule communication" », 5 mars 1987

[2] *Ibid.*

[3] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnet de notes 1986-1988

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1987, Lettre de Pierre Zémor à Frédéric Thiriez, 26 septembre 1986

l'opinion qui occupe une place importante dans le processus de « professionnalisation » étudié par Gibson et Römmele, il ne paraît plus effectif depuis la disparition du Groupe image.

La défiance du candidat à l'égard de la communication se ressent dans l'organisation de sa campagne. En effet, ce n'est plus à des communicants qu'il confie ce secteur, mais à Guy Carcassonne, un novice dans le domaine. Celui-ci est rentré au cabinet de Michel Rocard au ministère de l'Agriculture, en 1983. Il vient alors du groupe PS dans lequel il officie comme juriste. En 1983 il est reçu major de l'agrégation de droit public, ce qui lui permet de devenir Professeur d'Université à Reims. On le voit, il bénéficie de ressources universitaires bien plus importantes que les publicitaires que Michel Rocard a pu rencontrer jusque-là[1]. Or, nous avons vu son intérêt pour le monde universitaire, très présent dans son entourage. En outre, les diplômes et l'*ethos* d'universitaire de Guy Carcassonne en imposent aussi aux journalistes[2]. Bien que se vantant de n'avoir jamais été encarté au Parti socialiste, en tant qu'ancien collaborateur du groupe PS à l'Assemblée il peut aussi se réclamer d'une proximité d'engagement. Il explique lui-même le choix qui a poussé Michel Rocard à le choisir : « Il a considéré que pour parler en son nom c'était un autre type d'exercice et qu'il valait mieux un autre profil[3]. » Son rôle va bien au-delà de la seule communication puisqu'il apparaît dès cette époque comme le principal stratège de Michel Rocard avec Jean-Paul Huchon. Guy Carcassonne même s'il prête une grande attention aux sondages n'en est pas un spécialiste et dans son conseil, ceux-ci semblent avoir une place plus marginale qu'elle ne l'avait du temps de Prospol ou du Groupe image. Sa pratique de la communication repose beaucoup plus sur le conseil en stratégie de positionnement dans le jeu partisan et institutionnel, plus conforme à son parcours universitaire. Il gère tout particulièrement le contact avec la presse, mais sans chercher à bâtir un plan média[4].

La place accrue prise par Guy Carcassonne marginalise ceux qui pouvaient apparaître comme des « professionnels » de la communication dans l'entourage de Michel Rocard. On

[1] Jean-Baptiste Legavre faisait lui aussi remarquer que les « pionniers » de la communication politique avaient des ressources universitaires faibles : LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 231

[2] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 665

[3] Que celui des professionnels. Cité par LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 662

[4] *Ibid.*

constate là les limites de l'institutionnalisation du rôle de conseiller en communication, bien montrées par Jean-Baptiste Legavre dans sa thèse à l'époque : « le groupe des communicateurs est encore peu solidifié si on le compare à d'autres groupes sociaux plus anciens, que ce soient les ouvriers, les cadres ou le personnel politique[1]. » Si « professionnalisation » il y a, elle ne passe plus systématiquement par le recours à des « professionnels de la communication ». Comme le soulignait déjà Hugues Cazenave en 1993 :

« Pourtant malgré les efforts des consultants politiques, l'autonomie, la légitimité et surtout l'institutionnalisation de la profession restent aujourd'hui imparfaites (...) Sa légitimité reste inachevée comme en témoigne symboliquement la diversité des titres utilisés pour désigner les "professionnels", "experts", "spécialistes", "consultants" en "marketing", en "publicité", en "communication électorale", ou "politique"... Enfin, c'est l'institutionnalisation de la profession qui lui fait encore largement défaut. Aux États-Unis, malgré les efforts de l'American Association of Political Consultants, la profession paraît très faiblement structurée (...) En France, il n'existe pas d'organisation représentative de la profession[2] ».

D'ailleurs, Michel Rocard, s'il est toujours attentif aux conseils qui lui sont donnés n'en garde pas moins son esprit critique. En entretien, il se réjouit d'avoir pu régulièrement se « bagarrer avec ses conseillers en communication[3] » – catégorie dans laquelle il ne met pas Guy Carcassonne. Gérard Carreyrou qui l'a conseillé au sein d'un groupe à Matignon parle d'un Michel « dur à conseiller, car n'écoutant pas assez les spécialistes de la communication autour de lui[4] ».

Les limites de cette « professionnalisation » se retrouvent dans la préparation des émissions – dont on avait vu qu'elle était un élément central du registre de compétence des entrepreneurs en « communication politique » – ne semble pas aussi parfaite que l'on pourrait le penser. Ainsi, la société Médiastyle dans son rapport consécutif à une intervention de Michel Rocard à *L'Heure de vérité*, signale que « l'impact aurait pu être encore meilleur grâce

[1] *Ibid.*, p. 14

[2] CAZENAVE, Hugue. Le marketing politique. In SFEZ, Lucien. *Dictionnaire critique de la communication.* Paris : PUF, 1993, p. 1380

[3] Entretien avec Michel Rocard, 5 avril 2011

[4] Entretien avec Gérard Carreyrou, 28 avril 2015

à une préparation plus rigoureuse des réponses aux questions prévisibles des journalistes et à l'adoption d'un style permettant de positionner la personnalité davantage en "présidentiable"[1] ». Les meetings continuent à jouer un rôle essentiel dans la campagne et occupent, dans l'organisation, une place bien plus importante que les interventions médias. Par ailleurs, les recours extérieurs, même s'ils se développent, en comparaison à la période précédente, restent occasionnels en raison du budget très restreint. En fait, à bien y regarder cette campagne ressemble encore largement à une campagne pré-moderne.

En dépit d'une volonté de professionnaliser les relations presse et de recourir, sur le modèle de ses concurrents, à des consultants extérieurs, en particulier publicitaires, la campagne qu'engage Michel Rocard à partir de 1985 paraît reposer sur des bases fragiles. Le candidat ne bénéficie toujours pas du soutien du parti, et les clubs Convaincre, bien qu'importants, ne compensent pas ce manque. Sa principale ressource reste donc les sondages. Pour s'imposer définitivement comme le candidat du PS, Michel Rocard, dont on avait vu la faiblesse de son image dans les secteurs régaliens en 1980, doit se « présidentialiser » pour espérer pousser au renoncement le chef de l'Etat.

IV) Se tailler les épaules d'un chef

A) Casser l'image de Poulidor

Six ans après son retrait de la présidentielle au profit de François Mitterrand, cet effacement se fait encore ressentir. Il s'agit d'un moment fort qui a marqué l'opinion, constituant un « acte lourd » pour l'image de Michel Rocard[2]. Il a contribué à amplifier sa présumée « fragilité », voire sa « naïveté ». C'est ainsi – mais aussi « courageux » et « honnête » – que le décrivent les enquêtés d'une étude qualitative faite par Roland Cayrol en mai 1986. L'ancien ministre apparaît toujours « isolé », malgré les efforts pour médiatiser son

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, MédiaStyle communication, lettre du 30 décembre 1986

[2] PARODI, Jean-Luc. Ce que tu es parle si fort qu'on entend plus ce que tu dis. *Art. cit.*

entourage, et comme « manquant de volonté[1] ». Ses conseillers craignent qu'il porte désormais une image de Poulidor de la politique française[2]. La mise en valeur de son entourage, par le biais de la publication dans la presse de ses organigrammes de campagne, est au contraire un moyen d'atténuer cette image de fragilité et d'isolement : « La mise en place d'une organisation "rocardienne" est reçue très positivement et corrige certainement cette image. Elle semble apporter une augmentation de la crédibilité[3]. » Cela répond d'ailleurs au goût des médias pour les stratégies personnelles des acteurs et notamment leur « mise en scène[4] ».

B) Un intellectuel plutôt qu'un homme de pouvoir

Son échec de 1980, ainsi que ses difficultés au sein du PS et du gouvernement ont encore affaibli son image, déjà défaillante, de leader. Les études qualitatives comme quantitatives montrent ainsi qu'il n'est pas crédité des capacités nécessaires à un gouvernant :

« Il demeure une fragilité préoccupante sur la crédibilité présidentielle et gouvernementale. Dans l'ensemble de son électorat potentiel (acquis et possible) la fragilité repose sur l'isolement dans le PS et l'incertitude sur son action future. Chez les électeurs possibles s'ajoutent un fort scepticisme sur la dimension présidentielle, les chances d'être élu, et les solutions proposées[5]. »

Au contraire d'un François Mitterrand ou d'un Raymond Barre, qui eux semblent avoir cette dimension présidentielle, Michel Rocard ne parvient pas à convaincre de ses capacités. Même durant ses prestations médiatiques comme ministre, il n'apparaît pas convaincant

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « La situation politique française depuis le 16 mars 1986 », 31 mai 1986

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Médiastyle communication, « Note de synthèse sur la communication »

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Michel Rocard dans la presse »

[4] GERSTLE, Jacques, DUHAMEL, Olivier et DAVIS, Dennis. La couverture télévisée des campagnes présidentielles. *Art. cit.*

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Enquête BVA-*Paris Match*, 23 septembre 1987

quand il évoque ses réalisations, si on en croit les analyses Mediascopie[1]. En outre, il ne semble pas capitaliser sur son expérience gouvernementale, en grande partie oubliée[2]. Loin de l'image d'homme de pouvoir, il paraît plutôt être un intellectuel « perdu en politique » : « Un des problèmes posés par l'image discursive de M.R. c'est qu'il s'agit essentiellement d'une image d'intellectuel : il est du côté de la vérité, de l'intelligence alliée à l'honnêteté absolue[3]. » C'est ce que soulignent les journalistes chargés du compte rendu du *Cœur à l'ouvrage*, le livre de campagne publié par Michel Rocard, à l'automne 1987 : « Michel Rocard a le premier intégré les contraintes économiques, l'auteur a toujours autant de mal à intégrer les contraintes politiques. Si bien qu'il offre un voyage en classe politique, celui de l'intellectuel confronté à cet univers impitoyable[4]. » Le style même de l'ouvrage, plus analytique que programmatique – l'ancien ministre rejette alors les programmes électoraux, considérés comme source d'incompréhensions s'ils ne sont pas appliqués à la lettre –, étonnant plus d'un journaliste, contribue à renforcer cette idée comme le souligne Jean Bothorel :

« Michel Rocard souffre d'une absence d'image d'homme d'État et au lieu de publier un livre pour le prouver, il produit un livre d'un pur intellectuel. (...) Un intellectuel qui force le respect par l'acuité des questions qu'il pose, des problèmes qu'il soulève et qui évite, en vrai intellectuel, d'apporter des réponses. Pour quelqu'un qui brigue l'Elysée, cette dimension de son personnage pourrait être un atout. A condition qu'elle vienne en appui à une autre dimension plus essentielle celle de l'homme d'État qui sait décider, qui sait trancher. [5] »

Ses conseillers entrevoient le problème et tentent de lui faire adopter une image moins cloisonnée au champ intellectuel[6]. Ils rejettent, par exemple, les sollicitations journalistiques qui risquent de contribuer à renforcer cette image :

---

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/20, Dossier 2 « *L'Heure de vérité »*, 3 décembre 1984, Mediascopie, « synthèse des résultats »

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « La situation politique française depuis le 16 mars 1986 », 31 mai 1986

[3] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'éloquence des images, Images fixes III. Op. cit.,* p. 106

[4] *Le Monde*, 24 octobre 1987

[5] *Le Figaro*, 19 octobre 1987

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Alain Rémond à Pierre Zémor, pour M.R., Compte rendu des séances du 22 et 29 avril »

« Jean-Paul Dubois envisage pour *Le Nouvel Observateur* une série d'interviews d'hommes politiques connus, chaque interview portant sur un thème défini par *Le Nouvel Observateur*. Le thème choisi pour vous est : "Michel Rocard et le pêché". Je compte répondre négativement, car le thème est peu porteur et beaucoup trop "intello de gauche"[1]. »

Ses conseillers lui proposent aussi d'adopter un vocabulaire qui lui permette d'apparaître comme un homme d'État : « éventuellement, une fois ou l'autre, que MR parle de lui-même à la troisième personne (du type "qu'attend-on de MR ?" ou "que représente aujourd'hui MR pour les Français ?")[2]. » Cette figure de style, employée par quelques personnages historiques de référence comme Jules César, ou Charles de Gaulle, doit montrer la capacité du gouvernant à se détacher de la contingence pour jeter un regard d'analyste, et ce même sur sa propre action. Cette présidentialisation de son image se retrouve également dans le tri entre les propositions qui lui sont faites. Ainsi, son attaché de presse refuse les débats avec des contradicteurs qui ne sont pas jugés « à sa hauteur[3] ».

Pour la première fois, son entourage mesure le potentiel en termes d'image du goût de Michel Rocard pour la mer. L'homme seul à la barre est en effet une des métaphores les plus utilisées dans l'imaginaire politique[4]. Pierre Encrevé lui suggère vivement de l'exploiter plus souvent : « Peut-être l'image de M.R. à la barre de son bateau sachant garder le cap quel que soit l'état de la mer, implique-t-elle à la fois la dimension du parler vrai et quelque chose de cette dimension paternelle[5]. » C'est d'ailleurs cette image – de Michel Rocard à la barre – qui est choisie pour la couverture de la biographie complice que lui consacre Robert Schneider[6]. Michel Rocard donne également une longue interview-métaphore sur son rapport à la mer : « Dans ma pratique de la mer, il y a donc la solitude du "décideur". Et il est sûr que le défi existe : il faut savoir surmonter ses faiblesses, réagir à temps, être à la hauteur de l'événement, fut-il météorologique. » Le goût pour la navigation est aussi une manière de

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 14 janvier 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Dossier « Stratégie générale »

[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 4 février 1988

[4] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'éloquence des images, Images fixes III. Op. cit.,* p. 106

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note de Pierre Encrevé, « Quelques composantes linguistiques de l'image de Michel Rocard », 30 juin 1986

[6] SCHNEIDER, Robert. *Michel Rocard.* Paris : Stock, 1987

montrer son refus d'un combat politique considéré comme de plus en plus démagogique et faux, alors que « la mer ne permet pas la triche, elle est un lieu d'authenticité[1]. »

Pour confirmer dans l'opinion qu'il est bien un « chef » – dans une période de forte valorisation de cette image en politique comme nous l'avons vu plus haut –, il essaie de donner une autre image de son équipe, qui fonctionnait jusque-là sur une absence de réelle hiérarchie. Il se raidit et tente de canaliser son entourage afin de conforter son image de leader dans l'opinion :

« Notre style un peu PSU, convivial et démocratique, qui nous a rendus sympathiques, se retourne aujourd'hui contre nous. Le déphasage est trop fort par rapport aux présidents de la V^{ème} République : de Gaulle, Giscard, et surtout François Mitterrand. La liberté de critique à mon égard, que certains de nos amis s'autorisent, est préjudiciable. J'en ai marre des confidences faites aux journalistes sur mes prétendus ratages, comme l'appel de Conflans, ou sur mes prétendues gaffes, comme ma déclaration sur l'envoi des bâtiments de la Marine nationale en mer Baltique pour recueillir les opposants polonais. Marre que des rocardiens disent à l'extérieur : le patron est comme ci ou comme ça. Il faut que cela cesse[2]. »

C) « Un corbeau de mauvaise augure »

1) Une rigueur qui commence à peser sur son image

Autre handicap qui vient peser sur l'image de Michel Rocard : son pessimisme revendiqué. Ainsi, il déclare à l'émission *Questions à domicile* de juin 1985 être un « briseur de rêve ». Expression malheureuse par le contenu négatif qu'elle véhicule, mais aussi par sa paronymie avec « briseur de grève ». Pierre Encrevé lui fait également remarquer dans une note sur son langage sa difficulté à vraiment mettre en avant les éléments positifs, pourtant plus mobilisateurs : « niveau thématique : difficulté de la part de MR d'énoncer le positif, de paraître optimiste. Lorsqu'il dit à *L'Heure de vérité* c'est fantastique d'être Français passe mal,

[1] *L'Evénement du jeudi*, 22 août 1985

[2] Cité par SCHNEIDER, Robert. *La haine tranquille.* Paris : Seuil, 1992, p. 47

car on l'attend dans une posture plutôt pessimiste ou au moins réaliste[1]. » Dans la motion qu'il présente au Congrès de Toulouse, il ne cesse, du reste, de souligner que le PS doit se remettre en cause et rappelle à l'envi qu'il était le seul à prévoir que la politique de relance massive de 1981 serait rapidement un échec. Les commentaires autour de son livre *Le Cœur à l'ouvrage* soulèvent le côté désespérant d'un livre qui se veut pourtant un ouvrage de campagne. En meeting, il n'hésite pas à donner dans le très critique et démoralisant sans pour autant désespérer son public :

« Il est terrible, Michel Rocard. Voilà un homme qui ne ménage pas ses auditoires. Pendant trois jours, cette semaine, que ce soit du côté de Grenoble, de Lyon, d'Aix-les-Bains, de Privas ou de Valence – un mauvais souvenir – le plus populaire des hommes politiques français a démoralisé avec tonus la population. Et la population, ravie, en redemandait. Allez comprendre ! (...) Il slalome, il surfe à merveille sur l'actualité poisseuse qui nous assaille[2]. »

Malgré cet accueil momentanément favorable, l'image le rattrape et pèse sur l'opinion. D'autant que ce registre de communication appelant à l'effort paraît alors en recul dans le discours politique[3]. Ainsi, si l'on en croit la Mediascopie réalisée lors de l'émission *L'Heure de vérité* de 1984, les propos trop abrupts de Michel Rocard ont provoqué la déception et le décrochage des électeurs indécis[4]. En outre, l'austérité de sa communication depuis 1981 n'arrange rien à l'affaire. On ne doit donc pas s'étonner que *Le Bébête Show* choisisse de le caricaturer en corbeau lorsqu'il y fait sa première apparition à l'hiver 1985[5] (annexes, document 47). Pour prendre le contrepied de ce nouveau stigmate, ses conseillers cherchent à le rendre plus sympathique et chaleureux – « renforcer image humaine » note-t-il dans ses

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note de Pierre Encrevé, « Quelques composantes linguistiques de l'image de Michel Rocard », 30 juin 1986

[2] *Le Monde*, 1-2 juin 1986

[3] MARCHAND, Pascal. *Le grand oral*. Bruxelles : De Boeck Supérieur , «Médias-Recherches», 2007, chapitre 8 « Le Premier ministre et son langage : attitudes et enjeux sociaux »

[4] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/20, Dossier 2 « *L'Heure de vérité »*, 3 décembre 1984, Mediascopie, « synthèse des résultats »

[5] INA, TF1, *Bébête Show*, 16 décembre 1985

carnets de notes[1] –, notamment dans ses interventions télévisées qui manquent jusque-là profondément d'empathie[2].

2) Michel Rocard : un lecteur comme tout le monde ?

C'est justement le rôle de la mise en scène de sa vie privée. Nous avons vu la manière dont il a tenté de mettre en scène son intérieur lors de la première émission *Questions à domicile*. Il va également se prêter, après s'y être longtemps refusé, au dévoilement de ses goûts littéraires. Il accepte enfin de participer à *Apostrophes*, l'émission littéraire de Bernard Pivot. Cela peut paraître paradoxal alors qu'il souffre aussi d'une image trop intellectuelle. Il faut tout d'abord rappeler que la fonction présidentielle est associée depuis les débuts de la V^{ème} République à l'image de l'écrivain. Christian Le Bart parle ainsi de Charles de Gaulle comme président-écrivain[3]. Avec François Mitterrand, féru de littérature, et plume de qualité, l'association entre le métier d'écrivain et celui de chef de l'Etat semble encore se renforcer. Pour se mettre à la hauteur de la fonction, Michel Rocard doit donc se montrer capable, lui aussi d'écrire. On comprend mieux, ainsi, les passages à vocation quasi-poétique sur l'Algérie de sa jeunesse[4] écrits dans *Le Cœur à l'ouvrage*, lorsqu'on met en parallèle ces extraits avec la stylisation de ses souvenirs par François Mitterrand[5]. Par ailleurs, Michel Rocard, même s'il va faire preuve d'érudition, cherche plutôt à montrer des goûts littéraires proches de ses contemporains, inscrits dans l'actualité de la littérature mondiale, et même dans la culture populaire. Le but est clairement de renforcer son image d'homme proche des citoyens, plutôt que d'esthète des lettres. Un de ses conseillers explique ainsi dans une note préparatoire : « ces gens (le public) sont généralement dotés d'une sensibilité qui s'accommode mal du matérialisme desséchant, inhumain qui domine le monde d'aujourd'hui et sont prêts à faire le

[1] Archives de Michel Rocard à son domicile, Carnets de notes, 1986-1987, p. 185

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Compte rendu séance magneto M.R. du 28 novembre 1985 »

[3] LE BART, Christian. *La politique en librairie. Op. cit.*

[4] On en trouve un bel exemple dans ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage*. *Op. cit.,* p.32

[5] A ce sujet voir : HOURMANT, François. *François Mitterrand, le pouvoir et la plume*. Paris : PUF, 2010

meilleur accueil, je le crois, à un homme politique qui serait en même temps un homme de cœur, décidé à donner un sens à leur vie[1]. »

Cette émission, dont l'enjeu est important pour corriger son image, entraîne une intense préparation, afin de montrer le meilleur visage possible de Michel Rocard. Le défi est grand pour celui qui apparaît trop souvent comme un « technocrate », peu féru des lettres. François Mitterrand, par ses participations récurrentes à ces émissions dans les années 1970, a fixé la barre très haut, en faisant l'étalage de sa culture classique. La préparation débute un mois avant l'émission, Michel Rocard présentant ses lectures à l'équipe de campagne. Le surlendemain, il visionne, avec les siens, l'émission de Raymond Barre, après avoir reçu des notes de Jean Lallier, Pierre Encrevé, Bernard Spitz, Alexandre Wickham et Alain Rémond. Le 28, enfin, il déjeune avec le présentateur et le 6 octobre a lieu une séance de *videotraining*.

L'émission est largement médiatisée avant même sa diffusion. Il a ainsi droit à un entretien dans *Télé 7 jours*, magazine tirant à 3 millions d'exemplaires par semaine (premier magazine de France en nombre de tirage et de lecteurs), très orienté sur sa vie privée : « Voilà qui devrait mettre un terme aux insinuations de certains qui prétendent que Michel Rocard est loin d'avoir la culture littéraire du président de la République et qu'il ne lirait que des livres "utiles"[2]. » Il peut déjà y dévoiler ses goûts littéraires et notamment sa découverte récente de Proust ou des *Trois Mousquetaires*. C'est un homme simple et humain qui se présente (annexes, document 46). D'une telle normalité qu'il s'excuse de devoir interrompre l'interview en raison du ménage qui l'attend, avant d'accueillir ses collaborateurs, n'ayant plus de femme de ménage.

Le politique n'est toutefois pas le seul invité de l'émission. Il a le droit de convier des gens de lettres de son choix. Cela donne lieu à une minutieuse réflexion de l'entourage[3]. Ce sont finalement l'historien Pierre Nora et le romancier Georges Conchon qui sont choisis. Les invités sont en effet avant tout une vitrine pour Michel Rocard. Conchon comme Nora sont d'anciens du PSU, donc plutôt proches politiquement. Ils servent avant tout la stratégie d'image de Michel Rocard. Georges Conchon invite ainsi Michel Rocard à parler du rôle de

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Note de Jean Lallier à Michel Rocard sur l'émission *Apostrophe* d'octobre 1987

[2] *Télé 7 jours*, 17-23 octobre 1987

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Note manuscrite non-datée de Guy Carcassonne

Monsieur Bertin, le tourneur-fraiseur qui l'a initié au socialisme, ce qui permet au député des Yvelines de se servir de ce passé qui le relie au mouvement ouvrier, sans que cela paraisse intéressé, puisque le souvenir a été sollicité. Quant à Pierre Nora qui publie alors *Les lieux de mémoire*, ouvrage novateur à l'époque et de référence, il permet à Michel Rocard de rappeler qu'il est avant tout là comme prétendant à l'élection présidentielle : « Mon intérêt pour ce livre vient d'autre chose, de son principe. La fonction présidentielle est gardienne de mémoire, on ne postule pas impunément à cette fonction[1]. » Michel Rocard en vient par la suite à vanter les mérites de l'ouvrage que dirige Pierre Nora. Echange de bons services rendus, Pierre Nora se met à son tour à faire l'éloge du *Cœur à l'ouvrage* : « C'est une grande leçon de démocratie et de pédagogie politique. »

Même « l'invité surprise » n'en est pas un. Le groupe semble avoir été, ici aussi, à la manœuvre. C'est finalement leur second choix, le dessinateur Franquin, qui participe à l'émission, alors que Jean-Jacques Goldman était le favori de l'entourage rocardien qui voyait là un moyen de montrer la jeunesse de Michel Rocard – les deux hommes sont en outre amis –, mais il ne devait pas correspondre aux critères de l'émission. Le choix est, au final, bien trouvé d'un dessinateur populaire qui permet à Michel Rocard de prendre du recul par rapport à sa propre fonction : « Qui vous a dit que j'aimais la bande dessinée, ça ne fait pas sérieux pour un homme politique (...) Vous m'avez fait là un mauvais coup » dit-il en riant. Bernard Pivot se prête d'ailleurs au jeu en associant Michel Rocard au personnage le plus connu et le plus sympathique de Franquin : Gaston Lagaffe. Si l'image peut rappeler l'étiquette de « gaffeur » qui colle à l'image de Michel Rocard, elle le rend bien plus sympathique que lui-même l'a laissé soupçonner depuis des années. Dans une stratégie d'image générale, la comparaison vaut mieux qu'une référence au moins jovial « Fluide glucial », également œuvre de Franquin. On le voit, l'une des spécificités d'*Apostrophes* est aussi le caractère informel de la discussion. Michel Rocard s'y fond sans problème, faisant même un calembour sur l'embonpoint du présentateur.

Mais l'émission a surtout pour but de livrer des éléments de l'intimité du candidat, de briser la glace de la fonction qu'il a voulu instaurer depuis 1981. Bernard Pivot le souligne lui-même : « Les gens ne s'imaginent pas que Michel Rocard puisse lire des romans. » A

[1] INA, Antenne 2, *Apostrophes*, 24 octobre 1987. On peut aussi voir l'émission sur le site de l'Association MichelRocard.org : http://michelrocard.org/app/photopro.sk/rocard/detail?docid=261573. Consulté le 18 septembre 2016.

rebours de cette image, l'ancien ministre de l'Agriculture partage ses connaissances – encyclopédiques grâce à une bonne révision des fiches préparées par ses collaborateurs et à une indéniable curiosité – de la littérature tant française qu'étrangère, tant classique que contemporaine. Il raconte ses lectures d'enfance et notamment *Le silence de la mer,* lu en cachette pendant l'occupation. Invité à donner des titres de littérature qu'il a découverts par ses voyages, Michel Rocard se fait conteur et expose les résumés de romans brésiliens (Jorge Amado notamment) ou sénégalais (*Les petits bouts de bois de Dieu* de Sembène Ousmane).

La mise en valeur de ce Rocard-écrivain a aussi pour fonction de le montrer laborieux, ardu à la tâche, « le cœur à l'ouvrage » pour reprendre le titre de son ouvrage. Il entend donner l'image de quelqu'un qui se sacrifie pour livrer ses idées à la France. C'est en tout cas ce qu'il laisse croire à *Télé 7 jours* :

« L'an dernier, Michel Rocard a dû renoncer à ce bonheur (la voile), "il fallait bien que je trouve le temps d'écrire mon livre. J'y ai donc sacrifié une partie de mes vacances. Je pensais le finir en huit mois. En fait, il m'a fallu un an et demi, en y travaillant le week-end et en bloquant deux demi-journées par semaine, enfermé dans mon bureau et téléphone débranché. Ecrire me rend heureux, mais ce n'est pas toujours un plaisir facile. Je peux écrire cinq à six pages en une heure quand ça va bien, mais parfois, je n'arrive même pas à en accoucher d'une[1]". »

3) Devoiler sa vie privée pour s'humaniser

Enfin, pour s'attirer la sympathie du public, Michel Rocard réutilise le dévoilement de sa vie privée. Durant cette nouvelle période de campagne c'est sa femme qu'il va particulièrement mettre à contribution. C'est à ses côtés qu'il réémerge médiatiquement après sa démission le 4 avril 1985, faisant la une de *Paris Match* depuis ses vacances au ski[2] (annexes, document 44). Il s'agit de choisir sa médiatisation et non plus de la subir comme c'était le cas jusque-là. Femme de l'ombre et discrète jusqu'alors, elle commence à soulever les suspicions et certains lui prêtent des intentions et une ambition bien affirmées. La

[1] *Télé 7 jours*, 17-23 octobre 1987

[2] *Paris Match*, 19 avril 1985

démission rocambolesque de Michel Rocard en pleine nuit, sa femme communiquant l'annonce à l'AFP, contribue à l'assimiler à la figure allégorique de « l'intrigante », au sein de la typologie des « féminités politiques » décrites par Catherine Achin et Elsa Dorlin[1]. Elle est donc incitée par l'entourage de Michel Rocard à écrire un livre pour « adoucir son image » d'épouse qui sortira en 1987 sous le titre *Au four et au moulin*[2]. Cela lui vaut tout de même une invitation au journal télévisé de 13h d'Yves Mourousi sur TF1. Elle s'y montre timide, expliquant sa gêne de passer à la télévision : « la courtoisie vous oblige à tout le temps sourire, se tenir droit alors que parfois on est un peu fatigué. » Elle explique aussi qu'elle ne se voit pas première dame de France, mais qu'elle s'y pliera en cas de victoire de son époux. C'est donc plutôt une femme discrète et au service de son mari qui est montrée, comme c'est le cas dans *Questions à domicile* en 1985, où elle est reléguée à la cuisine (annexes, document 43). Mais pour ne pas complètement décevoir le public féminin en attente d'émancipation, elle montre aussi qu'elle a réussi à avoir une carrière propre, cloisonnant ses activités d'enseignante en sociologie par rapport à celles de son mari[3].

Un tel retour à des pratiques médiatiques qu'il critique depuis le début des années 1980 – la *peopolisation* en particulier – peut paraître paradoxal. Il faut toutefois préciser que le cadrage employé se veut extrêmement contrôlé. Le choix d'*Apostrophes*, ou de *Paris Match* pour livrer une part de sa vie privée lui permet de s'assurer un contrôle presque total sur cette *peopolisation*. Comparé aux modes de *peopolisation* de l'époque, qui y voient des politiques évoquer leur sexualité ou pousser la chansonnette, cette communication paraît bien modeste et modérée.

D) L'homme du consensus

Pour renforcer son image de président potentiel, capable de s'élever au-dessus des partis, Michel Rocard cherche également à se forger une image d'homme du consensus.

[1] ACHIN, Catherine et DORLIN, Elsa. Nicolas Sarkozy ou la masculinité mascarade du Président. *Raisons politiques,* n° 31, 2008, p. 35-36

[2] ROCARD, Michèle. *Au four et au moulin. Op. cit.*

[3] INA, TF1, *JT 13h*, 30 avril 1987

Celle-ci peut apparaître contradictoire avec le discours d'attachement au PS et la distinction avec la droite présentés plus haut. Toutefois, les deux registres ne s'adressent pas au même public, l'un visant le grand public, et l'autre, les militants. Dans ses prises de parole destinées au plus grand nombre, Michel Rocard se place en contempteur des clivages stériles. Il rejette, au moins en apparence, les conflits de personnes et prône plus de dialogue. Son idéal semble être un débat public apaisé[1]. Surtout, il dénonce, en lien avec sa critique de la médiatisation, « la pression du spectaculaire qui conduit les hommes politique à s'opposer les uns aux autres », déplorant « la perte du sens de la durée », car « le bon gouvernement est celui qui décide pour le long terme. Or, c'est de moins en moins un critère de jugement[2]. » Critique du PS, miné par les conflits idéologiques, il entend s'appuyer sur les « structures souples épargnées de la pollution politicienne[3] » comme les clubs Convaincre. Dans une période marquée par une forte désidéologisation, en particulier à gauche avec le déclin de la référence marxiste, il se fait un pourfendeur des idéologies et s'appuie notamment sur les évolutions de l'opinion publique, qui semblent aller dans ce sens[4].

Ce positionnement recentré est aussi explicable par l'ère du temps et les sondages qui soulignent une certaine satisfaction des Français à l'égard de la cohabitation[5]. Le rêve d'unité hante la vie politique française depuis la Révolution au moins. Elle n'est pas pour rien dans les succès de personnalités telles Victor Hugo, Clemenceau ou plus récemment le général de Gaulle[6]. Michel Rocard se prête ainsi à un éloge de la cohabitation : « La cohabitation marque le retour à une plus grande souplesse intellectuelle de la part des acteurs politiques, à plus de finesse, mais aussi à plus d'imagination[7]. » Et il change également son vocabulaire. A l'autogestion se substitue l'autonomie jugée moins agressive. Ce terme tire sa source des réflexions autour des études de socio-styles. Ainsi, dans une note, Gérard Doiret signale que « la société d'aujourd'hui affirme son désir de plus d'autonomie ; celui-ci l'emporte sur le

[1] ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage*. *Op.cit*., p. 264

[2] *Le Quotidien de Paris*, 9 juin 1986

[3] *Ibid.*

[4] Archives de Pierre Zémor, « Les styles de vie du CCA : les mutations de 1984, 15 juillet 1985 »

[5] Le sondage SOFRES-*Le Point* du 21 avril 1986 donne ainsi 71 % de satisfaction à la cohabitation et 50 % pensent qu'elle fonctionne bien.

[6] GIRARDET, Raoul. *Mythes et mythologies politiques*. Paris : Seuil, 1986

[7] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Stratégie générale », sans date

sentiment de solidarité[1]. » Dans cette période qui voit le développement de l'individualisation[2], Michel Rocard cherche donc à adapter son discours à la recherche de plus d'autonomie des individus.

Le socialisme est lui-même remplacé par la solidarité. L'emploi de ce terme, mis en avant à la fin du XIX^{ème} siècle par Léon Bourgeois, n'est pas anodin. Il révèle la volonté de s'ancrer dans un héritage de gauche para-marxiste que Serge Audier appelle le « socialisme libéral[3] ». Mais par l'emploi de ce registre de langage plus « neutre », se généralise donc dans le discours rocardien ce que François-Bernard Huygues nomme « une langue de coton[4] ». Le politique choisit de mettre en avant un discours sans adversaire, en utilisant en particulier des termes consensuels, rejetant ceux trop marqués par l'idéologie ou les *a priori* négatifs comme l'autogestion. Qui peut s'opposer à plus de solidarité au sein de la société ?

On le voit, Michel Rocard cherche à se forger une image présidentielle qui lui avait tant manqué en 1980. Cela l'amène à bâtir une image plus solennelle de lui-même, même s'il est aussi soucieux, par l'usage de la *peopolisation* de compenser les risques d'une image trop associée à la sévérité. Mais cette double stratégie loin de lui permettre de renforcer son image butte sur la cohabitation qui valorise le Premier ministre et le président de la République, aux dépens des autres acteurs du jeu politique contemporain.

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « La situation politique française depuis le 16 mars 1986 », 31 mai 1986

[2] LE BART, Christian. *L'individualisation.* Paris : Presses de Science Po, 2008

[3] AUDIER, Serge. *Léon Bourgeois. Fonder la solidarité*. Paris : Editions Michalon, collection « Le Bien commun », 2007

[4] HUYGUES, François-Bernard. *La langue de coton*. Paris : Robert Laffont, 1991

V) Les difficultés de faire campagne jusqu'au bout

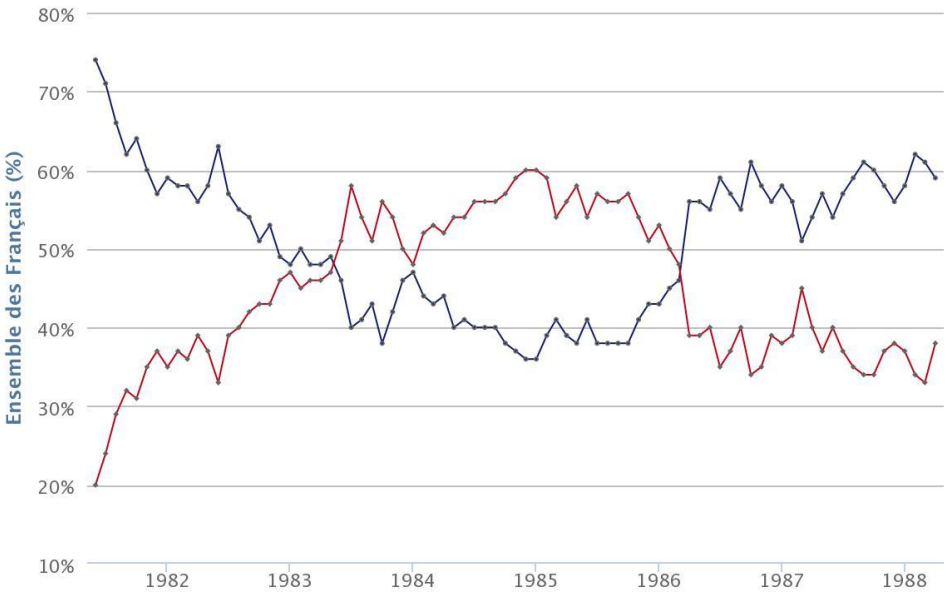
A) Le déclin dans les sondages

Au fur et à mesure de la cohabitation, Michel Rocard perd l'aura acquise après sa démission. Pour la première fois, sa principale ressource lui fait défaut. Alors que la cote du Président ne cesse de remonter, bondissant à partir de mars 1986 et ne cessant, sauf à la fin de l'année 1986, de reconquérir en popularité, celle de Michel Rocard décline (annexes, graphique C) :

« Il n'est même plus le "chouchou" des sondages ! Sa popularité est en baisse ; au point que, dans un "championnat de France des hommes politiques" qui est organisé par l'IFOP et dont les résultats sont publiés par le *Journal du dimanche*, il est battu par Jack Lang. Dans une étude électorale faite par la SOFRES et parue dans *Le Nouvel Observateur* – peu suspect d'antirocardisme ! – il n'y a que 10 % des personnes interrogées pour voir en lui "la personnalité la plus apte à exercer la fonction de président de la République" ; et il est devancé par Mitterrand, Barre et Chirac[1]. »

[1] LIEGEOIS, Jean-Paul et BEDEÏ, Jean-Pierre. *Le feu et l'eau*. *Op. cit.,* p. 329

Graphique 9 : Cote de confiance de François Mitterrand entre mai 1981 et mai 1988 (Baromètre SOFRES[1])



Confiance

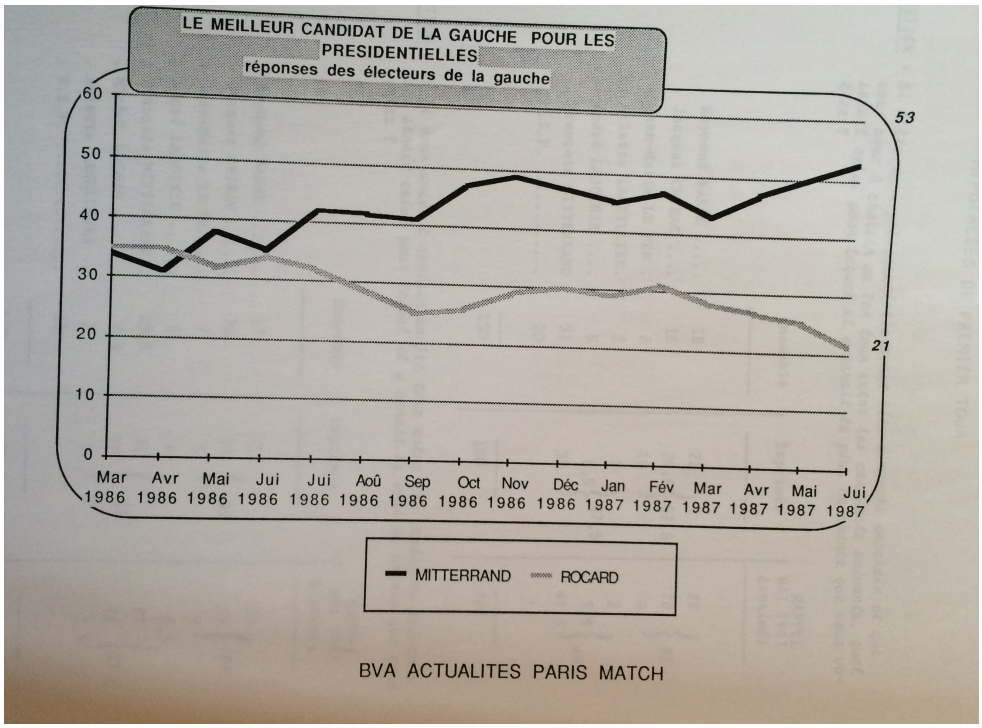
Pas confiance

La cohabitation dessert très nettement Michel Rocard. Ainsi, à un sondage sur les leaders qui profitent le plus de la cohabitation, il n'obtient que 6 %. Et seulement 37 % des personnes interrogées approuvent son attitude dans cette période, contre 58 % pour François Mitterrand et 57 % pour Jacques Chirac[2]. Il perd son statut de meilleur candidat de la gauche dès les premiers mois de la cohabitation, au profit de François Mitterrand avec lequel l'écart ne va cesser de se creuser (image 1).

[1] Source : TNS SOFRES : http ://www.tns-SOFRES.com/dataviz?type=1&code_nom=mitterrand1. Consulté le 15 janvier 2016. Réponses à la question posée : « Voulez-vous me dire si vous souhaitez lui voir jouer un rôle important au cours des mois et des années à venir ? »

[2] *Le Point*, 21 avril 1986

Image 1 : Baromètre BVA Actualités-*Paris Match*, juin 1987 (Archives du CEVIPOF)



A la rentrée 1987, où il tente une relance de sa campagne, les sondages se noircissent encore. Selon le baromètre BVA, Michel Rocard arrive troisième avec 41 % (perdant 4 points, et même 14 points depuis juin) contre 50 % de confiance à François Mitterrand[1]. Seuls 2 % des sondés pensent qu'il a réellement des chances d'être élu en 1988[2] et, dès juillet, 51 % des sondés ne souhaitent pas qu'il le soit (contre 26 %)[3]. Selon un sondage SOFRES-*Le Nouvel Observateur*[4], seuls 10% le considèrent comme la personne la plus apte à exercer la fonction présidentielle. Plus grave encore, lorsqu'on analyse les compétences qui lui sont attribuées dans les thèmes les plus régaliens comme « faire face à une crise internationale », ou « assurer l'ordre et la sécurité », il obtient respectivement 3 et 4 % contre 36 et 22 %. C'est particulièrement chez les ouvriers et la gauche de la gauche qu'il perd des points : « On constate pourtant l'existence de résistances socio-politiques à l'éventualité d'une candidature du maire de Conflans-Sainte-Honorine. Il ne suscite guère l'enthousiasme sur le flanc gauche

[1] *Libération*, 8 octobre 1987

[2] Ipsos-*Le Monde*, 5 septembre 1987

[3] Archives du CEVIPOF, Baromètre BVA-*Paris Match*, juillet 1987

[4] *Le Nouvel Observateur*, 17 septembre 1987

de l'électorat. Les sympathisants du PCF sont presque aussi nombreux à lui préférer Fabius. Les ouvriers ne sont que 50 % à le classer "meilleur candidat". (...) Rocard et Delors obtiennent leurs plus gros soutiens chez les personnes âgées, les cadres supérieurs et professions indépendantes, les sympathisants des partis de droite[1]. »

Face aux adversaires de droite, il ne semble plus l'emporter aisément. S'il garde le dessus sur Jacques Chirac au second tour – l'écart se resserre nettement, toutefois, au point de devenir nul en août 1987 –, il décroche face à Raymond Barre – dès avril 1987 au point d'être battu 55-45 % –, contribuant à laisser la place de meilleur candidat à François Mitterrand[2]. En cas de candidature contre François Mitterrand, crédité de 15 % des voix en avril 1987, son score s'effondre à 6,9 % en décembre 1987 (voir annexes, tableau B). Ce déclin des sondages n'est pas sans influence sur les chances que lui attribuent les médias. En témoigne ce titre assassin d'un article du *Monde* jouant sur la concordance temporelle de la relance de sa campagne et de sa chute dans les sondages : « Michel Rocard lance sa campagne d'affichage et baisse dans les sondages[3]. »

B) Des médias de plus en plus sceptiques

On le voit à nouveau, le cadrage journalistique est très dépendant de l'évolution des sondages. Si Michel Rocard semblait avoir des chances, jusque-là, la remontée de la popularité du chef de l'État et le tassement de la courbe du maire de Conflans favorisent une inversion de son cadrage médiatique. Les médias sont de plus en plus sceptiques quant à sa possibilité de vraiment aller jusqu'au bout. Alors que le cadrage du Président s'améliore nettement au même moment[4]. Cela se ressent dès la fin 1986. Ainsi, *Le Matin* juge que Michel Rocard joue gros dans son *Heure de vérité* de cette année, sa cote s'érodant dans les

[1] *Libération*, 2 avril 1987

[2] Archives du CEVIPOF, Cartons BVA 1987, BVA actualités

[3] *Le Monde*, 29 septembre 1987

[4] GUIGO, Pierre-Emmanuel. Opinion publique et cohabitation. Colloque conclusif « François Mitterrand, les années d'alternance 1984-1988 », Hôtel de Lassay, Présidence de l'Assemblée Nationale, Paris, 21 et 22 janvier 2016 (actes à paraître)

sondages[1]. Sa stratégie du jusqu'au-boutisme déplaît à ses anciens soutiens au sein de la presse. C'est le cas de Jean Daniel qui s'en agace :

« Gageons que François Mitterrand sollicitera un nouveau mandat présidentiel, au besoin réduit à cinq ans. Gageons que, cette fois, cela ne découragera en rien Michel Rocard, lequel se présentera aussi. Gageons qu'il s'ensuivra une rivalité d'hommes, donc de clans, où deux esprits éminents, qui depuis vingt ans et plus devraient servir leur pays en complémentarité, iront jusqu'à provoquer une scission dans leur parti. Parmi les choses qui ne sont pas gaies, ce n'est pas la perspective la plus réjouissante[2]. »

Mais surtout, les médias ne semblent plus croire à une candidature de Michel Rocard. Cela se ressent dans le cadrage autour du débat qui le confronte à Edouard Balladur, ministre des Finances, lors d'un *Questions à domicile* spécial en 1987, alors même que Guy Carcassonne pensait en faire un tremplin pour « présidentialiser » Michel Rocard[3]. Ainsi, évoquant le débat Michel Rocard-Edouard Balladur *Le Monde* explique :

« Michel Rocard que les circonstances contraignent à jouer au candidat à la présidence de la République avait besoin d'un partenaire qui affectât prendre son épée de plastique pour une vraie. M. Edouard Balladur a bien voulu être celui-là, mais en laissant entendre d'entrée de jeu, par ses questions ironiques sur la candidature de M. Rocard, que c'était un peu "pour de rire"[4]. »

Michel Rocard conscient de cette situation s'y montre d'ailleurs très offensif à l'égard d'Edouard Balladur qu'il interpelle sur la suppression de l'autorisation préalable de licenciement, sur la non-réaction du gouvernement par rapport à la crise. Il coupe à plusieurs reprises le flegmatique ministre. Celui-ci peut d'autant mieux retourner contre son adversaire l'argumentaire traditionnel du député des Yvelines. Il se plaint ainsi de la conflictualité droite-gauche, du manque de consensus et dialogue, thèmes chers à Michel Rocard. Il ironise sur la candidature de Michel Rocard mettant le public-rieur de son côté. Le risque avait

[1] *Le Matin*, 3 décembre 1986

[2] *Le Nouvel Observateur*, 24-30 octobre 1987

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, « Réunion stratégie », 12 novembre 1987

[4] *Le Monde*, 1er décembre 1987

d'ailleurs été pressenti par le groupe : « "Rondeur de EB (jouant au petit marquis suffisant et onctueux) faisant apparaître MR crispé et abstrait[1]. »

De plus en plus, c'est l'image de l'homme isolé qui ressort des articles de presse concernant le maire de Conflans. « Je marche seul » ironise *Libération* en plagiant la chanson contemporaine de Jean-Jacques Goldman[2]. Quant au *Quotidien,* il dépeint un Michel Rocard déjà perdu : « Seul sur l'estrade, Rocard a l'allure de ces héros qui finissent mal, ou solitaires, à la fin des films[3]. » Le scepticisme ambiant rend ses interventions moins attractives. D'autant qu'il peine à mobiliser les téléspectateurs. Ainsi, pour l'émission *Apostrophes*, 15 minutes seulement après le début de l'émission, à 21h30, presque la moitié de l'audience a déjà décroché (10,1 % de part d'audience contre 19,6 % au début). Au final, l'émission atteint le plancher de 4,2 % à 23h15[4], faisant, au total, un score légèrement en dessous de la moyenne ordinaire de l'émission. Pour sa deuxième *Heure de Vérité* il n'obtient que 17,8 %, un score dans la moyenne des émissions à la même période et pour sa troisième *Heure de vérité*, le 24 février 1988, il ne fait que la moitié du score de 1984 : 12,7 %, un chiffre nettement en dessous de la moyenne de l'émission[5]. Ses chiffres d'audience sont en baisse, et le dévoilement de sa vie privée ne suffit pas à attirer la curiosité. A *Questions à domicile* en mars 1988, il fait à peine mieux qu'à *L'Heure de vérité* avec 15,7 % (voir annexes, tableau A). Ces mauvais scores d'audiences n'incitent pas les journalistes à l'inviter et l'accès aux médias devient d'autant plus difficile pour lui que la confrontation au plus haut sommet de l'État, dans cette période de cohabitation, accapare micros et caméras (voir graphique 10). Alors que le thème de l'antiracisme est à l'honneur, en particulier dans la presse de gauche[6], il ne s'en saisit que très peu (voir annexes, tableau E). Michel Rocard peine à obtenir un écho médiatique qu'il devait refuser auparavant. C'est là une première depuis le PSU. Même s'il intervient plus que durant la période précédente – il est tout de même en campagne et ne se

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, « Débat avec EB? », sans date

[2] *Libération*, 8 octobre 1987

[3] *Le Quotidien de Paris*, 8 octobre 1987

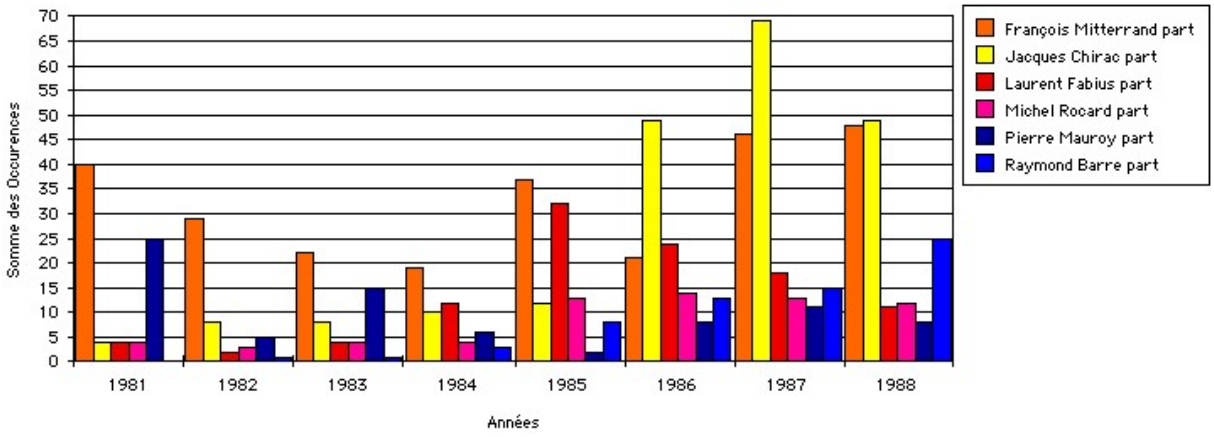
[4] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Audimat Médiamétrie, 23 octobre 1987

[5] Entretien avec Albert Du Roy, 22 janvier 2014

[6] JUHEM, Philippe. La participation des journalistes à l'émergence des mouvements sociaux. *Art. cit.* ; MISSIKA, Jean-Louis. Les médias et la campagne présidentielle : autour de la notion de « fonction d'agenda ». *Études de communication*, n° 10, 1989. http://edc.revues.org/2842. Consulté le 30 septembre 2016.

refuse plus aux médias –, son essor reste relatif et surtout bien moindre que celui des deux têtes de l'exécutif. Ses interventions sont en moyenne, entre 1986 et 1988, sept fois moins nombreuses que celles de Jacques Chirac, et trois fois moins nombreuses que celles du président de la République. Même Laurent Fabius et Raymond Barre sont plus présents sur les écrans que lui. Face à ce déclin dans les sondages et dans les médias, Michel Rocard va tenter de relancer sa campagne à l'automne 1987, prenant le contrepied de la stratégie d'apaisement à l'égard du PS utilisée jusque-là.

Graphique 10 : Comparaison des interventions de Michel Rocard avec d'autres leaders politiques (1981-1988), source : Inathèque



C) Relancer sa campagne

1) Reprendre ses aises à l'égard du PS

Après sa recherche d'apaisement qui prévalait avant le Congrès de Lille, Michel Rocard prend de nouveau ses distances à l'été 1987. Les sondages se sont encore dégradés, comme nous l'avons vu. Par ailleurs, il voit monter de partout des appels à une nouvelle candidature de François Mitterrand. Alors qu'il avait cherché à rentrer dans le rang pour neutraliser celui-ci jusqu'à la décision du chef de l'État, les brimades à son égard et les appels du pied au Président continuent. Tant et si bien qu'il décide de relancer sa campagne à plein régime. Loin de prendre des vacances, à l'été 1987, il s'affiche pendant toute la période estivale. Il

réunit les journalistes à La Baule, avant de suivre l'étape du tour de France à la voile avec ses amis[1]. Il parcourt également le monde avec un voyage en Afrique[2].

Il n'hésite pas non plus à critiquer le PS et profite notamment de l'Affaire du Rainbow Warrior pour le faire. Il se livre à un cinglant réquisitoire contre l'action de Laurent Fabius, jugeant que ses mesures « étaient techniquement inappropriées et scandaleuses par les conséquences possibles (...) Mon sentiment est qu'il aurait fallu très tôt annoncer la nature de la décision prise, reconnaître qu'elle avait échoué, rendre l'opinion juge du fait que nous sommes dans une situation de violence, qu'on ne peut pas laisser piétiner le site de Mururoa, et que, si l'effet fut dramatique, l'intention était explicable, à défaut du moyen employé[3]. » Il dénonce également l'usage de la proportionnelle qui a ouvert une voie royale au Front National : « En facilitant l'existence d'un groupe parlementaire (du Front National), on a permis à Le Pen de porter une écharpe tricolore, on a permis au Front antinational de prétendre représenter la France (...) la proportionnelle a donné (à Jean-Marie Le Pen et ses amis), une dignité qu'ils ne méritent pas[4]. »

2) L'affichage

Cette offensive passe surtout par une campagne d'affichage. Celle-ci a lieu à l'automne 1987, elle est donc censée être un élément essentiel de cette reconquête de l'opinion, même si la forme prise n'entend pas réellement trancher avec le PS. Ainsi, les propositions plus personnalisantes, notamment des jeunes rocardiens, sont écartées[5]. Pour la diffusion, c'est le réseau Avenir, connu pour sa fameuse campagne « Demain j'enlève le bas », présentant une femme retirant d'abord le haut de son bikini, puis le bas, en septembre 1982, qui est choisi. Il s'agit alors d'un des principaux réseaux d'affichage de France. Comme nous l'avons vu, l'équipe manquait de moyens, la campagne n'est affichée que sur 650 panneaux dans Paris et

[1] *Le Monde*, 28 juillet 1987

[2] *Le Point*, 24-30 août 1987

[3] *Libération*, 17 août 1987

[4] *Le Nouvel Observateur*, 17-23 juillet 1987

[5] *Le Monde*, 6-7 septembre 1987

quelques grandes villes de province (Lyon, Marseille, Bordeaux, Toulouse et Nantes)[1]. Pierre Zémor explique que Michel Rocard a d'ailleurs eu un tarif préférentiel via Michel Castagnet, qui avait l'habitude des contacts avec les annonceurs[2]. L'affichage perdure une semaine. Le tout pour 1,1 millions de francs, contre 3 millions pour une campagne équivalente au niveau national[3]. Pour donner plus d'écho à cette campagne *a minima*, les journalistes reçoivent la liste des emplacements où ont été installées les affiches, ainsi que des exemplaires[4].

L'affiche détone. Elle tranche notoirement avec l'affichage spectaculaire et tapageur qui prévaut alors. Comme le rappelle Christian Delporte, la publicité politique connaît alors son heure de gloire, en particulier par le biais de l'affichage[5]. En effet, la période se caractérise par des campagnes très coûteuses avec des affiches calquées sur le modèle de l'affichage publicitaire de l'époque, exubérant et multicolore. Déjà l'affiche de Jacques Séguéla, « la force tranquille » en 1981 avait donné le ton. En 1986, ce type de supports se multiplie. Le Parti socialiste opte pour une affiche empruntant au code du dessin animé avec un grand loup, devant incarner la droite, intitulée « Dis-moi jolie droite ». La majorité sortante met également en scène la prétendue crainte à l'égard du retour de la droite par l'affiche « Au secours la droite revient ! ». Quant à la droite, elle montre toute sa jeunesse en accompagnant le candidat Jacques Chirac d'enfants, ou encore en affichant ses leaders cravate au vent avec le slogan « Vivement demain ! ». Prenant le contrepied de ce style, les affiches rocardiennes se résument à des phrases en noir sur fond blanc sur lesquelles figurent en petit le nom des clubs Convaincre, ainsi qu'en bas à droite le slogan : « Le parler vrai ». Pierre Zémor a même surnommé cette campagne d'affichage « Lissac », du nom de l'opticien, dont les lunettes seraient nécessaires pour arriver à comprendre le texte de l'affichage. Aucune image, presque pas de couleur, difficile de faire plus sobre et épuré (annexes, document 45). Il faut toutefois préciser que le Premier secrétaire du PS, Lionel Jospin, avait exigé qu'il n'y ait pas de photo

[1] *Stratégies*, 18 janvier 1988

[2] Entretien avec Pierre Zémor, 28 avril 2016

[3] LIEGEOIS, Jean-Paul et BEDEÏ, Jean-Pierre. *Le feu et l'eau. Op. cit.,* p. 329

[4] Entretien avec Pierre Zémor, 20 juin 2013

[5] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 345

de Michel Rocard sur cette affiche, au risque de sanctions du parti pour le député des Yvelines[1]. On trouve quatre types différents d'affiches avec à chaque fois un texte propre :

- « J'ai décidé de traverser la période de conquête du pouvoir comme j'ai envie de l'exercer, en reconnaissant la complexité des choses et en faisant appel à la lucidité des gens »

- « Certains pensent qu'un sourire peut faire office de politique. Croyez-vous qu'on puisse combattre l'inflation en lui faisant du charme ? »

- « On voudrait limiter le débat politique à une bataille de petites phrases. Peut-on combler 30 milliards de déficit du commerce extérieur avec de bons mots ? »

- « Il paraît que je suis trop sérieux. Deux millions et demi de chômeurs, ça vous fait sourire ? »

La première de ces affiches est celle qui bénéficie de la plus grande diffusion. Les phrases sont volontairement longues et les affiches privilégient nettement le « je ». Plutôt que de s'adresser aux sentiments, Michel Rocard entend faire appel à la raison des citoyens, notamment par le biais des questions qu'il adresse au spectateur. L'affiche de 1987 montre par excellence toute l'ambiguïté de la communication rocardienne, qui se veut la plus modeste possible et contre toute mise en valeur personnelle, alors même qu'elle vise à faire de son leader politique un futur gouvernant. A propos d'une autre affiche de Michel Rocard – celle de la campagne législative de 1986, représentant le leader socialiste aux côtés de Robert Chapuis –, Pierre Fresnault-Deruelle soulignait cette schizophrénie :

« Sur cette image, légèrement ironique, ces hommes ne cachent pas qu'ils sacrifient à un genre le portrait d'affiche. En noir et blanc, l'image indique, en outre, qu'il est temps de faire retour à cette sobriété dont les hommes politiques n'aurait jamais dû se départir. L'image est vertueuse, presque puritaine, et tranche heureusement avec la débauche de quadrichromie des placards classiques. Assurément, "le socialisme du parler vrai" ne peut se signifier que par le truchement d'un message sémiotiquement économe. Hélas, sur le fond, rien ne change vraiment : nous sommes toujours dans la recherche de l'équivalent visuel du "ton" de la conciliation, l'*ethos* grâce auquel l'orateur demandait crédit à son auditoire (reconnaissez-nous, estimes-nous, nous qui affichons les couleurs de la rigueur noir et blanc). Mais il y a plus grave. La simplicité manifestée ici se présente in fine comme le résultat d'un calcul. (...)

[1] *Le Matin*, 28 septembre 1987

En un mot, l'affiche et l'affichage (l'énoncé et l'énonciation) divorcent ici de manière étrange : "le parler vrai", authentique (et dont le puritanisme de la photo serait le garant), se signifie malencontreusement, se trahit par des images calibrées dont le nombre et la taille symbolisent du même coup le "théâtre" qu'elles prétendent rejeter[1]. »

On peut aussi y voir une forme de transgression si on la compare aux formes déjà décrites des affiches contemporaines. Or, comme le souligne Jacques Durand dans ses études sur la publicité, la transgression est un bon moyen d'attirer l'attention, de créer du désir[2]. Ces affiches se veulent plutôt volontaristes. La plus visible met clairement en avant le mot pouvoir alors qu'il est en général banni des affiches de campagne – revendiquer sa volonté d'exercer le pouvoir paraît ainsi obscène alors qu'elle est la raison même pour laquelle on se présente. Quant aux autres affiches, elles sont toutes interrogatives. Cette forme a une double utilité. D'abord elles permettent de répondre aux critiques faites à Michel Rocard sur son style, son austérité, sa critique de la « petite phrase ». Par ailleurs, elles créent une interaction avec le public.

Les appréciations sont très variables, mais majoritairement défavorables. Pour l'opinion, si l'on en croit un sondage Ipsos, elles ne sont pas catastrophiques, même si moins bonnes que des campagnes contemporaines. 18 % des Français semblent les avoir vues[3]. Elles sont tout d'abord moins bien identifiées comme étant de Michel Rocard (en moyenne 50 %). Alors que les campagnes « Dis moi jolie droite » ou « Au secours la droite reviens », ainsi que « Je veux récolter » obtiennent 60 % en moyenne voire 79 % d'identification pour la dernière. 60 % des personnes ayant vu les affiches les trouvent bonnes, avec des chiffres particulièrement importants (dépassant les 70 % d'agrément) dans les catégories où l'image de Michel Rocard est forte : les catégories les plus aisées, les Parisiens, les hommes. Au contraire, les scores sont négatifs chez les catégories plus modestes et les banlieusards. L'affiche la plus diffusée « J'ai décidé » obtient d'ailleurs le meilleur score (74 %). Ce résultat avoisine les affiches contemporaines (61 % pour « Au secours », 58 % pour « Dis moi jolie

[1] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'affiche placardée*. *Op. cit.*, p. 22

[2] DURAND, Jacques. Rhétorique et publicité. *Communications*, n° 15, « L'analyse des images », Seuil, 1970

[3] *Stratégies*, n° 591, 18 janvier 1988

droite », 54 % pour « Je veux récolter »), à l'exception de la campagne de François Léotard qui n'obtient que 34 %, et celle « avec le Président » qui atteint les 66 %[1].

Plus donc qu'un désaveu de l'opinion sondagière, ce sont les leaders socialistes qui vont imposer l'idée d'une campagne ratée : « "Trop complexe,", "fumeuse", "trop intellectuelle", "austère" : autant de réflexions aigres-douces qui tombent en pluie fine sur la campagne d'affiches du candidat Michel Rocard[2]. » Et les communicants – en général publicitaires – « spécialistes » en politique s'en donnent aussi à cœur joie pour détruire un concurrent. Pour Daniel Robert, dirigeant de Robert and Partners, et auteur de plusieurs campagnes marquantes des années 1970-1980 – « Un verre ça va, trois verres, bonjour les dégâts ! » pour la prévention routière, « Au secours la droite revient ! » du PS pour les législatives de 1986 et proche de Charles Pasqua – « ça véhicule l'intelligence. Ça a une grande faiblesse : c'est que c'est tellement intelligent que ça fait peur. » Quant à Thierry Saussez, lui aussi publicitaire proche de la droite – il a été le directeur de l'agence de Michel Bongrand, Michel Bongrand SA et engagé au RPR –, il se dit déçu et donne un conseil au candidat : « il faut qu'il sorte de la situation actuelle, de cette campagne en pointillé[3]. » Quant à la presse, elle est unanime pour y voir un échec cuisant. Dominique Jamet se moque de ce « coup de contre-publicité » :

« Le but inconscient de l'homme qui a approuvé un des plus beaux coups de contre-publicité politique que l'on ait vus depuis le débat Chaban-Malraux est évidemment de faire baisser sa cote et d'engager le processus qui aboutira fatalement à sa marginalisation, à sa défaite, ou à son retrait. Il n'y a pas de raison qu'il n'y parvienne pas. En quoi l'ancien secrétaire général du PSU reste fidèle aux enseignements de Pierre Mendès France : rien n'est grand que l'échec, l'échec seul est aimable, sous l'apparence de l'humilité, le ton de cette campagne décèle un immense orgueil, mais sous l'orgueil quel aveu de fragilité ![4] »

Michel Rocard est désormais perçu comme un leader politique dont l'inconscient lui interdit de gagner. *Le Figaro* renvoie aussi Michel Rocard à Mendès afin de mieux lui accoler

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Baromètre affichage Ipsos, 28 octobre 1987

[2] *Le Monde*, 2 octobre 1987

[3] INA, Antenne 2, *Midi 2*, 28 septembre 1987

[4] *Le Quotidien de Paris*, 10 octobre 1987

l'étiquette de « *loser*[1] ». Quant à François Bazin, il ironise sur la complexité de Michel Rocard : « En espérant, sans doute, comme toujours chez Rocard, que la complexité du message ne brouillera pas le discours sur la complexité[2]. » *Libération*, pour sa part, trouve des ressemblances entre l'affiche rocardienne et un faire-part de deuil[3].

3) Se raconter

L'un des piliers importants de cette tentative de relance est la publication d'un ouvrage de campagne par le candidat, que nous avons d'ailleurs pu largement commenter précédemment. Depuis 1975, il n'a plus publié d'ouvrage en tant que tel – il s'agissait pour les autres de recueils de discours. Et encore, le dernier ouvrage généraliste exprimant sa vision de la politique remonte à 1972 avec *Questions à l'État socialiste*, dans un contexte, comme nous l'avons présenté, complètement différent. Or, plus que jamais avoir des qualités d'écrivain semble faire partie des prérequis pour se hisser à la magistrature suprême. A l'époque de Valéry Giscard d'Estaing, cette donnée semblait moins impérieuse, encore que le candidat ait expliqué par écrit son action avec la publication de *Démocratie française*[4]. Mais l'arrivée au pouvoir de François Mitterrand a remis au goût du jour cette association entre conduite de l'État et art de la plume. Michel Rocard choisit donc de s'y plier avec soin. Le projet est déjà ancien et suit la démission comme en témoignent les notes sur le sujet. Claude Neuschwander, dans une note sur la communication de Michel Rocard, peu après la démission de ce dernier, propose l'élaboration d'un livre, réalisé par un journaliste, afin de mettre en valeur la continuité et le réalisme du député des Yvelines, ainsi qu'une autobiographie afin de mettre en valeur la cohérence, les « leçons de l'expérience » et le projet de Michel Rocard[5]. Ces propositions aboutiront en effet à la publication d'abord d'un recueil de textes signés Michel Rocard, sous le titre : *A l'épreuve des faits.* Le titre témoigne

[1] *Le Figaro*, 29 septembre 1987

[2] *La Croix*, 29 septembre 1987

[3] *Libération*, 28 septembre 1987

[4] GISCARD D'ESTAING, Valéry. *Démocratie française*. Paris : Fayard, 1976

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Note sur l'élaboration de la stratégie de communication de Michel Rocard », de Ten et Associés, 9 décembre 1985

de cette volonté de s'afficher désormais comme un homme d'expérience et réaliste[1]. Il peut être lu de plusieurs manières. Le leader politique Michel Rocard a pu confronter ses théories à l'épreuve des faits en tant que ministre. On peut également y lire la victoire des « faits » rocardiens qui se sont imposés, y compris au sein du PS. En choisissant des textes précédant le début du septennat de François Mitterrand, il s'agit également, dans la lignée de la note de Claude Neuschwander, de souligner la continuité du discours, contrairement à une majorité du PS qui semble, elle, avoir changé au contact du pouvoir. A « l'épreuve des faits », le discours rocardien est resté immaculé tend à nous dire l'ouvrage.

L'aspect programmatique donne lieu à un livre paru en 1988 (mais sans doute préparé avant) rassemblant des écrits de divers contributeurs appartenant aux clubs Convaincre[2]. Le candidat, plutôt que d'un programme se dote de réflexions approfondies et appuyées sur ses groupes d'experts. Il se montre ainsi entouré, tout en présentant des mesures concrètes pour l'avenir. Certaines d'entre elles vont d'ailleurs s'imposer dans la campagne et être reprises par les autres candidats. C'est le cas du RMI, revenu minimum d'insertion. Une biographie était aussi parue dès 1987, écrite par Robert Schneider et très complaisante à l'égard de Michel Rocard. Elle a ainsi été rédigée à la demande de la directrice de publication chez Stock, Thérèse de Saint-Phalle[3], proche de Michel Rocard et tout particulièrement de Michèle, et confiée à Robert Schneider, plutôt sympathisant même si proche également de François Mitterrand[4].

Enfin, s'ajoute à cette liste la publication d'un livre qui marquera les esprits par son originalité : *Le Cœur à l'ouvrage*. C'est Odile Jacob qui prend l'initiative en écrivant à Michel Rocard pour lui proposer une publication[5]. Les requêtes adressées à Michel Rocard par des éditeurs sont nombreuses depuis sa démission du gouvernement (notamment Calmann-Lévy et Olivier Orban)[6]. C'est Odile Jacob qui est toutefois choisie, après un premier projet avorté,

[1] ROCARD, Michel. *A l'épreuve des faits : textes politiques (1979-1985).* Paris : Points, 1986

[2] LES CLUBS CONVAINCRE AVEC MICHEL ROCARD. *Propositions pour demain*. Paris : Syros Editions, 1988

[3] Entretien avec Albert Du Roy, 22 janvier 2014

[4] SCHNEIDER, Robert. *Michel Rocard. Op. cit.*

[5] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre d'Odile Jacob à Michel Rocard, 8 janvier 1986

[6] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Lettre d'Olivier Orban, 24 juin 1987 et lettre et de C. Glayman pour Calmann-Lévy, 14 juin 1986

suite au décès de Frédéric Bon, qui devait en diriger l'écriture[1]. Loin du travail individuel revendiqué[2], il s'agit bel et bien d'une œuvre collective. Une note d'Alexandre Wickham nous permet d'en connaître l'organisation. Ce sont d'abord 8 rapporteurs qui sont chargés de rédiger des « notes de synthèse » de 8 à 10 pages, chacune sur les domaines relevant de leur compétence. Puis, un « pré-writing » est effectué par un proche (ici ce seront Guy Carcassonne et Pierre Encrevé qui se partageront la tâche). Michel Rocard relit et réécrit ce premier texte. Puis, le texte est partagé entre les différents membres du cabinet pour propositions. Enfin, avec les « nègres », Michel Rocard se réunit dans sa maison de Séné au cours de l'été pour en achever l'écriture[3]. Organisation confirmée par Pierre Encrevé qui en revendique la co-écriture finale avec Guy Carcassonne[4].

Cet ouvrage, surprenant pour les lecteurs d'ouvrages politiques de l'époque, a une triple fonction : raconter son histoire, présenter un projet, donner sa vision personnelle de la politique. Trois objectifs qui font autant de parties. L'aspect personnel et humain est clairement privilégié dans la première partie, intitulée « Traces ». C'est tout particulièrement son enfance et la guerre qui sont mises en valeur, plus que son militantisme au PSU. Il veut par ce biais donner une vision plus linéaire de son parcours et plus conforme au discours « consensuel » qu'il défend alors. Ce travail de mise en forme de son image passe par une reconfiguration de son parcours personnel. Une mise en récit qui doit faire des zones plus sombres des atouts et mettre en valeur les moments forts de son existence. Afin de ne pas brader ses espoirs d'appartenir à un nouveau gouvernement de François Mitterrand, plusieurs signes de sympathie sont envoyés à son égard. La confrontation de la fin des années 1970 est complètement euphémisée et l'auteur ne l'explique que par des traits de caractère différents, éludant ainsi tout conflit de pouvoir. Mais c'est surtout l'aspect réflexif sur l'action politique qui domine l'ouvrage avec un deuxième temps intitulé « Règles du jeu » qui s'évertue à présenter une analyse critique des modes de gouvernement contemporains, notamment en lien avec l'influence des médias, comme décrit plus haut. Puis suit une troisième partie « Signes », qui s'apparente à un dictionnaire exprimant son point de vue sur divers sujets et qui clôture

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Note « Livres », 26 juin 1986

[2] *Télé 7 jours*, 17-23 octobre 1987

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, Note d'Alexandre Wickham, 23 juin 1986

[4] Entretien avec Pierre Encrevé, 5 décembre 2010

l'ouvrage. Le livre donne lieu à une intense médiatisation. Outre l'émission *Apostrophes*, il est communiqué deux jours avant sa publication à la presse. Et le jour de la sortie, Michel Rocard fait une émission matinale à la radio[1].

4) Se forger une stature internationale

A partir du printemps 1987, Michel Rocard entreprend une série de voyages internationaux. Si l'image d'homme d'État lui manque, c'est surtout sur la connaissance des Affaires étrangères qu'il apparaît le moins solide. On se souvient que ses voyages à l'étranger avaient tourné court, après quelques bourdes en 1980. Cette fois, il a devant lui plus de temps et un peu plus de liberté, après le Congrès de Lille. Il privilégie également les sollicitations de presse venant d'organes internationaux. Ainsi, une interview avec trois correspondants des principaux journaux européens (*El Païs*, *La Tribune de Genève* et *Daglladet*, quotidien néerlandais) est mise en place : « je crois que cela s'inscrirait dans le prolongement des portraits et interviews qui ont été déjà réalisés au niveau de la presse américaine, anglaise, allemande et néerlandaise[2]. » Le but est, à l'évidence, de mettre en valeur la personnalité de Michel Rocard et de la faire connaître à l'international :

« Gérard Sandoz, collaborateur à la revue allemande *Die Zeit* souhaiterait réaliser un long portrait-interview de Michel Rocard au cours du mois de septembre. Je crois qu'il faut accepter à la fois compte tenu du support (revue de centre gauche dont Helmut Schmidt est l'un des dirigeants, très bonne réputation dans les milieux intellectuels allemands) et de l'interviewer (Gerard Sandoz que Gérard Fuchs connaît bien et n'étant pas trop éloigné de nous). Guy Carcassonne est de mon avis[3]. »

Sa communication médiatique sur ce thème vise également à montrer qu'il a un projet pour le monde déjà prêt :

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, « *Apostrophes*, vendredi 23 octobre 1987, préparation », sans date

[2] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 4 février 1987

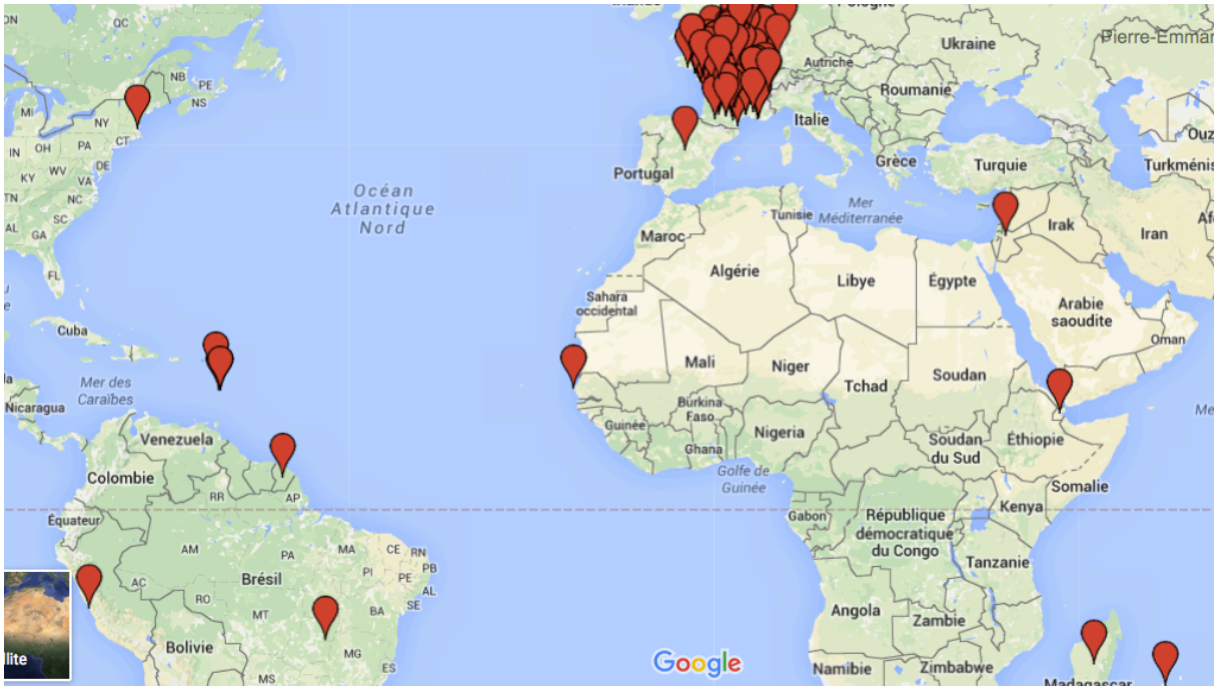
[3] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 28 août 1987

« L'intérêt pourrait être de disposer avant les présidentielles d'un document de référence sur la politique internationale (...) Toujours pour valoriser votre image internationale cette prestation devrait, me semble-t-il, être précédée par une grande interview dans le journal *Le Monde* (...) Ces deux projets ne sont pas contradictoires, car si *Politique internationale* constitue un ouvrage de référence, *Le Monde* est le seul support véritablement lu dans les sphères diplomatiques et qui fait autorité dans les chancelleries [1]. »

Convaincre se fait le reflet de cette attention aux questions internationales. Ainsi, Michel Rocard exprime dans le journal son refus de partir en guerre contre la Libye, de peur de déstabiliser les équilibres internationaux. Au numéro 10, il rend compte de son voyage en Amérique du Sud par le biais d'un carnet de voyage publié et au n° 13 il évoque également les accords du GATT. Entre sa démission et la fin de sa candidature en 1988, il effectue 13 voyages à l'étranger contre 2 entre 1981 et 1985 (négociations pour la PAC à Bruxelles exclues). Michel Rocard privilégie en particulier l'Amérique du Sud, profitant notamment du Congrès de l'Internationale socialiste à Lima, pour visiter cette zone du monde où s'invente alors une voie vers le socialisme, en dehors de la dictature et du joug américain comme soviétique (carte 4).

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson intitulée « Demandes de journalistes », 5 mai 1987

Carte 4 : Cartographie des déplacements de Michel Rocard dans le monde (1985-1988) à partir de ses agendas (Archives Nationales, fonds 680AP)



Contrairement à la période avant 1981, il apparaît désormais, avec ces voyages, comme une figure respectée à l'international. En témoigne son voyage aux États-Unis (mai 1987) qui lui offrent tous les égards. Il rencontre ainsi les principaux cadres de l'administration Reagan, ainsi que le Président lui-même. Ce voyage donne lieu à une importante préparation pour le médiatiser :

« Dans la perspective de votre voyage aux USA, je vous ai organisé un petit déjeuner avec les principaux représentants de la presse américaine à Paris (...) Par ailleurs, je vous ai prévu un portrait interview dans le *Wall Street Journal*. L'entretien qui aura lieu le mardi 12 mai à 16h30 portera sur des thèmes relativement généraux (commerce international et protectionnisme, relations est-ouest et défense européenne, quel avenir pour la gauche en France et en Europe, les grandes lignes de l'économie française et le rôle de l'État)[1]. »

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/4, Dossier du service de presse, Note de Pierre Masson, sans titre, 7 mai 1987

En août, il se rend au Congo puis au Tchad. Voyage dont il vient faire le compte rendu dans le *Soir 3* du 10 août 1987. L'époque est en effet marquée par le conflit Libye-Tchad autour de la bande d'Aouzou[1]. Il évoque également le détroit d'Ormouz, zone géostratégique capitale pour les échanges mondiaux de pétrole et menacée par la guerre Iran-Irak. Le sujet lui vaut également d'aller sur le plateau du 20h d'Antenne 2[2].

Mais Rocard le « gaffeur » n'est jamais très loin. En effet, le voyage au Tchad fait rire Dominique Jamet qui parle de Rocard comme d'un « gosse d'État », prêchant d'abord le soutien militaire au régime tchadien, avant de se rétracter devant l'annonce du refus de François Mitterrand : « C'est l'innocence merveilleuse et toujours renouvelée qui le pousse à dire tout ce qui lui passe par la tête ou qu'il a sur le cœur. Ni l'âge, ni l'expérience, ni les conseils les plus sages, ni les résolutions les plus arrêtées n'y font rien[3]. » Cela ne l'empêche pas de poursuivre ses voyages, et en janvier 1988, de rencontrer à nouveau Margareth Thatcher et Neil Kinnock, le leader travailliste britannique[4].

5) Afficher une détermination sans faille

Face au scepticisme accru des journalistes et commentateurs, Michel Rocard et son équipe veulent montrer qu'ils sont prêts à aller jusqu'au bout. Le maire de Conflans avance ainsi qu'aucun président n'a été élu pour un second mandant[5]. En cette deuxième partie de l'année 1987, l'équipe veut faire croire, que même en cas de candidature du chef de l'État, Michel Rocard se maintiendrait contre lui au premier tour : « "Le 1er novembre, plus personne ne doit avoir le moindre doute sur le fait que Michel sera candidat en 1988, quoi qu'il arrive", affirment ses conseillers en communication[6]. » Systématiquement interrogé sur la question, il répond en s'appuyant sur le discours de Caylus de François Mitterrand. Celui-ci

[1] INA, France 3, *Soir 3*, 10 août 1987

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 27 juillet 1987

[3] *Le Quotidien de Paris*, 12 août 1987

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 21 janvier 1988

[5] INA, TF1, *JT 20h*, 14 octobre 1986

[6] SCHNEIDER, Robert. *La haine tranquille. Op. cit.,* p. 52

y disait qu'il faudrait des circonstances exceptionnelles pour qu'il se présente. Michel Rocard explique désormais, à l'envi, qu'il est peu probable que François Mitterrand se présente sauf si « état de guerre internationale ou immense tremblement de terre[1] ».

Mais la hausse dans les sondages n'intervenant pas, le discours finit par se nuancer, au risque d'hypothéquer son avenir et d'être contraint à une candidature hors du PS. C'est ainsi que le Groupe image cherche des subterfuges pour répondre aux journalistes interrogeant Michel Rocard sur sa décision, en cas de candidature de François Mitterrand. D'abord, il lui est conseillé de se féliciter de cette remontée du Président dans les sondages : « Commencer par une appréciation positive : je me félicite de la montée du Président dans les sondages. FM est reconnu comme un grand président. Les Français sont contents de lui et ils ont raison[2]. » Avant de nuancer le propos en avançant les arguments qui font douter d'une nouvelle candidature de François Mitterrand : « Continuer par un développement sur "l'américanisation" du raisonnement dans ce domaine : FM ayant conduit la gauche à la victoire en 1981, il est bien naturel qu'on espère qu'il en fasse autant en 1988. Mais nul n'a jamais dicté sa conduite à FM et lui-même n'a rien dit en ce sens. Ce sont des hommes politiques ou des journalistes qui évoquent régulièrement cette hypothèse. (...) C'est pourquoi il serait absurde d'envisager ma propre candidature comme une opposition à FM : plus simplement, quand un homme d'État se détermine, il ne se fonde pas prioritairement sur l'exceptionnel[3]. »

Confronté à des questions insistantes sur sa décision face à la candidature de François Mitterrand, plus qu'un énervement qui serait malsain, « la solution qui semble la meilleure réside dans l'appel (référencé à FM) au "temps qui clarifie les choix[4]". »

[1] INA, France-Inter, *Interactualités*, 10 août 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Stratégie générale », sans date

[3] *Ibid.*

[4] *Ibid.*

D) Des dissensions internes

Cette stratégie plus offensive ne crée pas que des remous chez les mitterrandistes. Parmi les proches du député des Yvelines certains craignent également que ce positionnement ne marginalise Michel Rocard, et avec lui son courant. Les divisions sont surtout notoires entre l'équipe de campagne, favorable à pousser plus loin encore la candidature de Michel Rocard, et les cadres du PS qui freinent des deux pieds. Dans une réunion « Stratégie » du 12 novembre 1987, Claude Evin, le porte-parole, Gilbert Denoyan et Jean Lallier s'accordent sur une dégradation de l'image de Michel Rocard comme présidentiable et souhaitent une « resacralisation ». Jérôme Jaffré suggère même : « MR doit absolument se différencier de FM. Son identité s'effiloche. Il rend trop souvent hommage à FM. Il faut creuser les points où cette différence existe : la Défense Nationale, par exemple[1]. » Au contraire, les parlementaires sont beaucoup plus timorés. Louis Le Pensec, proche de Michel Rocard, tout en ayant suffisamment d'assise locale et nationale pour être autonome de lui, considère qu'il vaut mieux viser la place de Premier ministre et prône un « ticket Mitterrand-Rocard[2] ». Alain Bergounioux, à cheval entre le parti et le cabinet, essaie une synthèse :

« AB revient donc sur la stratégie à décider pour le temps présent : MR, plutôt qu'en Dauphin docile ou en Challenger agressif, doit se comporter en héritier serein, crédible et rassurant, prenant quelques risques dans les domaines où sa compétence est reconnue (économie et finance)[3]. »

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, « Reunion stratégie », 12 novembre 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, SIMONI, Corinne. *Op. cit.*, p. 28

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1985-1986, « Note pour la création d'une "cellule communication », 5 mars 1987

E) L'art de renoncer

Au début de l'année 1988, une nouvelle candidature de François Mitterrand paraît de plus en plus évidente. Les discussions au sein de l'équipe montrent que le retrait paraît désormais assuré[1]. Un petit-déjeuner à l'Elysée permet à Michel Rocard de sortir de l'impasse. L'ambiguïté autour des propos tenus permet à Michel Rocard de laisser penser à un accord passé entre les deux hommes qui écarte donc l'image d'un « Michel Rocard à nouveau roulé dans la farine[2] ».

Le député des Yvelines retrouve un écho médiatique. Les invitations se multiplient même. D'abord au *Grand Jury* de RTL, le lendemain du petit-déjeuner, durant lequel il laisse planer le doute sur ses intentions et celles du Président, avouant seulement qu'ils partagent des « vues communes sur les grands problèmes de la France ». Puis, le 24 février, il est l'invité de *L'Heure de vérité,* après deux ans sans s'y être rendu. Avant de se retirer, l'équipe veut utiliser ce rendez-vous avec l'opinion comme un rappel des grands thèmes de Michel Rocard autour d'un « discours de référence[3] ». Dans la forme comme dans le fond, tout indique que Michel Rocard a renoncé à affronter le Président sortant, même s'il ne veut pas répondre directement à la question. D'abord, le parterre d'invités met à l'honneur les mitterrandistes : Marcel Debarge, Pierre Mauroy, Jean-Pierre Chevènement, Jack Lang, Jacques Attali. A Alain Duhamel qui cherche à revenir sur la question de sa candidature, Michel Rocard répond avec humour. A une nouvelle offensive de l'éditorialiste, il botte à nouveau en touche : « je réfléchis et je décide ». Catherine Nay conclut plus péremptoirement : « J'avais un peu envie de vous plaindre : encore obligé de céder la place à François Mitterrand, est-ce que vous n'êtes pas soulagé à l'idée de ne pas être candidat ? » Un

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, « Réunion du groupe stratégie », 17 décembre 1987

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Dossier n° 2, « Réunion stratégie du jeudi 28 janvier »

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton 1987, Dossier n° 2, « Réunion du groupe stratégie », 17 décembre 1987

sondage de la SOFRES vient d'ailleurs conclure que 69 % des Français pensent que Michel Rocard est un candidat provisoire, contre 13 % le voyant en vrai candidat[1].

C'est à nouveau par le biais d'une émission que Michel Rocard annonce son retrait. Le 20 mars 1988, à *Questions à domicile,* deux jours avant la déclaration de François Mitterrand, il fait une longue leçon de pédagogie sur les raisons de sa candidature et l'explication de son retrait[2]. Il répète à trois reprises : « depuis trois ans j'ai ... » et montre qu'il a imposé l'éducation et la lutte contre la pauvreté (avec le futur revenu minimum d'insertion) comme des thèmes de la campagne. Toutefois, pour éviter l'image de « *loser* » qui risque fort de lui coller à la peau – les sondages rendus publics pendant l'émission sont accablants sur ce point : 48 % pensent que ses chances de devenir Président sont plus faibles et 46 % pensent qu'il sort affaibli de cette campagne –, il souhaite parler de son action. C'est la raison qui l'amène à tourner ce nouveau *Questions à domicile* dans la mairie de Conflans. Il peut, par exemple, brandir la Marianne d'or obtenue par sa ville pour son insertion des handicapés. Il explique également son renoncement par fidélité à son parti. Ce qui n'empêche pas Anne Sinclair de lui rétorquer, cinglante : « Ne pensez-vous pas que votre temps soit passé, avant même d'être venu ? » Dans la presse, son retrait fait d'ailleurs peu débat. Devenu une évidence depuis des mois, il paraît logique, les médias se focalisant plutôt sur les principaux candidats.

Comme en 1981, son implication dans la campagne reste limitée[3]. Toutefois, l'équipe de François Mitterrand l'utilise très rapidement et médiatise sa présence, espérant mieux rallier au chef de l'État sortant les voies centristes. Le 19 avril 1988 il est convoqué pour une ballade au Pic-Saint-Loup avec François Mitterrand. Si la photo est assassine pour Michel Rocard, à l'accoutrement préparé sur le tard et franchement ridicule, son écho médiatique est plutôt favorable (annexes, document 48). A quelques jours du second tour, il intervient également aux *Quatre vérités* pour prôner la négociation en Nouvelle-Calédonie, en

[1] INA, Antenne 2, *L'Heure de vérité*, 24 février 1988. On peut la visionner au lien suivant : http://michelrocard.org/app/photopro.sk/rocard/detail?docid=261583. Consulté le 16 septembre 2016.

[2] INA, TF1, *Questions à domicile*, 20 mars 1988

[3] *Le Monde*, 8 avril 1988

s'appuyant notamment sur les contacts qu'il a pu avoir avec les Canaques évangélistes, par le biais de l'Eglise protestante[1].

Le maire de Conflans est à nouveau obligé de se retirer face au président sortant. La situation peut même sembler plus inquiétante pour lui. Les sondages, pour la première fois depuis 1978, lui ont fait défaut, ainsi que les journalistes. De plus en plus, il paraît en décalage avec les registres de communication de son temps, qu'il rejette d'ailleurs comme des maux dangereux pour la démocratie. Même après l'échec de 1980, il restait le jeune premier du PS, auquel il restait encore le temps de se préparer pour l'avenir. Ce nouvel échec accentue au contraire une image de perdant, incapable de se hisser à la hauteur. Pire, alors qu'il avait tenté de se forger une image de bon gouvernant, dans l'opinion il ne reste pas grand-chose de son action de ministre. L'exercice du pouvoir est d'ailleurs toujours le trait qui lui manque, avec la stature internationale, pour menacer les principaux candidats à l'élection présidentielle. L'accession à Matignon va ainsi être une nouvelle occasion de combler ce retard.

[1] INA, Antenne 2, *Les Quatre Vérités*, 6 mai 1988

Conclusion de la deuxième partie

Marquant l'échec de son opposition interne à François Mitterrand, l'Appel de Conflans a aussi marqué le début d'un changement de rapport à la communication. Michel Rocard en a retiré une méfiance à l'égard des formes de communication politique « modernes ». Les médias qui avaient participé à son ascension sont désormais perçus comme ambivalents, voire, dans certains cas, néfastes à l'exercice du pouvoir et au bon fonctionnement de la démocratie. Le travail même des journalistes, en particulier des plus jeunes, et plus particulièrement leur goût pour les conflits personnels et la « petite phrase », sont dénigrés par un Michel Rocard qui perd, peu à peu, la plupart de ses soutiens dans la presse. L'objet même « communication politique » n'occupe plus la place qui était la sienne dans les années 1970, tant dans ses activités que dans son entourage. Jusqu'en 1984, Michel Rocard s'astreint au silence, afin de mieux se consacrer à ses activités ministérielles. Et même s'il redécouvre les vertus de la télévision pour parler au grand public, à partir de 1985, il reste en décalage par rapport aux nouvelles pratiques de communication politique que sont, notamment, la *peopolisation* et l'*infotainment.* S'il utilise le dévoilement de sa vie privée dans sa campagne de 1985-1988, ce n'est que très modérément, quant à l'*infotainment* il reste à l'écart de ses principaux développements. Au contraire, il privilégie les formats classiques, jusqu'à l'outrance, ce dont témoigne sa campagne d'affichage dite « Lissac » en 1987. Son entourage est aussi le reflet de ce nouveau rapport à la « communication politique ». Les conseillers en communication professionnels comme Claude Marti ou Pierre Zémor sont peu à peu écartés, et c'est à des « purs politiques » comme Jean-Paul Huchon ou Guy Carcassonne que le secteur est confié, sans pour autant que cela soit clairement organisé. Si cette nouvelle pré-campagne semble mieux organisée que celle de 1980, la « modernisation » des outils doit être tempérée, notamment par une comparaison des dispositifs élaborés sur le papier et de ceux réellement mis en œuvre. Le processus d'institutionnalisation de la « communication politique » semble donc plus que jamais limité, et le nouvel échec ne peut qu'amplifier ce rejet. Psychologique, ce détournement de la « communication politique » est sans doute aussi stratégique. Il lui permet, dans une période de triomphe de la communication, de marquer sa différence et d'apparaître comme plus sincère et se refusant à mentir à ses concitoyens, à l'image de la posture prise par un Georges Pompidou en 1969 ou Raymond Barre en 1988. A

une époque où les scandales politico-financiers se multiplient et jettent le soupçon sur le financement des campagnes de communication, Michel Rocard peut cultiver son image d'homme honnête et sincère. On peut toutefois se demande si l'accession à la seconde fonction la plus importante de la V^{ème} République va le conduire à changer de positionnement.

Troisième partie : La communication complexe (1988-1995)

« Michel Rocard en couple avec une psychanalyste ? La prochaine fois, il lui faudrait plutôt une orthophoniste. » (François Mitterrand)[1]

« Il y a des périodes historiques où le renom d'un homme, son portrait public, comptent plus que ses belles actions, où la forme extérieure des actes est plus importante que leur contenu[2]. »

[1] Propos rapportés par Bernard Poignant, entretien avec l'auteur, 14 avril 2016

[2] YAVETZ, Zvi. *La plèbe et le peuple, foule et vie politique sous le haut-empire romain*. Paris : La Découverte, 1983, p. 153

De retour au pouvoir, cette fois-ci accédant à la deuxième plus haute fonction de la V^{ème} République, Michel Rocard va bénéficier d'instruments communicationnels comme il n'en a jamais eus. C'est là une bonne occasion de voir si l'institutionnalisation de la « communication politique » est poursuivie ou abandonnée. Silencieux lorsqu'il était ministre, nous pourrons également nous demander s'il poursuit cette stratégie de discrétion, nécessaire selon lui à l'exercice du pouvoir, ou s'il va reprendre les habits du pédagogue hérités de Mendès France. Mais le passif des relations entre le Président et son nouveau Premier ministre semble plutôt présager une communication complexe, limitée. Après une campagne présidentielle marquée par l'idée de la « France unie », alors que le monde bipolaire prend fin, l'heure n'est-elle pas à un discours plus consensuel et circonspect, abandonnant les utopies mobilisatrices en vigueur jusque-là ?

Chapitre 1 : La communication au pouvoir (1988-1991)

En devenant Premier ministre, Michel Rocard va devoir relever plusieurs défis. Le plus important, cohabiter avec un Président face auquel il s'est largement construit. Par ailleurs, montrer, alors qu'il a presque toujours péché dans ce secteur, qu'il a la carrure d'un homme d'État aux yeux de l'opinion. Enfin, il va devoir confronter les théories développées dans *Le Cœur à l'ouvrage* à la pratique. Une fois au pouvoir et confronté à la conduite du gouvernement de la nation, peut-il perdurer dans son refus des effets d'annonce, et de la politique-spectacle ?

I) La structuration de la communication du Premier ministre

A) La communication au sein du cabinet : une fonction non officielle

1) Les « directeurs de communication » : une position fragile

Depuis le milieu des années 1980, nous avons vu que Michel Rocard se montre de plus en plus réticent à l'égard de la communication, et plus particulièrement de ses acteurs. Il avait ainsi préféré confier sa communication à un acteur qui n'était pas issu de ce secteur : Guy Carcassonne. Surtout la communication était en général éclatée entre plusieurs personnes. Le choix d'un directeur de communication dans son cabinet pourrait sembler en contradiction avec cette évolution. La « conseillère technique en charge de la communication » est en effet dans la première équipe de Matignon, une ancienne journaliste : Jacqueline Chabridon[1]. Celle-ci peut se prévaloir d'une longue carrière au *Figaro*, puis à RMC. Elle a également exercé des fonctions de communicante au sein du Crédit Lyonnais, de 1983 jusqu'à sa nomination à Matignon. Elle en retire un carnet d'adresses au sein du monde journalistique

[1] *Journal officiel*, 18 mai 1988

parmi les plus remplis – « excellente connaissance des gens des médias » explique Pierre Zémor dans une note à Michel Rocard[1]. C'est un atout pour un Michel Rocard en désamour avec la presse. Pour le Premier ministre, c'est aussi le pied de nez idéal à François Mitterrand, qui la connaît bien par le biais de son ancien époux Charles Hernu[2]. Présentée comme « directrice de la communication » dans la presse – un terme peu en usage dans le monde politique et très valorisant, l'action de nommer jouant un rôle essentiel dans le positionnement social[3], d'autant que les femmes du monde de la communication ont en général des fonctions peu valorisantes[4] –, le terme n'apparaît pas dans l'organigramme officiel (voir organigramme plus bas).

En réalité, si elle joue un rôle indéniable dans les relations presse, la stratégie de communication est définie ailleurs. Guy Carcassonne, officiellement en charge des relations avec le Parlement, qui a dirigé la communication de la campagne de 1988, ainsi que le directeur de cabinet, Jean-Paul Huchon, tous deux passionnés par ce sujet, le prennent en charge. A tel point que la directrice de la communication se sent parfois « court-circuitée[5] ». Elle découvre au bout de quelques mois – en août 1988 – que le Premier ministre, son directeur de cabinet et Guy Carcassonne se réunissent tous les mercredi, dans le kiosque à musique de Matignon, en compagnie des conseillers en communication du Président, Gérard Colé et Jacques Pilhan. Elle annonce alors vouloir démissionner[6], mais ce ne sera pas suivi d'effet. Elle finira par partir au bout d'un an d'exercice, le 3 avril 1989, à la suite des municipales[7], souhaitant retourner dans le privé – elle reprendra sa place au Crédit Lyonnais – et préférant « l'opposition à l'exercice du pouvoir[8] ». Elle est alors remplacée par Denis Delbourg, diplomate qui ne connaît guère le secteur. Les relations presse sont d'ailleurs retrogradées au rang, non plus des conseillers techniques, mais des chargés de mission (voir organigramme plus bas). Des soucis de santé importants amèneront ce dernier à prendre de la

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1988, « Poste Communication du P.M. »

[2] Entretien avec Jacqueline Chabridon, 27 janvier 2014

[3] BOLTANSKI, Luc. *Les cadres. La formation d'un groupe social*. Paris : Editions de minuit, 1982

[4] WALTER, Jacques. *Op. cit.,* p. 134

[5] Entretien avec Jacqueline Chabridon, 27 janvier 2014

[6] Entretien avec Gérard Colé, 9 décembre 2015

[7] *Journal officiel*, 3 avril 1988

[8] Entretien avec Jacqueline Chabridon, 27 janvier 2014

distance dans la gestion quotidienne de la communication[1]. Il n'y a plus alors de personne en charge, officiellement, de la communication rocardienne, comme le note *Libération* : « Michel Rocard n'a plus de conseiller en communication attitré, comme ce fut naguère le cas avec Claude Marti ou Pierre Zémor. La fonction "communication" est largement traitée par les politiques de Matignon, particulièrement Guy Carcassonne et Jean-Paul Huchon[2]. » Jean-Louis Missika, interrogé par le quotidien, en tire même une leçon plus générale concernant la « professionnalisation » de la communication politique. Pour lui, cela prouve qu'il « n'y a que des techniciens de la communication », sans spécificité de la fonction[3].

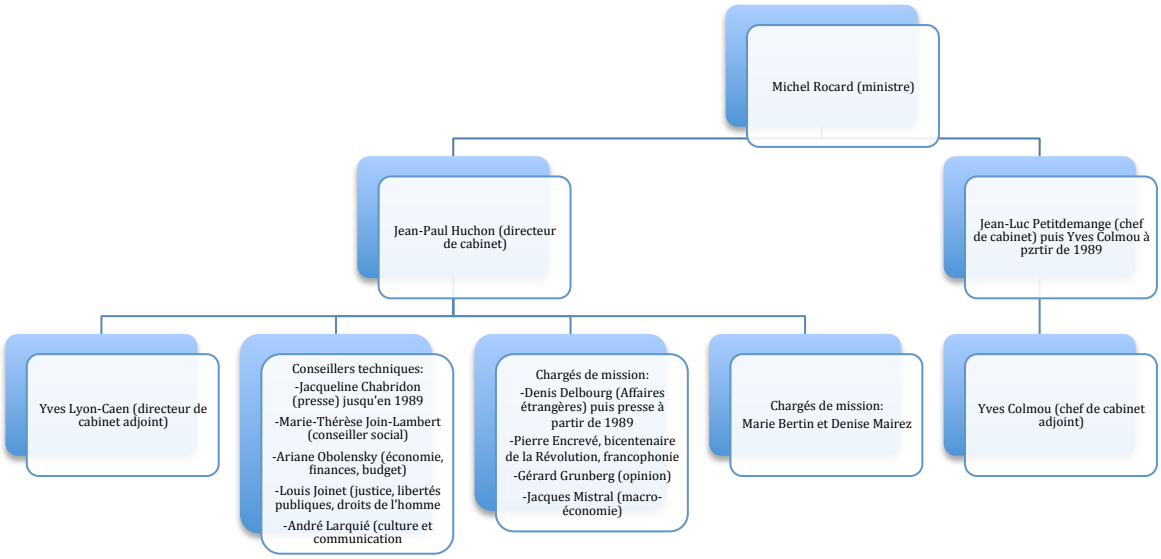
Ce sont en effet Jean-Paul Huchon et surtout Guy Carcassonne – sans que cela soit d'ailleurs officiellement défini – qui s'occuperont de la communication.

[1] Entretien avec Yves Colmou, 17 juin 2016

[2] *Libération*, 5 juin 1990

[3] *Ibid.*

Organigramme 1 : Cabinet de Michel Rocard (1988-1991)[1]



2) Guy Carcassonne : un conseiller parlementaire aux manettes de la communication

Le choix par Michel Rocard de Guy Carcassonne, juriste, comme principal conseiller en communication peut apparaître paradoxal. Stéphane Fouks lui attribue toutefois la formule : « Le droit mène à tout, à condition d'en sortir[2] ». Malgré son parcours, ou plutôt en raison de son parcours atypique, Michel Rocard lui fait une confiance absolue dans ce secteur. Lorsque la participation du Premier ministre à une émission est envisagée, c'est vers Guy Carcassonne que Michel Rocard se tourne toujours[3]. L'homme a, par ailleurs, développé au fil du temps un vif intérêt pour le sujet dont il s'occupe, dans l'entourage de Michel Rocard, depuis 1987. Comme il l'explique à Jean-Baptiste Legavre, il y trouve une forte

[1] Reconstitué à partir de l'organigramme de Matignon par années, document que nous a confié Sylvie Hubac

[2] Entretien avec Stéphane Fouks, 1er juillet 2014

[3] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon et Michel Rocard, annotée par Michel Rocard, 8 mars 1990

gratification personnelle[1]. Il a constitué un carnet d'adresses auprès des journalistes importants, que sa sympathie et sa diplomatie ont charmés. Jean-Michel Helvig parle ainsi d'un Guy Carcassonne « très courtois et sachant enrober les choses[2] ». Grand amateur de poker, il apprécie le jeu politique, et les coups de dés. Le secteur de la communication où la métaphore ludique est de bon ton[3], apparaît donc propice à son épanouissement.

Michel Rocard, de plus en plus sceptique à l'égard des effets de la communication moderne, a ainsi à sa disposition un collaborateur connaissant bien le domaine et à l'allure plus sérieuse et plus « scientifique », de par son cursus universitaire, que les communicants qu'il a connus jusque-là. D'ailleurs, bien plus qu'un responsable de la communication, Guy Carcassonne apparaît comme un stratège au service du Premier ministre. Ses archives montrent qu'il s'occupe tout autant des sondages, de la communication gouvernementale que des affaires internes au PS[4], ou encore de la rédaction des projets de loi. A la fin de la période à Matignon, il lui arrivera même d'accompagner le Premier ministre sur le terrain, notamment dans le Golfe, le 14 février 1991, pour une visite aux soldats[5]. Depuis le milieu des années 1980, il est également l'une des principales plumes de Michel Rocard, ayant co-écrit *Le Cœur à l'ouvrage*. A Matignon, on le voit ainsi rédiger des argumentaires, notamment pour la défense et la présentation de la Contribution sociale généralisée[6]. Signe de cette importance de Guy Carcassonne au sein du cabinet, il apparaît juste après le directeur-adjoint de cabinet, Yves Lyon-Caen, dans l'organigramme[7]. Avec Guy Carcassonne, Michel Rocard a donc à sa disposition un conseiller multitâches.

Son attribution officielle de « conseiller pour les relations avec le Parlement » lui donne une place d'autant plus cruciale, que le gouvernement Rocard ne peut s'appuyer que sur

[1] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 662

[2] Entretien avec Jean-Michel Helvig, 13 juin 2015

[3] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 664

[4] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Note de Manuel Valls sur le comité directeur du 21 mars 1990

[5] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, Dossier « Golfe », « Déplacement du Premier ministre en Arabie Saoudite, 14 février 1991 »

[6] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, Dossier « La CSG », Note de Guy Carcassonne, sans date

[7] Organigramme de Matignon par années, document que nous a confié Sylvie Hubac

une majorité relative. Il est ainsi réputé avoir réussi, à plusieurs reprises, à emporter une légère majorité pour voter les textes de loi, négociant tantôt avec les communistes, tantôt avec les centristes et inventant la « majorité stéréo[1] ». Ces ressources lui assurent une stabilité et une légitimité bien plus fortes qu'un simple conseiller en communication qui souffre en général de la position de « dominant-dominé », c'est-à-dire de dominant, car appartenant aux élites de la société, mais étant le plus dominé au sein de l'entourage politique, en raison du manque de légitimité attribuée au secteur communication[2]. Lui-même souligne son statut prééminent : « Il n'était ni dans mes intentions, ni dans mes intérêts d'occuper un simple rôle d'attaché de presse[3]. »

3) Jean-Paul Huchon : un Directeur de cabinet très impliqué dans la communication de son ministre

Jean-Paul Huchon, comme Guy Carcassonne, est lui aussi un passionné de communication. Déjà à la mairie de Conflans, comme premier adjoint depuis 1977, il avait cultivé ses connaissances dans ce domaine. Lui aussi s'est tissé, au fil des différents cabinets ministériels, un vrai réseau au sein des journalistes. Comme directeur de cabinet au Plan, puis à l'Agriculture, il a toujours gardé un œil sur le service de presse, travaillant constamment avec Gentiane Weil notamment[4]. Sa bonhomie et son sens de l'humour infatigables sont à même d'attirer les journalistes. Il se veut un stratège de la communication, cherchant à définir quelle pourrait être la meilleure orientation pour Michel Rocard. Cela a sans doute joué dans son inimitié croissante à l'égard de Pierre Zémor, concurrent déjà bien établi sur ce secteur. A Matignon, il va jouer un rôle essentiel dans la communication du Premier ministre. Ses

[1] Intervention d'Yves Colmou, « Guy Carcassonne et le Parlement », Colloque « Hommage à Guy Carcassonne », Conseil Constitutionnel, 10 avril 2014

[2] LEGAVRE, Jean-Baptiste. L'horizon local de la communication politique. Retour sur la diffusion d'une expertise. *Politix*, 1994, vol. 7, p. 76-99

[3] LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication. Op. cit.,* p. 662

[4] Entretien avec Gentiane Weil, 28 mars 2013

échanges avec Bernard Spitz, le jeune directeur de cabinet du secrétaire d'État au Plan (Lionel Stoléru), en témoignent[1]. Dans ses mémoires, il fait même de ce secteur sa chasse gardée :

« La maîtrise de la communication gouvernementale nous était exclusivement réservée, à Carcassonne et à moi. Nous informions chaque jour la cellule presse du "panier de la ménagère". Et tous les mercredis, avec Michel Rocard et Jacques Pilhan, nous fixions la ligne de communication de la semaine et, généralement, du mois. Nous seuls avions pouvoir de parler à l'extérieur, cependant, il ne s'agissait pas de parole officielle, réservée au Premier ministre, mais plutôt d'une sorte de "background" que nous fournissions aux journalistes, une grille de lecture[2]. » Ce n'est donc pas étonnant que ce soit lui le principal interlocuteur, avec Michel Rocard, des communicants de l'Elysée, Jacques Pilhan et Gérard Colé.

4) L'emprunt des communicants de l'Élysée

Pour sa communication, Michel Rocard peut aussi compter sur le couple Jacques Pilhan et Gérard Colé. Les deux hommes, qui officient depuis 1984 auprès du Président, conseillent de manière hebdomadaire le Premier ministre, avec l'accord de leur « patron ». Ils se réunissent peu après la nomination du Premier ministre, à Conflans-Sainte-Honorine durant deux jours, chez Jean-Paul Huchon, afin de concevoir avec Michel Rocard « le scénario de Prométhée », qui doit guider la relation Michel Rocard-François Mitterrand[3]. S'il veut devenir Président à son tour, Michel Rocard doit « voler le feu de Jupiter » – alias François Mitterrand –, mais de manière paisible : « Il y a là une logique de filiation qui suppose, dans la phase actuelle, un strict respect des prérogatives élyséennes[4]. » Avant les grandes émissions télévisées comme *Sept sur Sept* ou une intervention au JT de 20h, ils font

[1] Archives de Bernard Spitz, Cartons « Matignon », 1988-1991

[2] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 143

[3] Entretien avec Jean-Paul Huchon, 15 janvier 2014

[4] BAZIN, François. *Le sorcier de l'Elysée : l'histoire secrète de Jacques Pilhan.* Paris : Plon, 2009, p. 168

faire à Michel Rocard des séances de *mediatraining*[1]. Ils se réunissent également toutes les semaines, le mercredi à 19h, pour faire le point dans le pavillon à musique de Matignon[2].

Michel Rocard pourrait se montrer soupçonneux à l'égard de ces conseillers venus de l'Elysée. Ils ne font d'ailleurs pas l'unanimité dans son entourage[3]. Au contraire, il leur accorde une grande confiance et même près de trente ans après se dit « admirateur du travail » de ces « deux génies de la communication », auxquels il accordait une « confiance totale »[4]. Les deux hommes vont en effet jouer le rôle de tampon entre les deux « camps » (Matignon et l'Élysée), cherchant à apaiser les tensions et à éviter la confrontation ouverte, action qui plaît à un Premier ministre soucieux de préserver sa relation au Chef de l'État. Il apprécie aussi leur manière de faire et notamment de penser. Jacques Pilhan, surtout, est un astucieux adepte du braconnage dans les sciences sociales. Il aime théoriser son action comme il le montrera dans son article « L'écriture médiatique[5] ». Cette approche aux atours scientifiques, faisant référence tantôt à la psychologie, à la sociologie ou à l'école de Palo Alto, plaît à un Michel Rocard fasciné par les théoriciens[6].

Les deux conseillers, payés à l'aide des fonds secrets de Matignon, font bénéficier le Premier ministre des enquêtes qualitatives qu'ils mènent déjà depuis quatre ans à l'aide de *focus groups*. Il s'agit d'une méthode issue des recherches en sciences sociales américaines consistant à interroger un groupe de personnes sur plusieurs sujets autour d'un « coach » – Jacques Alfonsi. Cette méthode alors novatrice en France, permet de laisser plus de place à l'expression personnelle des acteurs. Surtout, le débat de groupe met en valeur les interactions entre les participants, autant de reflets des opinions suivant les positions sociales.

[1] *Ibid.,* p. 216

[2] *Ibid.,* p. 173

[3] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013

[4] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[5] PILHAN, Jacques. L'écriture médiatique. Entretien avec Jacques Pilhan. *Art. cit.*

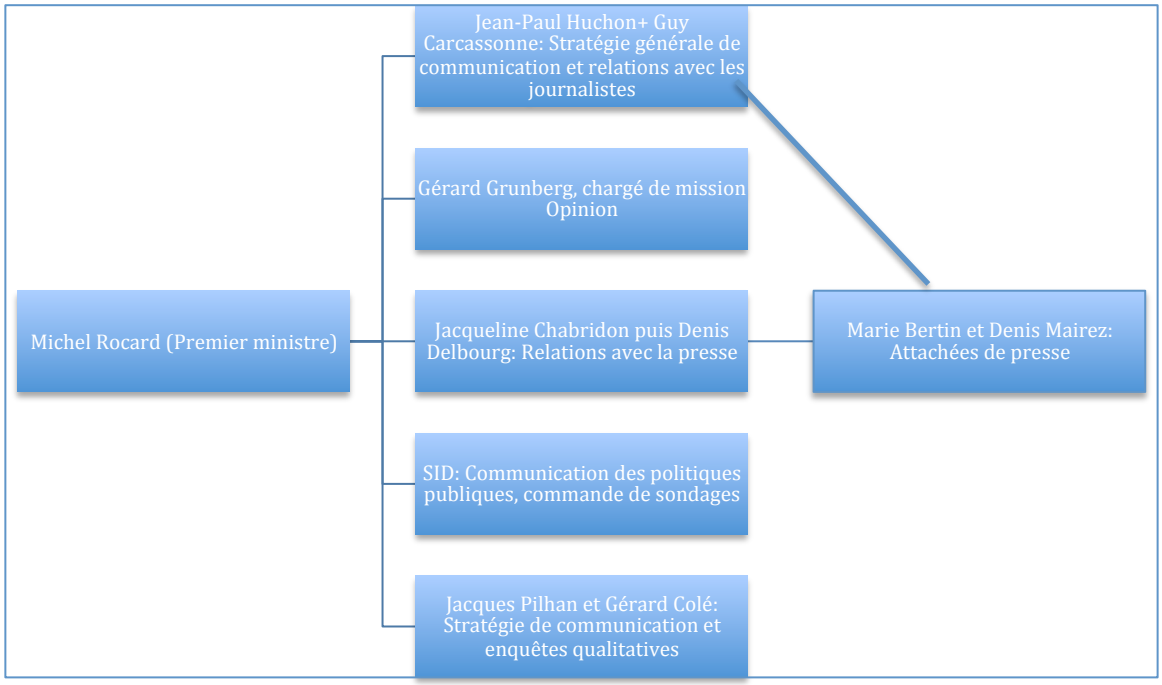
[6] Entretien avec Jean-Luc Mano, 4 juillet 2014

5) Les attachées de presse

En l'absence d'un responsable identifié des relations presse – à partir de 1990 plus personne n'est en charge de ce secteur parmi les conseillers techniques et chargés de mission, jusqu'au retour de congé de maladie de Denis Delbourg en 1991 –, c'est à Marie Bertin et Denise Mairez d'assumer intégralement la tâche. Celles-ci sont qualifiées de « chargées de mission relation avec la presse » (voir organigramme 1). Ce qui les situe, certes, hiérarchiquement en dessous des autres chargés de mission, mais tout de même au-dessus des attachés parlementaires et des secrétaires[1]. Mais comme le montrent les témoignages, leur rôle est avant tout d'exécutantes. Leur travail est encadré par Jean-Paul Huchon et surtout Guy Carcassonne, comme en témoigne Marie Bertin. Le conseiller pour les relations avec le Parlement partage d'ailleurs son bureau avec Marie Bertin et Denise Mairez. Depuis 1986, Marie Bertin a acquis une bonne connaissance du milieu rocardien et bénéficie d'une bonne relation avec son supérieur hiérarchique tacite, Guy Carcassonne.

[1] Organigramme de Matignon par années, document que nous a confié Sylvie Hubac.

Organigramme 2: Reconstitution de la hiérarchie des acteurs chargés de la communication à Matignon à partir des organigrammes du cabinet, des témoignages et des archives



B) Le rôle du SID : entre communication publique et politique

1) Une volonté d'autonomisation

Outre l'équipe du cabinet, pour sa communication, Michel Rocard peut compter sur le support du Service d'information et de diffusion du gouvernement. Ce service est une création relativement récente dans l'histoire politique française. Comme l'a bien montré Didier Georgakakis, les premières tentatives d'instauration d'une communication gouvernementale sur le modèle de ce qui se faisait déjà aux États-Unis – on peut penser à la

Creel Commission apparue en 1917 –, en Angleterre ou en Allemagne, ont avorté[1]. Le commissariat général à l'information, créé en 1939, se trouve confronté à une culture républicaine très hostile à ces formes de médiation rompant la relation directe que doit avoir le citoyen avec le politique. Après guerre, à l'exception du ministère de l'information, qui, par son contrôle sur les médias, joue un rôle dans la construction de l'image gouvernementale, on ne trouve pas de service dédié en tant que tel à la communication des mesures gouvernementales[2]. C'est seulement à partir de 1964, avec la création du service de liaison interministérielle de l'information, sous la responsabilité d'Alain Peyrefitte avec à ses côtés 12 conseillers techniques, que la communication du gouvernement retrouve de la voix. Désormais, on va assister à la reconfiguration récurrente de ce service – Denis Beaudoin tentera de centraliser toutes les campagnes de communication gouvernementales en 1969, mais sans succès durable[3] –, preuve de son instabilité, mais aussi signe de son amplification. Ainsi, le comité interministériel pour l'information créé en 1968 aura également en charge les sondages. L'institution se stabilise à partir de 1976 avec la création du SID (Service d'information et de diffusion du gouvernement). Le service a, en plus de la commande de sondages pour le gouvernement, la mission de diriger les campagnes de communication et la constitution de revues de presse[4]. Mais il doit se confronter à une habitude de commande de sondages et de campagnes de communication déjà bien ancrée dans les différents ministères, au point que les premières années du SID s'apparentent à une croisade pour imposer son rôle de plaque tournante, au risque de ne rester qu'une extension du service de communication de Matignon, comme l'admet Thierry Pfister, ancien directeur de la communication du Premier ministre Pierre Mauroy : « Le plus souvent ce n'est qu'une sorte de super cabinet du porte-parole du gouvernement[5]. »

Ainsi, si le Service d'information et de diffusion est créé comme une entité visant l'intérêt général, Caroline Ollivier-Yaniv a bien montré que la défense des intérêts du Premier

[1] GEORGAKAKIS, Didier. *La République contre la propagande. Op. cit.*

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, SAGEOT, Claude. *Le service d'information et de diffusion du Premier ministre*. Travail de DESS, 21 novembre 1990

[3] PFISTER, Thierry. *La vie quotidienne à Matignon au temps de l'Union de la gauche*. Paris : Hachette, 1985, p. 228

[4] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 14

[5] *Ibid.,* p. 228

ministre n'est jamais bien loin[1]. L'équipe de Matignon en est d'ailleurs consciente : « Pour autant, il est vrai que le SID présente un cas particulier, dans la mesure où sa fonction, il ne faut pas se le cacher, n'est pas seulement gouvernementale, mais également de propagande[2]. » Elisabeth Dupoirier met en valeur la réputation du SID comme « officine pour la communication du Premier ministre » et que l'on évoquait « en se bouchant le nez[3] ».

Toutefois, on dénote au sein du cabinet de Michel Rocard une nette volonté de donner plus d'autonomie à l'institution par rapport aux intérêts stratégiques du Premier ministre. Pour ce faire, un audit est d'abord confié à Jean-Louis Missika, personnalité reconnue du monde universitaire et des premières recherches sur la communication moderne. Avec Dominique Wolton, il a notamment écrit un ouvrage de référence sur la télévision : *La folle du logis*[4]. Il appartient alors au CEVIPOF, centre de recherche de Sciences Po déjà très bien représenté dans l'entourage du Premier ministre. Dans cet audit, il souligne les limites du SID jusque-là, et en particulier la focalisation uniquement sur la communication du Premier ministre. Selon ce rapport, le SID participe même à des formes de corruption via des rétro-commissions, lors des campagnes de publicité ministérielles[5]. Son étude lui vaut de se voir confier la direction du SID, avec pour mission de « nettoyer les écuries d'Augias[6] ». A rebours de la tradition qui voulait, jusque-là, que le chef du SID soit un proche du Premier ministre ou au moins un fidèle politique – c'est le cas sous Pierre Mauroy avec Jean-Cyril Spinetta, ainsi que sous Laurent Fabius avec Joseph Daniel –, c'est donc un universitaire qui est choisi, aux convictions compatibles avec celles de Michel Rocard, mais sans être encarté, ni membre de l'entourage[7]. Cette nomination n'est d'ailleurs pas des plus simples, l'Elysée se montrant suspicieux à l'égard d'une figure inconnue et n'appartenant pas au parti[8]. On retrouve

[1] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.*

[2] Archives nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Note sur « l'information gouvernementale », Note de Guy Carcassonne à Jean-Paul Huchon, 18 mai 1988

[3] Entretien avec Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012

[4] MISSIKA, Jean-Louis et WOLTON, Dominique. *La folle du logis : la télévision dans les sociétés démocratiques*. Paris : Gallimard, 1983

[5] Entretien avec Jean-Louis Missika, 30 novembre 2010

[6] Entretien avec Jean-Louis Missika, 13 juin 2014

[7] *Ibid.*

[8] Entretien avec Jean-Louis Missika, 30 novembre 2010

également dans le choix d'un chercheur l'attention de Michel Rocard pour les cursus universitaires, dont la plupart de ses proches sont pourvus. Plus précisément c'est un chercheur issu de Sciences Po où, outre Gérard Grunberg, Jean-Luc Parodi, on trouve également l'épouse de Michèle Rocard. Ariane Chemin a bien décrit dans son ouvrage *La promo : Sciences Po 1986* l'attraction et les réseaux rocardiens au sein des enseignants-chercheurs de la « grande école » de science politique[1]. Il y a, enfin, la volonté de choisir un professionnel du domaine, alors que les prédécesseurs, s'ils avaient touché à la communication comme Joseph Daniel, étaient pour la plupart des collaborateurs politiques ou des hauts fonctionnaires : Jacques Bille (1976-1981), Jean-Cyril Spinetta (1981-1983), Jean-Pierre Charverron (1986-1987), Gérard Coste (1987-1988).

Cette autonomisation des enjeux politiques personnalisés doit permettre de défendre une notion alors en plein essor : la communication publique. Pour ses promoteurs – parmi lesquels on trouve des piliers du rocardisme comme Pierre Zémor[2] – celle-ci se distingue de la communication politique par son service de l'intérêt public, alors que la communication politique serait plutôt centrée sur les intérêts particuliers des leaders politiques. Les recherches faites sur le SID, à la même époque, tendent à montrer une volonté d'aller dans ce sens : « Avec Mr Jean-Louis Missika, actuel directeur, le SID se veut autonome, sans aucune tutelle ni censure de l'Elysée (...) et surtout en accord parfait avec le cabinet du Premier ministre[3]. » Autre preuve de cette volonté de distanciation du politique, *La Lettre de Matignon,* un bimensuel adressé aux élus et aux administrations, est confiée à une journaliste de l'AFP, Dominique Vernier, plutôt qu'à un proche comme cela se faisait jusque-là[4]. C'est d'ailleurs sous la direction de Jean-Louis Missika que l'unique enquête sur le lectorat de la revue est réalisée[5].

[1] CHEMIN, Ariane. *La promo Sciences Po 1986*. Paris : Stock, 2004

[2] Il co-fonde en 1989 l'association Communication Publique qu'il présidera pendant vingt ans, et rédige en 1995 un Que sais-je ? intitulé *La communication publique*. (ZEMOR, Pierre. *La communication publique*. Paris : PUF, 1995

[3] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, CONAN, Sylvie et VALLEE, Anne-Marie. *Mémoire de DESS*, transmis par Denis-Philippe Boissier à Michel Rocard, 9 mars 1989

[4] Entretien avec Dorine Bregman, 15 octobre 2015

[5] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 181

2) Une tentative de « rationalisation » des moyens de communication gouvernementaux

En pratique, cette distanciation des stratégies politiques, se traduit notamment par une tentative de « rationalisation » et de centralisation des sondages. Celle-ci est indispensable pour pérenniser une institution toujours fragile comme en témoigne la volonté de mettre fin au service par la nouvelle équipe de Matignon. Jusque-là, chaque ministère commandait ses propres sondages, même si depuis 1976 il devait demander l'autorisation du SID. La plupart des ministères, notamment les plus puissants, comme Bercy, continuaient à transgresser cette règle[1]. Jean-Louis Missika, avec l'appui de Michel Rocard, souhaite imposer cette autorisation et favoriser, par des prix plus attractifs, la centralisation par le SID de la commande de sondages gouvernementaux. Cette autorisation préalable doit aussi empêcher les cabinets de faire des commandes concernant uniquement la popularité du ministre. Le Premier ministre souhaite également éviter les collusions entre certaines personnalités politiques et des instituts de sondages. Cette œuvre de « rationalisation » ne plaira pas à tout le monde, et entraîne des pressions venant de l'Elysée où les conseillers du Président entretiennent des relations privilégiées avec Ipsos, par le biais de Jean-Marc Lech[2], alors que l'équipe de Matignon est réputée plus proche de la SOFRES (Jérôme Jaffré et Elisabeth Dupoirier y ont travaillé).

Cette « rationalisation » est complétée par une volonté de « scientifisation », tendance alors à l'œuvre dans la politique, comme a pu le montrer Jürgen Habermas[3]. Le recrutement d'Elisabeth Dupoirier pour s'occuper du secteur sondages, ainsi que d'autres collaborateurs issus du troisième cycle de science politique à Sciences Po, comme Dorine Bregman, s'inscrit justement dans cette lignée. Ils amènent avec eux des outils des sciences sociales, jusque-là peu utilisés dans la communication gouvernementale, plus habituée à user des outils du marketing commercial. Ils mettent notamment en œuvre des méthodes d'analyse quantitative et qualitative pour étudier les médias : « Les interventions sont comptabilisées et minutées. Considérées comme autant d'unités d'information, elles sont ensuite classées selon une

[1] Entretien avec Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012

[2] Entretien avec Jean-Louis Missika, 13 juin 2014

[3] HABERMAS, Jürgen. *La technique et la science comme idéologie*. Paris : Gallimard, 1973

typologie distinguant informations – au sens d'une description factuelle et la plus neutre possible du sujet traité –, commentaires, brèves et prises de parole[1]. » Au début de l'année 1989, cet outil est même généralisé non plus seulement aux seules prises de parole des membres du gouvernement, mais à l'ensemble des thèmes traités par les médias, permettant de relativiser le thème gouvernemental par rapport à son environnement médiatique[2]. En s'appuyant sur les réflexions des universitaires américains portant sur la notion d'*agenda setting*[3], il s'agit de quantifier les thèmes abordés par les médias, tant audiovisuels que la presse écrite, afin de voir quelles thématiques constituent l'agenda et de comparer cet agenda médiatique aux thèmes privilégiés par l'opinion. Cela permet également de mieux connaître le cadrage autour de la politique du gouvernement et d'essayer de le corriger lorsqu'il est négatif. Enfin, de telles études permettent de dégager des médias « prescripteurs », ceux qui vont s'imposer aux autres. Ces outils sont d'ailleurs mis à la disposition des leaders d'opinion. Cela se traduit par la création en 1989 de *Tendance de l'opinion* et *Tendance des médias,* diffusés à 250 exemplaires pour l'hebdomadaire et 350 pour le mensuel[4].

Cette œuvre de « rationalisation » passe également par la réduction du nombre d'enquêtes. A partir de 1989, un « baromètre social » vient concentrer les différentes études commandées par les ministères en un seul indicateur global. Celui-ci permet de réduire le nombre d'enquêtes, dont certaines se recoupaient jusque-là. S'il provoque une forte hausse du budget du SID, en réalité une grande partie de son coût est prise en charge par les différents ministères qui y participent. Concernant les enquêtes qualitatives, des appels d'offre sont désormais réalisés plutôt que de recourir à une liste bloquée d'instituts comme cela se faisait jusque-là[5].

Cette « rationalisation » se traduit aussi dans la commande de campagnes de communication. Le SID cherche là encore à centraliser, avec un peu moins de succès, ces commandes. Il souhaite mettre en place une coordination de tous les ministères pour l'achat

[1] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 285

[2] *Ibid.,* p. 286

[3] Entretien avec Dorine Bregman, 15 octobre 2015

[4] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, « Département analyse et études d'opinion, point d'activité à examiner », sans date

[5] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, « Dépenses d'études et sondages en 1989 et 1990 », 1er août 1990

d'espaces publicitaires[1]. Cela passe par un recensement auprès de l'ensemble des ministères des opérations de communication prévues, afin d'éviter les chevauchements et de rationaliser les commandes. Par ailleurs, Jean-Louis Missika souhaite faire du SID une véritable agence de communication, au service de chacun des ministères, les aidant à mettre en œuvre leur communication et faisant un bilan de celle-ci[2]. Par le biais du département « campagnes de communication », le SID met à la disposition des ministères une assistance pour pré-sélectionner les agences, choisir les stratégies, définir des plans médias, mettre en œuvre les études nécessaires, ainsi qu'un abattement tarifaire – « abattement SID » – lorsque la campagne a reçu « l'agrément » de Matignon[3].

S'il semble y avoir eu des évolutions notables, on peut quand même mettre en doute l'effectivité de la coordination voulue par le nouveau chef du SID. Ce discours semble être une marotte de tous les responsables successifs du service et l'organisation d'une commande centralisée de sondages semble « être un échec à répétition et plus généralement un leurre prolongé[4] ». On peut également s'interroger sur la fin de la collusion entre politique gouvernementale et instituts de sondage. Plus qu'à la fin d'un système reposant sur un réseau regroupant « le SID, les principaux instituts de sondages et l'ensemble formé par les centres de recherche », on voit plutôt un réseau – celui de d'IPSOS bénéficiant de sa proximité avec le président de la République – perdre son hégémonie au profit d'un autre : le réseau SOFRES, auquel Elisabeth Dupoirier et Jérôme Jaffré – un autre proche du Premier ministre – appartiennent.

3) Une communication au service du Premier ministre

Cette autonomisation apparente à l'égard des enjeux stratégiques du Premier ministre n'est donc que relative. Caroline Ollivier-Yaniv souligne ainsi que « la stricte distinction

[1] Entretien avec Jean-Louis Missika, 13 juin 2014

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, « Note à l'attention de Jean-Louis Missika » de Sylvie Chuard, 13 septembre 1988

[3] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, Note « Campagnes d'information gouvernementales », mai 1986

[4] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 266

entre l'institution et ses représentants n'est que formelle et ne résiste pas à l'épreuve de la réalité »[1]. Comme le montrent les archives du SID, celui-ci a également pour vocation de mettre en valeur le rôle du Premier ministre, voire de favoriser une identification entre les actions publiques et Michel Rocard. Les missions du SID sont ainsi clairement définies en septembre 1988 :

« Avant tout mettre en valeur l'image du Premier ministre, mais aussi pour favoriser ses contacts avec la société civile, à travers les relais de responsables et de leaders d'opinion (...) coordonner l'action parfois dispersée des ministères et de recentrer la relation publique, lorsque cela s'impose, en faveur du Premier ministre ; mieux connaître l'avis de l'opinion à travers ses relais culturels et associatifs, en "travaillant" ces milieux "pour le compte" du Premier ministre dont l'emploi du temps, toujours très chargé, ne permet pas de recevoir tout le monde ; rechercher systématiquement à associer l'image et l'action du Premier ministre à des initiatives d'entités non-gouvernementales (domaine social, humanitaire, éducatif et de la recherche) en proposant des co-productions avec les services du Premier ministre (et non plus seulement un discours ou une inauguration) ; bâtir des opérations spécifiques à grande visibilité dont le Premier ministre est présenté comme l'initiateur ou le tuteur[2]. »

C'est une fonction d'autant plus décisive que Michel Rocard ne communique que peu lui-même sur ses politiques publiques, comme nous aurons l'occasion de le voir par la suite. Sa valorisation passe notamment par l'écriture de tribunes dans *La Lettre de Matignon* :

« Les tribunes signées du Premier ministre y sont en revanche régulières, en particulier lors de l'arrivée ou de la sortie présumée d'une équipe gouvernementale. P. Mauroy, L. Fabius, M. Rocard, P. Bérégovoy, tout comme E. Balladur se livreront ainsi à l'exercice d'écriture d'une tribune ou d'une introduction, le plus souvent dans des numéros visant à faire le bilan de leur action au gouvernement. (...) Ce faisant, *La Lettre de Matignon* n'est plus seulement le simple reflet de l'actualité gouvernementale : elle en devient une tribune, un lieu d'expression et en définitive, un véritable instrument pour les gouvernants en tant qu'acteurs politiques à part entière[3]. »

---

[1] *Ibid.,* p. 187

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, « Note à l'attention de Jean-Louis Missika » de Sylvie Chuard, 13 septembre 1988

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 179

Cette *Lettre* qui peut apparaître anecdotique tant son lectorat est réduit, a en fait une fonction très importante, elle a pour rôle de « fournir l'information la plus claire possible sur les grandes décisions gouvernementales[1] » aux leaders d'opinion – elle est adressée essentiellement aux journalistes et aux élus. Elle est d'ailleurs remaniée par chaque nouveau ministre. Michel Rocard n'y manquera pas, la faisant revenir à son format quatre feuillets original et rompant avec l'« aspect plus accrocheur, plus combatif, soutenu par de multiples photos et titres en gras » qu'elle avait pris sous Jacques Chirac[2]. En janvier 1990, alors que les critiques sont fortes sur le bilan de Michel Rocard, et ce dans le contexte du Congrès de Rennes, le SID publie un supplément de *La Lettre de Matignon* intitulé : « 20 mois d'action » et qui vise à défendre le bilan du gouvernement[3].

Mais cette publication, importante pour toucher des leaders d'opinion reste tout de même confidentielle. Le SID promeut aussi la personne du Premier ministre par l'écriture d'ouvrages, notamment sur un sujet aussi sensible que la politique sociale, avec un fascicule présentant le programme du gouvernement, accompagné d'extraits de discours du Premier ministre, ou les retraites avec le *Livre Blanc sur les retraites*. Pour ce dernier, Elie Cohen est chargé de rédiger une première mouture avec relecture du chef du SID. Après cette ébauche, à l'image de la communication rocardienne jugée austère, le SID, sur l'avis de l'éditeur, participe à rendre plus attractif l'ouvrage par une couverture plus colorée et une quatrième de couverture plus accrocheuse[4]. La publication fera l'objet d'une grande campagne de communication, sans commune mesure avec les moyens employés jusque-là pour la publication des ouvrages de Michel Rocard. Après un appel d'offre, c'est finalement l'agence Sertillange Communication qui obtient le marché. Des espaces publicitaires dans la presse sont achetés pour 250 000 F, avec un budget total de 400 000 F pour la promotion du livre[5].

[1] Document interne au SID, cité par OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit.,* p. 168

[2] *Ibid.*

[3] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », Supplément de *La Lettre de Matignon*, « 20 mois d'action », 23 janvier 1990

[4] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Fax d'Eric Vignes à Jean-Louis Missika, 5 avril 1991

[5] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Lettre d'Elisabeth Dupoirier à Dominique Guéna, 26 avril 1991

Un film sur le *Livre blanc* est également réalisé par Jean-Luc Léridon et diffusé sur Antenne 2 pour un coût de 390 000F[1].

Après le départ de la « directrice de la communication » de Matignon, au printemps 1989, le chef du SID tente également de s'impliquer dans la définition de la communication personnelle du Premier ministre. Pour cela, il met en place un groupe « d'experts en communication ». Cette équipe autour de Jean-Louis Missika et Elisabeth Dupoirier se compose de membres du cabinet – le directeur de cabinet Jean-Paul Huchon, Guy Carcassonne, Denis Delbourg nouveau chargé de communication, Marisol Touraine conseillère pour les Affaires étrangères, Gérard Grunberg, le conseiller sondages – et de spécialistes en communication de l'entourage de Michel Rocard comme Roland Cayrol, Pierre Zémor, Dominique Wolton, Denis Muzet, directeur de l'Institut Médiascopie, Xavier Roy, Philippe Lemoine, directeur général de Monoprix. Ils se réunissent, discrètement, tous les premiers jeudis du mois à partir de juin 1989, dans les locaux du SID, avec pour but d' « élaborer une note mensuelle de propositions et d'alerte destinée au cabinet du Premier ministre, en vue des actions de communication politique à prévoir[2] ». Toutefois, il ne reste plus d'autres traces de ce groupe à partir de l'automne 1989, et selon Pierre Zémor, qui y a participé, il semble avoir été abandonné rapidement[3].

Mais la principale contribution du SID à la communication du Premier ministre réside dans la consultation de l'opinion. C'est là l'une des principales activités du SID depuis sa création. L'intérêt de Jean-Louis Missika, de par sa formation au sein du département de science politique à Sciences Po, n'a fait que renforcer cette tendance. Il place justement à la tête du service une autre spécialiste des sondages : Elisabeth Dupoirier. Celle-ci, outre ses activités de recherche au CEVIPOF et d'enseignement à Sciences Po, est directrice de recherche à la SOFRES[4]. Si le Chef du SID entreprend un travail de rationalisation et de centralisation de la commande de sondages au sein du gouvernement, pour améliorer le suivi de l'opinion à l'égard des politiques publiques, cela n'écarte pas totalement, loin de là, le suivi

[1] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Lettre de Pierre-Henri Arnstam à Jean-Louis Missika, 5 juillet 1991

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », « Groupe Expert SID », notes manuscrites, sans date

[3] Entretien avec Pierre Zémor, 6 juin 2013

[4] Entretien avec Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012

de l'image primo-ministérielle. Plusieurs vagues d'un sondage SOFRES ont pour but de mesurer l'image du Premier ministre au fil du temps. Cette enquête, très détaillée, mesure la satisfaction à son égard, mais aussi sa capacité à répondre aux problèmes concrets, ainsi que son autorité, suivant les catégories socio-professionnelles[1]. Par ailleurs, dans les enquêtes sur *Le livre blanc sur les retraites*, les sondés sont interrogés sur la personne à qui ils attribuent l'ouverture du débat sur les retraites (44 % pour Michel Rocard), ainsi que sur la confiance qu'ils accordent au Premier ministre pour réformer le système des retraites (45 % ne lui font pas confiance contre 44 %)[2]. Ces sondages visent ainsi à restituer l'influence de ces politiques publiques sur l'image du Premier ministre. Ils guident également son discours. Ainsi, avant d'intervenir pour parler de la social-démocratie à l'invitation du *Journal des élections* et de plusieurs journaux de référence européens, le Premier ministre commande au SID un sondage sur ce thème. Ses interventions pour défendre la CSG, à l'automne 1991, seront fortement inspirées des enquêtes menées par Elisabeth Dupoirier sur le sujet.

C) Des reliquats de communication extérieurs au cabinet

1) Le groupe Prospol

Si des groupes annexes s'étaient maintenus en dépit de la concentration de la communication au sein des différentes équipes ministérielles jusque-là, l'arrivée à Matignon finit de les marginaliser. Ils ont perdu de leur influence avec le temps et l'accroissement de la place prise par Guy Carcassonne. Surtout, les rapports entre Pierre Zémor et Jean-Paul Huchon se sont considérablement dégradés, au point que le directeur de cabinet souhaite le départ de celui qui était « conseiller » dans le premier organigramme à Matignon. Il sera nommé au Conseil d'État, après une bataille épique contre Georges Marchais dans la 11ème

[1] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, « Sondage SOFRES-Matignon sur l'image du Premier ministre, 4ème vague, 18-22 mai 1990 »

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Note d'Elisabeth Dupoirier, 30 avril 1991

circonscription du Val-de-Marne, en juin 1988. A partir de ce moment, il paraît plus éloigné de l'entourage rocardien, se plaignant même d'en avoir été marginalisé :

« Je ne peux accepter de voir ma collaboration écartée par des animateurs du courant à l'égard desquels ma loyauté a été sans faille (investissements, conseils, absence de "coups fourrés" dans les jeux de pouvoir, coordination discrète quand nécessaire...). (...) Mais, alors que je faisais partie de ton conseil politique depuis 1974, pour modestement apporter quelques idées de méthode, d'organisation, de bon sens, quelques réflexes encore peu fréquents sur l'aspect communication... et peu à peu des éléments de la mémoire et de l'identité rocardiennes, je n'y suis plus convoqué depuis Rennes... Gérard Lindeperg m'a indiqué qu'une prochaine occasion pourra être saisie de m'y faire revenir. Je te saurais gré de la favoriser[1]. »

Si le Groupe image a disparu en 1987-1988, Prospol va toutefois se maintenir autour de Pierre Zémor et surtout de Michèle Rocard, qui peut toujours assurer la courroie de transmission avec son époux. C'est par son biais que le groupe va continuer à garder un peu d'influence, même si les rapports entre Michel et Michèle sont également en train de se détériorer.

Marginalisé de l'équipe de Matignon, on ne s'étonnera pas que le groupe émette des avis plutôt en désaccord avec la stratégie menée. Ils sont particulièrement critiques de l'absence de pédagogie politique du Premier ministre : « La réduction perçue des contenus, au regard des présences et des apparitions symboliques fortes, car attachées à la fonction, ne menace-t-elle pas à terme certains fondements de l'image ? [2] » On voit clairement s'exprimer au travers de ces différences de position, un clivage plus général entre ce que Patrick Viveret appelle les « mendésistes » et les « pompidoliens[3] ». La première catégorie rassemblerait tous ceux qui souhaitent que Michel Rocard mette en œuvre sa politique, même si cela doit l'amener à rompre avec François Mitterrand. On les trouve essentiellement dans l'entourage large, notamment au sein du courant PS. Au contraire, les « pompidoliens », largement majoritaires au cabinet, souhaiteraient rester le plus longtemps possible au pouvoir, pour

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », Dossier 1988-1991, Lettre à Michel Rocard datée du 13 juin 1990

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », « Note à Michel Rocard », sans date

[3] Entretien avec Patrick Viveret, 13 janvier 2014

renforcer l'image de gouvernant de Michel Rocard. Cela les amène à privilégier une stratégie de discrétion et à mettre en avant les bonnes relations entre le Premier ministre et son Président. Pierre Zémor, et plus généralement le groupe Prospol, font clairement partie du premier groupe. Cela les amène à conseiller à Michel Rocard certes de « coller en toute occasion et de très près, à François Mitterrand, ce qui entend faire apparaître une complète loyauté. Mais celle-ci n'a pas toutes les chances d'être retenue par François Mitterrand ou ses proches (cf Joxe qui, récemment à *Sept sur Sept*, aurait attendu que Michel Rocard s'expliquât plus). (...) Le style ne ressort pas assez. Le mettre en évidence, en situation, à Matignon, est naturellement indispensable pour l'avenir[1]. »

Certes, ils se montrent aussi très conscients de l'importance de la discrétion. Ainsi, à la suite du *Questions à domicile* de Michel Rocard en décembre 1989, Pierre Zémor loue le « dépouillement (...) une efficacité dépouillée d'artifice » du Premier ministre, à même de favoriser « une tentative de réhabilitation de la politique[2] ». En opposition à l'image terne que cultive le Premier ministre, ils lui conseillent pourtant de moderniser son style : « Photos en action (à l'occasion au bureau en bras de chemise...)[3]. » Ces propositions ne seront pas entendues, tout comme le réemploi de la formule mendésiste des « conversations au coin du feu » :

« Proposer un nouveau style (on n'est pas obligé de se plier à "*L'Heure de vérité*" pour laquelle je suis harcelé) d'émission où le Premier ministre explique ce qu'il fait et répond à des questions soit de 4 ou 5 journalistes (cooptés pour préfigurer la confiance faite à l'organisation de la profession), soit de 2 ou 3 journalistes et 2 ou 3 non journalistes choisis selon les problèmes traités (but : mélanger politique et pédagogie)[4] ».

A longueur de notes, Pierre Zémor et le groupe Prospol proposent à Michel Rocard de plus communiquer, alors que celui-ci raréfie sa parole : « article ou entretien dans *Le Monde*.

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », « Note à Michel Rocard », sans date

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », Note de Pierre Zémor « Premières interventions, Propositions note n° 1 », 9 mai 1988

[3] *Ibid.*

[4] *Ibid.*

BIEN EXPLIQUER À L'OPINION CE QUE LE PREMIER MINISTRE VEUT FAIRE[1]. » Pierre Zémor propose même au Premier ministre d'être son propre porte-parole : « Si le Premier ministre entend dialoguer avec l'opinion et si cela fait partie de sa méthode de gouvernement (MR cf PMF) il ne doit pas y avoir de porte-parole[2]. » Cette stratégie restera lettre morte, face à une équipe de Matignon à la pensée aux antipodes, et à Michel Rocard rechignant, de plus en plus, à communiquer. Lui-même ne répondra que rarement à ces courriers et en général pour inviter Pierre Zémor à prendre contact avec des membres de son cabinet, sans vraiment réagir sur le fond.

2) Le groupe Chabridon

Outre le groupe Prospol et les activités de Pierre Zémor, se structure un groupe autour de Jacqueline Chabridon, la conseillère en charge de la presse, qui a pour mission de réfléchir à la communication du Premier ministre. Jusqu'à son départ, au printemps 1989, il réunit différents acteurs du monde de la communication comme André Azoulay, en charge des relations publiques de Paribas, Gérard Carreyrou, alors directeur de l'information de TF1, Françoise Monard, directrice de la communication de PSA (1980-1990), et auparavant en charge de la communication du ministère de la Justice (1975-1980), Jean-Luc Gallini, rédacteur en chef de RMC, Elie Vannier, directeur de l'information à Antenne 2, Charles Riley, spécialiste de management et de la réforme de l'État, et Tony Dreyfus. Ils se retrouvent une fois par semaine à Matignon, ou dans l'hôtel particulier de Tony Dreyfus, rue de Babylone, à 18h et en secret[3]. Seuls Jean-Paul Huchon et le Premier ministre sont alors au courant de ces réunions. Michel Rocard y assiste environ une fois sur deux[4]. Le groupe a une double utilité. Outre les conseils prodigués par ces spécialistes de la communication, il permet également de diffuser des messages auprès de personnalités influentes du monde de la

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », Note de Pierre Zémor « Premières interventions, Propositions note n° 2 », 11 mai 1988

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », Note de Pierre Zémor à Michel Rocard, 5 mai 1988

[3] Entretien avec Gérard Carreyrou, 28 avril 2015

[4] *Ibid.*

communication, dont certains directeurs de l'information (Elie Vannier, Gérard Carreyrou, Jean-Luc Gallini). Mais comme dans le cas du groupe Prospol, on constate une distance entre la stratégie envisagée par ses membres et l'équipe de Matignon. Là encore, les conseillers extérieurs pensent qu'il est nécessaire de plus communiquer et de mettre en avant sa politique, quitte à rompre avec le Président, sans succès. En effet, c'est clairement la stratégie de fidélité au président de la République qui va primer tout au long de la période à Matignon, afin de se donner l'image d'un gouvernant sérieux et loyal.

II) La « méthode Rocard »

A) Des débuts difficiles

1) Une position inconfortable

En devenant Premier ministre, Michel Rocard atteint son poste le plus prestigieux jusque-là. Toutefois, Matignon n'est pas une sinécure, c'est même, sous la V^{ème} République, l'une des fonctions gouvernementales les plus dures à assumer. Coincée entre le Chef de l'État et la majorité, sans être toujours aidée par ses collègues ministres, la fonction de Premier ministre a tout d'un enfer, comme l'a judicieusement souligné Raphaëlle Bacqué[1]. Le chef du gouvernement est clairement celui qui prend le plus de coups et subit en général le plus vite et le plus fort l'érosion de popularité. Pour Michel Rocard, le défi est d'autant plus grand qu'il n'a pas été nommé avec la sympathie du chef de l'État. Bien au contraire, François Mitterrand laisse entendre qu'il l'a placé à Matignon pour « lever l'hypothèque Rocard » et on lui prête également le pronostic d'un désastre rapide du chouchou des sondages : « ça ne durera pas plus de six mois. (...) La nouvelle majorité de gauche demandera vite son départ, il s'effondrera aux yeux de la presse et de l'opinion et le pays s'apercevra vite que Rocard est

[1] BACQUE, Raphaëlle. *L'enfer de Matignon*. Paris : Points, 2010

nul[1]. » Il est vrai que les mitterrandistes avaient souvent avancé que c'était l'éloignement du centre du pouvoir qui avait permis à Michel Rocard de garder sa virginité dans l'opinion. Une fois aux manettes, il ne pourrait plus envoyer des signaux autonomes et donc conserver sa popularité. Enfin, ancien candidat à la présidentielle et deux fois candidat potentiel à l'Elysée, Matignon n'apparaît pas pour Michel Rocard comme le rêve d'une vie. Cette nomination ne vient pas clore un cursus de fidèle comme pour Michel Debré ou Pierre Messmer, mais apparaît comme un pis-aller en attendant. Or, étant donné la volatilité des soutiens pour cette fonction, préserver ses chances à l'Elysée ne sera pas des plus simples[2].

2) Des rapports tendus avec le Président

La position est d'autant moins enviable qu'elle implique d'ordinaire une relation étroite entre le Premier ministre et le Président. Or, comme nous l'avons déjà vu à plusieurs reprises, les relations entre François Mitterrand et Michel Rocard sont, suivant les périodes, d'une détestation exacerbée ou au moins d'une froideur glaciale. Même si elles se sont un peu réchauffées avec la campagne de 1988, entre le Président et son nouveau Premier ministre il y a un mur de méfiance. Pour bien encadrer son subordonné, le Président impose tous les siens – ceux que Michel Rocard appelle la « garde noire[3] » – aux postes clés, et notamment dans les principaux ministères : Pierre Bérégovoy à l'Economie et aux Finances, Jack Lang à la Culture, Roland Dumas aux Affaires étrangères, Jean-Pierre Chevènement à la Défense, Pierre Arpaillange à la Justice. Seuls Claude Evin à la Santé, Robert Chapuis à l'enseignement technique, Tony Dreyfus sans portefeuille, et Louis Le Pensec à l'Outre-Mer sont des appuis sûrs.

D'emblée, le cadrage médiatique se focalise sur ce qui apparaît comme un « mariage de raison » : « Mitterrand-Rocard, un mariage de raison pour un couple impossible[4] » titre

[1] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3 « Les défis », Paris : Seuil, 1998, p. 17

[2] JULY, Serge. *Le salon des artistes*. Paris : Grasset, 1989, p. 150

[3] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 275

[4] *L'Express*, 13 mai 1988

L'Express. Les deux hommes sont présentés comme aux antipodes, le protestant face au catholique, l'économiste face au littéraire : « Le jeune Michel aime théoriser... le second, élevé dans un milieu catholique modeste, a fait ses classes chez les pères, à Angoulême. Il a le goût de la rhétorique. L'un a la rigueur d'un pasteur, l'autre l'onctuosité d'un chanoine. Ils sont à des années-lumière. En tout cas, aux antipodes[1]. »

3) Des législatives décevantes

Après la victoire très large de François Mitterrand à la présidentielle, le 8 mai 1988, le PS peut s'attendre à un beau succès pour les législatives des 5 et 12 juin 1988. Toutefois, la dynamique n'est pas poursuivie. La campagne s'avère même poussive. Le Président, clairement élu avec une partie des voix du centre, voire du centre-droit, veut tendre la main à cette partie de l'électorat qu'avait incarnée Raymond Barre durant la campagne. Il choisit pour cela un début de campagne législative lisse, sans attaques violentes contre la droite. Lui-même est faiblement mobilisé et n'hésite pas à déclarer lors de son ascension de Solutré : « Il n'est pas sain qu'un seul parti gouverne. »

C'est donc le Premier ministre qui conduit la campagne. Il fait de nombreux déplacements en province, notamment auprès des figures les plus menacées ou qui ont basculé du côté du gouvernement. Michel Rocard se déplace ainsi auprès de Lionel Stoléru[2], et soutient un proche de Michel Durafour, autre ancien ministre de Valéry Giscard d'Estaing s'étant rallié à François Mitterrand[3]. Il est également le principal objet des spots de campagne qui le voient converser avec Franz-Olivier Giesbert, pour le premier tour, et Geneviève Guicheney au second. C'est également lui qui commente à chaque tour les résultats. Au premier plan, Michel Rocard prendra donc toute la responsabilité à l'issue du scrutin. Or, l'atmosphère générale ne favorise guère la mobilisation. Le Premier ministre, lui-même interrogé par Franz-Olivier Giesbert sur l'absence de passion dans la campagne, répond que cette apathie est plutôt positive et contraste avec la violence politique des décennies

[1] *Ibid.*

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 1er juin 1988

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 7 juin 1988

précédentes[1]. Le 8 juin, en meeting à Bercy, il ne parvient pas à galvaniser la salle et ce sera pour Jean-Paul Huchon l'un de ses plus lugubres rendez-vous politiques[2].

Au soir du premier tour, où les résultats s'avèrent déjà décevants, puis du second tour où ils sont clairement inquiétants, c'est donc le Premier ministre qui est jugé responsable. Pour la première fois depuis 1962, le chef du gouvernement n'a pas de majorité absolue et doit donc composer avec d'autres partis pour faire adopter ses textes. Bien conscient que c'est sur lui que les critiques vont pleuvoir, le Premier ministre préempte, dès le soir du second tour, le thème en rassurant les Français : « Ce résultat permettra d'engager les politiques voulues par le président de la République[3]. » Le cadrage médiatique s'en ressent. *Le Monde* titre : « Matignon dans la tempête[4] ». Quant à *Libération*, Serge July juge :

« Au lendemain de l'élection présidentielle, Michel Rocard a pris un faux départ. Une "ouverture" en trompe l'œil, une dissolution au débotté et une campagne électorale en quatrième vitesse n'ont pas permis à l'enfant chéri des sondages de popularité de démarrer son règne gouvernemental en fanfare[5]. »

Le Premier ministre est accusé par son propre camp d'avoir initié une campagne trop centriste qui aurait ainsi dérouté les militants. Au second tour, l'Elysée, en lien avec Solférino, choisit de gauchir le ton de la campagne autour du thème : « Majorité pour le Président, rassemblement à gauche[6]. »

4) Une ouverture ratée

La campagne est rendue d'autant plus difficile que la victoire présidentielle de 1988, large et soutenue par une partie du centre et centre-droit, nécessite d'envoyer des signaux à cet électorat-là. Débute alors ce que l'on va vite appeler « l'ouverture ». C'est François

[1] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 3 juin 1988

[2] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon*. Paris : Grasset, 1993, p. 117

[3] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 12 juin 1988

[4] *Le Monde*, 27 juin 1988

[5] *Libération*, 27 juin 1988

[6] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 36

Mitterrand qui lance le premier l'idée, avec pour but d'élargir sa majorité pour le second tour de l'élection présidentielle aux barristes. L'opération semble susciter l'intérêt du Centre des démocrates sociaux (CDS), petit parti héritier du Centre démocrate de Jean Lecanuet et comptant 34 députés à l'Assemblée nationale. Mais ses membres émettent une condition : qu'il n'y ait pas de dissolution de l'Assemblée après son élection comme Président. Ce que rejette finalement le Chef de l'État, en dépit de premiers contacts mis en œuvre par Jean-Paul Huchon[1]. Tous les députés retournant aux urnes, ce ne seront finalement que quelques personnalités de centre ou centre-droit qui vont se rallier. Dès le premier gouvernement Rocard, seules deux figures de centre-droit ont accepté de participer au gouvernement socialiste : Michel Durafour comme ministre de la fonction publique et des réformes administratives et Jacques Pelletier, ministre de la coopération et du développement. A cela s'ajoutent également « des personnalités de la société civile » comme l'historien Alain Decaux, ministre délégué à la Francophonie ou l'homme d'affaires tétraplégique Michel Gillibert, secrétaire d'État aux personnes handicapées. Même réduite, cette « ouverture » ne fait pas consensus, et plusieurs cadres du PS attaquent cette alliance du Premier ministre à certains centristes. Julien Dray s'en fait le principal critique :

« L'ouverture oui, mille fois oui, lorsque c'est sur une base claire et solide que les hommes s'engagent. Mais l'ouverture non, mille fois non, lorsque l'entreprise consiste à aller débaucher les ennemis d'hier pour leur proposer d'abord un hochet ministériel et ensuite, éventuellement, un vague accord sur un programme encore plus vague, consistant essentiellement, pour la gauche, à renoncer à ce qui pourrait choquer les alliés du jour[2]. »

Par ailleurs, les deux têtes de l'exécutif donnent deux versions différentes de l'ouverture, Michel Rocard remettant même en cause le terme : « L'ouverture comme la fermeture, c'est un mot emprunté au vocabulaire de la serrurerie. Un peu limité comme analyse. (...) L'ouverture pour être vraie, ne peut être que celle des esprits et des cœurs avant celle des portefeuilles[3]. »

Après les législatives, l'ouverture ne semble guère plus crédible. Ce sont des éléments isolés qui rallient le gouvernement : Jean-Pierre Soisson, l'un des fondateurs de l'UDF et

[1] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 175-177

[2] Cité par SCHNEIDER, Robert. *La haine tranquille. Op. cit.,* p. 170

[3] *Libération,* 30 mai 1988

ministre de Valéry Giscard d'Estaing, devenu ministre du Travail, de l'emploi et de la formation professionnelle, Jean-Marie Rausch devenu ministre du Commerce extérieur, Lionel Stoléru secrétaire d'État au Plan et Hélène Dorlhac de Borne, en charge de la Famille. La presse souligne d'ailleurs la coloration « rose » de l'équipe ministérielle dans laquelle sont reconduits les « éléphants du PS » et notamment toute la garde rapprochée de François Mitterrand – Pierre Bérégovoy, Henri Nallet, Pierre Joxe, Edith Cresson, Jack Lang, Louis Mermaz, Paul Quilès, Roland Dumas, Jean-Pierre Chevènement[1]. D'ailleurs, l'idée d'ouverture est assez vite abandonnée. Dès septembre 1988, le thème n'est plus mis en avant et Michel Rocard semble même tendre la main aux communistes. Ce sont les grèves de l'automne qui mettront fin à cette tentative de rapprochement avec le PCF[2].

Au sortir de son premier mois à la tête du gouvernement, Michel Rocard semble donc fragilisé et l'on évoque déjà dans la presse son possible départ. Pire, son principal soutien, les sondages, sont en baisse – moins 15 % au baromètre IFOP-*JDD* – au mois de juin[3]. L'équipe de Matignon est anxieuse : « MR apparaît aujourd'hui fragile et isolé (...) parce que c'est la première fois que le Premier ministre de Mitterrand enregistre au moment de son accès à Matignon une baisse de sa cote de popularité et non une hausse. » Même Jean-Paul Huchon semble douter de son « patron » : « Je suis inquiet, car Rocard est trop dispersé et sautillant, pas assez concentré et "tragique" au sens où gouverner est un acte tragique. Ps : Personnellement, je suis très inquiet, tu dois t'en rendre compte. Nous n'avons pas le droit de le montrer[4]. »

5) S'imposer comme chef du gouvernement

Minoritaire dans son propre gouvernement, avec un soutien réticent du parti qui continue à se méfier de lui, sans l'appui du chef de l'État, Michel Rocard doit rapidement montrer qu'il est le vrai chef du gouvernement. Il choisit de le faire par le biais d'une lettre

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 24 juin 1988

[2] *Le Monde*, 15 septembre 1988

[3] *Le Monde*, 25 juin 1988

[4] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, annotée par ce dernier, juin 1988

envoyée à tous les ministres et publiée dans la presse. Celle-ci donne une série de directives auxquelles les ministres doivent se soumettre. Il leur est, par exemple, demandé de veiller à la constitutionnalité de leurs projets de loi, de mener le débat parlementaire avec soin, de privilégier le compromis, de se montrer à l'écoute de la société civile, de respecter la solidarité gouvernementale et de limiter leurs interventions dans les médias[1]. Une autorisation expresse de Matignon leur est même, en théorie, nécessaire pour intervenir dans la presse. Si la note semble susciter les railleries dans son camp et n'avoir guère été appliquée, elle permet de montrer que le Premier ministre entend diriger son gouvernement. Dès les premiers écarts, il n'hésite pas à sévir en mettant à l'amende les ministres réfractaires[2].

Quelques jours seulement après la composition de son second gouvernement, il a à nouveau l'occasion d'affirmer sa prééminence. Léon Schwartzenberg, cancérologue réputé et médecin médiatique – il s'est notamment illustré par son combat pour l'euthanasie –, a été nommé ministre délégué en charge de la santé. Dès sa première intervention télévisée, il annonce qu'il faut faire dépister le SIDA chez toutes les femmes enceintes et distribuer de la drogue aux toxicomanes. Une vive polémique s'enclenche dans les médias sur les propositions radicales du ministre. Pour éteindre l'incendie, Michel Rocard demande la démission du médecin, sans opposition de François Mitterrand, afin de « faire un exemple[3] ».

Mais c'est surtout la prise en main de la crise néo-calédonienne qui va lui permettre de définitivement faire taire les contestations dans ses rangs. Elle va montrer la spécificité de Michel Rocard à la tête du gouvernement, donnant naissance à l'idée d'une « méthode Rocard ».

B) Le triomphe des négociations sur la Nouvelle-Calédonie

Depuis qu'il a été nommé Premier ministre, Michel Rocard a fait de la Nouvelle-Calédonie sa priorité. A partir du début des années 1980, le conflit qui mine ce territoire n'a

[1] INA, TF1, *JT 13h*, 26 mai 1988

[2] *Le Point*, 27 mars 1989

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 7 juillet 1988

de cesse d'alimenter la presse. En effet, les Kanaks, population autochtone, réclament leur indépendance, conduits notamment par le Front de Libération Nationale Kanak et socialiste (FLNKS). Ils s'opposent en particulier aux « Caldoches », descendants des Européens, favorables au maintien des relations avec la métropole. Depuis 1984, le conflit prend même un tour violent avec des échauffourées répétées, entre la branche militaire du groupe indépendantiste et la gendarmerie. Il a même rythmé la dernière campagne présidentielle, en particulier avec le tragique épisode de la Grotte d'Ouvéa. Le 22 avril 1988 des indépendantistes Kanaks attaquent la gendarmerie d'Ouvéa et prennent en otage les militaires dont ils conduisent une partie dans une grotte. Le 3 mai l'assaut est ordonné par Jacques Chirac, alors Premier ministre, entraînant la mort de deux gendarmes et de 19 preneurs d'otage. Michel Rocard saisit donc le sujet à bras le corps et, après quelques pas hésitants, entend montrer dans ce domaine qu'il a toutes les capacités pour gouverner. Il a d'autant plus les coudées larges que le ministre en charge de l'Outre-Mer, Olivier Stirn, ne se sent guère compétent sur le sujet[1]. Cinq jours après sa nomination, le Premier ministre envoie une mission dirigée par Christian Blanc – « mission du dialogue » – et également composée de personnalités venues de la droite (Pierre Steinmetz, ancien conseiller de Raymond Barre pour les DOM-TOM) et dans laquelle on retrouve un pasteur (Jacques Stewart), un évêque (Mgr Paul Guiberteau) et un ancien grand maître du Grand Orient (Roger Leray), afin de concilier les points de vue. Considérant que la médiatisation a radicalisé les positions, il choisit de préserver le silence sur les négociations, en particulier sur l'accord final à Matignon. Il fait même passer les représentants des deux camps par les jardins du ministère, afin d'éviter les journalistes, « en planque », devant l'entrée de l'hôtel de Matignon[2]. Il oblige les participants à rester dans la même pièce pendant trois jours et leur interdit de s'entretenir avec les journalistes :

« Le Premier ministre avait ouvert à froid la séance, selon une vieille technique apprise dans les marathons de Bruxelles : "J'ai tout mon temps. Il n'y aura pas de nouveau rendez-vous. On peut siéger sans discontinuer pendant trois jours, mais on ne sortira pas d'ici sans accord !" Tête des participants...[3]. »

[1] Entretien avec Jean-François Merle, 19 novembre 2015

[2] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[3] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles. Op. cit.,* p. 90

Le succès, le 26 juin 1988, lui vaut un retournement des commentaires de presse. Il est désormais comparé régulièrement à Pierre Mendès France. Sa position, fragile jusque-là, semble renforcée :

« Cette méthode qui articule le court et le moyen terme n'est pas sans évoquer la politique tunisienne de Mendès France (...) Un nouveau style gouvernemental fait d'ascèse silencieuse, d'une volonté implacable et inaltérable de dialoguer. Michel Rocard, tout comme Mendès France, doit d'abord recrédibiliser l'action gouvernementale[1]. »

Les doutes sur sa capacité à gouverner semblent levés :

« Pendant longtemps, il a existé un paradoxe Rocard. Chouchou des sondages, donc de l'opinion, il passait aux yeux de la classe politique pour un personnage, certes attachant, mais incertain, fébrile, peu fiable, tenant en permanence un double ou triple langage sous le camouflage du "parler vrai". (...) Or, depuis qu'il est à Matignon, Rocard étonne son monde, y compris Mitterrand. Non seulement, il n'a pas commis une seule grosse bêtise en quatre mois, mais il a trouvé son style. (...) Bon communicateur, tolérant, réaliste, habile aussi et jouant malicieusement de l'ouverture comme d'un pipeau, tel est le nouveau Rocard, et ce bilan pourrait suffire[2]. »

Les critiques dans son camp se taisent. Même le Chef de l'État lui rend hommage en conseil des ministres[3]. Michel Rocard peut désormais pleinement assumer son rôle et occuper le premier plan. Il fait ainsi lui-même une allocution – acte rare pour un Premier ministre avec seulement trois antécédents : Georges Pompidou et Maurice Couve de Murville, et enfin Jacques Chirac durant la cohabitation – pour présenter le référendum qu'il organise autour des accords sur la Nouvelle-Calédonie, puis pour en annoncer les résultats, dans les ors de Matignon[4] (annexes, document 49). Quant au spot publicitaire de la majorité pour le référendum, il met fortement en avant le Premier ministre. D'ordinaire rebuté par les publicités tapageuses, le film est dans la droite ligne de la « France unie », campagne de François Mitterrand en 1988. On ne doit pas s'en étonner puisque c'est la même agence – Euro-RSCG – qui en est à l'origine. Jacques Séguéla a été à la manœuvre, après un projet de

[1] *Libération*, 27 juin 1988

[2] *L'Evénement du jeudi*, 29 septembre-5 octobre 1988

[3] *Le Quotidien de Paris*, 25 août 1988

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 5 octobre 1988

Stéphane Fouks rejeté[1]. Comme pour le spot de 1988, ce film joue sur des images rapides et colorées sur fond de musique entraînante. Il utilise également tous les clichés que véhicule la Nouvelle-Calédonie, des vahinés aux colliers à fleurs, en passant par les enfants souriants, sans oublier la mer turquoise (annexes, document 48). Seul un oui côtoyant un non barré nous rappelle qu'il ne s'agit pas d'une publicité touristique pour un voyage dans le Pacifique. Cette campagne, d'un coût de 20 387 034F[2], si elle n'est pas des plus heureuses – elle n'est d'ailleurs pas très bien comprise si on en croit un sondage effectué par l'IFP[3] –, contraste avec les clips très classiques – un orateur face à la caméra – employés par tous les opposants.

Le Premier ministre fait également plusieurs meetings dans toute la France pour appeler à voter oui. Il se trouve notamment côte à côte avec le leader du parti indépendantiste kanak, le FLNKS, Jean-Marie Tjibaou[4]. Il accueille également les élus de ce même parti dans sa ville de Conflans-Sainte-Honorine[5]. Par cette stratégie d'intégration du FLNKS dans la campagne, il entend l'obliger à quitter définitivement l'action illégale pour entrer dans le jeu institutionnel. Il se rend enfin en Nouvelle-Calédonie, afin de convaincre les néo-calédoniens, en majorité « caldoches » et hostiles à des accords qui accordent plus d'autonomie à l'île, ainsi qu'à un référendum sur l'autodétermination. Ces mêmes caldoches, représentés par le RPR local (le RPCR), avaient d'ailleurs voté contre l'indépendance à plus de 90 %, un an plus tôt.

Avec le succès en Nouvelle-Calédonie, c'est donc un « état de grâce » tardif qui touche le Premier ministre. Celui-ci va tenter de s'en servir pour l'ensemble de sa politique :

« Les six mois écoulés m'auront donc permis conformément aux lignes tracées par le chef de l'État de faire prévaloir en Nouvelle Calédonie la légalité, la justice. (...) C'est dans le même esprit, avec la même volonté et les mêmes principes, que je poursuis ma tâche pour faire face aux grands problèmes qui dès aujourd'hui et demain nous attendent : l'emploi, la solidarité, la modernisation de notre secteur public. Comme en Nouvelle Calédonie c'est à

[1] Entretien avec Stéphane Fouks, 1er juillet 2014

[2] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 191

[3] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/3, Sondage de l'IFOP sur la participation au référendum sur la Nouvelle-Calédonie

[4] INA, Antenne 2, *JT 13h*, 28 octobre 1988

[5] INA, TF1, *JT 13h*, 29 octobre 1988

travers un vrai dialogue et avec le souci que chacun en ait sa juste part que nous construirons désormais la prospérité de la France de demain[1]. »

A la rentrée 1988, il présente au Parlement un de ses projets majeurs, forgé au sein des clubs Convaincre : le Revenu minimum d'insertion. Repris par le Président Mitterrand dans sa *Lettre à tous les Français,* cette mesure fait relativement consensus au sein du champ politique, ses quelques détracteurs soulignant surtout le coût du projet, sans en rejeter le but. Il s'agit d'une allocation minimum d'insertion, destinée à tous les résidants sur le territoire national, de plus de 25 ans et non étudiants, en contrepartie d'un engagement à participer à des actions d'insertion. La concertation fait là encore ses preuves, le projet étant voté par la quasi-unanimité de l'Assemblée nationale (550 voix pour). Avec ces commentaires positifs sur le style du nouveau Premier ministre, commence alors à se dessiner ce que la presse va vite appeler la « méthode Rocard ».

C) Les discours sur la « méthode » : construction d'un topos positif

Michel Rocard est désormais perçu comme à la hauteur de la tâche. Les négociations sur la Nouvelle-Calédonie auraient montré sa méthode spécifique, ici facteur de succès. Cette idée se répand largement dans la presse comme à la télévision dans les analyses autour de l'action du Premier ministre : « Le rocardisme c'est d'abord une méthode de travail qui s'est illustrée sur le dossier néo-calédonien[2]. » Le cabinet de Michel Rocard contribue à diffuser cette idée d'une méthode spécifique en rendant compte, *a posteriori,* de tous les détails autour de la négociation des accords à des journalistes assoiffés d'informations, après le sevrage subi à la signature. La presse est d'ailleurs conviée à une réunion du cabinet au mois de juillet 1988[3].

En quoi consiste cette fameuse méthode ? Il s'agirait avant tout d'un mode de résolution des problèmes par la négociation. Cette pratique, Michel Rocard la tiendrait des marathons

[1] INA, TF1, *Allocution du Premier ministre*, 6 novembre 1988

[2] *Le Point*, 4 juillet 1988

[3] Entretien avec Jacqueline Chabridon, 27 janvier 2014

agricoles, comme l'explique Jean-Paul Huchon[1]. Même son rejet du « spectacle-politique », sur lequel nous aurons l'occasion de nous pencher plus loin, lui est alors crédité. Il confirme le style d'une méthode sobre en apparence, donc sérieuse sur le fond, à même d'apaiser des Français soumis à un flot incessant de messages et de coups médiatiques durant la cohabitation :

« Les grandes mutations intervenues depuis quinze ans ont bouleversé tous les secteurs d'activité, tous les modes de pensée, sauf en politique. Au fil des années, ce retard s'est aggravé, il n'est pas loin d'être devenu explosif. (...) Pour conduire cette entreprise de rattrapage culturel, il fallait à Matignon un religieux du politique ayant une mentalité de croisé pourchassant les abus de la politique-spectacle, un inquisiteur traquant les démagogies des faiseurs de pluie, soucieux de la règle et silencieux comme un trappiste, parlant avec rareté une langue devenue raide et squelettique à force de dépouillement[2]. »

La « méthode Rocard » se veut avant tout une gestion pragmatique des problèmes. Le Premier ministre doit privilégier la négociation et une gestion la plus dépassionnée possible des conflits. Comme nous l'avons vu avec *Le Cœur à l'ouvrage*, il se refuse à tout programme global qui ne pourrait être tenu. Il préfère passer avec les Français un « contrat de gouvernement » : « Je vous demande une assurance décision, en espérant qu'elle n'aura jamais à servir[3]. » Il entend tout particulièrement répondre aux problèmes concrets qui se posent à tout un chacun. Il s'en explique dans sa déclaration de politique générale défendant : « la démocratie de tous les jours qui ne néglige aucune difficulté quotidienne des Français[4]. » Cela va se traduire par une politique des petits pas traitant chaque problème un à un et sur le temps long. Ce gouvernement correspond ainsi pleinement aux mutations de la manière de gouverner, plus axée sur la gestion :

« Les gouvernants contemporains doivent ainsi composer avec les exigences contradictoires des deux types de performance politique que leur enjoint leur rôle : la politique globale, d'une part, forme traditionnelle de "gouvernement" fondée sur le principe

[1] Entretien avec Jean-Paul Huchon, 15 janvier 2014

[2] *Libération*, 27 juin 1988

[3] INA, TF1, *Allocution pour la campagne sur le référendum en Nouvelle-Calédonie*, 6 novembre 1988

[4] INA, France 3, *Déclaration de politique générale*, 29 juin 1988 ; On peut également retrouver le texte sur le site de l'Association MichelRocard.org : http://michelrocard.org/app/photopro.sk/rocard/detail?docid=269005. Consulté le 18 septembre 2016.

représentatif, qui consiste à s'adresser à l'opinion (les citoyens) ; la politique des problèmes ou des secteurs, d'autre part, forme plus contemporaine de "management" fondée sur le principe participatif, qui vise à transiger avec des publics intéressés et distincts (les ressortissants des politiques publiques). L'emprise croissante de ce second registre de l'action politique se manifeste aujourd'hui à travers la valeur supérieure accordée au répertoire entrepreunarial, à l'efficacité gestionnaire et à la participation procéduralisée (...) A tous les échelons de la décision, et sous l'effet d'une collaboration toujours plus accrue entre les niveaux de gouvernements, le "gouvernement du consensus" – assis sur la rhétorique du triptyque managérial (pragmatisme, projet, partenariat) – l'emporte sur toute vision idéologique (ou partisane, c'est ici sensiblement synonyme) de la politique[1]. »

Avec la fin du monde bipolaire émergent de nouvelles attentes des citoyens moins fondées sur les grands projets politiques que sur le quotidien :

« Après l'effondrement du bloc communiste se met en effet en place un nouveau "régime d'historicité", fondé sur le présent et l'immédiateté. Dans un contexte de globalisation du monde, d'apparition du chômage de masse et de remise en cause des grandes identités idéologiques et étatiques, l'idée de progrès semble de plus en plus anxiogène et porteuse de déstabilisation. Il n'est dès lors plus question de projet, d'imaginaire du public hors du réel. De plus en plus pessimistes quant à leur avenir, les individus n'attendent plus des candidats qu'ils leur promettent un avenir radieux, mais qu'ils les rassurent sur leur niveau de vie et qu'ils assurent leur sécurité[2]. »

Cette méthode pragmatique est d'autant plus imposée par la configuration parlementaire. Manquant la majorité absolue de 13 députés avec le groupe PS – pas toujours docile, d'ailleurs –, le Premier ministre doit composer avec les autres groupes parlementaires. Naît alors ce que Guy Carcassonne a présenté comme une « majorité stéréo ». Le Premier ministre va tantôt négocier avec les membres du groupe parlementaire UDC (Union des centres) composé de députés CDS cherchant à « s'opposer autrement » selon la formule de Pierre Méhaignerie, son président, en réponse au discours de politique générale de Michel

[1] ALDRIN, Philippe et HUBE, Nicolas. Conclusion. In ALDRIN, Philippe, HUBE, Nicolas et OLLIVIER-Yaniv, Caroline. *Les mondes de la communication publique*. *Op. cit.,* p. 163

[2] BALLET, Marion. *Op. cit.,* p. 49

Rocard[1], tantôt avec ceux du groupe communiste. Ces deux groupes votent ainsi favorablement deux tiers des fois pour les votes effectifs, selon le comptage de Vincent Flauraud[2]. Guy Carcassonne ira même, dans certains moments de forte tension, comme le vote de la motion de censure sur la CSG – le groupe PCF a décidé de voter la censure –, chercher les voix isolées de quelques députés faisant défaut à leur groupe[3].

D) Les municipales : « l'état de grâce » tardif

En dépit de bons sondages, les débuts de Michel Rocard à Matignon ont été agités. Même si la Nouvelle-Calédonie donne un élan à son arrivée à Matignon, des conflits sociaux intenses minent les mois qui suivent, à partir de l'automne 1988. Ce n'est finalement qu'au printemps 1989 qu'il connaît une période plus sereine. En effet, pour la première fois depuis 1981, la gauche remporte un succès ou fait au moins jeu égal avec la droite dans une élection intermédiaire. 35 municipalités de plus de 2 000 habitants basculent à gauche contre 14 à droite, même si cette dernière reste majoritaire. Strasbourg est ainsi conquise par une proche du Premier ministre, la théologienne Catherine Trautmann, par ailleurs la première femme maire d'une commune de plus de 100 000 habitants. Ayant tiré la leçon des législatives de 1988, le Premier ministre se montre très actif et commence sa campagne de terrain dès janvier 1989. Ce qui lui vaut d'être crédité de ce succès. Il intervient d'ailleurs à la télévision pour commenter les résultats des deux tours, d'abord à Conflans puis à Matignon[4].

Débute une période d'un an et demi sans la pression électorale et qui peut lui permettre de mener à bien ses réformes. *Libération* sous-titre même un article décrivant l'atmosphère à

[1] Pour en savoir plus sur les rapports entre le groupe UDC et le gouvernement de Michel Rocard : FLAURAUD Vincent. « Vous avez décidé de gouverner autrement. Nous avons décidé de nous opposer autrement. » Le groupe parlementaire Union du Centre (UDC) sous le gouvernement Rocard (1988-1991). *Histoire@Politique,* 2016, n° 28, p. 108-125

[2] *Ibid*, p. 118

[3] Intervention d'Yves Colmou au Colloque « Hommage à Guy Carcassonne », Conseil constitutionnel, 10 avril 2014

[4] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 12 mars 1989 ; INA, Antenne 2, *JT 20h*, 19 mars 1989

Matignon après les municipales : « Heu-Reux[1] ». Son image de gouvernant se renforce et prend corps. Cela se ressent dans les commentaires de presse qui, en majorité, soulignent sa réussite à Matignon, même *Le Figaro*[2]. Ce qui étonne le plus dans cette période, c'est le nouveau visage qu'il montre. Il n'est plus « Rocky le boyscout » ou « le Tintin de la politique », mais un Rocard « dur à cuire[3] » qui sait aussi être retors et machiavélique s'il le faut : « Bref, l'adepte du parler vrai, à l'épreuve du pouvoir, se révèle un politicien calculateur et manœuvrier, plus ordinaire en quelque sorte, et loin, en tout cas, de l'image moralisatrice, mais un peu bénigne qu'il avait su donner au fil de sa carrière[4]. » La nouvelle méthode Rocard c'est aussi cette capacité à « éviter les pièges, en tendant aux autres, se composant un nouveau personnage, faisant passer un peu de la force tranquille sur la rive gauche (...) La gestion du temps, l'habitude du secret, une certaine ruse. Patience, méfiance et silence : Rocard s'est mitterrandisé (...) "L'homme qui a appris à Rocard à se taire est un génie, explique un proche du Président. Cela a calmé Mitterrand, a fait apparaître le Premier ministre comme réfléchi, et lui a épargné les gaffes"[5]. »

Sylvie Pierre-Brossolette, rédactrice adjointe du service politique de *L'Express*, montre ainsi que sa politique consensuelle piège tant la droite que la gauche, obligés de tenir des propos extrêmistes contre le Premier ministre[6]. Et ses rares interventions télévisées sont sans aucun doute la meilleure démonstration de ce nouveau visage du Prince de Matignon :

« A l'épreuve de Matignon, la vérité, soudain, est apparue : ce faux naïf est un vrai calculateur. C'est quand on le croit fini qu'il rebondit, ce premier ministre est "intouchable". Ni les "affaires", ni les conflits sociaux ne l'atteignent. Comme la poêle en téflon, Michel Rocard laisse tout glisser sur lui[7]. »

---

[1] *Libération*, 31 mars 1989

[2] *Le Figaro*, 20 avril 1989

[3] *Le Point*, 27 mars-2 avril 1989

[4] *Ibid.*

[5] *L'Express*, 17 novembre 1989

[6] *L'Express*, 6 octobre 1989

[7] *Le Figaro*, 21 avril 1989

E) Mettre en scène l'idylle avec le Chef de l'État

1) « Le génie des carpettes »

Sachant sa position fragile à Matignon, en raison de l'inimitié du Président, Michel Rocard va tout faire pour l'amadouer et faire croire aux meilleures relations avec lui. C'est ce que Jean-Paul Huchon a qualifié de stratégie du « génie des carpettes », en référence ironique à Ceausescu :

« Ainsi, bâtit-on cette stratégie dite par l'un d'entre nous – c'était au moment des événements de Roumanie – du "génie des carpettes", et qui consistait à se référer incessamment à l'Elysée et à sa vision "sublime" des affaires ; de là, la loyauté affichée –, d'ailleurs, sans se forcer – à l'égard de l'entourage présidentiel et de l'Elysée. De là, l'effacement systématique et élégant dans les occasions de parade au profit du président ou de ses représentants[1]. »

Gérard Colé, aussi conseiller du Président et officiant de manière confidentielle à Matignon, parle lui de « tenir le minotaure par les cornes[2] », en lui restant toujours fidèle. Mais cette fidélité infaillible est aussi explicable par « le syndrome Chaban » qui obsède le Premier ministre. Il craint que sa popularité, et une politique trop audacieuse, lui valent une éviction rapide comme ce fut le cas de Jacques Chaban-Delmas, à l'origine d'un projet de « Nouvelle société » trop peu en phase avec les idées du Président Pompidou. Michel Rocard tente ainsi d'éviter toute intrusion dans la définition du schéma de société, qui pourrait être vue comme un crime de lèse-majesté à l'égard du secteur réservé présidentiel[3]. C'est ce qui explique en partie le caractère timoré et peu spectaculaire de sa politique.

[1] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 64

[2] Entretien avec Gérard Colé, 9 décembre 2015

[3] ROCARD, Michel. *Si la Gauche savait. Op. cit.,* p. 302

Se sachant critiqué au PS, il se sert du Président comme paratonnerre. Il cite la *Lettre à tous les Français* dans chacun de ses discours. Il n'oublie jamais de rendre hommage au Président, y compris lorsque le rôle de celui-ci ne paraît pas avoir été essentiel, comme sur les accords de Matignon :

« Tout ce qui a pu se faire en Nouvelle Calédonie ne l'a été qu'en application d'instructions et d'orientations qu'avait définies le président de la République. J'ai eu plaisir à dire au chef de l'État que les orientations avaient été appliquées dans des conditions qui nous laissent très satisfaits du travail commencé[1]. »

Cela est particulièrement perceptible dans la motion rocardienne au Congrès de Rennes – « Les chances du socialisme démocratique » –, parsemée de références au document épistolaire de campagne écrit par François Mitterrand[2]. Durant ce Congrès, qui est un moment de recrudescence des tensions entre les deux figures de l'exécutif, Jean-Paul Huchon souligne le péril : « Le caractère peu chatouilleux des relations publiques avec la rive droite peut se manifester. Redoublons donc de convivialité et de respect[3]. »

Cette stratégie qui lui vaudra d'être dépeint en courtisan par le *Bébête Show* – il l'invoque avec le qualificatif de « Oh luminaire céleste[4] » – obtient un certain succès, au moins les premiers mois. Michel Rocard, atteint d'une violente et douloureuse colique néphrétique en juillet 1988, le Président se prend de compassion pour lui et l'aide à se transporter dans une salle avoisinante, en plein conseil des ministres. L'épisode est largement relayé par la presse comme témoignage de leur bonne entente. *Le Nouvel Observateur* sous-titre même un de ses articles : « Son meilleur soutien, c'est... Mitterrand[5] ». Lors de son premier *Sept sur Sept* il peut même répondre à la question d'Anne Sinclair sur ses rendez-vous avec le Président, avec un immense sourire : « Je n'en dirai qu'un mot, c'est que le rire ensemble commence à y prendre une part significative[6]. » Le Premier ministre serait même

[1] *Le Figaro Magazine*, 3 septembre 1988

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton Congrès de Rennes, *Convaincre, Notes et arguments*, « les chances du socialisme démocratique », numéro spécial, n° 5, octobre 1989

[3] Archives de Bernard Spitz, Manuscrit de Jean-Paul Huchon, « Matignon, mercredi, 10h » daté du 4 juin 1992, Note du « 7 mars 1990 »

[4] *Le Bébête Show*, 15 avril 1988

[5] *Le Nouvel Observateur*, 1er juillet 1988

[6] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 18 décembre 1988

devenu un successeur potentiel, si on en croit les commentateurs[1]. Quant aux excellents sondages dont profite le Président, ils sont lus, par les journalistes, comme le résultat de son accord avec le Premier ministre. A partir des premières attaques implicites du chef de l'Etat, c'est Michel Rocard qui est présenté systématiquement comme une victime des « manœuvres » du Président comme en témoignent les caricatures tant de Plantu pour *Le Monde* que de Wiaz au *Nouvel Observateur*.

2) Refuser de s'impliquer dans les affaires du parti

Parmi les consignes données par François Mitterrand à Michel Rocard, afin d'éviter une rupture, il y a la non-implication du Premier ministre dans les affaires internes du PS. Peu avant l'ouverture du Congrès de Rennes (15-18 mars 1990), la consigne lui est d'ailleurs rappelée[2]. D'autant que l'ambiance générale au sein du parti, et en particulier au sein du courant « mitterrandiste », s'est sensiblement dégradée depuis 1985. L'affrontement Fabius-Jospin a laissé des traces et lorsque l'ancien Premier ministre a voulu prendre la tête du PS, avec l'aval du Président en 1988, il a trouvé une majorité contre lui au sein même du courant "mitterrandiste", permettant à Pierre Mauroy d'obtenir la direction de Solférino. Au Congrès de Rennes, les tensions sont donc prêtes à resurgir. Le Chef de l'État, réélu, mais vieillissant, n'a plus le contrôle aussi ferme du parti. Le courant rocardien par son basculement d'un côté ou de l'autre, peut trancher entre l'axe Mauroy-Jospin et le courant fabiusien. Même si l'on sent que les rocardiens sont plutôt favorables à une alliance avec Lionel Jospin[3] – Jean-Claude Petitdemange souhaite isolément une alliance avec Laurent Fabius –, le Premier ministre préfère tenir son courant à l'écart de la bataille. Lui-même fait un discours de Premier ministre plus que de leader socialiste: « Le Premier ministre prononce donc à la tribune un discours de Premier ministre, en se donnant des airs d'arbitre et de rassembleur[4]. » La motion des siens apparaît comme un soutien à l'action du gouvernement, alors que celle de

[1] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 10 mai 1990

[2] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol 3, *op. cit.,* p. 347

[3] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Note de Manuel Valls pour le Comité directeur du 21 mars 1990

[4] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 347

Laurent Fabius semble plus critique, s'intitulant d'ailleurs « égalité » et jouant donc de la critique à l'égard de la politique sociale du gouvernement. Les rocardiens, face aux conflits au sein du courant mitterrandiste, se présentent même comme « les casques bleus de la conciliation[1] ». Michel Rocard reste sur place pendant tout le congrès, dans une chambre d'hôtel, tout proche de la bataille rangée entre socialistes, afin d'être tenu au courant des derniers développements. Soucieux de ne pas associer son image à une telle empoignade, il s'efforce de ne pas figurer sur les photos du Congrès[2]. Sollicité de toutes parts, par Lionel Jospin, puis par Laurent Fabius[3], il reste finalement neutre comme l'explique le directeur de cabinet de Michel Rocard : « Il fallait tout à la fois enfoncer le coin au sein de la Mitterrandie, sans perdre le contact avec aucun des camps, tout en penchant du côté de Jospin. De telle sorte qu'*in fine* soit levée l'hypothèque Fabius dont nous pensions alors – peut-être à tort – qu'elle était mortelle pour Rocard et ses chances futures d'être candidat à l'Elysée[4]. »

Au sortir du congrès, il apparaît même comme le grand vainqueur, ayant respecté le contrat avec le Président tout en restant à l'abri de l'affrontement fratricide : « Michel Rocard, lui, s'est bien sorti du congrès, trop bien. Pour les Français comme pour les militants, il est l'homme vertueux qui n'aura trempé dans aucun coup. C'est le vainqueur de Rennes. Par défaut. Qui croira que le Président s'en félicite ?[5] »

3) Encaisser avec le sourire

Si Michel Rocard comprend au fil des mois qu'il n'aura jamais totalement le soutien du Président, au moins peut-il faire croire à leur bonne entente. C'est ce qu'il fait en poursuivant la référence systématique au Président et à *La Lettre à tous les Français*. Alors que le Chef de l'État ne cache plus ses attaques, Michel Rocard répond avec le sourire, en serrant les dents.

[1] *Les Echos*, 19 mars 1990

[2] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 286

[3] DUPIN, Eric. *L'après-Mitterrand : Le Parti socialiste à la dérive*. Paris : Calmann-Lévy, 1991, p. 36

[4] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 347

[5] *Le Figaro*, 18 mars 1990

En effet, depuis le Congrès de Rennes, les relations se sont nettement détériorées. Le Premier ministre semble avoir respecté son pacte, mais le Président chute assez lourdement dans les sondages, alors que Michel Rocard reste au même niveau. Le Président va peu à peu rompre avec son Premier ministre : « Face à un Premier ministre, qui ne manque pas non plus d'habileté et d'arguments, le Président, avec une patience de greffier, va réunir les pièces du dossier d'accusation[1]. » Il confie ses désidératas à ses proches: « "Il me trahit tous les jours", s'indigne en privé Mitterrand quand il est de méchante humeur[2]. » A partir de juin 1990, il commence même à laisser entendre à la presse qu'il pourrait s'en passer, comme à Solutré : « C'est moi qui l'ai appelé parce qu'il semblait convenir à la situation (...) C'est moi qui le garde (...) parfois on se lasse[3]. »

Face à ces critiques, et aux médias qui l'interrogent de plus en plus sur sa relation au Président, Michel Rocard affiche le beau fixe. Son équipe choisit ainsi, pour les deux ans passés à Matignon, d'inviter le Chef de l'État. L'atmosphère ne semble pas y avoir été enthousiasmante, François Mitterrand trouvant ses hôtes plutôt « barbares » selon des propos rapportés[4]. Pour autant, Michel Rocard explique que tout s'est passé « le mieux du monde[5] ». Un mois plus tard, interrogé pour le 20h de TF1, sur sa prolongation à Matignon, il n'hésite pas à faire une réponse surréaliste : « J'en redemande et bien sûr, cela fait des envieux (...) François Mitterrand est un homme qui a de l'épaisseur. A travailler quotidiennement avec lui, on s'enrichit, on apprend tous les jours. C'est un privilège aussi. » Il avance même souhaiter rester jusqu'aux législatives de 1993 :

« Tout d'abord il y a les élections législatives qui sont pour moi le vrai souci, le vrai problème. Ce sont ces élections-là que je veux gagner. Elles sont plus difficiles à gagner, et se fondent sur le jugement global de toute une politique, d'une équipe et d'une force, et ça n'est que plus significatif[6]. »

---

[1] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 353

[2] DUPIN, Eric. *L'après mitterrand. Op. cit.,* p. 268

[3] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 360

[4] SCHNEIDER, Robert. *La haine tranquille*. Op. cit., p. 166

[5] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 10 mai 1990

[6] INA, TF1, *JT 20h*, 29 juin 1990

Il obtiendra d'ailleurs cette même année le prix de l'humour politique pour des propos rapportés, assez significatifs de cette ambiance, et empruntés au « Sapeur Camembert », une bande dessinée humoristique de la fin du XIX^{ème} siècle : « Je boirai les coups de poignard goutte à goutte[1]. » A bientôt quelques semaines de son départ, alors que le thème refait surface à la fin de la Guerre du Golfe, il répond sur l'incertitude de la période qui lui reste à passer à Matignon : « Je peux vous assurer qu'ici à Matignon, il y a tellement de travail que l'on ne voit pas le temps passer[2]. »

Pour ne pas gêner le président de la République, et dans la lignée de son rapport à la communication depuis le début des années 1980, le Premier ministre s'astreint donc à une parole rare, durant toute sa durée à Matignon, quitte à laisser les critiques largement dominer le flot médiatique.

III) Un silence périlleux

A) Le Premier ministre le moins communiquant

1) Des interventions médiatiques très rares

Comme à son arrivée au gouvernement en 1981, la nomination de Michel Rocard comme Premier ministre se traduit par un brusque déclin de sa présence dans les médias. Sa médiatisation n'a jamais été aussi forte – comme le montre une recherche de son nom dans « l'index texte » d'Hyperbase, au contraire, une recherche dans « l'index générique », montre que sa présence à l'écran est elle beaucoup plus rare – mais lui-même n'y contribue guère. Il s'en explique d'ailleurs lors de ses premiers vœux à la presse, le 6 janvier 1989 : « Vous

[1] *Le Point*, 11 novembre 1990

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 18 mars 1991

m'entendrez aussi souvent que je le juge utile, sur les sujets les plus divers je m'exprime publiquement plusieurs fois par semaines, mais entend rester économe de grandes prestations écrites, radiophoniques ou télévisuelles[1]. » Il avance que pour pouvoir gouverner, il est nécessaire de garder le silence, et prend pour cela des métaphores étonnantes : « Dans les autobus et dans les autocars, il est souvent écrit, "il est interdit de parler au conducteur"... pourquoi croyez-vous qu'on met cela ? ... Sinon parce que le conducteur, il est prudent de le laisser conduire...[2] »

Comme Premier ministre, il n'effectue que trois grandes émissions. La première – un *Sept sur Sept* – intervient seulement en décembre 1988, soit huit mois après sa prise de fonction. S'ensuit un *Questions à domicile* en avril 1989, juste après le succès des municipales. Enfin, un an après son premier *Sept sur Sept*, il récidive à la même émission. Et ce rendez-vous télévisé se révélera être le dernier dans une grande émission en tant que Premier ministre. Pendant un an et demi, il restera absent de ce format télévisuel. Il va, par contre, privilégier les journaux télévisés, en particulier ceux du 20h. Le but est de toucher un maximum de public pour un minimum de questions et de débats, comme l'explique Jean-Paul Huchon :

« Ses interventions furent donc parcimonieuses à la télévision, et soigneusement calibrées, préférant dix minutes d'un journal de 20 heures aux émissions politiques classiques : il s'agissait du Premier ministre au travail, et non d'un débutant en quête de tribune ou de notoriété[3]. »

Il y a donc clairement une stratégie d'évitement des formats politiques qui représentent tout ce que Michel Rocard rejette, depuis le début des années 1980, dans le journalisme – concentration sur les petites phases, intérêt pour l'éphémère, et les luttes personnelles plus que sur le débat d'idées. Aversion du Premier ministre pour les émissions politiques, d'ailleurs, confirmée par Gérard Carreyrou, directeur de l'information de TF1 et membre du groupe Chabridon[4]. *L'Heure de vérité* est tout particulièrement boudée, sans aucun doute sur

[1] *Le Monde*, 8-9 janvier 1989

[2] INA, TF1*, Sept sur Sept*, 18 décembre 1988

[3] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 166

[4] Entretien avec Gérard Carreyrou, 28 avril 2015

les conseils de Gérard Colé, puisqu'il la considère comme le piège absolu pour les politiques[1]. Ces émissions politiques privilégient les conflits personnels et les clivages politiques, or Michel Rocard doit éviter de heurter l'un ou l'autre des courants du PS et concilier les points de vue contraires de différents groupes parlementaires pour composer sa majorité. Enfin, on peut ajouter que ce type d'émission est en profond déclin en termes d'audience. A cette période, *L'Heure de vérité* est reprogrammée, non plus en *prime time* comme avant, mais le dimanche à midi, à une heure d'écoute faible[2]. Au contraire, *Sept sur Sept* permet de parler dans un format d'émission court – une heure, avec de nombreuses coupures par des reportages, mais allongé pour le Premier ministre à 1h30 – de tous les sujets d'actualité et en touchant un maximum de téléspectateurs (23,6 % regarderont sa prestation en décembre 1989, soit son meilleur score en termes d'audience depuis 1984 ; voir annexes, tableau A). L'émission généraliste – elle touche une grande partie de la population, est classée troisième émission préférée des Français et a la faveur des 18-35 ans[3] – n'est d'ailleurs pas réservée aux politiques et invite régulièrement des artistes ou des personnalités des médias. Si *L'Heure de vérité* reposait sur une opinion médiatisée par les journalistes et les sondages se confrontant au politique, le tout dans un décor d'une sobriété absolue[4] (annexes, document 41), *Sept sur Sept* fait de l'actualité sa clé de voûte. Plus aléatoire pour le politique qui va devoir aborder des thèmes sur lesquels il n'est pas forcément compétent ou préparé, cela lui permet, par contre, de jouer de registres différents, notamment compassionnels, en évoquant le tremblement de terre en Arménie[5]. Pierre Leroux a par ailleurs montré que plus qu'un programme destabilisant, l'émission reposait sur « un discours plus ou moins direct, plus ou moins discret, de célébration mutuelle[6]. » Elle contente ainsi un Premier ministre qui supporte de moins en moins les piques des journalistes.

[1] Entretien avec Gérard Colé, 9 décembre 2015 et Archives de Gérard Colé, Notes à François Mitterrand, 1984-1991

[2] Entretien avec Albert Du Roy, 22 janvier 2014

[3] Archives Nationales, Fonds François Mitterrand, Présidence de la République, AG/5 (4)/6533, Note de Jacques Pilhan

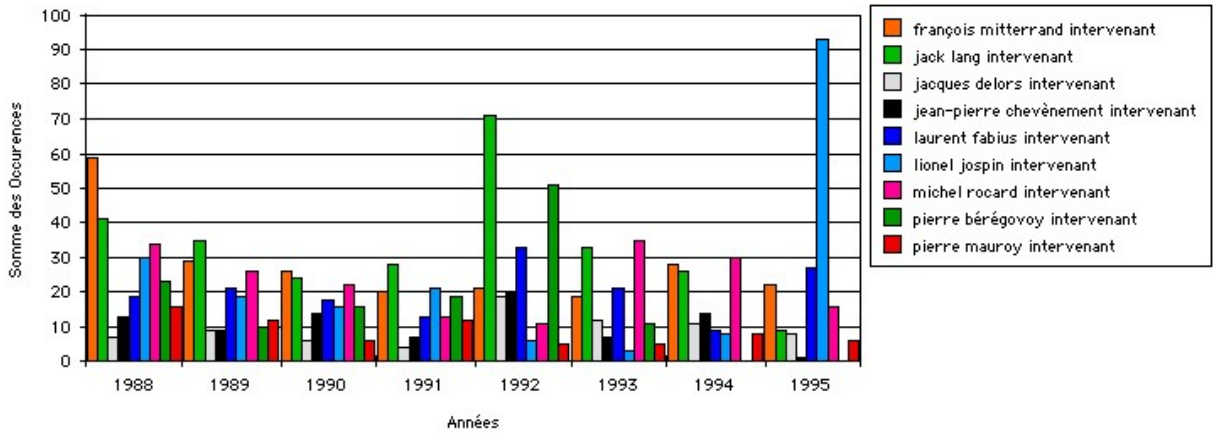
[4] NEVEU, Erik. L'heure de vérité ou le triangle de la représentation. *Art. cit.,* p. 57-73.

[5] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 18 décembre 1988

[6] LEROUX, Pierre. Sept sur Sept ou la célébration répétée d'une admiration mutuelle. *Politix*, n° 23, 1993, p. 119

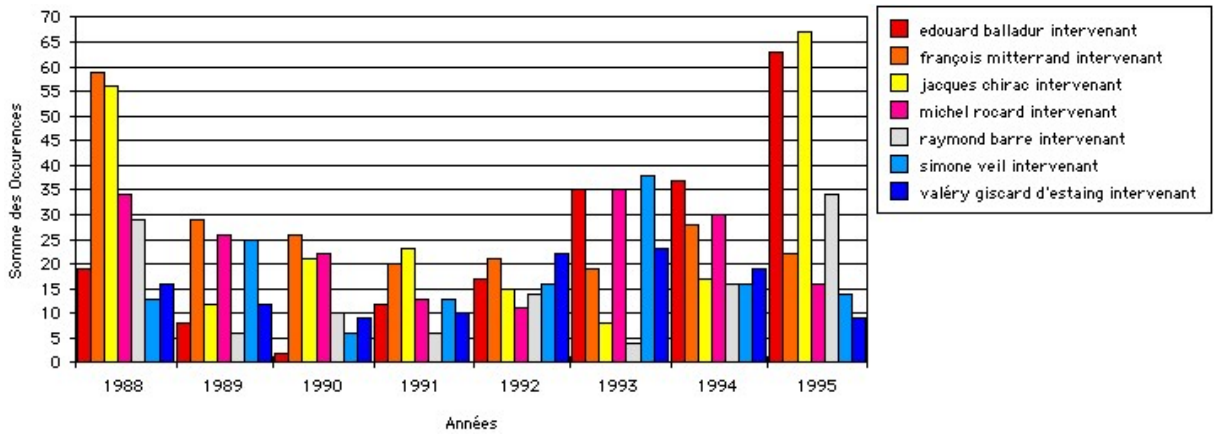
Si on adopte maintenant un regard plus large sur le nombre de ses interventions télévisées, on constate que Michel Rocard reste nettement en deçà du nombre d'interventions du président de la République pendant les trois ans à Matignon. Plus étonnant, il est systématiquement dépassé par le bouillonnant ministre de la Culture, Jack Lang. Et par rapport à Laurent Fabius et Lionel Jospin, l'écart est très réduit. Il est également dépassé par Jacques Chirac pourtant battu en 1988, à l'exception de l'année 1989 (graphique 12). Sa communication est donc réduite comme le montrent nos graphiques. Elle est surtout loin de ce qu'ont pu faire ses prédécesseurs. Ainsi, le graphique 11 montre que l'écart entre Michel Rocard et Laurent Fabius Premier ministre est du simple au double, quant à Jacques Chirac Premier ministre, il intervient trois fois plus que Michel Rocard en 1986 et 1987. A une moyenne de 25 interventions comme Premier ministre par année pour Michel Rocard, Laurent Fabius atteint 37 et Jacques Chirac 70 (graphiques 11 et 12). Jacques Gerstlé dans son manuel consacré à la communication politique retrouve des chiffres assez similaires[1].

Graphique 11 : Comparaison des interventions de Michel Rocard avec des leaders politiques de gauche (1988-1995), source : Inathèque



[1] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 187

Graphique 12 : Comparaison des interventions de Michel Rocard avec des leaders politiques de droite (1988-1995), source : Inathèque



Ce silence surprend profondément les journalistes habitués au Michel Rocard des années 1970 et de la campagne présidentielle de 1988. Alain Duhamel en fait le constat le plus parlant :

« Depuis qu'il est entré à l'hôtel Matignon, Michel Rocard a perdu sa langue. Le Premier ministre s'en tient strictement au service minimum en matière de communication. Il répugne visiblement à commenter les événements. Il ne s'exprime que ponctuellement, comme à regret sur des dossiers bien précis. (...) Encore y a-t-il un paradoxe à découvrir, ainsi, le plus volubile des dirigeants de la gauche devenu soudain le moins bavard de tous, le plus conceptuel des hiérarques socialistes tenir désormais le langage le plus étroitement pratique voire prosaïque et le plus imaginatif (parfois imprudent) des princes du PS faire de la circonspection sa vertu cardinale[1]. »

A son premier *Sept sur Sept* depuis l'arrivée à Matignon, Anne Sinclair l'introduit en faisant remarquer : « C'est votre première émission télévisée, longue émission, depuis que vous êtes à Matignon[2]. » Cette nouvelle stratégie de communication surprend également

[1] *Le Point*, 14 août 1989

[2] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 18 décembre 1988

l'opinion, qui, sur ce plan, le juge négativement, et ce dès le début de la période (63 % contre 25 % d'avis positifs[1]) :

« On enregistre une nouvelle dégradation puisque 67 % des Français s'estiment aujourd'hui mal informés des objectifs et des actions de Michel Rocard contre 63 % en décembre dernier et 58 % il y a un an. De même l'opinion selon laquelle Michel Rocard n'intervient pas assez à la télévision continue de croître. Le jugement comparatif porté par les Français sur la manière dont les leaders politiques s'expriment à la télévision est dans l'ensemble satisfaisant pour Michel Rocard. Il est le moins ennuyeux avec Jacques Delors, le plus facile à suivre et à comprendre après François Mitterrand et VGE. Cependant, le jugement d'ensemble "qui est le meilleur à la télévision ?" place non seulement François Mitterrand, mais également très nettement VGE et même légèrement Jacques Chirac devant Michel Rocard. Nul doute que dans le domaine de l'expression à la télévision des améliorations s'avèrent nécessaires[2]. »

Avec la Guerre du Golfe, ce sentiment va même se renforcer en raison du manque d'informations dont l'opinion, selon les sondages, se plaint. Si 68 % des Français pensaient être bien informés au début du conflit, ils ne sont plus que 39 % contre 58 % se disant mal informés le 2 février 1991[3].

2) Un silence stratégique

Ce « parler rare » a une explication stratégique. Il vise avant tout à préserver les bonnes relations entre les deux membres de l'exécutif. En communiquant peu, le Premier ministre veut éviter de faire de l'ombre au président de la République et ce dans la droite ligne d'une répartition des tâches instituée depuis les débuts de la V^{ème} République : « Au président, les

[1] « L'image du gouvernement Rocard vue par les Français », sondage Presse de Province-SOFRES, novembre 1988, cité par DUHAMEL, Alain. *Le triennat Rocard.* In *L'État de l'opinion*. Paris : Seuil, 1992, p. 95

[2] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Sondage SOFRES-Matignon sur l'image du Premier ministre, 4ème vague (18-22 mai 1990) et note de Gérard Grunberg sur ce sondage (6 juin 1990)

[3] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 199622/2, Dossier « Crise du Golfe », sondage BVA n° 3 sur la Guerre du Golfe : semaine du 8 au 14 octobre, 10 février 1991

tâches nobles, les grandes orientations, la définition des axes de la politique ambitieuse à mener pour l'avenir de la France ; à son Premier ministre, les besognes ingrates, la gestion quotidienne[1]. » Cela explique notamment qu'il accorde plus d'importance à la presse écrite – communication plus contrôlée –, accordant 82 articles ou interviews contre 121 pour Jacques Chirac et 41 pour Laurent Fabius lors de leurs passages respectifs à Matignon[2].

Le Premier ministre va donc éviter, autant que faire se peut, les grands discours généralistes et préférer une communication technique. Il réemploie à nouveau une stratégie de « sous-politisation ». Il mènera ainsi plusieurs réformes – réforme des PPT en 1990, « livre blanc sur les retraites », réforme du plan d'aménagement de l'Ile-de-France – par le biais de la concertation et de longues réflexions. Une telle méthode ne correspond pas aux attentes des journalistes, en particulier politiques, très intéressés par les conflits entre personnes. Ces réformes seront peu commentées et occupent une place très inférieure, dans la couverture presse, aux conflits du Premier ministre avec le président de la République, par exemple. Surtout que le Premier ministre se refuse à toute mise en scène ou acte symbolique qui permettrait de cristalliser la politique menée. Prononçant un discours sur la rénovation des banlieues en avril 1991, il se refuse à tout commentaire devant les journalistes et ne met pas en scène sa rencontre des habitants[3].

Fruit des conseils de Jacques Pilhan et Gérard Colé, ce silence se comprend aussi comme un moyen de mieux faire parler de soi. Michel Rocard lui-même l'avait théorisé dans *Le Cœur à l'ouvrage*. Puisque la parole est inaudible, une parole rare permettra de retrouver un écho, une crédibilité. L'abbé Dinouart faisait ainsi en 1771 l'éloge du Prince usant du silence, « celui d'un homme prudent, qui se ménage, se conduit avec circonspection, qui ne s'ouvre point toujours[4] ». Michel Rocard considère, dans la droite ligne du prêtre picard, que « la parole use. Tout homme politique trop bavard discrédite ce qu'il dit. Comme disait Saint Just en 1792 : On ne gouverne pas sans laconisme[5]. »

---

[1] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 105

[2] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 187

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 4 avril 1991

[4] DINOUART, Joseph-Antoine-Toussaint. *L'art de se taire*. Paris : Payot, 2011 rééd.

[5] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

Le silence est en outre un excellent moyen de se faire entendre. « Ce qui n'est pas dit contribue à la mise en relief des mots du pouvoir » selon Denis Barbet et Jean-Paul Honoré[1]. Cela rejoint les idées des conseillers de l'Elysée qui voient dans la rareté un moyen de créer de l'attente et de mieux faire passer son message. Jean-Marie Cotteret explique ainsi : « Ne rien dire est aussi une façon de communiquer, et c'est ainsi qu'il faut concevoir le silence. Non pas comme un aveu d'impuissance ou une échappatoire, mais comme un moyen non verbal de s'exprimer[2]. »

Il faut, par ailleurs, contextualiser un silence qui se comprend mieux si on le remet dans son temps. *Libération* consacre, à la même période, un article à la « fin du look » en politique. Face à la popularité de Michel Rocard, et au discrédit croissant des « grandes vedettes médiatiques » qu'étaient alors les Michel Noir, Philippe Léotard et Jacques Chirac, les « grands prêtres du marketing politique » prophétisent la fin de la communication flamboyante. Jacques Séguéla juge même : « Nous quittons une société d'argent pour une société de valeurs » et explique, rétrospectivement, que son affiche « la Force tranquille » est médiocre... Il vante en tout cas les mérites du silence rocardien : « il a tout compris avec deux ans d'avance (*Le Cœur à l'ouvrage*) ; au lieu de parler, il fait parler de lui[3]. » Quant à Thierry Saussez, il écrit un pamphlet contre la communication à outrance : *Nous sommes ici par la volonté des médias*[4]. Et l'article de *Libération* met en avant « une nouvelle race de conseillers en communication (...) tapie dans l'ombre. C'est le cas de Jacques Pilhan, un ancien de l'équipe Séguéla, qui travaille pour Mitterrand et quelques autres. Persuadé que le temps de la sur-médiatisation est révolu, Pilhan gère à l'économie la présence publique de ses champions : parler moins pour être mieux écouté[5]. »

Ce silence ne fait pas l'unanimité dans l'entourage de Michel Rocard. Ainsi, Bernard Spitz écrit régulièrement des notes pour inviter le Premier ministre à s'exprimer plus et à faire la pédagogie de sa politique : « communiquer beaucoup, MR ayant, comme jadis Mendès, la capacité de faire passer son message, notamment en raison de préjugés favorables de

[1] BARBET, Denis et HONORE, Jean-Paul. Ce que se taire veut dire. Expressions et usages politiques du silence. *Mots*, n° 103, « Le silence en politique », 2013, p. 7-21

[2] COTTERET, Jean-Marie. *La magie du discours*. Op. cit., p. 102

[3] *Libération*, 5 juin 1990

[4] SAUSSEZ, Thierry. *Nous sommes ici par la volonté des médias*. *Op. cit.*

[5] *Libération*, 5 juin 1990

l'opinion pour sa compétence[1]. » Quant à Jean-Paul Huchon, il craint que le silence empêche les citoyens de se rendre compte de l'œuvre du Premier ministre : « Le PM a été trop économe de sa parole. Moi, je passe le tiers de mon temps à régler des batailles entre ministres et secrétaires d'État. Il faut positiver, expliquer, redonner souffle et image réformatrice au gouvernement[2]. » Bernard Spitz reproche, par ailleurs, à la communication de Michel Rocard à Matignon d'être trop technique : « La générosité des premiers mois a glissé sur la pente technocratique : RMI bien compris, pas CSG, cette fois conçue, emballée et vendue comme un produit de la technocratie triomphante. Dans le contexte d'une opposition politique jusqu'au sein même du Gouvernement, comment les Français pouvaient-ils y adhérer ?[3] » On voit ainsi que si cette discrétion est le reflet de la stratégie définie par les « pompidolistes » du cabinet, son caractère excessif, qui se traduit par le rejet de toute médiatisation, est avant tout l'œuvre de Michel Rocard. Le regard critique de celui-ci à l'égard des médias ne va faire, à Matignon, que s'accentuer.

Ce silence a également pour but d'éviter les fuites et de rendre possible les réformes les plus délicates. Nous avons déjà évoqué, avec les accords autour de la Nouvelle-Calédonie, comment Michel Rocard en a fait usage. Pour la fusion entre Airfrance et Air Inter, il a aussi utilisé ce procédé, ne laissant fuiter aucune information jusqu'à l'accord du Président[4].

En communiquant peu c'est aussi une image modèle que Michel Rocard veut incarner, celle du Premier ministre tout entier consacré à sa tâche. Frédéric Lambert a ainsi distingué différentes formes d'incarnation symbolique : « la France (de Gaulle), la République (Ségolène Royal au début de sa campagne en 2007), la nation (Nicolas Sarkozy puis Ségolène Royal), l'État (Lionel Jospin sinistre et intègre, droit en 2002) ou la patrie (Jean-Marie Le Pen sous la statue de Jeanne d'Arc)[5]. » C'est l'État que paraît incarner Michel Rocard. A Matignon, plus encore qu'avant, il cultive son image de rigueur. Pour souligner qu'il a les épaules, il fait rehausser ses épaulettes[6] (annexes, document 52). Il adopte

[1] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, 1er décembre 1988

[2] Archives de Bernard Spitz, Manuscrit de Jean-Paul Huchon, « Matignon, mercredi, 10h » daté du 4 juin 1992, 12 décembre 1990

[3] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, 13 janvier 1991

[4] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[5] LAMBERT, Frédéric. La gueule de l'emploi. *Art cit.,* p. 169

[6] BAZIN, François. *Le sorcier de l'Elysée : L'histoire secrète de Jacques Pilhan. Op. cit.,* p. 177

également des costumes gris, gris-noir, gris à rayures, mais presque toujours gris. On le voit perdre définitivement le sourire qu'il arborait encore très souvent dans la campagne de 1986-1988, sauf pour parler de ses rapports avec François Mitterrand. S'y ajoutent de grosses lunettes qui accentuent son caractère sérieux et le font bientôt ressembler au Jean-Pierre Fourcade de 1978. Toute son apparence vise à confirmer son caractère rigoureux, afin d'enterrer définitivement l'image du leader sympathique, mais instable qu'il avait dans les années 1970. L'émission *Questions à domicile* dans laquelle il intervient en avril 1989 contraste avec le format de l'émission. Alors que celle-ci a pour but d'ordinaire de dévoiler une partie de la sphère privée du politique, il ne s'y montre qu'au travail devant des masses de dossiers sur son bureau ou avec ses collaborateurs. Aucune image de sa famille ne sera montrée[1] (annexes, documents 50 et 51).

Son vocabulaire aussi est travaillé, sous l'influence de Jacques Pilhan. Michel Rocard est incité à adopter un débit plus modéré afin de souligner son caractère posé. Les conseils ont plus d'efficacité que par le passé, comme le remarque *Le Point* après son émission *Sept sur Sept* de décembre 1988 : « Dimanche dernier, ralentissant sensiblement son débit, il modérait également la longueur de ses phrases. Selon Infométrie, institut spécialisé dans la lexicologie politique, une sur trois seulement comportait plus de vingt-cinq mots. Bref, voici Rocard, l'homme des discussions complexes, en train de respecter ainsi l'une des règles d'or des spécialistes simplificateurs de la communication : la loi d'un moindre effort du récepteur[2]. »

Déjà lors de son discours de politique générale le 29 juin 1988, il était apparu beaucoup plus simple dans le style employé :

« Le "parler Rocard", si moqué après les premières déclarations du chef de gouvernement, a manifestement été traqué avec énergie. Aucune trace ou presque de ce langage mi-énarchique, mi-surréaliste qui fait la joie des exégètes du rocardisme en mots. Une seule bavure, cette énigmatique "réconciliation de l'instant et de la durée", qui plonge le commentateur dans une profonde rêverie cosmique et métaphysique. Bien au contraire, le Premier ministre s'en est tenu avec application au vocabulaire simple du concret, à

[1] INA, TF1, *Questions à domicile*, 20 avril 1989

[2] *Le Point*, 26 décembre 1988

l'expression parfois triviale de cette "démocratie de la vie quotidienne", thème constant de "la Deuxième gauche" rocardienne depuis plus de vingt ans[1]. »

Cette mutation s'explique aussi par l'écriture systématique de ses discours, alors qu'un plan était juste rédigé auparavant. Cette rédaction complète l'empêche de véritablement se distancier du texte et donc d'ajouter des incises auxquelles il est habitué. Toutefois, ce type de pratiques, qui a pour but d'empêcher Michel Rocard de faire complexe et même de réaliser des « gaffes », contribue aussi à rendre plus artificiel et plus figé son discours[2].

3) Des rapports dégradés avec les journalistes ...

Sa communication est d'autant plus sobre et réduite que ses rapports avec les journalistes se sont encore dégradés. La fin de campagne pour l'élection présidentielle de 1988, pour laquelle il était donné perdant, voire, pire, tourné en ridicule par certains organes de presse, a été durement ressentie. Quoiqu'il en soit, à Matignon il va entretenir des rapports difficiles avec la profession comme en témoigne *L'Express* : « Et la presse ? La souffrance du Premier ministre. Il y a belle lurette qu'il n'est plus la coqueluche des journaux. (...) Ses rapports avec les médias demeurent difficiles. Souvent tumultueux. Rocard, sur ce terrain, se sent mal à l'aise[3]. »

A l'exception de *La Croix* et en partie du *Nouvel Observateur*, il ne peut plus vraiment compter sur un soutien sans réserve de la presse. Il ne bénéficie plus de l'aura de l'opposant dont on ne peut que présumer l'action. Pire, comme tout gouvernant, il fait face à la critique des journalistes qui cherchent ainsi à marquer leur autonomie[4]. Même *Le Nouvel Observateur* ne lui est plus aussi favorable. Son ami Jacques Julliard exprime dans ses éditoriaux sa déception à l'égard du manque de politique sociale de Michel Rocard. Quant à la presse de droite, elle ne peut plus l'encenser pour condamner le reste de la gauche, comme jusque-là.

[1] *Libération*, 30 juin 1988

[2] Entretien avec Jean-François Merle, 19 novembre 2015

[3] *L'Express*, 8 juillet 1988

[4] JUHEM, Philippe. Alternances politiques et transformations du champ de l'information en France après 1981. *Art. cit.*

Elle apprécie son style consensuel[1], mais se montre très critique de sa position à l'égard des grèves ou de l'immigration[2].

Même le pourtant très rocardien *Réforme* – de part les origines protestantes de Michel Rocard – commence à émettre des doutes face au silence du Premier ministre :

« De l'héritier présomptif de Pierre Mendès France on attendait l'équivalent du fameux art de converser entre citoyens raisonnables autour d'un verre de lait. (...) Puisse le capitaine Rocard expliciter son succès non pas en perpétuant un mutisme qui deviendrait coupable, mais en se décidant enfin, le vacarme assourdi, à gouverner par la parole. C'est ce qu'attendent encore de lui tant d'hommes et de femmes humiliés par la "langue de bois" dont on s'est servi pour n'avoir pas à les écouter ni à leur répondre[3]. »

Mais la plus grande hostilité vient clairement de *L'Humanité* qui oppose au Premier ministre des propos souvent véhéments. Le quotidien communiste parle à son propos d'« architecte de l'alliance à droite[4] » et le soupçonne d'être « l'ami des patrons[5] ».

Au contraire, *Libération* se montre moins dur à son égard, et souvent compréhensif même : « Michel Rocard Premier ministre doit faire face au réveil d'un corporatisme exacerbé, doublé d'une crise d'identité[6]. » On peut mettre cette évolution en relation avec les métamorphoses du journal passé d'un quotidien d'extrême gauche, à une presse adoptant le « référentiel de marché » et entretenant d'excellentes relations avec la Fondation Saint-Simon[7]. On peut également faire remarquer que n'étant plus guère impliqué dans les affaires du PS, ce n'est plus Eric Dupin qui évoque son action, mais plutôt l'éditorialiste et directeur du journal : Serge July ou Jean-Michel Helvig. De même *L'Evénement du jeudi* lui paraît peu hostile durant cette période. Jean-François Kahn apprécie son positionnement plutôt centriste et tentant de briser « le bon vieux clivage droite-gauche anesthésiant et rassurant[8] ».

---

[1] *Le Quotidien de Paris*, 19 décembre 1988

[2] *Le Quotidien de Paris*, 5 décembre 1988

[3] *Réforme*, 10 décembre 1988

[4] *L'Humanité,* 11 mai 1988

[5] *L'Humanité,* 9 octobre 1990

[6] *Libération*, 10 mai 1989

[7] HUBE, Nicolas. *Décrocher la « une ». Op. cit.,* p. 308

[8] *L'Evénement du jeudi*, 27 octobre 1988

Cette hostilité majoritaire se traduit par un nombre réduit d'interviews accordées à la presse[1] : « Les supports écrits n'étaient pas négligés, mais devaient avoir une justification stratégique : rien de plus destructeur que ces interviews-fleuves, en première page d'un quotidien, qui apparaissent déconnectées, venant comme un cheveu sur la soupe[2]. » Cela n'empêchera pas le Premier ministre d'écrire plusieurs articles, format qui permet une plus grande maîtrise de sa parole.

Son analyse critique des conséquences de la presse sur la démocratie n'a fait, elle aussi, que s'amplifier, au point de compliquer nettement son rapport aux journalistes :

« Cela conduisait à être de moins en moins compris des journalistes eux-mêmes (on s'amusait du "décodeur" que nécessitait l'expression de Rocard) et à devenir ou à apparaître en quelque sorte étranger à la réalité vécue par les Français, précisément, à 20 heures, chaque soir, devant leur poste de télévision[3]. »

Hervé Hamon se souvient également d'un raidissement du Premier ministre, à Matignon, dans son comportement à l'égard des journalistes[4]. Le discours convenu, en particulier, sur ses rapports au Président, fait également fuir une presse avide de petites phrases et de confidences, comme le rapporte Jean-Paul Huchon : « A un certain moment les journalistes les plus consciencieux "décrochaient" et allaient voir ailleurs, ce qui accentuait l'impression de flou. C'était prodigieusement agaçant. Je m'efforçais de prendre le contre-pied de cette attitude dans l'intérêt même du Premier ministre[5]. »

Pire, le Premier ministre, craignant les fuites, se ferme de plus en plus à la presse, au point d'interdire les « off » et les confidences aux journalistes. Claude Lévy, journaliste de l'AFP accrédité à Matignon durant cette période, témoigne de cette crispation communicationnelle : « Visiblement, les conseillers auraient voulu que je me barre, assure-t-il. Ils étaient courtois, mais leur façon de gouverner, c'était le black-out. (...) Dans le contexte de la haine froide entre Mitterrand et Rocard, le Premier ministre était pétrifié, tétanisé, il

[1] *Le Monde*, 20 juin 1989

[2] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit*., p. 166

[3] *Ibid.,* p. 158-159

[4] Entretien avec Hervé Hamon, 14 juin 2014

[5] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit*., p. 160

avait peur du moindre mot de travers[1]. » Ce correspondant de l'AFP tentera pour contourner le mutisme des membres du cabinet d'interroger les visiteurs traversant la cour d'honneur, jusqu'à ce que les vitres de son local soient peintes d'une couleur opaque : « J'avais alors fait un petit trou en grattant la peinture avec un couteau, rigole-t-il. Je réussissais à voir quand même ![2] » La directrice de la communication appelle également tous les rédacteurs des pages politiques, chaque soir, afin de faire passer des messages. Elle neutralise les « emmerdeurs », ceux qui peuvent dans les déplacements, influencer les autres dans un sens défavorable. Elle veillera également à ce que les aspects privés de la vie de Michel Rocard n'aient pas d'écho dans la presse. Ce sera en particulier le cas lors d'une grave crise de coliques néphrétiques à l'été 1988. Alors que Philippe Alexandre s'apprêtait à l'annoncer au micro de RTL, elle réussit à faire plier la chaîne et garder le secret[3].

Le nadir de la relation aux journalistes est atteint avec la Guerre du Golfe. L'équipe de Matignon laisse alors un souvenir négatif à la presse. Elle se lance, au nom de la défense du pays, dans une politique de réprimande plus ou moins ferme. Le gouvernement rappelle d'abord les consignes aux médias de ne pas faire le jeu de la propagande irakienne. En effet, comme s'en souvient Jean-Louis Missika, ce sont alors des envoyés spéciaux généralistes qui se rendent sur le terrain, en raison de l'importance du conflit. Ceux-ci ne sont pas acculturés à la communication de l'armée, au contraire des journalistes spécialisés, qui ont des relations étroites avec le milieu. Ils bravent ainsi les consignes données par le service de communication de la Défense, mettant parfois en péril les opérations[4]. Un communiqué de Matignon va d'abord fixer le cadre au début du conflit :

« La liberté de la presse est l'honneur des démocraties. Elle est aussi parfois le relais des dictatures. Le devoir d'informer n'a pas d'autres limites que celles que fixent les journalistes eux-mêmes et c'est très bien ainsi. Mais à l'heure où se déroulent les événements très graves que l'on sait, à l'heure où des vies françaises peuvent être mises en danger, et où, déjà, la liberté de nombre de nos compatriotes est entravée, le Premier ministre croit de son devoir d'inviter les journalistes, particulièrement dans l'audiovisuel, à s'interroger sur leur rôle

[1] THOMET, Jacques. *AFP, Les survivants de l'information*. Paris : Hugo doc, 2009, p. 59

[2] *Ibid.*

[3] Entretien avec Jacqueline Chabridon, 27 janvier 2014

[4] Entretien avec Jean-Louis Missika, 13 juin 2014

et notamment à éviter de prendre le risque de servir les intérêts de la propagande d'une puissance étrangère sans autre nécessité que celle de prestations plus spectaculaires ou émotives que réellement informatives[1]. »

Une fois le conflit débuté, le Premier ministre va également sermonner la presse et les chaînes de télévision qui contreviennent aux règles. C'est le cas particulièrement de La Cinq, à la recherche d'images sensationnelles, et ayant réalisé des reportages non autorisés[2]. Patrick Poivre d'Arvor est également l'objet de critiques et d'une convocation, avec toute l'équipe de TF1 à Matignon, après son retour d'Irak avec un bébé de 18 mois issu de la communauté française vivant sur place, en juillet 1990[3]. Durant son déplacement dans le Golfe pendant quelques heures, Michel Rocard ne choisira d'ailleurs pour l'entourer, que des journalistes de la presse régionale, à laquelle il accorde plus de confiance que la presse nationale[4]. Ces mauvaises relations avec la presse ne sont pas favorables au cadrage des politiques menées par Michel Rocard. John Zaller a ainsi montré que les journalistes réagissent négativement aux informations que les politiques tentent à tout prix de leur imposer, en s'intéressant à d'autres informations. On peut considérer que depuis le début des années 1980, Michel Rocard applique ce que le chercheur américain appelle « la stratégie de l'information fermée ». Son équipe encadre les journalistes pour limiter au minimum les interactions non souhaitées avec eux. Cette stratégie s'oppose à celle de « l'information libre » qui laisse plus de souplesse au politique et aux journalistes. Face à la stratégie de « l'information fermée », les journalistes mettent en œuvre ce que John Zaller nomme « la règle de substitution de produit[5] », selon laquelle plus les équipes de campagne « tentent d'orienter les propos des journalistes sur les candidats, plus les journalistes s'efforcent de raconter autre chose[6]. »

---

[1] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 199622/2, « Communiqué », 21 août 1990

[2] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, « Radio-France Inter, 29 janvier 1991, Interview d'Etienne Mougeotte »

[3] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 78

[4] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, Dossier « Golfe », « Déplacement du Premier ministre en Arabie Saoudite, 14 février 1991 »

[5] ZALLER, John. *A theory of Media Politics. How the Interests of Politicians, Journalists and Citizens Shape the News*, 1999, non publié. Cité par GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.*, p. 117

[6] ZALLER, John. The rule of product substitution in Presidential campaign news. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science,* n° 560, p. 111

4) ... compensés par des relations avec la presse soignées par son entourage

Pour compenser ce silence volontaire du Premier ministre, Jacqueline Chabridon et Jean-Paul Huchon trouvent une parade en mettant en avant le directeur de cabinet : Jean-Paul Huchon, ainsi que l'équipe. Le directeur de cabinet est en règle générale une personnalité essentielle, mais peu visible dans l'entourage d'un ministre. On ne se souvient guère d'avoir vu dans les médias Maurice Ulrich ou Louis Schweitzer, respectivement directeur de cabinet de Jacques Chirac et de Laurent Fabius à Matignon. Au contraire, Jean-Paul Huchon va être très présent, au moins dans la presse écrite, comme en témoignent les portraits qui lui sont consacrés, notamment dans *Le Nouvel Observateur* : « Cet inconnu qui règne sur Matignon[1] » ou *L'Express* : « Huchon, le copilote de Matignon[2]. »

Si le ministre est peu présent, l'équipe autour de lui, elle, s'affiche. Les réunions du cabinet sont même ouvertes à la presse et *Le Monde* a le droit, pendant une semaine, de suivre la vie de Matignon[3]. Jean-Paul Huchon se montre très disponible à l'égard des journalistes : « D'une manière générale, nous avons consacré beaucoup de temps à la presse. Je ne laissais pas une demande de journaliste sans réponse. Il s'agissait pour moi d'une priorité[4]. » Pour correspondre à l'esprit « dépolitisé » du temps – « France unie » oblige –, l'équipe est présentée comme plus technicienne que politique[5] et animée par une camaraderie réciproque. La « bande à Rocky » est décrite comme une joyeuse équipée de copains, se réunissant chaque année pour Cabaroc, le rendez-vous des anciens collaborateurs de Michel Rocard, autour d'une partie de football[6]. Quant aux réunions de travail, « l'atmosphère y est toujours détendue, les échanges y sont informels. (...) A Matignon on travaille "à

[1] *Le Nouvel Observateur*, 28 octobre 1989

[2] *L'Express*, 7 avril 1989

[3] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 161

[4] *Ibid.,* p. 162

[5] *Le Figaro*, 20 mai 1988

[6] *L'Express*, 8 juillet 1988

l'américaine". On "tombe la veste s'il fait chaud[1]". » L'équipe devient d'autant plus joviale – « destroy » comme ne cesse de le répéter Jean-Paul Huchon – que le Premier ministre apparaît, de plus en plus dans les médias, terne et austère.

5) Les difficultés à communiquer sur l'international

Contraint dans la stratégie globale du gouvernement, Michel Rocard l'est aussi dans la définition de la politique extérieure de la France. Depuis Charles de Gaulle, le Président bénéficie de ce que Jacques Chaban-Delmas a nommé « le domaine réservé ». Les Affaires étrangères de la France reviennent aussi au président de la République, même si rien dans la constitution ne le garantit. Cette tradition s'est renforcée avec la cohabitation qui a vu, en dépit des tentatives de captation de ce domaine par Jacques Chirac, le maintien des prérogatives présidentielles. Dans ce second mandat, François Mitterrand entend d'ailleurs se consacrer plus ardemment à la politique extérieure de la France. Il multiplie les déplacements à l'étranger[2]. Le Premier ministre n'a donc que peu de place dans la conduite des affaires extérieures, alors même qu'il s'agit d'une de ses principales passions :

« Michel Rocard, par formation et par histoire personnelle, était très attiré par le vaste monde. Entre nous, c'était presque devenu un sujet de plaisanterie tant ses discours fourmillaient de tirades interminables sur la BOP ("Bataille pour l'organisation de la planète"). (...) Le Premier ministre, bien sûr, s'était rendu compte très vite qu'il n'était pas souhaité qu'il se mêlât vraiment des questions internationales. Mais il avait du mal à s'y résigner[3]. »

Toutefois, le Président lui délègue de temps à autre des tâches qui ne l'intéressent guère. C'est le cas des parties du monde jugées moins cruciales pour la France, en tout cas du point de vue du Président[4]. Ce qui régale un Michel Rocard toujours soucieux et intéressé par les zones géopolitiques en devenir.

---

[1] *Ibid.*

[2] VEDRINE, Hubert. *Les mondes de François Mitterrand*. Paris : Fayard, 1996

[3] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 68

[4] Entretien avec Yves Colmou, 17 juin 2016

Carte 5 : Cartographie des déplacements de Michel Rocard dans le monde (1988-1991) à partir de ses agendas (Archives Nationales, fonds 680AP)



Il se rend ainsi à plusieurs reprises dans le Pacifique sud, notamment en Australie (août 1989) et en Nouvelle-Zélande (avril 1991). Ces déplacements sont bien sûr en lien avec la situation en Nouvelle-Calédonie, toute proche – les deux pays anglosaxons s'étant solidarisés avec la cause kanak. Cette mission vise aussi à apaiser les tensions après l'Affaire du Rainbow Warrior en 1985. Le Premier ministre présente ses excuses, au nom de la France, à deux reprises[1]. Mais il continue à y défendre les essais nucléaires français à Mururoa – il visite d'ailleurs la base. Ils seront désormais annoncés et souterrains[2]. Pour montrer son souci de transparence il ouvre même une partie du site aux journalistes, et la fait visiter en compagnie du Commandant Cousteau, ce dernier mettant en valeur un taux de radioactivité inférieur sur les lieux par rapport à Paris. Ce voyage record en durée pour un Premier ministre lui apporte d'ailleurs les faveurs de la presse qui y voit un succès. Rachid Arhab considère qu'il a ainsi permis le désenclavement de la France dans cette région[3], alors que *Le Parisien* juge le voyage « globalement positif[4] ». Ce cadrage, s'il lui est plutôt favorable, ne

[1] *Le Monde*, 19 août 1989

[2] INA, TF1, *JT 20h*, 29 avril 1991

[3] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 26 août 1989

[4] *Le Parisien*, 28 août 1989

doit toutefois pas surprendre, les journalistes français en déplacement officiel étant plutôt prompts à des commentaires cocardiers et légitimistes[1]. L'équipe de Matignon prend d'ailleurs grand soin d'organiser au mieux les déplacements des journalistes aux côtés du Premier ministre. Marie Bertin confie avoir, à plusieurs reprises, fait pression sur les ambassades et les pays hôtes afin d'assurer le meilleur accueil de ceux-ci[2]. Pour le déplacement en Australie à l'été 1989, les Archives de Matignon montrent ainsi les négociations entre l'attachée de presse du Premier ministre et les autorités australiennes, afin d'assurer de meilleures conditions techniques pour les cameramen français[3].

L'Asie du Sud-Est est également une zone qui n'intéresse guère François Mitterrand, avant tout préoccupé par la Guerre froide. Le Premier ministre peut se rendre en Thaïlande – où il est le premier dirigeant français depuis 3 000 ans[4] – et en Inde en janvier 1990 – zone alors marquée par la fin du génocide khmer rouge – ainsi qu'au Japon, en novembre 1990, pour assister au sacre du nouvel empereur Akihito. Là encore le Premier ministre fait très bonne impression et se forge une image de représentant de la France dans le monde. D'autant qu'il doit réchauffer les relations après des propos peu amènes à l'égard de son pays hôte, de la ministre des Affaires européennes Edith Cresson[5]. Le Chef d'État lui délègue aussi une rencontre avec le pape Jean-Paul II lors d'une visite à La Réunion[6].

Mais c'est surtout sur le thème environnemental que Michel Rocard va s'investir, avec le feu vert de François Mitterrand, peu préoccupé par le sujet. Il organise ainsi, après le rapport Brundtland, l'une des toutes premières conférences internationales sur l'environnement, après le sommet de la terre à Stockholm en 1972. Elle a lieu à La Haye, le 11 mars 1989, et réunit 24 pays s'accordant sur la prédominance des causes humaines dans le réchauffement climatique. En dépit de la non-participation de la Grande-Bretagne, des États-Unis et de l'URSS, cette convention favorise la remise au premier plan de cette thématique, préparant le terrain pour le nouveau sommet de la Terre à Rio en 1992. En résulte également

[1] MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé. Op. cit.,* p. 100

[2] Entretien avec Marie Bertin, 5 octobre 2015

[3] Archives nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/22, Dossier « Télégrammes »

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 20 janvier 1990

[5] INA, TF1, *JT 20h*, 19 juillet 1990

[6] INA, TF1, *JT 20h*, 1er mai 1989

la création d'un « Secrétariat permanent climat » de l'ONU[1]. Lors de son voyage en Australie, Michel Rocard signe aussi un accord avec ce pays sur la sanctuarisation de l'Antarctique[2].

Il s'immisce enfin très discrètement dans le conflit israëlo-palestinien cherchant par le biais de ses bonnes relations avec les leaders palestiniens à favoriser une conciliation – Michel Rocard en tant que responsable du PSU a toujours été un fervent défenseur de la cause palestinienne ; en retrait après l'Appel de Conflans en 1980, il s'était rendu en pleine campagne présidentielle au Proche-Orient, accueilli en grande pompe par l'OLP[3]. Il organise ainsi un sommet euro-arabe à Paris, et essuie des réactions hostiles et inquiètes du gouvernement israëlien[4]. Un an après, il accueillera Yasser Arafat à Matignon[5].

Toutefois, sur tous ces sujets, sa communication reste très discrète. Ainsi, si l'on compare sa couverture presse et télévisée lors de ses déplacements, elle est plus faible que celle du chef de l'État. Seuls son voyage au Japon à l'été 1990 et celui en Nouvelle-Zélande sont très largement médiatisés (plus de dix extraits télévisés chacun[6]). Par ailleurs, pendant ces déplacements les thèmes régaliens sont seulement abordés brièvement. Ainsi, concernant le nucléaire, il tient un discours assez confus expliquant qu'il est contre la guerre, mais que l'arme nucléaire a permis la paix pendant 50 ans en Europe[7].

Ces limites vont se faire plus nettes avec la Guerre du Golfe. Durant les négociations puis le conflit, c'est le Président qui occupe le premier rôle, Michel Rocard continuant à gérer les affaires intérieures. Cette répartition des tâches est particulièrement visible dans l'interview qu'il accorde à Antenne 2 le 18 mars 1991[8]. Il répond essentiellement sur les conséquences de la Guerre du Golfe pour l'économie française. Il y rassure l'opinion, mais la prépare également à un nouveau plan de rigueur, tout en se montrant optimiste sur les perspectives économiques. Lorsqu'il évoque le sujet, il ne le fait jamais sans rappeler la

[1] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 170

[2] *Le Monde*, 19 août 1989

[3] *Le Nouvel Observateur*, 9 février 1981

[4] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 18 décembre 1989

[5] TF1, *JT 20h*, 29 août 1990

[6] Chiffres obtenus à partir d'une recherche dans Hyperbase, le logiciel de recherche de l'INA.

[7] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/22, Dossier 1, « Transcription des conférences de presse », « Conférence de presse du Premier ministre au National Press Club, Canberra, le 18 août 1989 »

[8] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 18 mars 1991

position du Président. Il apparaît ainsi extrêmement silencieux, voire « mutique[1] » durant la période du conflit. Le Premier ministre finira par se rendre sur le terrain, à Riad, mais sa prestation sera rapportée par la presse comme relativement ridicule : « Le Premier ministre devait se faire voir dans le Golfe coûte que coûte, car il n'y était pas venu depuis le début de la crise. Mais Michel Rocard n'avait guère préparé son dossier, et certaines de ses réflexions concernant le matériel ont laissé les militaires bouche bée. Certains de ses propos ont paru d'une banalité déconcertante[2]. »

A défaut d'avoir rassuré l'opinion sur ses capacités à conduire une guerre, Michel Rocard se sera montré sur le terrain, sans froisser le chef de l'État. Ce n'est qu'en février 1991 que le Premier ministre choisit de sortir de sa réserve :

« Après maints débats au sein de l'équipe de Matignon, décision est d'abord prise de sortir du black-out en faisant "réapparaître progressivement le patron". Pas question de laisser se développer une campagne sur le thème "le Premier ministre est aux abonnés absents". C'est pourquoi l'on voit le chef du gouvernement décider de l'emplacement du futur grand stade (à Melun-Sénart, en Seine-et-Marne), évoquer la nécessité d'économies budgétaires, signer le 300 000ème contrat emploi-solidarité, à Lille, et plaider contre la psychose qui frappe les acteurs économiques de l'Hexagone[3]. »

Cette offensive se fait aussi par le biais d'un entretien accordé au *Monde* dans lequel il affirme que « le gouvernement a beaucoup travaillé pendant cette période », notamment sur le plan économique et de la sécurité intérieure[4].

6) Un déficit d'explication

On pourrait croire que cette discrétion se cantonne aux secteurs où le Premier ministre ne veut pas faire ombrage au Président, mais en réalité elle s'applique à toute sa politique.

[1] *Libération*, 20 février 1991

[2] *Le Figaro*, 15 février 1991

[3] *L'Express*, 14 février 1991

[4] *Le Monde*, 7 mars 1991

Jean-Louis Missika avait tout le mal du monde à faire venir Michel Rocard sur les plateaux télévisés pour défendre ses projets[1]. A l'heure où se développent les « effets d'emballage » et le « spin control » pour « vendre » au mieux les réformes au grand public, Michel Rocard s'y refuse[2]. Et le fort essor du budget pour les campagnes du SID – 244 000 000 de francs en 1988 à 322 000 000 en 1991[3] – ne suffit pas à compenser la rareté du Premier ministre dans les médias. Le déficit d'explication laisse ainsi toute la place aux contradicteurs pour imposer leur cadrage, dans une communication politique qui est avant tout un « conflit d'interprétation[4] ». Les journalistes fortement dépendants de leurs sources, sur des dossiers aussi techniques que la CSG, sont plus enclins à donner de l'écho aux critiques de ses adversaires. Et ceux-ci peuvent avoir une influence importante dans l'opinion des citoyens à l'égard des politiques publiques[5].

Le Premier ministre se montre tout particulièrement réticent à l'usage de symboles, pourtant nécessaires à l'ancrage des mesures dans la conscience collective[6]. S'afficher en banlieue pour lancer un nouveau plan de réhabilitation des quartiers, ou encore rencontrer des infirmières pour marquer son intérêt pour leur mobilisation sont des options qu'il rejette. Michel Rocard apparaît donc comme un politique « non-expressionniste » pour reprendre le qualificatif utilisé par Marlène Coulomb-Gully évoquant Lionel Jospin en 1995[7]. Il s'en était déjà expliqué dans *Le Cœur à l'ouvrage*, comme nous l'avons vu plus haut. C'est d'ailleurs la principale critique que lui fera Pierre Bourdieu lors d'un déjeuner à Matignon[8].

Cette attitude semble pourtant se conformer au positionnement de Pierre Mendès France. Comme a pu l'écrire Stanley Hoffmann, « la quasi-monarchie présidentielle de la V^{ème} République choquait le républicain Mendès tout comme la liturgie des conférences de

[1] Entretien avec Jean-Louis Missika, 13 juin 2014

[2] RIEFFEL, Rémy. *Que sont les médias ?* Paris : Gallimard, 2005, p. 180

[3] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 194

[4] *Ibid.,* 174

[5] PAGE, Benjamin, SHAPIRO, Robert, DEMPSEY, Glenn. What moves public opinion ? *American political science review*, n° 81, 1987, p. 23-43

[6] LEFORT, Claude. *La complication*. Paris : Fayard, 1999, p. 188

[7] COULOMB-GULLY, Marlène. *La démocratie mise en scène. Op. cit.,* p. 93

[8] Archives Nationales, 19920622/1, Note de Pierre Encrevé, 21 décembre 1989, « Compte rendu du déjeuner avec Pierre Bourdieu du jeudi 21 décembre 1989 »

presse dirigées, des référendums personnalisés et d'une ORTF contrôlée. L'homme des explications-constats, des données et des options nettes n'aimait ni les ruses, ni les prosopopées, ni l'appel aux songes si chers au Général[1] ».

L'entourage de Michel Rocard, en particulier au sein des « Mendésistes » – ceux qui souhaitent le voir gouverner à sa façon sans vouloir tout concilier avec le Président –, se montre inquiet de son silence, dont ils perçoivent les conséquences lourdes. Alain Bergounioux, conseiller au cabinet, mais très impliqué dans les affaires du parti, sonne lui aussi l'alarme :

« Un de nos problèmes vient de ce que nous ne pouvons expliciter vraiment librement ce que nous faisons. C'est la contradiction irritante du "dessein", du "projet", etc... On peut dire que cela n'a pas d'importance et que l'action est perçue par les Français. Cela est vrai partiellement. Mais nous sommes à un moment où il faut sans doute mieux s'expliquer auprès des militants socialistes, des journalistes et des intellectuels. Dans ces trois directions, nous devons prendre une position plus offensive (...) Il ne faut pas trop négliger cet aspect sous peine d'être enfermé dans l'image trop restrictive du seul pragmatisme[2]. »

Les inquiétudes vont surtout se faire pressantes à la fin de la période. Des membres de l'équipe craignent que Michel Rocard ne parte de Matignon sans avoir laissé sa trace comme gouvernant dans l'opinion. Le même Alain Bergounioux propose, en mai 1990, « un discours et une pratique qui restituent les choses faites, qui capitalisent quelques grandes réformes et investissements importants (le RMI et l'insertion, la modernisation du service public en s'appuyant sur les PTT, l'éducation en valorisant l'investissement). Il faut, aussi, avancer dans les deux directions majeures, avec l'idée que des résultats doivent pouvoir être perceptibles dans des délais rapprochés, d'une part, le social, en privilégiant les bas salaires et les possibilités de carrière, la carrière ouvrière mais aussi les perspectives pour les catégories moyennes (...) d'autre part l'immigration, en réaffirmant périodiquement les grandes lignes de la politique et en fixant une première étape-bilan dans six mois[3]. »

[1] HOFFMANN, Stanley. Le confluent des modernités. *Pouvoirs*, n° 27, 1983, p. 31-37

[2] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Note d'Alain Bergounioux à Michel Rocard, 29 mai 1990

[3] *Ibid.*

C'est pour cela que son entourage va chercher à trouver des relais à sa parole. Avec un parti à demi-réticent et des ministres méfiants, les soutiens se font rares. Les clubs Convaincre continuent à jouer ce rôle, mais leur positionnement à l'égard du Premier ministre n'est pas aussi simple qu'avant. Ainsi, avec sa nomination, il cesse de signer l'édito de la revue des clubs et s'en explique :

« La priorité est, pour moi, revenue à l'action plus qu'au débat. Et la charge dont je viens d'être investi par le chef de l'État ne permet plus que *Convaincre* demeure la "*Lettre d'information de Michel Rocard*". Elle continue donc, comme "*Lettre des clubs Convaincre*", lieu d'analyses, de réflexion ou de proposition pour le présent ou pour l'avenir à plus long terme[1]. »

La CSG est sans doute l'exemple le plus frappant de ce déficit d'explication et de son impact sur la manière de mener les politiques publiques. De nombreux sondages ont pourtant été mobilisés afin d'anticiper les craintes de la population. Elisabeth Dupoirier faisait ainsi remarquer que « l'aspect justice sociale du projet paraît un bon levier de communication. L'aspect d'allègement des contributions sociales des petites et moyennes catégories de salariés est en revanche encore mal perçu, y compris par les intéressés. L'impact positif du projet dans l'opinion de gauche est réel[2] ». Le SID rédige également toute une série d'argumentaires pour répondre aux futures attaques autour du projet. Mais ce que l'équipe de Matignon n'avait pas prévu c'est que ce soit Bercy qui fasse fuiter le projet dans la presse, Pierre Bérégovoy y étant opposé[3]. Alors que tout l'argumentaire de Matignon consistait à dire qu'il ne s'agissait pas d'un impôt, il a déjà partout été présenté comme tel. *L'Humanité* se joue d'ailleurs de cette communication du gouvernement en dénonçant « l'impôt Rocard ». La stratégie de discrétion, de technicisation, consistant, comme nous l'avons vu à l'époque du ministère de l'Agriculture, à dépolitiser le débat autour du projet, est donc rendue caduque. Le Premier ministre est pour la première fois contraint de monter au créneau et d'apparaître dans les médias pour défendre son projet[4]. On le retrouve sur le plateau d'Antenne 2 au journal télévisé de 20h[5], le 19

[1] *Convaincre*, n° 38, 24 mai 1988

[2] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, Note 3 d'Elisabeth Dupoirier sur « La perception par l'opinion du projet gouvernemental de CSG », 8 octobre 1990

[3] *Le Canard Enchaîné*, 8 août 1990

[4] BREGMAN, Dorine. Le cadrage du débat public : le projet de CSG. *Réseaux*, n° 9, 1996, p 111-133

[5] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 19 septembre 1990

septembre 1990, puis le 5 octobre sur TF1[1]. Mais là encore il n'apparaît pas des plus convaincants. Ses interventions arrivent d'abord tardivement, 57 % des Français confiant qu'ils ne l'ont jamais entendu s'exprimer sur ce sujet. Il apparaît en outre peu convaincant selon 56 % des sondés[2]. Au final, Michel Rocard perd la bataille médiatique, déjà mal entamée. La presse est largement clivée autour du projet, et il n'y a que la presse économique pour réellement soutenir la CSG, alors que la presse de gauche est très divisée. Les sondages montrent le basculement progressif de l'opinion. Si début octobre, 48 % des Français sont favorables au projet, et ce même à droite (51 %)[3], ils sont, le 21 octobre, 45 % à penser qu'il s'agit d'un projet non justifié. 62 % ne croient pas du tout à l'argumentation gouvernementale qui vise à expliquer qu'il s'agit d'un impôt de substitution[4]. Comme on le voit, avec cette stratégie du « devoir de grisaille », c'est toute la politique de Michel Rocard qui est laissée à la merci des critiques, qui après la phase d'« état de grâce » vont bientôt se multiplier.

B) Les mouvements sociaux : quand la « méthode » devient un stigmate

1) Le parti pris de la rigueur

Après un premier mois de gouvernement agité, et un court « état de grâce » lié à sa réussite en Nouvelle-Calédonie, Michel Rocard doit faire face à d'importants mouvements sociaux dès l'automne 1988. La « méthode Rocard » va dès lors devenir un stigmate. A partir du 29 septembre, se déclenchent dans tout le pays d'importantes grèves, notamment parmi les infirmières et les cheminots. Ces mouvements sont d'autant plus difficiles à gérer qu'ils débordent les syndicats représentatifs, ce qui fait dire à Jean-Paul Huchon qu'ils font face à

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 5 octobre 1990

[2] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, Note 3 d'Elisabeth Dupoirier sur « La perception par l'opinion du projet gouvernemental de CSG », 8 octobre 1990

[3] *Ibid.*

[4] Sondages SOFRES-*Le Figaro*, 10 octobre 1990

un « nouveau mai 1968[1] ». A partir du 18 octobre, la CGT qui tente de rattraper le mouvement, lance une vague de grève sur tout le territoire, notamment au sein d'Air France, d'EDF et des postes et télécoms.

Face à une situation d'amélioration de la conjoncture économique, des catégories de salariés souhaitent profiter eux aussi du retour de la croissance, notamment par une revalorisation de leurs salaires, bloqués depuis plusieurs années. Les infirmières réclament, par exemple, une revalorisation totale de 2 000 F chacune, soit 2 milliards par an. Mais Michel Rocard et, plus encore, son ministre de l'Economie Pierre Bérégovoy considèrent la situation comme fragile et craignent, en cas de revalorisation des rémunérations, une hausse de l'inflation qui avalerait les gains de la croissance. On reconnaît là l'attachement de l'hôte de Bercy à une vision de la politique économique héritée de Pierre Mendès France, pour lequel l'inflation était le pire des maux[2]. Mais là où Mendès France était profondément keynésien, Pierre Bérégovoy semble se muter en fervent monétariste. Depuis 1984, son obsession est la défense d'une monnaie forte et la libéralisation des marchés[3].

Chez Michel Rocard, cette position est plus paradoxale, puisqu'il a rejeté violemment le monétarisme – cette doctrine économique, inspirée de Milton Friedman, basée sur une politique monétaire stricte, afin de limiter la quantité de monnaie en circulation qui serait responsable de l'inflation – jusque-là et s'est plutôt montré keynésien. Certains lui attribuent même en 1983 la volonté de mettre en œuvre une politique de relance plus dynamique, *a contrario* du plan de rigueur adopté alors par le couple Mauroy-Delors[4]. Selon Pierre Favier et Michel Martin-Roland, Michel Rocard semble prêt à accepter plus de déficit et une politique sociale plus généreuse. D'ailleurs, à la fin de l'été 1988, il prend ses distances avec la rigueur : « Il serait irresponsable de faire croire qu'on peut indéfiniment rogner sur les dépenses publiques[5]. » Michel Charasse, en charge du budget, lui envoie une longue note dès

[1] Archives de Bernard Spitz, Manuscrit de Jean-Paul Huchon, « Matignon, mercredi, 10h » daté du 4 juin 1992

[2] CHATRIOT, Alain. *Pierre Mendès France. Op. cit.,* p. 171

[3] FULLA, Mathieu. Le « politique-expert » : du Parti socialiste au Conseil économique et social. In CASTAGNEZ, Noëlline et MORIN, Gilles. *Pierre Bérégovoy en politique*. Paris : L'Harmattan, 2013, p. 123-140

[4] JULY, Serge. *Le salon des artistes. Op. cit.,* p. 165

[5] *Le Nouvel Observateur*, 26 août 1988

le 8 septembre dans laquelle il l'accuse de laisser les économies s'effilocher[1]. Pour Jean-Louis Andréani aussi, Michel Rocard n'a pas toujours été le « père la rigueur » de Matignon :

« Si M. Rocard est, en partie, obligé de jouer à "contre-emploi", c'est parce qu'il a la conviction que, dans un environnement mondial dominé par les libéralismes, et sauf à pénaliser les entreprises françaises, il est contraint de se plier aux règles du jeu[2]. »

Michel Rocard va donc se trouver contraint de suivre l'orientation de son ministre de l'Economie et des Finances, Pierre Bérégovoy. Sa proximité avec le Président François Mitterrand rend tout contournement de cette politique par Michel Rocard absolument impossible. C'est donc la rigueur qui va être défendue, dans ses discours économiques qui sont largement majoritaires parmi les thèmes abordés par le Premier ministre (annexes, tableau F). Il emploie d'ailleurs le terme de rigueur systématiquement :

« La rigueur, qui signifie pour moi faire preuve de sérieux dans les affaires publiques, ne peut pas connaître d'éclipse. (...) Si une gestion politique est celle qui consiste à vouloir satisfaire les revendications en fonction de critères électoraux au mépris du réalisme, je me flatte de ne pas y adhérer, car c'est de la démagogie[3]. »

Il n'hésite pas, d'ailleurs, à prendre des accents très churchilliens :

« Je ne vous promets pas un avenir radieux et sans efforts. Je ne vous annonce pas un parcours semé de pétales de lys ou de rose. Je peux vous garantir, en revanche, si le ralentissement de la croissance mondiale se confirme, une rigueur maintenue : je veux vous garantir une maîtrise des dépenses de santé qui nous obligera tous à des efforts de tous ordres pour que cela s'accompagne du maintien, à un haut niveau et pour tous, de la qualité des soins. Je peux vous garantir que le système des retraites explosera dans quinze ans si nous ne prenons pas, à l'issue du tout prochain débat qui est annoncé, les mesures qui pourront l'éviter[4]. »

Dans la presse, comme à la télévision, il ne cesse de rappeler l'importance de modérer les revendications, au risque d'un emballement économique. Il n'hésite d'ailleurs pas à

[1] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 68

[2] *Le Monde*, 9 novembre 1989

[3] *Vendredi*, n° 11, 17 mars 1989

[4] *Le Monde*, 21 novembre 1990

emprunter un ton catastrophiste sur les dangers d'une revalorisation des salaires : « Je ferai un peu d'histoire. Vous vous souvenez comment ça se passait quand on lâchait trop alors qu'il n'y avait pas de croissance ? Ça se terminait dans l'inflation. Fin 1982 ? On avait 92 milliards de francs de déficit du commerce extérieur[1]. » Danger pour l'économie française ? Mais aussi pour les salariés : « Si je cédais, je paierais en monnaie de singe (...) ce serait des dizaines de milliers de chômeurs très rapidement[2]. »

2) Une stratégie du pourrissement

Les mouvements contestataires se heurtent donc à un mur, d'autant que le chef du gouvernement peut s'appuyer sur le soutien encore important de l'opinion. Et si le gouvernement dans les négociations cherche à pousser vers une revalorisation qualitative (en termes de statut, de qualité de l'espace de travail, de temps libre), plus que quantitative (augmentation des salaires), les coordinations – tout comme les syndicats qui réinvestissent le terrain, en particulier les cheminots – s'y opposent. Les syndicats radicalisent même leurs positions, débordés par la base et en profond déclin à la même période : « Les syndicats font la danse de Saint-Guy, parce qu'ils ont peur d'être débordés. Mais pourquoi aurions-nous peur de l'influence de gens qui nous prouvent qu'ils sont débordés[3]. » Pour répondre à ces mobilisations, le cabinet de Michel Rocard va devoir adapter le discours. Il met en œuvre une stratégie dite des cinq semaines :

« Une semaine pour qualifier la nature du conflit. Dans la plupart des cas, on réclamait de la dignité et un statut plutôt que du pouvoir d'achat comme dans les bagarres classiques. Une semaine pour identifier des interlocuteurs, en essayant de ramener les syndicats dans le débat. Deux semaines pour négocier et conclure un accord raisonnable, dont la mise en œuvre était ralentie par le poids des contraintes interministérielles et le fardeau du ministère des

[1] *Le Point*, 4 septembre 1989

[2] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 18 décembre 1988

[3] Archives de Bernard Spitz, Manuscrit de Jean-Paul Huchon, « Matignon, mercredi, 10h » daté du 4 juin 1992, « 19 octobre 1988 »

Finances et du ministère compétent. Une semaine enfin pour faire accepter l'accord par la base et lâcher d'ultimes concessions[1]. »

Comme on le voit dans cette citation du directeur de cabinet, l'équipe de Matignon conçoit ces mouvements sociaux, non comme un tout, mais comme une multiplicité de mouvements différents. D'ailleurs, dans leur communication, ils mettent en avant la singularité des revendications de chacun des corps concernés. Ils utilisent ce que Shanto Iyengar a théorisé comme un « cadrage épisodique ». Ces mouvements sont présentés non comme un rejet global de la politique menée – ce que Iyengar qualifierait de « cadrage thématique » –, mais comme des réactions détachées les unes des autres, répondant à des logiques différentes, auxquelles il faut répondre au cas par cas. Ce type de cadrage, comme l'a montré Shanto Iyengar, permet de présenter chacun des mouvements comme des revendications « corporatives » et d'éviter que les médias pointent du doigt des problématiques sociales plus larges, et ainsi la responsabilité du gouvernement[2].

Mais cette stratégie de la réponse circonstanciée ralentit nettement la résolution des conflits. Il en résulte une amplification et un allongement des grèves et mouvements sociaux. Au point que le Premier ministre est vite accusé de laisser « pourrir » la protestation, sa cote dans les sondages n'étant pas touchée, au moins provisoirement[3]. La méthode Rocard apparaît, de plus en plus, comme étant cette tactique de l'attente, campée par un Premier ministre aux allures de Fabius Punctator :

« Face à ces mouvements qui grignotent, peu à peu, tout le paysage social, Rocard donne l'impression de naviguer à vue, sans véritable cap. Au moment où il devrait affirmer sa présence, il paraît s'effacer, laissant ses ministres aux prises avec l'événement. Où est le champion du dialogue social ? Où sont l'imagination, l'innovation, le changement ?[4] »

Les critiques commencent à pleuvoir sur un Premier ministre qui préfère attendre en s'appuyant sur de bons sondages plutôt que de prendre le problème à bras le corps. La grève des infirmières, la plus symbolique et la seule réellement soutenue par l'opinion, l'oblige

[1] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 197

[2] IYENGAR, Shanto. *Is anyone responsible ? Op. cit.*

[3] C'est ce que lui dit notamment Jean-Marie Colombani dans l'émission *Questions à domicile*, 20 avril 1989 à propos des grèves en Corse.

[4] SCHNEIDER, Robert. *La haine tranquille. Op. cit.,* p. 136-137

néanmoins à monter au premier plan, d'autant que le Président lui-même semble soutenir les revendications des infirmières[1]. Mais ses interventions, d'abord peu empathiques, puis clairement maladroites, sont loin de résoudre la crise. Il confie même dans une interview au *Journal du Dimanche* que les infirmières n'ont pas compris les propositions du gouvernement[2]. Cherchant à se rattraper, il se rend au 20h de TF1, le 13 octobre ; après avoir déclaré qu'il les comprenait et pointé des « situations inacceptables », il explique : « Je ne lâche pas un petit peu par-ci par-là, mais que quand il y a une situation d'injustice ouverte et claire et reconnue par l'opinion[3]. » Cette intervention apparaît clairement comme une incitation à la grève, selon Philippe Tesson : « Faut-il comprendre que dès l'instant où une revendication sera appuyée, pour des raisons plus ou moins vraies, plus ou moins passionnelles, par l'opinion, toujours prête à s'émouvoir lorsque ses intérêts pratiques immédiats ne sont pas en cause, Michel Rocard, lui, cèdera ?[4] » Il fera à nouveau preuve de maladresse, le 18 décembre à *Sept sur Sept*, en menaçant les fonctionnaires des transports d'instaurer un service minimum, proposition qui agitera encore plus la crise dans ce secteur[5].

C) La menace de l'immobilisme

1) L'absence de grand dessein

Avec cette gestion des grèves, et son refus de définir un cap global à sa politique, s'impose peu à peu l'image d'un Michel Rocard gouvernant au cas par cas. Cette stratégie va susciter de plus en plus de critiques. Laurent Fabius est le premier à sonner la charge en pointant l'absence de « grand dessein[6] ». Pour le Président de l'Assemblée nationale et rival

[1] *L'Evénement du jeudi*, 27 octobre-2 novembre 1988

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 16 octobre 1988

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 13 octobre 1988

[4] *Le Quotidien de Paris*, 14 octobre 1988

[5] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 18 décembre 1988

[6] *Le Monde*, 24 août 1988

potentiel, Michel Rocard se contenterait de gérer au jour le jour. L'expression fait mouche, et bénéficie d'une forte reprise presse. On accuse le Premier ministre de se refuser à dessiner un cap, un projet, préférant profiter des sondages et gérer les crises une à une. Cette image ressort même dans la caricature. Plantu dépeint ainsi un Michel Rocard aviné, en garde à vue, expliquant à la police : « Alors... quand j'ai compris qu'ils allaient me piquer mon grand dessein, ça a été plus fort que moi, j'ai sorti mon 49.3 ![1] » L'absence de grand dessein est une critique d'autant plus efficace que le projet de société était jusque-là un des points forts de l'image de Michel Rocard[2].

2) Le « Henri Queuille » de la V^{ème} République

La critique va continuer à coller à l'image de son gouvernement, amplifiée par son refus de médiatiser son action. Dès l'automne 1988, au plus chaud des mouvements sociaux, les commentaires commencent à souligner le caractère timoré du Premier ministre et appellent à une accélération des réformes. Jean-Marie Colombani, rédacteur en chef du *Monde,* montre qu'alors qu'on attendait un changement qualitatif du mode de gouvernement, il ne semble pas s'être passé quoi que ce soit et il appelle à la « réforme d'urgence[3] ». Un an après l'arrivée de Michel Rocard, Jean-Louis Andréani se demande si Rocard est un « rénovateur ou timoré ? ». Les critiques viennent d'ailleurs de toutes parts. A gauche, on trouve sa politique trop peu sociale et on l'accuse de « conservatisme[4] ». A droite, on considère qu'en laissant « pourrir » les mouvements sociaux, il fait prospérer le désordre[5]. Au fur et à mesure de son passage à Matignon, cette critique va s'amplifier. A la suite des compensations pour les fonctionnaires, les enseignants, puis les Corses, et enfin les lycéens, afin d'apaiser les mouvements, il sera accusé de céder face à la rue, et d'être incapable de mener des réformes. On retrouve ainsi sous la plume du pourtant fidèle *Nouvel Observateur*

[1] *Le Monde*, 17 décembre 1988

[2] « L'image de Michel Rocard vue par les Français », sondage Presse de province/SOFRES, avril 1987 cité par DUHAMEL, Alain. *Le triennat Rocard.* Art. cit., p. 96

[3] *Le Monde*, 17 décembre 1988

[4] *L'Humanité*, 7 février 1990

[5] *Le Quotidien de Paris*, 14 août 1989

des interrogations, en particulier à l'automne 1990 qui voit une forte chute du Premier ministre dans les sondages : « Deux ans et demi plus tard, comment ne pas s'interroger sur les limites du savoir-faire rocardien ? Non seulement l'ex-patron du PSU n'a pas voulu ou n'a pas pu s'attaquer aux corporatismes de la société française, mais sa démarche prudente, qui consiste à ne pas heurter l'opinion, n'empêche pas les violentes poussées de fièvre. La politique d'évitement conduit parfois à l'obstacle[1]. »

Le Premier ministre avec sa politique du consensus aurait rompu avec toute idéologie :

« A l'évidence, le Premier ministre, derrière le chef de l'État, a renoncé à instituer un nouvel ordre social. Il a bridé une imagination que l'on croyait fertile pour s'en tenir à l'air du temps, c'est-à-dire au point zéro des idéologies. Politiquement, il y a trouvé son compte : derrière lui, droite et gauche se sont empannés dans des débats où les bons sentiments ont remplacé l'analyse et la réflexion[2]. » Serguei pour *Le Monde* le dessine en masseur de la France, l'homme qui passe la pommade[3].

Bien plus, un ouvrage d'Alain Minc – *L'argent fou*[4] – vient bientôt donner corps à ce qui est jusque-là un sentiment. L'économiste, proche de François Mitterrand, compare le Premier ministre à Henri Queuille. L'ancien Président du Conseil (11 septembre 1948 - 5 octobre 1949 ; 2 juillet 1950 - 4 juillet 1950 ; 10 mars 1951 - 10 juillet 1951) a laissé l'image d'un homme lisse, cherchant le consensus, mais évitant toute réforme. Dans la mémoire collective il est surtout lié à cette IV^{ème} République « mal-aimée » des Français selon l'expression de Joseph Barsalou[5]. En le stigmatisant ainsi, Alain Minc renvoie Michel Rocard à un passé condamné. Il enfonce même le clou dans une interview donnée à *L'Express* parlant du « rocardisme » comme « néo-conservatisme du XXI^{ème} siècle[6] ». L'association se répercute dans la presse: « Rocard apparaît aujourd'hui tellement raisonnable et prudent que certains lui trouvent finalement plus de parenté avec Henri Queuille qu'avec Pierre Mendès

[1] *Le Nouvel Observateur*, 15 novembre 1990

[2] *Le Point*, 15-21 mai 1989

[3] *Le Monde*, 29 avril 1989

[4] MINC, Alain. *L'argent fou*. Paris : Grasset, 1990

[5] BARSALOU, Joseph. *La mal-aimée : Histoire de la IV^{ème} République*. Paris : Plon, 1964

[6] *L'Express*, 5 janvier 1990

France[1]. » Les rocardiens perçoivent rapidement le risque que cette étiquette poursuive Michel Rocard et sape son image de réformateur par la suite. Bernard Spitz adresse ainsi une note sur le sujet à Jean-Paul Huchon et met en avant quelques idées pour promouvoir l'œuvre réformatrice du Premier ministre[2].

La hausse de l'abstention et la progression électorale du Front national incitent également les éditorialistes à souligner les effets démobilisateurs de la politique menée par Michel Rocard. Malgré les bons sondages, le Premier ministre susciterait l'apathie politique. Les journalistes en prennent pour preuve les défaites aux élections partielles du PS qui se multiplient depuis 1989 :

« Pourtant, quand la frontière droite-gauche devient moins précise, quand un Premier ministre socialiste s'emploie, précisément, à mener une politique consensuelle, à pacifier la vie politique, c'est l'ennui, l'indifférence ou la résignation, voire le sarcasme qui sont au rendez-vous. (...) Ainsi, passé le premier effet de surprise, s'alimente encore, sinon la désespérance, en tout cas la résignation désabusée, l'individualisme maussade[3]. »

3) L'incapacité à trancher ? L'affaire du « foulard » islamique et l'immigration

La controverse autour du voile islamique va cristalliser l'image d'un gouvernement incapable de trancher les problèmes. A partir de juin 1989, les médias commencent à s'intéresser à la question du port du foulard à l'école et au collège[4]. C'est surtout l'affaire de Creil qui va déclencher la plus vive polémique : le principal Ernest Chénière décide, le 18 septembre 1989, d'exclure trois collégiennes portant le voile, considérant que cela remet en cause le bon fonctionnement de son établissement. Le ministre de l'Education choisit de rappeler les valeurs de la laïcité et d'affirmer que l'établissement scolaire est « une école de tolérance, où l'on n'affiche pas, de façon spectaculaire ou ostentatoire, les signes de son

[1] *Le Monde*, 13 janvier 1990

[2] Archives de Bernard Spitz, Note du 5 janvier 1990

[3] *Le Monde*, 6 décembre 1989

[4] *Le Quotidien de Paris*, 13 juin 1989

appartenance religieuse », tout en restant dans l'ambiguïté sur la position à tenir. Un accord sera finalement trouvé le 9 octobre entre les familles des élèves et le chef d'établissement. Les jeunes filles devront retirer leur voile en entrant en classe. Puis les affaires du même type se multiplient au cours du mois d'octobre 1989 à Marseille et à Avignon. Elles font les unes de la presse et alimentent le débat politique. Le PS, lui-même, est divisé sur la question. Lionel Jospin, pour apaiser les tensions, demande l'avis du Conseil d'État qui affirme que le port du voile à l'école est compatible avec la laïcité. Finalement, le ministre de l'Education Nationale publie une circulaire, en décembre, laissant aux enseignants la responsabilité d'accepter ou non le port du voile dans leur classe.

Le Premier ministre n'intervient que tardivement sur ce sujet, dont il perçoit le caractère brûlant. Pourtant, les notes se multiplient au Service d'information du gouvernement et à son cabinet sur le sujet[1], contrastant avec la rareté de sa propre parole. Le sujet enflamme les esprits. Les sondages montrent qu'il y a une forte mobilisation sur ce thème, passé de la onzième place à la cinquième, parmi les thèmes les plus préoccupants, selon baromètre SID-BVA[2]. Michel Rocard donne finalement son avis le 5 novembre, sur le plateau de TF1, défendant la position de Lionel Jospin, et ce plus d'un mois après le début de la controverse[3]. Un mois après, il reprend la parole lors d'un comité directeur du PS, maintenant une posture floue :

« Faut-il ou non interdire *a priori* le port individuel du foulard ? (...) Le port du foulard, surtout en ce qu'il est une manière de penser les rapports entre les hommes et les femmes que nous n'acceptons pas, doit être fermement dissuadé. (...) Il va de soi que le gouvernement apportera son plein soutien aux chefs d'établissement et aux équipes éducatives qui, après concertation avec les élèves et les familles et dans le respect du droit, estimeront que le port du foulard perturbe le fonctionnement des établissements scolaires[4]. »

[1] On peut citer les notes de Jean-Louis Missika et Alain Bergounioux (Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/30, Dossier « Premier ministre/SID : sondages, études... », notes sans date), ainsi qu'une note de synthèse du service de veille de la presse au SID (Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/13, Dossiers Groupe experts, « Note de synthèse : l'affaire des "foulards islamiques" dans les médias »).

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/30, Dossier « Premier ministre/SID : sondages, études... », Note sans date

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 5 novembre 1989

[4] *Le Monde*, 3-4 décembre 1989

Avec cette affaire, sa cote dans les sondages connaît une chute sensible. Selon le baromètre IFOP-*JJD* de décembre, il ne comptabilise plus que 38 % de satisfaits contre 36 % de mécontents[1] et 69 % des Français considèrent qu'il agit mal dans ce domaine[2]. Sentiment bien analysé par Bernard Spitz conscient que cette affaire laisse se développer l'idée d'une « incapacité du gouvernement à décider[3] ».

Cette question du voile va rapidement se mêler à la question de l'immigration de plus en plus sensible. Cette préoccupation nouvelle de l'opinion est contemporaine de la victoire du FN à Dreux en décembre 1989. Le cadrage médiatique va donc se focaliser sur l'imprévoyance du chef du gouvernement sur ce thème, n'ayant pas su en prendre la mesure : « Dimanche, sur TF1, Michel Rocard s'est trahi en tenant des propos incohérents, sur un ton péremptoire et fort peu courtois pour la journaliste qui l'interrogerait[4]. » Cet avis du *Figaro* est partagé, et ce même à gauche, sous la plume de Robert Schneider :

« Quand le Premier ministre dit que tout va bien, à la lettre, ce qu'il dit est vrai, mais politiquement c'est faux (...) Michel Rocard l'a-t-il compris ? On pouvait en douter en l'écoutant, dimanche soir, à *Sept sur Sept*. (...) C'est ce que l'on appelle la langue de bois. Rocard, l'ex-champion du "parler vrai", qui a si longtemps critiqué ce type de discours, le sait mieux que personne[5]. »

C'est dans ce contexte qu'il intervient à l'émission *Sept sur Sept,* le soir même du second tour de Dreux[6]. Il y parle longuement de la question migratoire sur laquelle il lance une phrase, qu'il répète par la suite dans la même émission, au fort retentissement : « La France ne peut pas accueillir toute la misère du monde. » Cette formule avait d'ailleurs été prononcée une première fois lors du discours de Michel Rocard à la Cimade (Comité inter-mouvements auprès des évacués), en novembre, complétée par la préposition : « raison de

[1] *Le Monde*, 13 janvier 1989

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/30, Dossier : « Premier ministre/SID: sondages, études... », Note à Michel Rocard, sans date

[3] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, 16 novembre 1989

[4] *Le Figaro*, 5 décembre 1989

[5] *Le Nouvel Observateur*, 6-13 décembre 1989

[6] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 3 décembre 1989

plus pour qu'elle traite décemment la part qu'elle ne peut pas ne pas prendre[1]. » A *Sept sur Sept*, la phrase sera toutefois prononcée sans son complément. Elle sera d'ailleurs répétée seule, à nouveau, notamment lors d'un colloque de députés PS originaires d'Afrique du Nord[2]. La volonté est donc clairement d'afficher un discours de fermeté pour répondre à une opinion de plus en plus focalisée et raidie sur la question. A *Sept sur Sept*, il précise : « cette politique est dure. Il faut le faire pour ressouder la nationalité française. » Pour autant, le Premier ministre ne convainc toujours pas dans ce domaine, voyant même la confiance qui lui est accordée fondre dans l'année qui suit[3].

D) Un Premier ministre complice ? Les « Affaires » et « l'autoamnistie »

1) Une multiplication des scandales

Avec le dévoilement des « Affaires », c'est un nouveau moment difficile qui s'ouvre pour le Premier ministre. En novembre 1988 débute l'Affaire Péchiney : cette société publique lance une OPA sur Triangle, une société américaine d'emballage. Mais peu avant, le cours de la société américaine s'est envolé à la bourse de New-York, obligeant à un rachat bien plus cher que prévu. Plusieurs membres de cabinets ministériels dont Alain Boublil, le directeur de cabinet de Pierre Bérégovoy, ou encore Roger-Patrice Pelat, un proche du président de la République, sont accusés de délit d'initié. Un mois plus tôt, c'est une tentative de renationalisation par voie boursière de la Société Générale qui a échoué, avec encore l'implication de proches de Pierre Bérégovoy, dont Jean-Charles Naouri. Là aussi des délits

[1] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/198, Discours de Michel Rocard au « 50ème anniversaire de la Cimade », 18 novembre 1989

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 7 janvier 1990

[3] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/2, Sondage BVA-*Paris Match*, 12 avril 1990

d'initié semblent avoir permis un enrichissement personnel pour certains des acteurs en présence[1].

A ces affaires apparues pendant la période de Michel Rocard à Matignon, s'ajoutent d'autres plus anciennes, mais qui font encore les gros titres des journaux. C'est le cas en particulier de l'Affaire Urba Conseil qui avait mis à jour le mode de financement du Parti socialiste, appuyé sur une société de conseil (Urba Conseil créée en 1971 par Pierre Mauroy), reversant un pourcentage de ses études au parti. Cette affaire connaît d'ailleurs des rebondissements comme les découvertes liées aux perquisitions des locaux d'Urba Technic à Marseille[2]. S'y ajoute l'Affaire du Carrefour du développement, une association créée par le secrétaire d'État à la coopération, Christian Nucci, et dont les financements ont servi les intérêts personnels du ministre et de son directeur de cabinet. L'Affaire éclate avec le début de la cohabitation qui voit la droite revenue au pouvoir dénoncer publiquement les activités de l'ancien ministre. En 1987, éclate aussi l'Affaire Luchaire dans laquelle une entreprise du même nom aurait vendu illicitement des obus à l'Iran, alors que ce pays est l'objet d'un embargo, reversant des commissions au PS.

Tout ceci contribue à favoriser un climat défavorable à l'image des politiques, et des socialistes en particulier. Le Premier ministre n'est d'abord guère touché, contrairement au président de la République. Il semble même en tirer profit. *Le Bébête Show* montre ainsi un Rocroa qui se gausse de Kermitterrand éclaboussé par l'Affaire Péchiney[3]. Mais devant l'ampleur prise par ces événements, Michel Rocard est contraint lui aussi de prendre la parole. D'abord, le 19 janvier à Aurillac, il intervient pour réaffirmer son soutien à Pierre Bérégovoy dont le directeur de cabinet, Alain Boublil, a déjà démissionné. Mais c'est surtout le 27 janvier 1989 qu'il intervient plus énergiquement en rappelant que la gauche n'a pas le monopole des affaires[4].

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 13 janvier 1989

[2] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 304

[3] INA, TF1, *Le Bébête Show*, 25 et 26 janvier 1989

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 28 janvier 1989

2) Adapter la législation au prix d'une image noircie

Le Premier ministre va aussi répondre sur le plan législatif. Il rend publique une lettre envoyée à Pierre Joxe avec toutes les directives à mettre en œuvre. Il adopte un ton très rigoureux, et propose de prendre des « sanctions extrêmement sévères à l'égard de quiconque les transgresserait[1] ». Selon *Le Monde*, c'est un moyen pour lui de montrer qu'il est bien le plus honnête des socialistes. La presse rappelle ses propos : « Bref, M. Rocard donne aujourd'hui la mesure d'une courte et forte sentence assenée par lui en août 1987 (dans un entretien publié par *Libération*) quand sa vertu solitaire se vendait mal : la lutte pour la moralisation est "un enjeu grave"[2]. » La loi du 15 janvier 1990 qui en ressort prévoit ainsi un plafonnement des dépenses des candidats, l'interdiction des émissions publicitaires dans les médias, ainsi que l'impossibilité de s'afficher trois mois avant une élection. Elle crée également une commission chargée de surveiller le respect de la réglementation et les comptes de campagne (la CNCCFP).

Malgré cette réforme audacieuse, cette loi va pâtir de l'amnistie qu'elle contient. Le Premier ministre semble pourtant avoir été opposé à cette mesure controversée au départ[3]. Son entourage laisse même fuiter que les élus PS font pression sur le gouvernement pour l'adopter, craignant les affaires qui pourraient les toucher[4]. Face à la pression du Parti et du Chef de l'État, Michel Rocard doit finalement céder, comme il l'explique à Pierre Favier et Michel Martin-Rolland : « A la rentrée, je comprends que les socialistes n'en démordront pas. Pour ne pas être accusé de manquer de loyauté à l'égard de mon parti, je décide d'être le bon soldat d'une mauvaise cause. Avec mes collaborateurs, nous recherchons le moyen d'emmener avec nous des députés d'autres groupes. L'idée nous vient d'une amnistie dont seraient exclus les parlementaires. Cela permettrait d'amnistier les chefs d'entreprise et les

[1] *Le Monde*, 4-5 juin 1989

[2] *Ibid.*

[3] ROCARD, Michel. *Si la Gauche savait. Op. cit.,* p. 304-308

[4] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 313

salariés chargés de collecter les fonds, comme Monate[1] et ses collaborateurs. Seraient également sortis du pardon les cas d'enrichissement personnel et de corruption[2]. »

La recherche de soutiens extérieurs est un échec. Bien au contraire, le projet déclenche une violente opposition parlementaire, et en tant que chef du gouvernement, le Premier ministre ne peut apparaître comme étant complètement à l'écart de cette mesure. D'autant que les juges instruisant les différentes affaires en question – en particulier l'Affaire Nucci, car celui-ci est relaxé par la Haute Cour en ce qui concerne le financement de sa campagne de 1986 – accusent cette législation de les empêcher d'agir et prennent l'opinion à témoin, comme le rappelle Michel Rocard :

« C'était tout simplement une vindicte judiciaire. Nous avons été pris par la logique infernale des médias qui ont d'emblée répercuté les commentaires des juges, sans présenter les éléments contradictoires. Et ça a pris illico dans l'opinion. Ce jour-là, je ne l'ai pas su assez vite et je ne suis pas intervenu. Dès lors, c'était irrattrapable[3]. »

Invité au Journal de 20h, Michel Rocard est épinglé par Patrick Poivre d'Arvor qui l'accuse d'avoir voulu adopter la mesure à la dérobée : « Alors, à propos de l'amnistie précisément, il y avait eu un premier projet il y a une quinzaine de jours, on avait eu l'impression que vous vouliez aller vite, un peu en catimini pour couvrir un certain nombre de vos amis[4]. »

Ces affaires contribuent à détériorer l'image des socialistes au pouvoir. Ainsi, selon un sondage CSA-*Journal du dimanche,* 76 % des personnes trouvent choquante l'amnistie de Nucci[5]. Michel Rocard est lui aussi touché, d'autant qu'il bénéficiait jusque-là d'une image de probité. Bernard Spitz voit le danger poindre : « c'est le socle fondamental, le cœur même de ce que représente le Rocardisme pour tant de gens qui est agressé[6]. » Le déclin du Premier

[1] Gérard Monate, ancien résistant et policier, dirige à partir de 1984 Urba-Gracco. Il est ainsi inculpé dans le procès sur les financements occultes du Parti socialiste.

[2] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3, *op. cit.,* p. 328

[3] *Ibid.*

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 20 juin 1989

[5] *Le Journal du dimanche*, 8 avril 1990

[6] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, 23 juin 1989

ministre dans les sondages à l'automne 1990 semble également s'expliquer par cette « auto-amnistie »[1].

E) Rocard : l'anti-social ?

1) Un Premier ministre sourd aux revendications sociales?

La rigidité du Premier ministre à l'égard des mouvements sociaux laisse aussi émerger des critiques à l'égard de sa politique sociale. Comme nous l'avons vu, face au regain de croissance, les velléités salariales refont jour. Elles expliquent en grande partie l'importance et la fréquence des mouvements. Après les infirmières, c'est en Corse à partir du 15 mars 1989 que le torchon brûle. La spécificité de la situation corse – le coût de la vie y est plus élevé en raison de l'insularité et les intermédiaires appliquent des marges très importantes – contribue à radicaliser la mobilisation des fonctionnaires de l'île. Le Premier ministre, à l'approche des municipales, refuse de céder et adopte un ton dur : « La Corse sait très bien qu'elle a atteint le plafond de la solidarité (...) De grâce que l'on ne demande pas aux contribuables continentaux de payer les marges abusives que s'attribuent certains intermédiaires[2]. » Par la fermeté, il veut montrer qu'il n'est plus prêt à céder et cherche ainsi à limiter l'effet boule de neige. « Chacun doit comprendre qu'il est temps que cesse que dès qu'une catégorie sociale descende dans la rue, l'État paie (...) Le franc sera défendu (...) J'ai même la conviction que nos citoyens corses comprennent quand je dis ça. Dans la gestion de ses aides l'État doit avoir la même intransigeance qu'ailleurs » argumente-t-il à l'Assemblée Nationale le 12 avril[3]. Cela radicalise l'opposition, notamment de la CGT, qui refuse toute négociation. Comme souvent sur l'île de beauté, le mouvement ne va pas sans débordements[4].

[1] *Libération*, 28 novembre 1990

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 20 mars 1989

[3] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 12 avril 1989

[4] INA, TF1, *JT 13h*, 13 avril 1989

Les 12 et 13 avril, les manifestations deviennent même très violentes à Bastia[1]. Mais le Premier ministre ne recule pas et engage le dialogue avec les parlementaires corses[2], concédant finalement, à la mi-avril, une augmentation de 200 francs pour les fonctionnaires de l'île, toujours loin de contenter les grévistes[3].

Concomitamment au conflit corse, le monde de l'enseignement s'embrase. C'est un sujet brûlant pour le Premier ministre, qui peut difficilement jouer le pourrissement sur ce terrain-là : les enseignants sont une réserve électorale essentielle au PS[4]. Par ailleurs, l'éducation est une des priorités des Français, si on en croit les sondages d'alors[5]. Là encore, des enseignants demandent une revalorisation de leur statut, sur fond de conflit au sein de la Fédération de l'Education nationale. Laurent Fabius, en charge de l'éducation au sein du PS durant la cohabitation, a promis de larges concessions au syndicat dans la période pré-présidentielle, négociations dans lesquelles la nouvelle équipe gouvernementale n'a pas été impliquée. La politique de rigueur que mène celle-ci ne semble d'ailleurs pas compatible avec des augmentations de rémunération très importantes. D'autant que le ministre de l'Education Nationale n'est autre que Lionel Jospin, devenu le principal rival de Laurent Fabius : « Il lui semblait impossible d'avancer sur les traces de Fabius. Il aura tout au long de la bataille, et malgré l'aide de Michel Rocard qui, lui, entretient d'excellentes relations avec les dirigeants de la FEN, beaucoup de mal à surmonter cette réticence de départ, cet obscur malentendu naissant[6]. »

Mais le conflit est aussi dû aux difficultés internes de la FEN. Celle-ci est rongée depuis sa création par la fracture qui oppose les militants proches du PCF, principalement établis dans le secondaire d'une part, et la majorité des troupes, plutôt proche du PS et enseignant dans le primaire, d'autre part. Lionel Jospin et son entourage tenteront de jouer sur ces oppositions internes pour affaiblir le syndicat, qui, d'ailleurs, se divisera au cours de la

[1] INA, Antenne 2, *JT 13h*, 27 avril 1989

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 20 mars 1989

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 11 avril 1989

[4] MORIN, Gilles. Les socialistes et la société française. Réseaux et milieux (1905-1981). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 96, 2007, p. 51

[5] HUCHON, Jean-Paul. *Jours tranquilles à Matignon. Op. cit.,* p. 224

[6] *Ibid.,* p. 225

période[1]. Cela ne pouvait que contribuer à un durcissement des positions de la majorité. Le ministre de l'Education, comme le Premier ministre, seront poursuivis, pendant plusieurs mois, durant tous leurs déplacements. Lors des municipales, alors que le Premier ministre parcourt les rues de Paris à la rencontre des commerçants, il est conspué par les enseignants et contraint de repartir plus vite que prévu[2]. A Strasbourg, un comité d'accueil lui est réservé. Il est à nouveau chahuté lorsqu'il se rend à un meeting de soutien à Michel Charzat dans le XX^{ème} arrondissement de Paris, le 14 mars[3]. A Besançon, il doit renoncer à participer au meeting de soutien au maire sortant[4]. Il en vient même, au cours d'une colère dont il est peu coutumier, à menacer les enseignants de retirer le plan Jospin de revalorisation des salaires et des établissements, à hauteur de 30 milliards de francs : « J'entends restaurer la dignité du métier d'enseignant, mais je ne sais pas le faire tout seul[5]. »

Enfin, dernier mouvement social important et périlleux, celui des lycéens à l'automne 1990. La mort de Malik Oussekine, durant une manifestation contre la loi Devaquet en décembre 1986, est encore dans toutes les mémoires. Le mouvement arrive dans une période déjà difficile, en raison de l'opposition forte au projet de loi instaurant la Contribution sociale généralisée. Il débute fin octobre, d'abord en banlieue parisienne. Avec le ministre de l'Education Nationale, le Premier ministre rencontre les coordinations le 26 octobre. Malgré les alarmes de Bernard Spitz qui souligne un « gap de communication » entre le gouvernement et les lycéens et préconise d'ouvrir totalement le dialogue[6] », le Premier ministre part quelques jours plus tard au Japon, pensant le mouvement apaisé avec les vacances d'automne. Mais c'est justement pendant son absence qu'il prend de l'ampleur. Le 12, François Mitterrand rencontre une délégation de lycéens et, sur le perron de l'Elysée, le jeune leader de l'organisation FIDL (Fédération Indépendante et démocratique lycéenne), Nasser Ramdane, désavoue le gouvernement en se réclamant de l'Elysée : « Le Président nous a écoutés. Il a compris nos revendications et a parlé de plusieurs milliards de francs de

[1] *Ibid.,* p. 225

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 14 mars 1989

[3] *Le Monde*, 16 mars 1989

[4] *Le Monde*, 19-20 mars 1989

[5] INA, Antenne 2, *JT soir*, 24 février 1988

[6] Archives de Bernard Spitz, Note de Bernard Spitz à Jean-Paul Huchon, 22 octobre 1990

crédits. C'est maintenant au gouvernement Rocard de prendre ses responsabilités[1]. » La presse le lit comme un désaveu envoyé de l'Elysée au Premier ministre : « Ces propos, pris à la lettre, traduisaient le désir de François Mitterrand de prendre ses distances à l'égard de son Premier ministre, sinon de le désavouer[2]. » Certains élus de l'aile gauche du PS comme Jean-Luc Mélenchon et Julien Dray soutiennent le mouvement ouvertement[3]. Le ministre de l'Education Nationale, qui remplace Michel Rocard à la tête du gouvernement, est contraint de débloquer 2 milliards de francs supplémentaires[4]. Le mouvement est apaisé, mais il aura des effets durables sur l'image de Michel Rocard, déjà faible auprès des jeunes.

2) Les critiques au sein du PS

Les critiques ne tardent pas à être reprises par le PS, qui montre depuis longtemps une défiance à l'égard de Michel Rocard. Grâce aux travaux d'Alain Bergounioux et de Gérard Grunberg, on sait que les relations entre le Parti et le gouvernement, lorsque les socialistes sont majoritaires au parlement, ne sont jamais simples. Le PS serait tiraillé entre l'ambition d'exercer le pouvoir et le « remords » à l'égard de l'exercice du pouvoir[5]. Léon Blum, Guy Mollet, et Pierre Mauroy au moment du Congrès de Valence, firent tous l'expérience des oppositions et critiques internes à la politique menée. La culture politique de la gauche est celle du pluralisme et la discipline, en particulier au pouvoir, y est beaucoup moins ancrée dans les esprits qu'à droite.

C'est de la gauche du parti que viennent les premières critiques et ce, très tôt après la nomination de Michel Rocard. La figure de proue de cette contestation est un député

[1] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 12 novembre 1990

[2] *Le Nouvel Observateur*, 29 novembre 1990

[3] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand, vol. 3, op. cit.,* p. 533

[4] *Ibid.,* p. 538-539

[5] BERGOUNIOUX, Alain, GRUNBERG, Gérard. *L'ambition et le remords: les socialistes français et le pouvoir : 1905-2005.* Paris : Fayard, 2005

fraîchement élu : Julien Dray. Celui-ci, l'un des leaders de SOS Racisme, se distingue par une surface médiatique déjà conséquente et l'emploi d'un langage qui détonne à l'époque. Il critique d'abord l'ouverture, puis la politique sociale de Michel Rocard, et enfin à l'été 1989, il est rejoint par Jean-Marie Bockel[1] et Jean-Luc Mélenchon. Ils trouvent à Michel Rocard de faux airs de « démocrate-chrétien[2] » et considèrent que son absence de grand dessein en fait un « charlatan[3] ». Leur écho est d'autant plus grand qu'ils se revendiquent du Président. L'ex-numéro deux de SOS Racisme publiera également ses *Lettres d'un député de base à ceux qui nous gouvernent*, qui est un véritable pamphlet contre la politique du Premier ministre : « En 1988, tout comme en 1981 et contrairement à ce que certains socialistes ont cru, la gauche, le PS, a bien une base sociale qui légitime sa reconquête du pouvoir et lui donne les moyens de l'exercer. D'où vient donc cette crainte ? Cette timidité ? Ce souci de rassurer très vite ceux-là mêmes que l'on vient de battre ? Cette hâte à donner des gages aux vaincus, à ramener la victoire à de si minces proportions, à proclamer son attachement à l'œuvre réalisée et aux théories affichées par des prédécesseurs ? [4] »

Les attaques viennent aussi du camp fabiusien qui verrait d'un bon œil la disgrâce du Premier ministre. Certes, leur propre position idéologique et leurs ambitions affichées ne leur donnent pas autant d'espace de manœuvre qu'à la gauche du Parti. Claude Bartolone se fait pourtant le relais des critiques concernant la politique sociale du Premier ministre :

« Nous avons fait la preuve que nous savons gérer. Mais, de plus en plus, se pose la question : à quoi cela sert si l'on n'arrive pas à toucher au modèle de société ? Notre époque est celle de l'argent roi. On le voit partout s'étaler : sur les routes, sur la mer, dans les restaurants, à la télé... et pendant ce temps, pendant qu'on répète aux gens que c'est l'argent qui donne tout – le bien-être, la beauté, l'amour – on leur dit, à ces salariés, ces fonctionnaires qui constituent précisément notre électorat : cet argent, vous, vous n'y avez pas droit ![5] »

Si c'est Pierre Mauroy qui obtient la tête du parti en 1988, en battant Laurent Fabius, l'ancien ami de Michel Rocard n'entend pas lui offrir un blanc-seing. Lui-même, coincé dans

[1] *Le Quotidien de Paris*, 30 août 1989

[2] *Le Figaro*, 27 décembre 1988

[3] *Le Figaro-Magazine*, 2 septembre 1989

[4] Cité par SCHNEIDER, Robert. *La haine tranquille. Op. cit.,* p. 170

[5] *Le Figaro-Magazine*, 2 septembre 1989

une course pour renforcer sa légitimité interne, face aux critiques fabiusiennes, il doit donner des gages à sa gauche et montrer son autonomie à l'égard du Premier ministre. A plusieurs reprises, il va émettre des critiques à l'encontre de la politique menée par Michel Rocard. A l'automne 1988, avec Gérard Collomb et Michel Charzat, il fait part de son scepticisme quant à la gestion par le chef du gouvernement des conflits sociaux[1]. Il reproche ainsi au Premier ministre de pratiquer un socialisme « d'accompagnement » et non de « transformation[2] ». Le Congrès de Rennes, où les courants tentent de marquer des points en proposant des politiques différentes du gouvernement, constitue un moment important de critique de la politique sociale du Premier ministre. Les motions Fabius et Poperen sont clairement critiques de l'œuvre sociale limitée depuis 1988. A la tribune, c'est Henri Emmanuelli qui sonne la charge contre le manque de social dans la politique du gouvernement[3]. Enfin, au cours de l'année 1990, la démission d'Edith Cresson et les critiques à l'égard de la politique du Premier ministre sont également lues comme recevant l'aval du Président, dont l'ancienne ministre des Affaires européennes se réclame[4].

3) Les piques insidieuses du chef de l'État

Jusqu'au printemps 1989, le chef de l'État reste solidaire de son Premier ministre, au moins officiellement. Si certains opposants internes à Michel Rocard se revendiquent de lui pour critiquer le chef du gouvernement, François Mitterrand reste bien à distance de cette agitation. Seul l'épisode des infirmières l'a vu exprimer une certaine solidarité avec le mouvement social, au point que Plantu a croqué une manifestation d'infirmières aux visages étrangement similaires à celui du chef de l'État[5]. Toutefois, au printemps 1989, il va commencer à faire entendre sa voix, notamment pour protester contre la croissance des inégalités qu'un rapport du CERC (Conseil de l'Emploi, des Revenus et de la Cohésion

[1] *L'Evénement du jeudi*, 27 octobre-2 novembre 1988

[2] *Le Monde*, 20 juin 1989

[3] *Le Monde*, 17 mars 1990

[4] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand, vol. 3, op. cit*., p. 520

[5] *Le Monde*, 11 octobre 1988

sociale) met en valeur. Dans un discours à Limoges, le 12 mai, il demande un « partage plus égal » de la prospérité[1]. A la rentrée il maintient et amplifie ses critiques : « Cette fois, les attaques contre son Premier ministre se sont faites plus vives et plus directes. Avec un leitmotiv : est-il de gauche ?[2] » Plus généralement, c'est toute sa politique qu'il trouve « trop conformiste et trop centriste[3] ». Ces attaques sont durement vécues par l'équipe de Matignon comme en témoigne Jean-Paul Huchon : « Quand au "Président aiguillon", il nous châtie de discours en discours, de province en province pour nous dire de faire plus de social, nous obligeant à jouer les ravis de la crêche pour dire à quel point nous sommes ravis de ce soutien[4]. »

Au moment du Congrès de Rennes qui voit le PS se déchirer entre le courant fabiusien et celui de Lionel Jospin allié à Pierre Mauroy, François Mitterrand considère que Michel Rocard a attisé le conflit et le considère comme responsable, avec plus ou moins de raison. Au *Sept sur Sept* suivant il a ainsi une formule peu valorisante pour définir la place du Premier ministre :

« Le problème entre Michel Rocard et moi est dépassé depuis longtemps. Je l'ai réglé en 1981, on ne reviendra pas là-dessus. Je suis président de la République, Michel Rocard est Premier ministre. Ce qui est déjà fort bien : c'est conforme à ses qualités. Le reste lui appartient, si, toutefois, l'Histoire est bienveillante[5]. »

4) Une réponse pédagogique et circonstanciée

Pour répondre à ces critiques, Michel Rocard va privilégier la pédagogie, en particulier dans des formats propres à chacune des cibles visées. Pour éviter une communication globale

[1] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand, vol. 3, op. cit*., p. 266

[2] *Le Nouvel Observateur*, 6 septembre 1989

[3] *L'Express*, 8 avril 1989

[4] Archives de Bernard Spitz, Manuscrit de Jean-Paul Huchon, « Matignon, mercredi, 10h » daté du 4 juin 1992, 30 mai 1990

[5] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 20 mai 1990

qui pourrait lui être reprochée par l'Elysée, le Premier ministre préfère dialoguer par la négociation discrète, ou des formats spécifiques à la profession en question. Ainsi, pour les enseignants, il privilégie une communication ciblée, notamment dans *Le Monde de l'éducation*. Il choisit aussi de faire une émission spéciale, sur Antenne 2 à 18h, avec Lionel Jospin, pour présenter la politique menée en matière d'enseignement. Le créneau et le choix du service public dénotent la volonté de parler en priorité aux enseignants, comme en témoigne l'audience relativement faible (5,9 %, voir annexes, tableau A). Ils sont d'ailleurs les seuls à réagir au téléphone. Cela permet également d'affirmer publiquement la solidarité qu'accorde le Premier ministre à Lionel Jospin. En effet, des articles de presse ont montré le mécontentement de l'ancien patron du PS à voir le Premier ministre empiéter régulièrement sur ses plates-bandes[1]. Pour clore cette « rumeur », les deux hommes choisissent d'en rire quand la question leur est posée[2].

Face au cadrage de plus en plus dur autour du manque de politique sociale, dont les effets peuvent être particulièrement négatifs pour son image, Michel Rocard et son équipe cherchent à mettre en avant son bilan dans ce domaine. Ce sont surtout ses proches qui sont chargés de valoriser son action. Ainsi, les 4 et 5 novembre 1989 les clubs Convaincre organisent un colloque :

« Selon son entourage, le Premier ministre procédera dimanche à un "cadrage" pédagogique de sa politique sociale, afin de "redresser un certain nombre de perceptions" à ce propos. M. Rocard devrait rappeler les différents volets de sa politique sociale, notamment le pacte de croissance, afin de répondre à l'accusation de "déficit social". Toujours selon son entourage, en réponse aux "surenchères quantitatives", le Premier ministre devrait réaffirmer qu'il se refuse à "brader l'avenir au profit du présent"[3]. »

Le Premier ministre profite de cet auditoire entièrement acquis pour faire la leçon implicitement à ses adversaires du PS et leur envoyer quelques piques, en faisant des allusions à « l'échec économique » qui avait abouti à un « échec politique », aux débuts du

[1] JULY, Serge. *Le salon des artistes*. Paris : Grasset, 1989, p. 177

[2] INA, Antenne 2, *Communication gouvernementale*, 8 mars 1989

[3] *Le Monde*, 5 novembre 1989

premier septennat de François Mitterrand[1]. Le 2 décembre, c'est au comité directeur du PS qu'il renouvelle cet appel à défendre sa politique, mais de manière moins agressive :

« Nous avons donc commencé d'inscrire dans la durée des mécanismes réellement correcteurs des inégalités, redistributeurs de la solidarité, qui, en même temps, ne compromettent pas la consolidation de la croissance. Ouvrons donc les yeux, osons expliquer, osons détailler l'ampleur des réformes en cours. Et à notre débat de congrès de déterminer les priorités qui dessineront une nouvelle étape[2]. »

Puis, à la fin de l'année 1989, c'est cette fois-ci au sein du Conseil économique et social qu'il prend la parole pour présenter son programme pour les mois à venir, en soulignant qu'il faut s'attaquer aux revenus du patrimoine, changer le système du travail jugé trop « archaïque », et limiter les revenus des professions trop protégées comme les notaires, les pharmaciens : « L'argent va à l'argent, les fortunes prospèrent plus vite que la petite épargne. Le seuil de tolérance, pour les inégalités, du patrimoine est proche, car les citoyens n'ont jamais admis longtemps, que la richesse accumulée obtienne sans risque des revenus trop importants[3]. » Il souhaite également éviter « un conflit de générations entre la société des adultes et les jeunes qui ont du mal à y entrer, et un conflit de rémunération entre un capital bien rémunéré et un travail en progrès modéré (...) à la croisée des deux, les jeunes chômeurs qui n'ont ni travail ni capital et qui sont donc la priorité absolue de mon projet social[4]. »

Outre ces discours, le SID participe à l'offensive à partir de l'automne 1989 avec un fascicule intitulé : « Croissance économique et progrès social : la politique sociale du gouvernement. » Il s'agit d'un programme pour bien répartir les bienfaits de la croissance, illustré par des extraits de discours du Premier ministre. Le livret met notamment en avant les réussites de la politique économique du gouvernement, mais rappelle la nécessité de la rigueur, dans une période toujours marquée par le chômage de masse. Il présente surtout le « pacte de croissance » qui va devenir la clé de voûte du gouvernement dans ce domaine. Celui-ci est bien accueilli par la presse qui y voit un tournant par rapport à une « méthode

[1] *La Croix*, 5 novembre 1989

[2] *Le Monde*, 3-4 décembre 1989

[3] *Libération*, 20 décembre 1989

[4] *Le Monde*, 21 décembre 1989

Rocard » qui consistait à régler les problèmes au coup par coup[1]. Il repose sur une répartition en trois tiers de la croissance : un tiers pour la revalorisation du pouvoir d'achat, un tiers pour favoriser la création d'emplois, un tiers pour la recherche et l'éducation. Cet argumentaire, qui se veut simple à comprendre, sera largement repris dans tous les discours et interventions de Michel Rocard.

Cette stratégie de réponse ciblée et circonstanciée repose avant tout sur une lecture détaillée des sondages auxquels l'équipe de Matignon est très sensible.

IV) Gouverner avec l'opinion ?

A) Un outil central dans l'entourage rocardien

La « méthode Rocard », c'est aussi une capacité à s'appuyer sur les bons sondages pour gouverner. Jean-Louis Andréani souligne même l'obsession de l'équipe Rocard pour les sondages durant cette période, au point d'être parfois enfermée dans une « bulle » et de ne pas voir les évolutions autour de soi :

« Tout se passe en effet comme si le cabinet du Premier ministre, plus encore que celui des prédécesseurs de M. Rocard à Matignon, ne percevait les réactions de l'opinion qu'à travers le filtre exclusif des sondages. Ceux-ci sont minutieusement décortiqués, réponse par réponse, catégorie sociale par catégorie sociale, et ces enquêtes paraissent souvent prises pour parole d'évangile. En corollaire, ce qui n'apparaît pas dans les sondages semble ne pas "remonter" jusqu'à Matignon, quitte à ce que les collaborateurs du Premier ministre donnent parfois l'impression – après d'autres dans la même situation – d'être enfermés dans une "bulle" à l'atmosphère euphorique et aux parois un peu opaques[2]. »

Ce point de vue sera en outre conforté par le discours de Joué-les-Tours (20 septembre 1990, annexes, document 58) dans lequel le Premier ministre théorise ce nouveau rapport des

[1] *Le Monde*, 29 septembre 1989

[2] *Le Monde*, 25 avril 1990

gouvernants avec l'opinion : « Nos gouvernements doivent, dans le monde d'aujourd'hui, rechercher avant tout l'appui de l'opinion. Ils ne sont ni légitimes ni fondés à vouloir autre chose que ce que veulent les Français. » Cela peut d'autant plus étonner que dans *Le Cœur à l'ouvrage* Michel Rocard s'était montré peu tendre avec les sondages. Toutefois, le cas rocardien n'est pas, contrairement à ce que peuvent laisser entendre des commentateurs, le premier exemple de gouvernement appuyé sur les sondages. Leur usage s'est largement développé tant à Matignon qu'à l'Elysée et dans les ministères depuis le milieu des années 1970. Léa Pawelski a bien montré comment, à la tête du gouvernement, Laurent Fabius s'en servit comme aiguillon de sa politique[1]. En travaillant sur la communication de Jacques Chirac à Matignon, durant la cohabitation, nous avions pu voir qu'ils occupaient une place centrale dans les cartons d'archives tant de ses conseillers à Matignon que du SID à cette période[2]. Par ailleurs, ils n'ont cessé de constituer pour Michel Rocard une ressource indispensable. A la tête du gouvernement, dans lequel il se trouve minoritaire et ne pouvant bénéficier d'un soutien complet du parti, ils sont pour lui une aide dont il ne peut se passer. Le Premier ministre, en promouvant les sondages en fait un outil d'évaluation de sa politique, lui permettant de rejeter comme illégitime les autres formes d'expression de l'opinion que sont notamment les protestations de rue. Comme le souligne Eric Landowski, l'opinion se trouve « invoquée comme une figure censée motiver l'action des gouvernants », elle joue le rôle « d'adjuvant (potentiel) donnant du pouvoir aux "Pouvoirs" en place[3] ».

Le cabinet de Michel Rocard à l'époque est constitué de nombreux spécialistes des sondages. Ainsi, auprès de lui à Matignon, il bénéficie des conseils en la matière de Gérard Grunberg, directeur de recherche au CEVIPOF et chargé au cabinet du Premier ministre du suivi des sondages[4]. Dans les cartons de Guy Carcassonne, les sondages constituent également la majorité des documents conservés. C'est tout particulièrement le cas en ce qui concerne les sujets sensibles comme la CSG ou la Guerre du Golfe (2 août 1990-28 février 1991, mais janvier-février pour les opérations de terrain). Ce conflit suscite d'ailleurs la création d'un baromètre spécifique sur la vie quotidienne des Français, afin d'analyser les

[1] PAWELSKI, Léa. *Communication politique, représentation médiatique. Op. cit.* p. 59

[2] PAWELSKI, Léa et GUIGO, Pierre-Emmanuel. « L'instant pub ». *Art. cit.*

[3] LANDOWSKI, Eric. La société réfléchie. Essai de socio-sémiotique. Paris : Seuil, 1989, p. 21-56

[4] *Journal officiel*, 18 mai 1988

tendances sur la participation française au conflit. Celui-ci est suivi par une cellule créée pour l'occasion, réunissant des communicants du SID, du ministère de la Défense, de Matignon et de l'Elysée autour de Jean-Louis Missika et Jean-Paul Huchon. Cette étude très coûteuse est commandée et réalisée deux fois par semaine par deux instituts différents[1]. Ses missions sont triples :

« - Centraliser et coordonner les informations sur les initiatives des ministères

- préparer si nécessaire des communiqués de presse notamment en cas de rumeurs à démentir

- alerter l'Elysée et Matignon sur des problèmes apparaissant dans les médias ou l'opinion et pouvant nécessiter une intervention gouvernementale[2]. »

Durant le triennat de Michel Rocard à Matignon, on constate une nette augmentation du budget alloué aux études d'opinion. Si les deux premières années restent en dessous de ce que dépensait le SID du temps de Jacques Chirac, l'année 1990 marque une forte augmentation des coûts et conjointement une nette réduction du nombre d'études. Cela résulte de la concentration des enquêtes dans un grand baromètre coûteux commandé à BVA. Elisabeth Dupoirier évoque effectivement une forte hausse du budget sondages, doublant durant la période[3].

[1] Entretien avec Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012

[2] Archives de Bernard Spitz, Note du SID « Cellule de communication : vie quotidienne des Français », 16 janvier 1991

[3] Entretien avec Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012

Tableau 10 : Coût (en milliers de francs) du budget sondages et nombre d'études par année, département Opinion du SID (à partir des Archives du SID[1])

Année	Coût	Nombre d'études
1986	3020	23
1987	6662	26
1988	5165	23
1989	5332	27
1990	8156	9

B) Un moyen de gouvernance

Les sondages sont tout particulièrement utilisés pour cadrer la communication autour des politiques publiques en fonction des attentes citoyennes. Ainsi, pour la réforme sur le système des retraites, les sondages effectués permettent de cibler des publics particulièrement inquiets d'une potentielle réforme. Surtout, à partir de ces enquêtes, le chef du SID signale les risques d'une communication grand public. Il pointe tout particulièrement les craintes des retraités actuels qu'il faudra rassurer ou éviter de mobiliser[2]. L'attachement des citoyens à la

[1] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/8, Dossier « Dépenses d'études et sondages en 1989 et 1990 », 1er août 1990

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Note de Jean-Louis Missika, « Cahier des charges : communication "retraites" », 8 février 1991

retraite à 60 ans amène également à ne pas inscrire la remise en cause de cette mesure de 1981 parmi les principales réformes possibles[1].

Si les études quantitatives sont clairement les plus sollicitées, l'équipe du SID, en particulier, est très attentive aux méthodes qualitatives, chères à Elisabeth Dupoirier. Pour mieux communiquer sur une potentielle réforme des retraites, le SID commande à la SOFRES une centaine d'entretiens afin de mieux connaître les craintes et les attentes des citoyens. Elle fait ressortir « l'intérêt inquiet des Français à l'égard de l'avenir du système actuel, leur volonté d'une large concertation du Gouvernement sur le dossier, leurs opinions, désormais plus tranchées sur les propositions du système actuel qui peuvent ou non être remis en cause », ainsi qu'un grand nombre d'opinions « erronées » sur le sujet. Le qualificatif d'erroné permet de voir comment les *a priori* influent sur la lecture politique du sondage. En effet, la conseillère qualifie d'erronées les convictions d'une majorité de Français, considérant que le niveau de vie actuel des retraités n'est pas satisfaisant, ou encore rejetant massivement l'augmentation des cotisations actuelles[2]. On voit là encore les limites de la volonté de distanciation à l'égard des intérêts politiques témoignant que « la communication gouvernementale, dite institutionnelle constitue moins un mode de compréhension de la réalité des pratiques qu'une catégorie normative, au sens où la réalité est interprétée non en tant que telle, mais telle qu'on voudrait qu'elle soit[3] ».

Toutefois, réduire l'action de Michel Rocard à un suivisme des sondages est trop simple. En effet, on trouve durant ses trois années à Matignon plusieurs exemples de mesures allant à l'encontre de l'opinion. La plus importante est sans doute le champ d'application de la Contribution sociale généralisée (CSG) mise en œuvre en novembre 1988. Le cabinet se partage entre ceux qui souhaitent qu'elle touche les retraités, afin de mieux favoriser l'équité entre les générations, et ceux qui s'y opposent, craignant que cela nuise à sa popularité plutôt bonne chez les plus âgés. Michel Rocard finira par trancher pour la première position expliquant : « il faut bien que ma popularité serve à quelque chose[4]. »

---

[1] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Note d'Elisabeth Dupoirier « Enquêtes SOFRES sur Les Français et l'avenir des retraités », 15 janvier 1991

[2] *Ibid.*

[3] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit*., p. 220

[4] Entretien avec Bernard Spitz, 2 février 2015

C) Favoriser la concertation

Parmi les moyens de dialogue les plus utilisés par Matignon, à défaut de la communication audiovisuelle, il y a les procédures de concertation. C'est alors un secteur balbutiant au niveau de l'État, même si déjà pensé depuis des décennies. La « deuxième gauche » et les Rocardiens ont été des acteurs essentiels de la réflexion autour des modes de concertation, notamment au niveau local. Nous avions, dans d'autres travaux, expliqué comment Conflans avait notamment servi de laboratoire à une démocratie plus directe, dans laquelle l'avis des citoyens est mieux pris en compte, notamment par le biais de commissions para-municipales ou d'une parole accordée à la salle durant les conseils municipaux[1]. Michel Rocard, contempteur de longue date de l'emprise de l'État sur la société prône ainsi un changement de mode de gouvernement. Si le terme de « gouvernance » n'est pas encore utilisé – son application à la sphère politique apparaît à peine aux États-Unis – on retrouve l'idée d'une place plus importante accordée à la société civile. Le gouvernement « surplombant, voire ignorant la société » laisse la place à « des formes renouvelées d'occupation de l'espace social par les représentants du pouvoir exécutif[2] ». On le retrouve notamment dans le discours de Joué-les-Tours, dans lequel Michel Rocard fait l'apologie de ce gouvernement selon l'opinion et contre les partis et formes institutionnelles (annexes, document 58). Ces procédures sont d'autant plus mises en avant qu'elles sont réputées être de plus en plus attendues par la population. Ainsi, les enquêtes faites autour de la réforme du système des retraites mettent en valeur la volonté d'une grande concertation nationale sur ce sujet[3]. Le premier succès de Michel Rocard est d'ailleurs remporté sur ce plan avec la Nouvelle-Calédonie en juin 1988. Si les conflits sociaux qui ont lieu à partir de l'automne 1988 tordent le cou à l'image d'un Michel Rocard attentif aux vœux des citoyens, l'utilisation

[1] GUIGO, Pierre. *Le chantre de l'opinion. Op. cit.*

[2] OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. *Op. cit., p. 65*

[3] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Note d'Elisabeth Dupoirier « Enquêtes SOFRES sur Les Français et l'avenir des retraités », 15 janvier 1991

de la concertation réapparaît dans le cadre de la réforme des PTT (Postes, Télégraphes, Téléphones). Michel Rocard confie à un proche – Hubert Prévot, par ailleurs ancien dirigeant de la CFDT –, en décembre 1988, la conduite du rapport devant mener à cette réforme sensible. Pendant six mois les syndicats vont pouvoir s'exprimer et faire part de leurs inquiétudes. Par une intense communication, le ministre en charge, Paul Quilès, met en avant la nécessité de la réforme jusqu'à en faire une évidence. Elle aboutira à la scission de l'entreprise en deux compagnies : France Télécom d'un côté et La Poste de l'autre.

Pour les retraites, c'est cette fois Robert Cottave – un syndicaliste reconnu, secrétaire général de la Fédération générale des ingénieurs et cadres-Force Ouvrière de 1967 à 1982 – qui est à la tête d'une commission d'experts qui doit participer au dialogue et rendre un rapport sur les meilleurs moyens de réformer le système des retraites[1]. Ce sont ainsi dix consultations organisées à travers la France pour un budget de 8 508 800 F, dont 1 954 800 uniquement pour les auditions publiques[2].

La volonté de tirer les leçons des écueils rencontrés durant la concertation autour de la réforme des Postes est clairement visible pour cette deuxième tentative :

« On évitera ainsi que la publicité des débats se réduise à l'expression de discours figés, de démarches corporatistes, ou encore soit détournée au profit de pratiques revendicatives. De même, les lignes de convergence établies et renforcées par la médiatisation au sein de l'opinion seront un atout supplémentaire pour maîtriser les désaccords examinés dans le cadre de la médiation[3]. »

[1] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Lettre de Michel Rocard à Robert Cottave, 17 avril 1991

[2] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Note de Thomas Sertillages Conseil, « Devis de conseil et d'assistance à la conception et à la réalisation : Livre Blanc, communication retraites », 1er juillet 1991

[3] Archives Nationales, Fonds du SID, 19980247/18, Dossier « Premier ministre : campagne d'information autour du livre blanc sur les retraites », Note de Thomas Sertillanges Conseil à Gilbert Alcalay, 16 mai 1991

D) Un outil argumentatif

Les bons sondages sont, en tout cas, clairement un outil argumentatif. Ils sont, par exemple, opposés par l'équipe de Matignon à la rue lors des grèves de l'automne 1988 :

« Un malaise ? Quel malaise ? Regardez les sondages ! Jusqu'à une époque récente, c'est ce que répondaient en privé (puisque publiquement, aucun gouvernement n'a jamais admis l'idée de "gouverner avec les sondages") M. Rocard et ses collaborateurs, lorsqu'on évoquait devant eux un éventuel malaise ou une morosité de l'opinion publique[1]. »

C'est sans doute l'une des principales ressources du Premier ministre dans ces conflits sociaux. La cote de Michel Rocard prend même 4 points entre septembre et décembre 1988 selon le baromètre SOFRES-*Figaro Magazine*. Seule sa cote de confiance se dégrade au mois de décembre en perdant dix points, après avoir connu une hausse de six points en octobre et novembre (voir annexes, graphique F). L'opinion, d'après les sondages, semble donner raison au Premier ministre contre les actions de la CGT et du PCF. Celles-ci leur valent d'ailleurs de mauvais sondages, 68 % désapprouvent les attaques du PCF et 69 % celles de la CGT contre le Premier ministre[2]. Alors que les premières critiques sur la politique sociale du gouvernement apparaissent, au sein de la gauche, en 1989, ce sont à nouveau les sondages qui sont appelés en renfort pour montrer que la politique menée est appréciée.

Matignon conforte donc la popularité de Michel Rocard plus qu'elle ne l'use, comme l'espèrent pourtant ses adversaires. Jérôme Jaffré, qui se prête à une comparaison de la popularité de Michel Rocard en octobre 1982 et octobre 1989, constate une quasi-similitude de celle-ci et de ses composantes socio-culturelles – prédominance des 35-49 ans, des cadres et professions supérieures, moins bons scores chez les agriculteurs et les ouvriers, ainsi que les moins de 25 ans[3]. Surtout, le couple exécutif séduit comme jamais, François Mitterrand atteignant plus de 60 % de confiance, résultat qu'il n'avait plus connu depuis le printemps 1982. Avec Michel Rocard, il ne passe qu'une seule fois sous la barre des 50 %, en juillet

[1] *Le Monde*, 25 avril 1990

[2] Sondage IPSOS pour *Le Quotidien de Paris* du 23 décembre 1988, cité par *Le Figaro*, 24-25 décembre 1988

[3] DUHAMEL, Olivier et JAFFRE, Jérôme. Le mal être de la gauche. In *L'état de l'opinion*. Paris : Seuil, 1990, p. 18

1990, sans pour autant connaître une désapprobation majoritaire. La cote de confiance du Premier ministre est à peu près homogène suivant les catégories, excepté chez les agriculteurs et paysans, où il décroche assez rapidement – passant en dessous des 40 % pour les agriculteurs dès l'automne 1989, et en dessous des 50 % début 1990 chez les ouvriers.

Les qualités du Premier ministre ne suffisent pas à expliquer ces bons sondages. Plusieurs facteurs entrent en compte et le plus important est la hausse de la croissance, couplée à la chute du chômage. Tous les baromètres montrent alors que pour plus de 70 % des Français, le principal thème de préoccupation est le chômage. On peut d'ailleurs remarquer que la hausse du nombre de sans-emplois, à partir de fin 1990, marque sa chute dans les enquêtes d'opinion, seulement enrayée par la Guerre du Golfe. Les questions socio-économiques ont en effet un impact lourd sur l'opinion et peuvent même prédominer sur les thèmes à l'agenda médiatique comme l'ont notamment montré Roy Behr et Shanto Iyengar[1]. A ce facteur structurel, il faut aussi ajouter les divisions de la droite qui favorisent une opinion unie derrière le Président. La période est marquée par de fortes tensions entre le RPR et l'UDF, ce dernier souhaitant reprendre son autonomie, après une période d'union qui a surtout favorisé le président du RPR, Jacques Chirac. Celui-ci est aussi contesté dans son propre camp par ceux que l'on appelle les « rénovateurs » autour de Michel Noir, député-maire de Lyon, et Michèle Barzach, ancienne ministre de la santé. Nous avons en outre vu plus haut comment une fraction de l'UDF soutient parfois le gouvernement, se détachant ainsi du reste de la droite. Comme le montre John Zaller, quand les gouvernants agissent sans que l'opposition s'oppose, les citoyens suivent les dirigeants. Quand le *dissensus* apparaît, les citoyens suivent leur identification partisane et l'opinion se divise. Le politiste américain pouvait ainsi souligner que la Guerre du Golfe avait permis une hausse très conséquente de la popularité des dirigeants américains[2]. Il s'agit là d'un phénomène de cohésion nationale qui impacte les sondages et que l'on a pu observer dans d'autres situations[3]. Si Zaller montre bien comment le gouvernement américain bénéficie de l'unanimisme de l'intervention dans le

[1] BEHR, Roy and IYENGAR, Shanto. Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda. *Public Opinion Quaterly*, 1985, n° 49, p.38-57

[2] ZALLER, John. *The nature and origins of Mass opinion*. New York : Cambridge University Press, 1992

[3] GUIGO, Pierre-Emmanuel. L'étoffe présidentielle à l'épreuve : la communication de François Hollande pendant les attentats. In SECAIL, Claire et LEFEBURE, Pierre. *Le Défi Charlie : Les médias à l'épreuve des attentats*. Paris : Lemieux, 2016, p. 79-114

Golfe, le *mainstream effect* se retrouve à la même période en France. Alors que Michel Rocard avait vu sa cote s'éroder en novembre-décembre 1990, il fait une remontée spectaculaire, reprenant 8 points de cote de confiance en janvier 1991 (annexes, graphique F). Outre, l'absence de critiques de la droite, dans ce type de période marquée par un conflit militaire, le cadrage des médias est beaucoup plus favorable au pouvoir en place[1]. Les journalistes sont beaucoup plus dépendants des sources du pouvoir. Par ailleurs, l'opinion en cas de conflit a tendance à « se rallier au drapeau », à faire bloc derrière les principaux dirigeants du pays, alors que l'opposition se fait plus discrète. C'est ce qu'a montré le politologue John Mueller à travers l'expression « rally round the flag[2] ».

E) Une érosion discrète de sa cote dans les sondages

Mais une étude plus détaillée permet de déceler des évolutions moins favorables. Ainsi, la comparaison des trois baromètres (SOFRES, BVA, IFOP) donne des résultats contrastés :

« La popularité du Premier ministre est encore le produit d'une tension entre le jugement sur l'homme et l'appréciation portée sur son action. Le grand écart persistant entre les niveaux de popularité mesurés par les trois principaux baromètres des instituts (SOFRES, BVA, IFOP) est révélateur : Rocard jouit d'un très haut niveau de "confiance" (57 %), il recueille un taux honorable de "bonnes opinions" (49 %), mais il ne "satisfait" que 40 % des Français. On n'ignore pas, à l'hôtel Matignon, que l'exécutif est mieux apprécié que le bilan global de son action, qui lui-même est jugé plus favorablement que les bilans sectoriels[3]. »

Si le Premier ministre reste populaire, il n'entraîne pas un engouement, et c'est même plutôt l'apathie politique qui menace. Certains considèrent même qu'il fait le jeu du Front national et favorise « le fossé entre la société politique et la société civile[4] ». Une majorité des

[1] ENTMAN, Robert. *Projections of power. Framing news, public opinion and U.S. foreign politicy.* Chicago : The University of Chicago Press, 2004, p. 72

[2] MUELLER, John. Presidential Popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review*, n° 64, 1970

[3] *Le Monde*, 13 janvier 1990

[4] *Le Monde*, 27 mai 1989

Français et même 57 % des socialistes considèrent qu'il n'y a plus de différence notable entre la politique de la droite et celle de la gauche[1]. Par ailleurs, sa cote s'érode plus vite chez les catégories qui votent pourtant à gauche d'ordinaire. Alors que la popularité de Pierre Mauroy culminait parmi les moins de 35 ans, Michel Rocard enregistre ses meilleurs soutiens parmi les plus de 50 ans. Par rapport aux employés et ouvriers qui soutenaient majoritairement Pierre Mauroy, ce sont les cadres et les professions supérieures qui sont à la base de la bonne cote du nouveau Premier ministre[2]. Gérard Grunberg, son conseiller sondage est conscient de ce problème :

« Un élément doit nous préoccuper tout particulièrement : l'action de Michel Rocard bénéficie, pour un nombre croissant des Français, aux catégories privilégiées : 15 % en mai 89, 21 % en décembre 89 et 20 % en mai 90. C'est dans l'électorat communiste et dans celui du Front National que cette perception est la plus répandue[3]. »

Alors que 46 % pensaient que l'action du Premier ministre profitait à tous les Français en novembre 1988 – contre 21 % aux plus privilégiés –, un an plus tard, ils ne sont plus que 43 % à le penser, puis 36 % en octobre 1990 et tout autant à penser qu'elle profite majoritairement aux plus riches[4]. Jérôme Jaffré en vient même à évoquer un « gouvernement des instruits ». Il montre ainsi que si l'instruction n'est pas un critère des plus utiles, d'ordinaire, pour comprendre les clivages dans l'opinion, c'est un facteur décisif de différenciation dans l'appréciation portée sur la politique du Premier ministre :

« Dans plusieurs domaines, en particulier sur l'emploi, la politique économique et la sécurité, on enregistre en octobre 1990 une majorité d'opinions critiques parmi les personnes d'instruction primaire et une montée régulière de l'approbation en fonction du niveau culturel. Sur le jugement global à l'égard du gouvernement, la différence est moins accentuée, mais elle se trouve confirmée. En revanche, dans deux domaines, la relation s'établit en sens

[1] DUHAMEL, Olivier et JAFFRE, Jérôme. Le mal-être de la gauche. *Art. cit.,* p. 20

[2] *Ibid*., p. 13

[3] Archives Nationales, Cabinet de Michel Rocard, Versements de Guy Carcassonne, 19920622/1, Sondage SOFRES-Matignon sur l'image du Premier ministre, 4ème vague (18-22 mai 1990) et note de Gérard Grunberg sur ce sondage (6 juin 1990)

[4] DUHAMEL, Alain. Le triennat de Michel Rocard. *Art. cit.,* p. 96

inverse. Pour l'éducation nationale et l'information-télévision, le taux de mécontentement s'accroît en fonction du niveau d'instruction des personnes interrogées[1]. »

Le commentateur s'en sert d'ailleurs pour se faire, au nom du « peuple », le dénonciateur d'un gouvernement « des élites » :

« Au-delà des rapports de force apparaît en filigrane la crise de la société politique française. Le gouvernement Rocard s'appuie sur les élites tout comme le faisait le gouvernement Chirac. (...) Depuis 1986, il y a accentuation du fossé entre les catégories supérieures de la société française et les catégories les moins favorisées. La gauche au pouvoir n'est pas parvenue à changer la structure de la représentation politique, et dans cette coupure culturelle, l'abstention et le lepénisme enrichissent leur terreau. La démocratie n'atteint pas ses buts quand les moins instruits sont les plus distants à l'égard de l'action politique[2]. »

Le Nouvel Observateur, pourtant un des principaux soutiens du Premier ministre, se fait aussi le témoin de ces doutes en titrant un dossier : « Rocard est-il de droite ? » Sondages à l'appui, l'article montre que ce sont les cadres et les professions libérales que Michel Rocard séduit le plus, alors qu'il baisse de 24 points chez les employés, 21 % chez les salariés du service public, 20 % chez les ouvriers, 19 % chez les faibles revenus, et 14 % chez les électeurs de François Mitterrand au second tour de la présidentielle[3]. Le bilan de sa politique sociale qui suit est contrasté : l'augmentation des revenus paraît modeste même si réelle, et le Premier ministre n'apparaît pas comme assez audacieux, notamment sur la réforme de l'imposition.

Au-delà de la spécificité de l'image de Michel Rocard, surtout forte chez les classes moyennes supérieures et moins basée sur les catégories populaires, cette évolution s'inscrit dans un processus plus large de distanciation du PS avec les catégories sociales les plus défavorisées. Le décrochage de l'appréciation à l'égard de Michel Rocard dans l'électorat ouvrier et des professions intermédiaires ne fait que refléter, en plus accentué, le même décrochage du PS avec ces catégories dont certains chercheurs ont montré qu'elles passaient

[1] JAFFRE, Jérôme. Le gouvernement des instruits. In *L'État de l'opinion*. Paris : Seuil, 1990, p. 138

[2] *Ibid.*, p. 139

[3] *Le Nouvel Observateur*, 14 juin 1990

au vote Front national[1]. Frédéric Sawicki et Rémi Lefebvre, qui ont mis en valeur cette rupture du PS avec son ancienne base électorale des années 1970, y voient la conséquence de l'abandon progressif d'un discours sur les classes sociales et privilégiant, au contraire, une lecture de la société comme agrégats d'individus[2]. Un discours que Michel Rocard a été l'un des premiers à porter, critiquant la présence trop forte de l'État face à l'individu et prônant l'abandon du marxisme.

V) Une rupture favorable au Premier ministre

Comme nous l'avons vu, depuis le Congrès de Rennes (15-18 mars 1990), les relations entre les deux têtes de l'exécutif sont devenues très difficiles. Dès cette période, François Mitterrand semble avoir pris la décision de changer de Premier ministre. Le débat autour de la CSG, qui voit la cote du Premier ministre dans les sondages plonger, contribue à affaiblir sa position. La Guerre du Golfe lui laissera un répit de courte durée, dont l'équipe du Premier ministre est bien consciente, en témoignent les notes de Jean-Paul Huchon : « C'est la semi-trêve des confiseurs. On doit se mettre dans l'esprit de travailler de longs mois encore[3]. » Le Président ne peut se permettre, pour le moment, un remaniement dans cette période de guerre. Par ailleurs, l'image du Premier ministre est nettement améliorée par le conflit. Sa cote, devenue négative en octobre 1990, redevient positive et ce sont même 3 Français sur 4 qui sont favorables à ce qu'il reste à Matignon[4]. Ce n'est donc qu'après la fin du conflit que les rumeurs reparaissent et s'amplifient autour d'un départ de Michel Rocard. *Le Canard enchaîné* s'en fait l'écho avec une caricature de Pancho montrant François Mitterrand et Michel Rocard dans une voiture, le Président proposant à son Premier ministre : « Je vous

[1] GOUGOU, Florent. L'éclatement du vote populaire (1965-2002). In PERRINEAU, Pascal dir. *Atlas électoral. Qui vote quoi, où, comment ?* Paris : Presses de Sciences Po, p. 82-86

[2] LEFEBVRE, Rémi et SAWICKI, Frédéric. Pourquoi le PS ne parle plus aux classes populaires. *Mouvements*, n° 50, 2007, p. 24-32

[3] Archives de Bernard Spitz, Manuscrit de Jean-Paul Huchon, « Matignon, mercredi, 10h » daté du 4 juin 1992, 19 décembre 1990

[4] *Le Quotidien de Paris*, 7 mars 1991

dépose quelque part ?[1] » Michel Rocard pour écarter l'épée de Damoclès lance une série de projets importants qui nécessitent du temps, comme la réforme des retraites ou du système de santé, et celle de la justice.

C'est par une confidence à son ancien conseiller en communication, Jacques Séguéla, que François Mitterrand va faire savoir qu'il veut se séparer de son Premier ministre. Le 14 mai, au micro d'Europe 1, le dirigeant d'Euro-RSCG croit savoir que Michel Rocard pourrait partir avant le 15 mai. Le Premier ministre qui intervient, l'après-midi même au Sénat tente de se rassurer et de faire mine de confiance en affirmant que « le gouvernement travaille sur la longue durée[2] ». Mais les événements s'accélèrent le lendemain. Alors que le Premier ministre présente un projet de remaniement, le Président de la République lui demande sa démission. Michel Rocard, qui ne souhaitait pas quitter ses fonctions avant les législatives de 1993, modifie sa lettre de démission pour mieux faire sentir que ce n'est pas son choix. « A l'heure où je vous présente la démission de ce gouvernement » devient ainsi « A l'heure où il me faut vous présenter la démission de ce gouvernement[3] ».

Remplacé par Edith Cresson, première femme chef du gouvernement, lors d'une passation des pouvoirs en apparence chaleureuse[4], Michel Rocard ne paraît pas pour autant affaibli. Mieux, les commentateurs lisent son éviction comme une chance que lui donne le Président de refaire sa cote de popularité, avant que la situation ne se dégrade trop : « Paradoxalement, en rendant sa liberté à M. Rocard, M. Mitterrand lui rendrait un fier service. Le maire de Conflans aurait ainsi tout le temps de se refaire une santé avant la prochaine élection présidentielle[5]. » D'ailleurs, l'allocution de François Mitterrand expliquant son départ semble l'adouber pour l'avenir :

« Michel Rocard a, pendant trois ans à la tête du gouvernement, pris une part déterminante à la conduite de la politique française. Il a consacré de grandes qualités, réalisé de vraies réformes et obtenu d'utiles résultats. L'histoire associera son nom au progrès de la France pendant cette période. Je le remercie comme je remercie les membres de son

[1] *Le Canard enchaîné*, 10 avril 1991

[2] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 14 mai 1991

[3] FAVIER, Pierre et MARTIN-ROLAND, Michel. *La décennie Mitterrand*, vol. 3*, op. cit.,* p. 574

[4] INA, Antenne 2, *JT 20h*, 16 mai 1991

[5] *Le Figaro*, 15 mai 1991

gouvernement, et je suis assuré qu'il saura, le jour venu, rendre d'autres services au pays[1]. » L'opinion est tout aussi optimiste, jugeant son bilan plutôt positif, même si « contrasté » et « inachevé[2] », et un sondage commandé le lendemain de son départ le positionne à égalité avec Giscard, et battant Chirac (53-47 %), ainsi que Barre (53-47 %) dans le cas d'un second tour d'élection présidentielle[3].

Le chef de l'État est, en plus, clairement désigné comme le responsable de la rupture, présentée comme « le fait du Prince » exprimant son « bon plaisir[4] » : « La France a mis au point une autre méthode : quand le président se trompe, c'est le premier ministre qui paye. (...) Si le Premier ministre est aujourd'hui dans la ligne de mire, ce n'est pas parce qu'il a démérité ; c'est parce que le président, conscient du danger des "affaires", a décidé d'offrir une tête au pays[5]. » Quant à Edith Cresson, les critiques qu'elle lance à l'égard de l'équipe rocardienne et l'absence de référence au gouvernement précédent ne sont pas pointées du doigt par la presse comme un signe de noblesse : « Rien ne légitime le traitement infligé au clan rocardien. Rien ne justifie l'absence totale de référence à Rocard dans le discours inaugural d'Edith Cresson. Rien... sinon la rancœur, voire la mesquinerie[6]. »

Au sortir de Matignon, toutes les chances de Michel Rocard pour l'élection présidentielle de 1995 semblent conservées, voire même renforcées. Le maire de Conflans a enfin su démontrer qu'il était capable de gouverner et qu'il n'était pas juste une illusion comme le présentaient les Mitterrandistes ou certains leaders de droite. Sa cote de popularité est encore très bonne – ce qui est une exception, au sortir de Matignon, pour un Premier ministre de la V^{ème} République[7] – et il ne semble pas y avoir de véritable rival à gauche, face à une droite plus que jamais divisée. Toutefois, en choisissant le silence comme mode de gouvernement, Michel Rocard a laissé la place libre à toutes les critiques qui pleuvaient sur

[1] INA, TF1, *Allocution du Président de la République*, 15 mai 1991

[2] *L'Express*, 16 mai 1991

[3] *L'Express*, 16 mai 1991

[4] *Le Figaro*, 16 mai 1991

[5] *Ibid.*

[6] *La Tribune de L'Expansion*, 27 mai 1991

[7] SIRINELLI, Jean-François. *Désenclaver l'histoire. Op. cit.,* p. 51

son action, il s'est privé d'un domaine en plein développement : le « spin control[1]. » Il s'agit de l'ensemble des moyens à la disposition du gouvernement pour orienter le cadrage médiatique et ainsi favoriser les thèmes qui lui sont favorables. Son rejet des symboles l'a amené à se priver de leur fonction « mobilisatrice[2] ». Même si cela n'a eu que peu de conséquences sur le moment, une image se construit sur le long terme et ce cadrage négatif a été emmagasiné dans l'esprit des citoyens. Son bilan, qui peut être crédité de projets audacieux – Nouvelle-Calédonie, RMI, CSG, réforme de l'État –, va donc apparaître fragile aux yeux de l'opinion, voire coupable, une fois l'hiver politique des socialistes revenu.

[1] GERSTLE, Jacques. *La communication politique. Op. cit.,* p. 62

[2] COULOMB-GULLY, Marlène. *La démocratie mise en scène. Op. cit.,* p. 94

Chapitre 2 : Communiquer pour exister (1991-1995)

Si les chances du présidentiable, au sortir de Matignon, ne semblent guère entamées, la perte des ressources dont Michel rocard bénéficiait comme Premier ministre est un défi. S'il s'était mis rapidement en ordre de bataille après 1985, il peine, cette fois-ci, à se préparer. Outre une motivation qui semble, de plus en plus, lui faire défaut, il préfère à la confrontation interne actée dès 1985, s'assurer le soutien du parti. Cela l'amène à rester silencieux, à nouveau, se laissant de plus en plus embourber dans la disgrâce que connaît le PS.

I) Sauvegarder les chances du présidentiable

A) L'attente

1) Reconstruire sa communication et son courant

Le départ de Matignon, pourtant plusieurs fois évoqué et éventé à l'avance, semble surprendre l'équipe de Matignon. Jusqu'au bout, les « pompidoliens » ont voulu croire à une rémission possible de la relation Mitterrand-Rocard. La démission les touche en tout cas profondément. Michel Rocard lui-même semble avoir mal vécu cette baisse d'intensité. Un de ses amis lui offre la possibilité de partir en voyage sur son yacht, pour s'aérer l'esprit. Jean-Paul Huchon choisit, pour sa part, de retourner dans le privé, de même que plusieurs membres de l'équipe. Après une période de latence, un cabinet s'organise tout près de l'hôtel de Matignon, rue de Varennes. Y sont présents Yves Colmou qui occupe les fonctions de chef de cabinet, Guy Carcassonne, toujours chargé de la communication, avec à leurs côtés

Marie Bertin et la secrétaire, Catherine Le Galiot. Alain Bergounioux les rejoint aussi parfois. L'ensemble paraît, en tout cas, souffrir d'un manque d'organisation comme le rapporte Jean-Paul Huchon en réunion[1]. Michel Rocard, lui-même, souligne les dissensions entre Jean-Paul Huchon et Guy Carcassonne[2]. Les moyens sont bien différents de ceux dont disposait le Premier ministre. En termes de communication, il n'a plus désormais qu'une seule attachée de presse et a perdu l'appui du SID. Il continue d'être conseillé par Jacques Pilhan – Gérard Colé se consacrant à la Française des jeux – jusqu'aux législatives de 1993.

Outre le manque de moyens, l'ancien Premier ministre paraît alors traverser une forme de dépression et semble manquer de motivation pour la conquête du pouvoir. Alors qu'il n'a jamais beaucoup goûté les luttes internes, il se montre encore plus circonspect devant celle qui l'attend. Il parle d'une « opération herculéenne » qui a « les plus grandes chances d'échouer », avant de dévier sur « la forte augmentation des cadres en Île-de-France », sujet qui le divertit beaucoup plus, semble-t-il...[3] Cette apathie frappe Jean-Claude Petitdemange qui lui demande en réunion : « Est-ce que tu veux gagner l'élection présidentielle ? Je comprends que tu veuilles introduire de l'éthique. Mais tu vas être obligé de te battre contre les autres qui sont des marchands de sable[4]. »

En vue de la présidentielle de 1995, Michel Rocard a besoin de consolider son mouvement et de le mettre en ordre de marche. Là aussi, on constate un retard, malgré les consignes données en ce sens par Jean-Paul Huchon[5]. Ce n'est qu'à la rentrée 1991 que Michel Rocard se présente devant les clubs Convaincre. Ceux-ci ont d'ailleurs arrêté leur publication depuis mai 1991. Le périodique ne réapparaît qu'à l'automne, avec, de nouveau, une ligne plus personnalisée[6]. Cela se traduit par le retour de l'éditorial de Michel Rocard, bien que le contenu soit peu mobilisateur et très confus[7]. La revue a clairement pour but de faire la pédagogie du bilan de l'ancien Premier ministre. Ses voyages internationaux et

[1] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « réunion rentrée 1991 », sans date

[2] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 331

[3] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « Réunion du 23 juin 1992 »

[4] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « réunion rentrée 1991 », sans date

[5] *Ibid.*

[6] *Convaincre*, n° 65, octobre 1991

[7] *Convaincre*, n° 66, novembre 1991

conférences sont également annoncés et retranscrits systématiquement. En février 1993, cette personnalisation est même totalement assumée puisque le sous-titre de *Convaincre* devient : « La lettre d'information des amis de Michel Rocard ». Pour rompre son image d'isolement – qui n'a cessé de lui être accolée, y compris à Matignon –, la revue promeut son entourage, avec des portraits de chacun des rédacteurs comme Robert Chapuis, Bernard Poignant, Gérard Lindeperg. Toutefois, les clubs Convaincre ne capitalisent plus toute l'attention de Michel Rocard. Celui-ci s'en détourne, en vue de la prise du parti, à partir de 1993[1]. De même, Forum, autre club qui regroupait les jeunes rocardiens autour du trio Valls-Fouks-Bauer dans les années 1980, est dissous en 1990, pour ne pas gêner le Premier ministre[2].

En vue de la présidentielle, des groupes d'experts, comme avant 1988, sont également mis en place, et ce dès Matignon[3]. Bernard Spitz propose même de les médiatiser pour rompre l'image d'isolement de Michel Rocard[4]. Ils s'articulent autour de douze thèmes : aménagement du territoire ; communication ; culture ; économie ; éducation ; entreprises, industrie et contexte international ; finances ; international ; recherche ; santé et protection sociale ; social ; Outre-mer.

Leur composition est prestigieuse, regroupant des chefs d'entreprise du CAC 40, des énarques (en grand nombre), des économistes, des dirigeants de l'audiovisuel (Eric Baptiste, secrétaire général de RFI ; Jean-Pierre Hoss, PDG de la SFP ; Philippe Chazal, secrétaire général de la programmation de La Sept)[5]. Ils sont surtout pléthoriques avec 300 personnes sur la santé, 250 sur la politique sociale, plus de 1000 personnes sur l'environnement et les cadres de vie, 300 à 400 personnes sur la culture, à l'échelle nationale[6]. On peut ainsi douter qu'ils se soient tous réunis. Une équipe de campagne semble aussi avoir existé, se réunissant toutes les semaines sous le titre de « la coupole », sans que l'on en ait plus de trace[7].

[1] Entretien avec Jean-Paul Foncel, 15 novembre 2014

[2] Entretien avec Alain Bauer, 29 janvier 2015

[3] Archives de Bernard Spitz, Note de Jacques Mistral, 16 novembre 1990

[4] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « Réunion rentrée 1991 », sans date

[5] Archives de Bernard Spitz, « Compte rendu de la réunion du 13 mai 1992 »

[6] Archives de Bernard Spitz, Note de Jacques Mistral du 16 novembre 1990

[7] BAZIN, François. *Le sorcier de l'Elysée. Op. cit.,* p. 254

2) Garder le silence pour se préserver

La période de latence, que l'on constate dans l'organisation de l'équipe de Michel Rocard, se retrouve dans ses prises de parole. Jusqu'à l'automne, il reste le plus discret possible. Ainsi, en 1991 – les chiffres prennent en compte ses interventions sur toute l'année et donc aussi celles comme Premier ministre jusqu'au 15 mai –, il arrive loin derrière la plupart des leaders socialistes, en particulier le Président, son ministre de la culture, les ministres de l'Education nationale et de l'Economie (graphique 11). Il arrive seulement à égalité avec Laurent Fabius et le Premier secrétaire Pierre Mauroy. L'année suivante, il est dépassé par tous, à l'exception de Pierre Mauroy et Lionel Jospin, entamant tous deux une traversée du désert – l'un perd la direction du PS et le second quitte le gouvernement et souffre d'une assez grande impopularité. Même le président de la Commission européenne, Jacques Delors, pourtant loin théoriquement des affaires françaises, intervient plus à la télévision que Michel Rocard. Ceci est sans aucun doute dû à sa participation à la campagne française pour la ratification du traité de Maastricht.

Ce silence s'explique notamment par le souhait de Michel Rocard de ne pas nuire à son successeur, qui souffre très rapidement d'une couverture médiatique très défavorable. Sur les conseils de Jacques Pilhan, qui espère toujours un passage de relais possible entre le Président et son ancien Premier ministre, il cherche à apparaître en rassembleur du PS. Il veut également construire l'image d'un homme éloigné du combat politique quotidien et lui préférant le contact avec les citoyens. Son discours prend ainsi des allures gaulliennes à l'époque de la traversée du désert, dans la droite ligne de Cincinnatus : « Je ressens donc le besoin d'écouter. Notamment ceux que l'on n'entend pas » explique-t-il[1], lors de son retour public à la fin de l'été 1991. Cela rejoint les conseils de son équipe qui lui indiquent après son départ de :

« - ne pas se mêler du débat interne et ne rien faire contre FM (François Mitterrand, NDLA) et EC (Edith Cresson, NDLA)

- asseoir son emprise sur le PS

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 31 août 1991

- apparaître comme un candidat déterminé et qui se prépare

- ne pas s'enfermer dans le PS[1]. »

Après son départ, le 15 mai 1991, l'ancien Premier ministre est tout bonnement absent du paysage médiatique, jusqu'au 31 août 1991. Il fait sa première réapparition médiatique à cette date devant les clubs Convaincre à Chambéry. Toutefois, loin de s'impliquer dans les affres de la politique nationale, il préfère parler de la social-démocratie, pour lui le nouveau modèle à suivre, après la chute du mur de Berlin[2]. Son intervention au Congrès PS de l'Arche (13-15 décembre 1991) témoigne de cette volonté de rester au-dessus des affaires internes du Parti, où Pierre Mauroy est de plus en plus poussé vers la sortie par Laurent Fabius et les siens. Ce discours lui permet d'exprimer clairement son pessimisme du moment, diagnostiquant dans la société française une « défaite de l'esprit. Il flotte sur notre pays une atmosphère d'inquiétude, de crainte aussi. Crainte pour l'avenir, du chômage, pour la sécurité personnelle. A cela s'ajoute la crainte de la folie des hommes (...) Crainte plus présente, plus quotidienne, celle de l'autre, du voisin, dont on redoute les possibles excès ou la violence possible auxquels pourraient le conduire l'absence d'espoir ou la pauvreté, ou dont on redoute simplement l'étrangeté même. Car le lepénisme aussi est une maladie de l'impuissance. Et dans tout cela, le monde politique, au moment même où nous aurions le plus grand besoin de son autorité, semble ne plus répondre, disqualifié, car quelques errements ont pu faire douter de sa probité[3] ».

Les élections régionales de 1992 pourraient être l'occasion d'un retour de Michel Rocard – d'autant qu'il a pensé un moment être candidat, alors qu'il était encore à Matignon[4] –, mais il n'en est rien :

« Michel Rocard a été discret pendant la campagne électorale régionale. L'homme qui avait politiquement "éclaté" sur les écrans de télévision au soir de la défaite socialiste des législatives de 1978 en "parlant vrai", n'a pas cru devoir délivrer le plus petit commentaire

[1] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « Réunion rentrée 1991 », sans date

[2] *Ibid.*

[3] *Libération*, 16 décembre 1991

[4] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil politique et communication (1988-1991) », Sondage SOFRES du 10 mai 1991 sur la potentialité d'une candidature Michel Rocard aux élections régionales

après la déroute du PS en mars dernier. (...) Rocard aujourd'hui, joue le silence de l'agneau...[1] »

Le maire de Conflans tient d'autant plus à son silence, que l'arrivée à la tête du PS de Laurent Fabius lui a valu une promotion en tant que « candidat virtuel[2] », puis « candidat naturel » du parti à la prochaine présidentielle, lors du Congrès de Bordeaux[3]. Le terrain avait été préparé plusieurs mois à l'avance par des rencontres régulières entre des « jeunes » de l'équipe Rocard et des cadres fabiusiens. Les deux leaders s'y étaient même joints à plusieurs reprises. Ses conseillers lui ont suggéré d'appliquer la stratégie du « génie des carpettes » à l'égard du nouveau chef de Solférino[4]. Michel Rocard paraît donc conforté dans le parti et évite de prendre position à l'égard d'un gouvernement en déperdition. Edith Cresson, au plus bas dans les sondages, est bientôt remplacée, le 2 avril 1992, par Pierre Bérégovoy, jusque-là ministre de l'Economie et des Finances et proche du Président. Si le nouvel hôte de Matignon lui est moins défavorable qu'Edith Cresson, cela n'entame pas pour autant le retrait de Michel Rocard.

Ce retrait va peu à peu nuire à son image. Alors qu'il lui avait servi entre 1981 et 1983 à marquer son désaccord avec la politique menée alors, il est cette fois interprété comme un acquiescement à l'orientation du gouvernement et du PS. D'autant que son statut de « candidat virtuel » finit de l'associer au parti. Il apparaît même comme « un otage du courant Fabius. En le liant par la promesse de le soutenir dans sa course à l'Elysée, ses alliés de circonstance l'enferment et obtiennent sa collaboration pour assurer leur contrôle définitif sur le parti. Pour l'avenir, c'est bien connu, les promesses n'engagent que ceux qui les reçoivent...[5] » Depuis de longs mois, pourtant, plusieurs de ses conseillers lui suggèrent de prendre position, de s'affirmer, voire de prendre ses distances avec le PS, alors que Jacques Chirac et Jacques Delors se préparent. Mais, Michel Rocard s'y refuse, doutant même du risque que représente

[1] *Le Quotidien de Paris*, 18 avril 1992

[2] Cité par *Libération*, 14 avril 1992

[3] *Le Monde*, 11 juillet 1992

[4] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « Réunion du 23 juin 1992 »

[5] *Le Quotidien de Paris*, 18 avril 1992

le président de la Commission européenne : « Je suis peu tenté de prendre des risques forts avant Noël, et surtout de les prendre seul/crainte Delors que je ne partage pas[1]. »

3) Se justifier sur son œuvre

Ce silence laisse un espace vide où peuvent s'exprimer toutes les critiques qui lui sont adressées. Les plus dures viennent de son successeur, Edith Cresson, qui attaque son bilan et évoque « l'ardoise » qu'il lui aurait laissée, ainsi que son incapacité à réformer la France. Le silence que s'impose Michel Rocard ne lui permet pas de répondre à ces attaques. A l'approche des législatives de 1993, il est même contraint de s'engager, dans un grand mouvement d'auto-flagellation au sein du PS, et de faire lui aussi son *mea culpa.* Il admet ne pas avoir assez réformé et entend même s'en expliquer. Ainsi, dans son premier *Sept sur Sept* depuis 1989, il reconnaît n'avoir pas pu faire tout ce qu'il aurait souhaité : « Je n'ai pas réussi tout ce que j'ai entrepris à Matignon, c'est sûr (...) Dès que l'on travaille à une réforme, vous n'imaginez pas la coalition énorme qui vient s'opposer à ladite réforme. » Il exprime particulièrement ses regrets dans le domaine de la justice et de l'Education nationale : « Dans la recherche d'une paix négociée avec les syndicats enseignants, peut-être nous avons trop concédé au quantitatif et pas assez avancé sur la manière de délivrer le savoir[2]. » Aux yeux de l'opinion, il devient responsable des difficultés économiques que connaît le pays en 1992. Selon un sondage Louis-Harris-*VSD,* 38 % des Français considèrent que les difficultés d'Edith Cresson sont dues au gouvernement Rocard, qui n'aurait pas traité les problèmes fondamentaux[3].

Seul Convaincre va vraiment défendre le bilan de Michel Rocard à Matignon. Les clubs publient en septembre 1991 un fascicule intitulé « mai 1988-mai 1991 : Le temps de la

[1] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « Réunion rentrée 1991 », sans date

[2] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 2 février 1992

[3] *Le Monde*, 11 juillet 1992

réforme » avec en couverture une photo souriante de Michel Rocard. Ce fascicule présente les principaux éléments de l'œuvre du gouvernement Rocard[1].

Silencieux et englué dans les affaires du parti, Michel Rocard va en subir le contrecoup dans les sondages.

B) Un déclin inexorable dans l'opinion

1) Une cote en chute libre face à de nouveaux espoirs

Peu de temps après son départ de Matignon, la cote de Michel Rocard connaît un rapide déclin. Elle avait déjà perdu de son lustre à Matignon, même si la comparaison avec les Premiers ministres précédents rendait les commentateurs plutôt optimistes sur ce point. D'une cote de confiance de 76 % en mai 1988, le Premier ministre n'est plus qu'à 52 % en mars 1991 (voir annexes, graphique F). Après son départ du gouvernement, le déclin continue. Celui qui n'avait jamais quitté les sommets depuis 1978 est désormais dépassé par Jacques Delors et Jack Lang. Selon le baromètre SOFRES, Jacques Delors dépasse Michel Rocard à partir de juin 1991 et le surplombe de plus de 10 points à partir de septembre 1991. Par ailleurs, en raison de sa fonction – président de la Commission européenne –, il a déjà une image de gouvernant et peut donc être un rival sérieux pour représenter la gauche à l'élection présidentielle. L'équipe de Michel Rocard perçoit rapidement le danger, mais Michel Rocard, on l'a vu, n'y croit pas[2].

Dès cette époque, le président de la Commission européenne commence d'ailleurs à être testé par les sondeurs comme candidat de la gauche et obtient rapidement de meilleurs scores que Michel Rocard. Jacques Delors rassemble très largement et bien au-delà de la gauche, alors que la popularité de Michel Rocard se rétracte chez les plus jeunes et les catégories socio-professionnelles supérieures. De plus en plus, son électorat potentiel se

[1] Archives de Pierre Zémor, Carton 1991-1995, Fascicule « mai 1988-mai 1991 : Le temps de la réforme », septembre 1991

[2] Archives de Bernard Spitz, Notes manuscrites de Bernard Spitz, « Réunion rentrée 1991 », sans date

limite à celui des catégories traditionnellement favorables à la gauche, comme l'analyse Colette Ysmal pour *Le Figaro* :

« Toutefois, si l'on s'attache aux composantes sociologiques des choix effectués, il est clair que la "clientèle" rocardienne est plus spécifique d'un électorat de gauche classique. Ce sont en effet les professions intermédiaires, les employés et les ouvriers qui choisissent en priorité le premier secrétaire du PS, alors que Jacques Delors reçoit les faveurs des plus de cinquante ans, des travailleurs indépendants, des cadres et des professions libérales[1]. »

Cela explique que Michel Rocard reste encore, au sein de l'électorat de gauche, premier jusqu'à l'automne 1992[2]. Cette cote favorable au président de la Commission européenne va être exploitée par ses soutiens durant l'été 1991, période à laquelle Michel Rocard s'astreint au silence. Les « transcourants », ces jeunes leaders qui soutiennent Jacques Delors, parmi lesquels François Hollande, vont organiser un tapage médiatique qui va propulser le président de la Commission européenne sans même qu'il ait besoin d'intervenir :

« L'été 91 a été l'été Delors. Normal : les éditorialistes s'ennuient. Michel Rocard est parti de Matignon. La cote du président de la Commission européenne est au plus haut. Les quadras ressurgissent sous l'étiquette deloriste de Démocratie 2000, une petite structure intellectuelle qui tient traditionnellement des rencontres chez Jean-Yves Le Drian, à Lorient[3]. »

A partir de 1993, toutes les catégories font de Jacques Delors un meilleur candidat que Michel Rocard, même les électeurs de gauche (37 % contre 22 %)[4]. Le débat sur le référendum de Maastricht contribue à creuser l'écart entre les deux hommes au profit du président de la Commission européenne. Pour les pronostics de second tour, Michel Rocard est donné systématiquement battu largement par n'importe quel candidat de droite, avec parfois plus de 27 points d'écart[5]. Il est désormais privé de son atout le plus fort jusque-là, sa bonne image dans l'opinion. Son implication de plus en plus importante dans les luttes internes du PS – alors même que ses conseillers l'incitaient à s'en éloigner pour préparer sa

[1] *Le Figaro*, 4 mars 1994

[2] Archives du CEVIPOF, Baromètre BVA, septembre 1993

[3] *Le Figaro*, 25 mai 1993

[4] Archives du CEVIPOF, Baromètre BVA, septembre 1993

[5] *Le Journal du dimanche*, 24 avril 1994

posture présidentielle – pèse sur son image au moment où le PS est violemment rejeté par l'opinion :

« Car l'inventeur du "parler vrai" a bien changé. Il présente un profil bas pour ne pas prêter le flanc aux critiques de ses "camarades" socialistes. Ce faisant, il a laissé en route la spontanéité qui lui avait attiré la sympathie de l'opinion, bien au-delà de la seule clientèle socialiste. Il se vante aujourd'hui d'être un "briseur de rêve" (ce qui a éloigné de lui quelques-uns de ses alliés comme Marie-Noëlle Lienemann, député de l'Essonne), et il manie la langue de bois mieux que la plupart de ses congénères technocrates (...) Sous le maillot frappé de la rose au poing, Laurent Fabius évoque Anquetil et Michel Rocard, Poulidor[1]. »

Cette association à son parti dans l'opinion est d'autant plus dure, pour l'ancien Premier ministre, que le Parti socialiste est complètement discrédité, ce dont témoigne *L'Evénement du jeudi* proposant, en une, le 17 octobre 1991, de « dissoudre le PS ». Un sondage pendant le *Sept sur Sept* du 2 février 1992 montre que 56 % des Français pensent que Michel Rocard sera entraîné dans la chute du PS[2]. Ceci peut expliquer qu'il perde autant de popularité chez les sympathisants de droite et de centre-droit. Alors qu'il avait fondé sa popularité sur sa distance au parti – les sondages accordent souvent une prime aux « frondeurs » –, sa fidélité à celui-ci l'entraîne dans une impopularité jusque-là inconnue.

2) Se relancer en se démarquant : le Big Bang

Ce n'est que tardivement que Michel Rocard recommence à faire entendre sa propre voix. L'Affaire Habache va en être la première occasion. Le 29 janvier 1992, le chef du Front populaire de libération de la Palestine – pendant marxiste de l'OLP dirigé par Yasser Arafat – Georges Habache, impliqué dans plusieurs détournements d'avions et des attentats, est accueilli dans un hôpital français suite à une attaque cérébrale. Cet événement entraîne une vive polémique soulignant le cafouillage diplomatique. L'État d'Israël, en particulier, proteste. Le gouvernement est finalement obligé de reconnaître son erreur et plusieurs membres de cabinet ministériels sont contraints de démissionner. Michel Rocard, alors invité de *Sept sur*

[1] *Le Figaro*, 31 août 1991

[2] INA, *Sept sur Sept*, 2 février 1992

Sept, met en cause le gouvernement et exprime sa désapprobation face à « l'amateurisme » de ceux en charge de l'affaire. La presse y voit même le retour du parler vrai, Michel Rocard ayant fait preuve d' « une franchise dérangeante pour ses camarades du PS[1] ». Jacques Pilhan se montre désespéré par l'intervention de l'ancien Premier ministre qui enterre, selon lui, la dernière possibilité d'une succession pacifique entre François Mitterrand et le maire de Conflans. Mais cette « sortie » reste toutefois isolée. Il reprend son silence, et ce même au moment de la campagne référendaire pour la ratification du Traité de Maastricht, à l'automne 1992.

A l'approche des législatives de 1993, données désastreuses tant pour le PS que pour lui – il est présenté comme battu par tous les sondages (BVA et CSA) effectués sur sa circonscription[2], il va reprendre ses distances à l'égard de son parti. Cela l'amène à changer radicalement de positionnement :

« La stratégie de M. Michel Rocard consistait, jusqu'à présent, à limiter au strict minimum ses interventions dans la campagne des élections législatives, car il estimait que ce scrutin n'était pas son affaire. Les socialistes allaient y payer une facture qui n'était pas la sienne, mais celle de François Mitterrand. La vie, pour lui, commencerait après. Il serait le chef de l'opposition. (...) après plusieurs semaines de réflexion personnelle et de débat dans son état-major, l'ancien Premier ministre abandonne cette voie et en emprunte une autre. Il se porte au premier rang des socialistes et revendique l'honneur de les mener à ce qu'il a appelé, mercredi, une "bataille de la Marne". (...) Il ne serait certes pas la seule, mais sans doute serait-il la principale victime d'une écrasante défaite des socialistes le mois prochain, surtout s'il donnait le sentiment de s'y être, lui aussi, résigné d'avance[3]. »

A quelques semaines du premier tour, il intervient en meeting à Montlouis-sur-Loire, le 17 février 1993. Il y explique que les partis sont des machines archaïques et déconnectées de la réalité concrète. Il en appelle, face à la menace d'un échec cuisant aux législatives, à un « Big Bang » de la gauche. Les différents partis qui la composent devraient se fondre dans une grande entité puissante. Cela sonnerait la fin du PS comme organisation autonome. L'idée, révolutionnaire dans le paysage politique français, a un succès médiatique important.

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 3 février 1992

[2] INA, France 3, *19-20h*, 2 mars 1993

[3] *Le Monde*, 19 février 1993

Le terme a justement été choisi pour sa capacité évocatrice et son contenu relativement flou[1]. Cette sortie permet au « candidat virtuel » de faire la une de tous les journaux télévisés et de la presse et de préempter le leadership sur la future recomposition de la gauche post-électorale. Le soir même, il est l'invité du JT de 20h. 61 % des sondés déclarent ainsi avoir entendu parler de ce discours[2]. Si l'écho est très important, d'autant que l'intervention a été amplement préparée[3] et le texte diffusé à la presse auparavant pour favoriser les reprises[4], le cadrage n'est pourtant pas aussi bon que Michel Rocard l'aurait voulu. Quelques minutes après la diffusion d'extraits de son discours, durant le journal télévisé de TF1, en direct, Brice Lalonde, dirigeant de Génération Ecologie et ancien ministre du gouvernement Rocard, rejette vivement la main tendue. Laurent Fabius met en garde, pour sa part, contre la fusion « dans je ne sais quel magma[5] ». Les soutiens au projet se font timidement entendre. Pierre Bérégovoy, Premier ministre devenu très impopulaire, comme Lionel Jospin, se disent d'accord avec Rocard sur la recomposition de la gauche proposée[6]. Brice Lalonde finit par se rallier à l'idée dans une tribune pour *Le Monde* : « les écologistes ont une dette à l'égard de Michel Rocard. Il est donc normal que j'accepte sa main tendue[7]. » Peu à peu d'autres leaders de la gauche s'y rallient comme le député européen communiste Philippe Herzog[8]. Mais même au sein du PS, les critiques se font entendre, comme le chef de l'État, expliquant qu' « avant d'élargir ses alliances, il faut que lui-même (le PS) retrouve son message[9] ». La droite a donc toute la place d'ironiser sur ce projet qui fait de Michel Rocard « un vieillard en politique » selon la formule de Philippe Séguin[10]. Le cadrage médiatique se focalise – on ne s'en étonnera pas, en lien avec les mutations journalistiques décrites plus haut – sur l'aspect stratégique de la déclaration, faisant douter du désintéressement du projet. C'est

[1] BAZIN, François. *Le sorcier de l'Elysée. Op. cit.,* p. 275

[2] *Le Journal du dimanche*, 26 février 1993

[3] HUCHON, Jean-Paul. *La montagne des singes*. Paris : Grasset, 2002, p. 28-29

[4] INA, TF1, *JT 20h*, 18 février 1993

[5] *Le Monde*, 19 février 1993

[6] INA, TF1, *JT 20h*, 24 février 1993

[7] *Le Monde*, 24 février 1993

[8] *Rouge*, 25 mars 1993

[9] *Le Parisien*, 19 février 1993

[10] INA, France 2, *JT 20h*, 21 février 1993

particulièrement le cas pour les commentaires télévisés, comme ceux d'Arlette Chabot qui y voit un vœu électoral, difficile à mettre en œuvre par la suite[1]. Dans l'opinion, les réactions sont contrastées. 30 % des sondés s'y montrent favorables et autant y sont défavorables[2].

Un mois plus tard, il va même plus loin dans la prise de distance, déclarant que les Français ont « un compte à régler personnel avec François Mitterrand », lors d'un meeting à Cergy Pontoise. Il cherche ainsi à se dégager de la défaite désormais acquise. La formule provoque en tout cas de vives réactions, en particulier au sein du PS. Laurent Fabius, Marie-Noëlle Lienemann et même Michel Sapin, jusque-là proche du maire de Conflans, le ciblent. Il sera d'ailleurs obligé de revenir sur son propos par une interview dans *Le Figaro*[3], puis un plateau au 20h de France 2[4]. Jacques Pilhan, qui le conseillait toujours depuis Matignon, le quitte alors :

« Jacques Pilhan, que Rocard a conservé jusqu'ici comme conseiller, rend son tablier. Il ne supporte plus cette marche en crabe, ces formules qui tuent une bonne idée. Il lui démontre, avant de disparaître de notre chemin, qu'on ne peut pas se faire le chantre de l'éclatement des forces qui nous soutiennent tout en faisant campagne pour son propre camp, alors qu'on en était, peut-être le dernier émetteur crédible[5]. »

C) La défaite aux législatives

Malgré sa prise de distance récente à l'égard de la politique menée et de l'héritage de François Mitterrand, Michel Rocard est emporté par les mauvais sondages qui touchent tous les socialistes. Sur le terrain, il fait en plus une campagne médiocre, sans foi. Le spot officiel de campagne, dans lequel il apparaît, représente bien le malaise de Michel Rocard durant

[1] INA, France 2, *JT 20h*, 21 février 1993

[2] *La Vie*, 1er avril 1993

[3] *Le Figaro*, 17 mars 1993

[4] *Le Monde*, 19 mars 1993

[5] HUCHON, Jean-Paul. *La montagne des singes. Op. cit.,* p. 30

cette campagne. Il y est crispé, mal maquillé, les yeux cernés et transpirant. Son discours est plus saccadé que jamais[1].

Alors que son entourage le pousse à aller sur le terrain, il leur répond agacé qu'on l'oblige à « se prostituer ». Jean-Paul Huchon garde un souvenir amer de la bataille électorale :

« La campagne va se dérouler dans les pires conditions. Rocard refuse d'abord d'aller sur les marchés – on ne dérange pas les commerçants ! – puis accepte, dans la panique de l'équipe de campagne, d'aller faire du porte à porte. A la fois lassé de tout – "faire ça ou peigner la girafe", disait-il à chacune de ses sorties – et parfois incompréhensiblement boulimique d'action[2]. »

Son suppléant qui aurait pu faire le travail à sa place est alors en conflit avec Jean-Paul Huchon, ce qui ne favorise pas l'ambiance de la campagne[3]. Concernant les thèmes, il choisit de donner un cadrage national à ses interventions, au contraire de son principal adversaire de droite, le maire de Chanteloup-les-Vignes, Pierre Cardo. Ce dernier, proche de Raymond Barre, réputé pour son action de terrain – Michel Rocard lui-même l'avait félicité comme Premier ministre – n'a aucun mal à montrer sa supériorité dans la connaissance de la circonscription. D'autant que depuis 1978, celle-ci a changé. L'habitat dispersé s'y est beaucoup développé et Michel Rocard ne semble pas en avoir pris la mesure, comme le souligne *La Croix* :

« En région parisienne, on ne conduit plus une campagne électorale en faisant les marchés. Mais en courant les grandes surfaces pour trouver des électeurs salariés dont la versatilité épouse leurs difficultés (...) Maire de Chanteloup-les-Vignes, Pierre Cardo est apparu plus proche de cette réalité que son homologue de Conflans[4]. »

Jacques Pilhan, encore dans l'entourage de Michel Rocard, avait d'ailleurs fait faire une étude qualitative qui montrait les risques très importants d'un cadrage national, puisque les

[1] INA, France 3, *Campagne officielle*, 12 mars 1993

[2] HUCHON, Jean-Paul. *La montagne des singes. Op. cit.,* p. 37-38

[3] Entretien avec Gilles Cheyrouze, 13 janvier 2016

[4] *La Croix*, 30 mars 1993

« "rurbains" du lieu en avaient assez des socialistes, et Rocard malgré son Big Bang, en était un et même un gros poisson[1] ».

Il est vrai que ce délaissement des aspects locaux de la campagne s'explique aussi par la composition de son équipe faite principalement de « Parisiens » :

« Pourtant la machine rocardienne supposée si performante n'a pas été sans reproche. Conçue pour remporter une présidentielle, elle a calé en législative. (...) "Rocard s'est fait happer par des Parisiens qui n'ont aucune culture du suffrage universel, râle un rocardien déçu. Ça les ennuyait, ça l'ennuyait, lui, de venir sur le terrain"[2]. »

Alors plutôt que de parcourir la circonscription, son équipe organise de grands shows à l'américaine. Le clou du spectacle est son dernier meeting, pour lequel il fait venir une foule de vedettes politiques comme Bernard Kouchner ou Pierre Bérégovoy et même artistiques comme Jean-Jacques Goldman[3]. Ce cadrage national de la campagne se retrouve dans son tract de second tour, relevant plus du courrier désespéré face au raz-de-marée bleu, que de l'appel à voter pour soi[4]. Mais le local va rattraper le maire de Conflans par une prolifération de moustiques due à des problèmes de la station d'épuration voisine, à Achères. Wiaz pour *Le Nouvel observateur* synthétisera à merveille la situation, montrant un Michel Rocard impuissant poursuivi par un énorme moustique à l'étrange ressemblance avec François Mitterrand[5]. Un projet d'autoroute aussi mobilise les habitants au détriment de la campagne rocardienne[6].

Même si au soir du premier tour, l'ancien Premier ministre lance un appel lugubre à éviter un « raz de marée de la droite[7] », plus rien ne semble empêcher la défaite du maire de Conflans. Le jour du second tour les médias se rendront ainsi en masse dans sa ville,

---

[1] HUCHON, Jean-Paul. *La montagne des singes. Op. cit.,* p. 37-38

[2] *L'Evénement du jeudi*, 1-7 avril 1993

[3] *Le Figaro*, 20 novembre 1993

[4] Archives Nationales, Fonds Michel Rocard, 680 AP/12, Dossier 1, « Les dossiers de la circonscription », Tract de Michel Rocard pour le second tour des élections législatives des 21 et 28 mars 1993

[5] *Le Nouvel Observateur*, 11 mars 1993

[6] BAZIN, François. *Le sorcier de l'Elysée. Op. cit.,* p. 274

[7] INA, France 2, *Soirée électorale*, 21 mars 1993

« comme à des funérailles[1] ». La défaite pèse lourd sur son image dans les médias, et en particulier son statut de présidentiable. D'autant qu'elle est très médiatisée. Ainsi, Claire Chazal recevant Michel Rocard en plateau, à quelques jours du second tour, lui demande s'il renoncera à sa candidature en 1995, en cas de défaite. Après que Michel Rocard ait dévié vers un autre sujet, elle revient à la charge en soulignant que des socialistes disent qu'il « n'aurait plus la légitimité [2]». Interrogé, cette fois sur le terrain, il repousse la question d'un revers de la main : « Un échec ? Mais de qui ? De moi ? Vous y croyez un seul instant ? Voyons...[3] » Le soir même du second tour, ses adversaires sonnent la charge pour lui ôter son statut de « candidat naturel ». Laurent Fabius attaque « ceux qui ont voulu prendre leurs distances avec le PS » et Jack Lang « ceux qui n'ont pas voulu rétablir la proportionnelle, à commencer par Michel Rocard[4] ». Le poids de la défaite se ressent aussi dans les sondages, il perd 14 points dans les études qui désignent le meilleur candidat de la gauche en 1995[5].

II) La prise du parti : Une tentative désespérée de conquête d'une nouvelle légitimité

A) Un « coup de force »

La défaite aux législatives contrarie fortement la route présidentielle de Michel Rocard. La ressource sondagière s'éloigne un peu plus et il perd en outre celle des suffrages citoyens. Sa candidature à la présidentielle, bien que toujours possible, paraît compromise. Le courant rocardien est également affaibli, la défaite ayant été plus lourde dans les territoires où le PS n'était implanté que récemment. Nous avons vu pour les Congrès de Metz et de Toulouse, que

[1] *Le Figaro*, 30 mars 1993

[2] INA, TF1, *JT 20h*, 16 mars 1993

[3] INA, France 3, *19-20h*, 2 mars 1993

[4] *Libération*, 29 mars 1993. Une nouvelle réforme du mode de scrutin avait été envisagée par François Mitterrand afin d'instiller une dose de proportionnelle, idée à laquelle Michel Rocard s'est, comme en 1985, fermement opposé.

[5] *Le Nouvel Observateur*, 20 mai 1993

c'était justement dans ces territoires que le courant rocardien était le plus présent. De la soixantaine de députés proches de Michel Rocard, il ne reste plus que Charles Josselin, Louis Le Pensec, Michel Destot, Jean-Paul Durieux et Serge Janquin[1].

Sur fond de tensions très fortes au sein du PS après la défaite aux législatives – *Le Nouvel Observateur* titre un article : « PS : bagatelles après un massacre[2] », et *L'Evénement* prédit : « Ça va saigner[3] » – il tente alors un coup qui peut le relancer. Au comité directeur du PS qui suit la défaite, les 3 et 4 avril 1993, les nerfs des dirigeants socialistes – pour la plupart battus – sont chauffés à blanc. Alors que Gérard Lindeperg, numéro 2 du parti et membre du courant rocardien, propose une démission collective de la direction[4], Laurent Fabius refuse tout « mea culpa » et met en valeur sa propre réélection. Cette arrogance choque bon nombre de dirigeants socialistes qui choisissent alors de le renverser. La contestation, qui trouve rapidement en Michel Rocard un leader, s'appuie tout particulièrement sur l'alliance des mauroyistes et des jospiniens, de longue date opposés à la direction de Laurent Fabius. Le 3 avril, ils décident ainsi de renverser le Premier secrétaire et de mettre en place une direction provisoire, avec à sa tête Michel Rocard. Le premier défi du « Président de la direction provisoire » est de résorber les plaies le plus vite possible. En effet, le renversement de Laurent Fabius donne lieu à un tapage plutôt négatif pour l'image du parti. Les alliés de Laurent Fabius parlent de « putsch », de « coup d'État[5] ». Laurent Fabius, lui-même, refuse de serrer la main de Michel Rocard en tribune, quant à Paul Quilès, il déclare : « J'ai honte. Ce que vous avez fait ressemble à des pratiques de groupuscules et pas à celles du parti du Président[6]. » L'ancien Premier ministre du premier septennat de François Mitterrand y va même de sa tribune dans *Libération*, très violente à l'égard de son successeur : « En clair, Michel Rocard veut, à tout prix, être candidat à l'élection présidentielle. Il s'est trouvé battu à Conflans-Sainte-Honorine. Il a voulu mettre la main sur la direction du PS, quitte à le déchirer, pour préserver son avenir[7]. » L'impression de

[1] *Le Nouvel Observateur*, 1er avril 1993

[2] *Ibid.*

[3] *L'Evénement*, 1er avril 1993

[4] Entretien avec Gérard Lindeperg, 3 décembre 2014

[5] INA, TF1, *JT 20h*, 5 avril 1993

[6] *Libération*, 5 avril 1993

[7] *Ibid.*

confusion est renforcée par le passage des deux hommes à la télévision le soir même. Alors que Michel Rocard s'exprime au 20h de TF1, Laurent Fabius lui donne la contradiction sur France 2, en direct. Un reportage de TF1 témoigne également du ressentiment à la base, montrant des militants du Nord « choqués, désemparés » par cette « nuit des petits couteaux[1] ».

Pour Michel Rocard cette prise du parti est, en tout cas, une prise de risque réelle. Jusque-là, il a toujours construit son image sur sa singularité dans le PS, bien qu'il n'ait cessé de se revendiquer de lui. En prenant la tête du parti, il peut donc définitivement sacrifier ce qui faisait sa popularité. Il risque également d'écorner son image d'homme en dehors des « combines politiciennes », par la méthode employée pour renverser Laurent Fabius. Les titres de presse font ressortir cet enjeu. *L'Evénement du jeudi,* dont on connaît la ligne hostile aux partis conventionnels, s'y montre le plus réticent en titrant : « L'erreur de Rocard » : « Au lieu de se donner de l'air et du panache, il s'identifie à une structure moribonde dont il devra gérer non l'expansion, mais la rétraction[2]. » Jean-Marie Colombani, pour *Le Monde*, pointe le caractère contre-nature de cette prise du parti par Michel Rocard[3]. *Le Quotidien de Paris* et *Libération* s'entendent pour leur part à y voir un « quitte ou double[4] ». L'opinion sondagière réagit en tout cas négativement puisque 45 % ont une moins bonne opinion de lui contre 20 % de meilleure opinion, 50 % désapprouvent sa prise du pouvoir et 40 % pensent que sa prise du parti est plutôt une mauvaise chose[5].

Afin d'éviter un emballement et de limiter ce cadrage négatif, Michel Rocard va choisir l'apaisement plutôt que la polémique. Symboliquement, il laisse partir Laurent Fabius, le 5 avril, ne le remplaçant que le lendemain. Surtout, lui qui avait été sur sa réserve depuis au moins Matignon, retrouve des vertus à la communication et se rend sur tous les plateaux télévisés et les organes de presse pour s'y expliquer. Il se rend sur le plateau du 20h de France 2 le soir même de la prise du parti, le 4 avril[6], puis de nouveau le 9 avril 1993[1] et à

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 5 avril 1993

[2] *L'Evénement du jeudi*, 8 avril 1993

[3] *Le Monde*, 30 juin 1993

[4] *Le Quotidien de Paris* et *Libération*, 5 avril 1993

[5] *Le Nouvel Observateur*, 21 avril 1993

[6] INA, *JT 20h*, 4 avril 1993

L'Heure de vérité, le 25 avril[2]. Il s'exprime aussi dans *Libération* le 5 avril en s'appuyant notamment sur la comparaisonde sa prise de fonction avec celle de François Mitterrand à Epinay, aux allures assez similaires : argument inattaquable pour les fabiusiens. Enfin, il utilise abondamment la presse du PS, comme l'hebdomadaire *Vendredi,* pour montrer un visage d'ouverture et se présenter comme le meilleur opposant à la droite[3]. Surtout, le Michel Rocard austère depuis Matignon, quitte son costume gris pour un style tout nouveau, se voulant beaucoup plus ouvert :

« Il faut com-mu-niquer. L'intention était évidente lors de l'emménagement de Michel Rocard, mardi après-midi, au siège du Parti socialiste. Journalistes dûment avertis de l'heure d'arrivée (...) chemise vieux rose sur costume brun, visage hâlé, Michel Rocard a adressé un grand bonjour au personnel permanent du parti massé dans la cour carrée (...) Michel Rocard est aussi venu vers les caméras pour faire passer ce message aux militants du pays : "Nous avons à reconstruire le Parti socialiste, la gauche, et par là, la France un jour"[4]. »

A peine installé dans ses fonctions, il veut donner l'image d'un Premier secrétaire au travail. A la fin du mois, lors du bureau exécutif du 28 avril, alors que les fabiusiens cessent leur stratégie de la « chaise vide » dans les instances partisanes, il préfère tempérer plutôt que de triompher : « leur retour est normal, il n'y a de triomphe pour personne[5]. » Pour apaiser les tensions, il renonce même officiellement à sa candidature à la présidentielle, afin de se consacrer à la tâche de rénovation du parti[6]. Il parvient ainsi à rassembler les principaux courants du PS derrière lui. Mais pour pouvoir relancer ses chances d'être candidat en 1995, le maire de Conflans doit pouvoir s'appuyer sur un bilan à la tête du parti. C'est à une grande œuvre de rénovation de ses structures, dans la lignée de son discours de Montlouis-sur-Loire, qu'il s'engage.

---

[1] INA, France 2, *JT 20h*, 9 avril 1993

[2] INA, France 2, *L'Heure de vérité*, 25 avril 1993

[3] *Vendredi*, 16 avril 1993

[4] *La Croix*, 8 avril 1993

[5] INA, France 2, *JT 20h*, 28 avril 1993

[6] *Libération*, 19 avril 1993

B) Les États généraux

Les « États généraux de la gauche » que Michel Rocard organise à Lyon, du 2 au 4 juillet 1993 sont la première étape de cette « rénovation ». Ils ont été précédés d'états généraux locaux au niveau de chacune des fédérations du PS, ouverts aux sympathisants du parti. Ce mode d'expression, visant à laisser s'exprimer la base, a déjà été utilisé par la droite en 1991 à Vitré. Les États généraux permettent, en outre, aux militants et sympathisants de prendre la parole dans une formation qui a perdu, au fil du temps, une bonne part de démocratie interne. Le but est donc triple : raviver le militantisme, permettre le travail d'auto-critique et enfin jeter les bases d'une ouverture du parti, dans la lignée du « Big Bang ». L'opération est globalement bien accueillie par la presse, alors même que certains organes craignaient, à l'image des *Echos*, que les États généraux se transforment en une « vaste opération de défoulement collectif, voire de décomposition, sans que le processus de reconstruction soit immédiatement perceptible[1] ». Au contraire, il semblerait que « l'on parle vrai aux États généraux »[2]. Il faut dire que leur organisation prend totalement en compte la communication. Le slogan, aux accents maçonniques, « de la discussion jaillit la lumière » a été conçu par Jacques Pilhan et son équipe. L'organisation physique a également été pensée pour être « l'anti-Congrès de Rennes ». Ainsi, la distance avec le public est bien plus faible et l'estrade ne s'apparente pas à une scène de show[3]. Outre le bilan et la critique de ce qui a été accompli depuis 1981, ces réunions donnent aussi lieu à de vrais débats sur la réforme du parti et le projet à venir. Michel Rocard en sort donc renforcé, *Libération* parlant, par exemple, de « victoire d'étape[4] » : « Ils (les Etats généraux) visaient aussi à assurer le pouvoir d'un homme, Michel Rocard, à conforter son emprise sur le parti (...) En donnant trois jours durant la parole à la base, Rocard a fait passer le bulldozer des militants et des sympathisants sur tous ceux qui, au sommet, contestaient son pouvoir. Il a même laminé le mitterrandisme[5]. »

[1] *Les Echos*, 2-3 juillet 1993

[2] *Libération* et *Témoignage chrétien*, 3 juillet 1993

[3] *Libération*, 2 juillet 1993

[4] *Libération*, 5 juillet 1993

[5] *Le Point*, 9 juillet 1993

Surtout, l'image de Michel Rocard comme candidat en 1995 paraît redorée. La presse n'est pas dupe de l'enjeu personnel que représentent les États généraux et c'est même ce qui est le plus mis en valeur à leur issue. Plusieurs articles soulignent que les États généraux ont aussi pour ambition cachée de sacrer Michel Rocard, comme le souligne *Témoignage chrétien*, mais aussi *Le Parisien* et *Le Figaro,* évoquant tous trois le « sacre » de Michel Rocard[1].

C) L'intronisation : Le Congrès du Bourget

Les États généraux marquent bien le succès des premiers pas de Michel Rocard à la tête du parti. Les contestations semblent désormais résiduelles, comme en témoigne la motion commune mise en place lors du comité directeur du 7 juillet, rassemblant Laurent Fabius, Lionel Jospin, Pierre Mauroy et Michel Rocard. Seuls Louis Mermaz et Paul Quilès refusent de s'y rallier, n'obtenant, au final, que 8 % à l'issue du vote militant. Malgré ces opposants, le maire de Conflans paraît plus que jamais remis en selle pour la présidentielle. Le Congrès PS du Bourget (22-24 octobre 1993) vient finalement entériner ce nouveau rapport de force, Michel Rocard y étant élu, et pour la première fois, par les congressistes, premier secrétaire avec plus de 80 % des suffrages, obtenant même le soutien de Laurent Fabius. Pour la presse, il ne fait plus de doute que Michel Rocard a aussi mis la main sur l'investiture PS à l'élection présidentielle : « Michel Rocard est devenu désormais le candidat du PS à l'élection présidentielle de 1995[2]. » La couverture médiatique reste néanmoins sceptique sur le renouveau du parti, comme en témoignent les commentaires de *Libération* qui rejette la comparaison avec le Congrès d'Epinay (1971), avancée par l'équipe rocardienne :

« L'analogie avec Epinay tombe si l'on se rappelle que, au printemps 1971, les socialistes s'étaient dotés d'une nouvelle équipe de direction (les mitterrandistes et le CERES), d'une stratégie (l'union de la gauche) et d'une ligne politique (la rupture avec le capitalisme). Aujourd'hui la ligne est singulièrement flottante, la stratégie se résume à la

[1] *Le Figaro* et *Le Parisien*, 5 juillet 1993

[2] *Le Figaro*, 20 octobre 1993

volonté de faire preuve de "modestie" à l'égard d'éventuels partenaires et l'équipe dirigeante n'est peut-être pas aussi neuve qu'il y paraît (...) Mais le PS vit encore beaucoup plus la fin d'un cycle que le début d'une nouvelle phase. Il souffre, en particulier, du décalage entre les âges biologique et politique de ses responsables[1]. »

D) Les Assises de la transformation sociale

Avec la prise du parti, Michel Rocard n'a pas abandonné le « Big Bang ». Il cherche à mettre en œuvre une plateforme de discussion au-delà du PS, avec les principales formations de gauche. Les Assises de la « transformation sociale » – le terme est suffisamment flou pour être accepté du centre jusqu'à l'extrême gauche ; il remplace d'ailleurs la première appellation « Assises du progrès social », les Ecologistes refusant le terme de progrès[2] –, qui débutent à l'automne 1993, sont constituées de grands rendez-vous réguliers rassemblant les dirigeants de ces formations. Y participent notamment le Mouvement radical de gauche, le PCF, et surtout les Verts qui ont pris une place centrale dans le jeu politique à gauche depuis leurs bons scores aux municipales de 1989 et aux régionales de 1992. S'appuyant essentiellement sur un électorat déçu par le PS, ils représentent une forme de renouveau tant politique qu'idéologique dont le nouveau Premier secrétaire aurait tort de se passer. Malgré les réticences écologistes, les discussions de ces assises semblent en bonne voie, avant de s'interrompre pour cause d'élections européennes au printemps 1994[3]. Alain Bergounioux et Gérard Grunberg y voient même la base de la « gauche plurielle » qui émergera trois ans après pour les législatives de 1997[4].

Ce travail de reconstruction de la gauche est en effet interrompu par les échéances électorales qui reviennent au premier plan dès l'après-congrès du Bourget. Le Premier secrétaire ne doit plus seulement se contenter de reconstruire le PS, mais le mobiliser pour les

[1] *Libération*, 25 octobre 1993

[2] *Le Quotidien de Paris*, 31 janvier 1994

[3] INA, France 2, *JT 20h*, 5 février 1994

[4] BERGOUNIOUX, Alain et GRUNBERG, Gérard. *L'ambition et le remords. Op. cit.,* p. 356

campagnes à venir. Cela l'amène notamment à rompre avec la stratégie de discrétion qui était largement la sienne depuis 1981.

III) Un contrepied hasardeux

A) Une médiatisation à outrance

Avec la prise du parti, Michel Rocard se trouve propulsé au premier plan. Il ne peut plus jouer les sages en retrait du combat quotidien, pour mieux se concentrer sur les « grands desseins ». Il doit porter le redressement du PS. Comme nous l'avons déjà esquissé, il va donc prendre le contrepied de la stratégie de discrétion qui était la sienne depuis les années 1980. Cela se traduit notamment par une multiplication de ses interventions, en particulier télévisées. En 1993, ainsi qu'en 1994, le nombre de ses interventions est plus de trois fois supérieur à celui des années 1991 ou 1992 (autour de 10 interventions télévisées par an en 1991 et 1992 contre 35 en 1993 et 30 en 1994, voir graphique 12). Après avoir refusé de passer à *L'Heure de vérité* depuis 1988, il s'y rend trois fois en un an et demi[1]. Quant à *Sept sur Sept*, il bat tous les records de participation avec pas moins de quatre émissions sur la seule année 1993[2] (voir tableau 5). On peut s'étonner de cette multiplication des invitations de la part de l'émission d'Anne Sinclair, alors même que le maire de Conflans n'est plus le « chouchou des sondages ». Mais cela s'explique aussi par les contraintes de ce type d'émission. Paul Pierson a ainsi pu montrer avec sa théorie du « sentier de dépendance » que « certaines personnalités seraient régulièrement réinvitées simplement parce que leur remplacement impliquerait un coût très élevé[3] ». Michel Rocard multiplie également les plateaux télévisés, en général les journaux télévisés de 20h sur France 2[4]. Cela ne lui permet

[1] INA, France 2, *L'Heure de vérité*, 31 mai 1992, 25 avril 1993, 16 janvier 1994

[2] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 21 février 1993, 28 mars 1993, 4 juillet 1993, 24 octobre 1993

[3] VILLENEUVE, Gaël. *Les débats télévisés en 36 questions-réponses*. Grenoble : PUG, 2013, p. 51

[4] Cinq *JT* de 20h de France 2 sur l'année 1993 : 9 avril 1993, 28 avril 1993, 4 novembre 1993, 16 décembre 1993 et un sur TF1 : 16 mars 1993

pas pour autant de retrouver une audience satisfaisante. Pire, l'intérêt qu'il suscite auprès des téléspectateurs est en chute libre. A son passage à *L'Heure de vérité* le 31 mai 1992, ils ne sont plus que 4,9 % à suivre son intervention – il est vrai que l'émission a été reprogrammée le dimanche à midi à une heure de plus faible écoute, mais elle réalise encore 17,3 % des parts du marché à cette heure. Le 16 janvier 1994, ils ne sont plus que 4 % (voir annexes, tableau A). Si *L'Heure de vérité* est un cas extrême en raison de sa reprogrammation, on retrouve le même déclin dans ses interventions à d'autres émissions comme *Sept sur Sept*. Des 23,6 % obtenus en décembre 1989, son audience chute à 19,5 % le 2 février 1992. Si ce score reste tout à fait respectable, le déclin se poursuit les années suivantes : 16 % le 21 février 1993, 14,9 % le 28 mars 1993, 14,6 % le 4 juillet 1993, 13,6 % le 13 mars 1994 et enfin 10,3 % pour son débat avec Dominique Baudis le 29 mai 1994 (voir annexes, tableau A). Déjà surreprésenté, le public âgé devient quasiment l'unique cible qu'il arrive à toucher, puisque les moins de 30 ans ne sont plus que 3,7 % à regarder sa prestation du 13 mars 1994.

La presse aussi se fait le reflet de cette offensive médiatique. Il passe ainsi de 23 articles qui lui sont consacrés, à l'automne 1992, à 100 au premier trimestre 1993 (tableau 11)

Tableau 11 : Nombre d'articles dont le titre contient le nom de leaders socialistes, à partir des Dossiers de presse de la FNSP[1]

	16/05/1991 - 06/01/1992	7/01/1992 - 2/04/1992	3/04/1992 - 2/09/1992	3/09/1992 - 18/02/1993	19/02/1993 - 10/04/1993	11/04/1993 - 18/09/1993	19/09/1993 - 3/03/1994	4/03/1994 - 1/09/1994
Michel Rocard	33	18	23	13	100	95	84	73
Laurent Fabius	12	27	32	40	15	19	13	5
Lionel Jospin	8	7	7	4	7	9	4	3
Pierre Mauroy	23	9	1	1	1	2	1	2
Jacques Delors	19	5	2	3	3	4	4	18

La communication de Michel Rocard se veut aussi plus offensive. Il paraît transfiguré et plus incisif dans ses interventions télévisées. Il défend ardemment son bilan face à Edouard Balladur, et notamment pour se distinguer du nouveau Premier ministre, auquel on compare sa méthode :

« J'ai diminué le déficit public, j'ai augmenté de 300 millions de francs le budget de l'éducation nationale » revendique-t-il à *Interactualités*[2]. A Jean-Pierre Elkabbach qui

[1] Ce tableau a été réalisé à partir de notre dépouillement des dossiers de presse de la FNSP consacrés au Parti socialiste entre 1991 et 1994. Les périodes sont ici calquées sur les dates limites de chacun des dossiers. La liste des personnes comptabilisées a été faite à partir des acteurs apparaissant le plus souvent dans ces dossiers. Le décompte a été effectué à partir des titres des articles, quelle que soit la longueur de celui-ci. Lorsqu'un titre comptait plusieurs noms, cet article a été compté pour chacun des acteurs évoqués dans le titre.

[2] INA, France Inter, *Interactualités*, 19 octobre 1993

l'accuse de ne pas avoir été audacieux à Matignon, il s'en défend en rappelant que grâce à lui 800 000 emplois ont été créés[1].

Selon Jean-Paul Huchon, cette boulimie médiatique s'explique par le désœuvrement de son équipe, alors à la recherche de repères, face à la situation instable que connaît la politique française :

« Son équipe, pour exister et remplir les jours, et puis aussi par sincérité, ne cessait de débattre avec lui d'initiatives à prendre, de plans-médias, d'interventions télévisées, alors qu'il eut peut-être fallu, comme le recommandait Jacques Pilhan, communicateur disparu de François Mitterrand puis de Jacques Chirac, se contenter de sillonner le pays et de l'écouter ... [2] »

Ce type de stratégie ne paraît pas contenter l'ancien directeur de cabinet de Michel Rocard, devenu numéro deux du PS, alors en désaccord avec Guy Carcassonne, qui occupe désormais la place la plus importante dans la communication de Michel Rocard :

« On en avait assez, après tout, des ficelles usées ou de la grosse Bertha de la communication politique, et dans la situation de déliquescence où se trouvaient les socialistes, le retour à l'humilité, le rappel aux intellectuels, la construction au sens propre d'une idéologie et d'un rassemblement de cerveaux auraient donné le sentiment que nous avions appris de cette période, de cette histoire[3]. »

Cette multiplication des prises de parole a en tout cas des conséquences néfastes sur la clarté de son discours. Alors que Michel Rocard s'était fait le théoricien de la « parole qui use », il en fait l'expérience concrète. La multiplication de ses interventions l'oblige parfois à se contredire, à revenir sur ses propos. L'ensemble donne une impression de chaos bien mis en valeur par Jean-Paul Huchon : « Alors, notre bande d'amis, comme des insectes dans un bocal, faisait tourner ses méninges pour "mettre Michel en situation". Cela donnait lieu à une communication chaotique, hachée, semblant toujours improvisée, partant dans tous les sens[4]. » Surtout, que pour un « homme politique faisant partie du système » multiplier les

[1] INA, France 3, *Emissions Repères*, 28 novembre 1993

[2] HUCHON, Jean-Paul. *La Montagne des singes*. *Op. cit*., p. 18

[3] *Ibid.*

[4] *Ibid.,* p. 19

interventions contribue aussi à accroître l'impression de lacitude des téléspectateurs[1], d'autant que son discours de plus en plus balisé par ses conseillers pour éviter toute « gaffe », comme nous avons pu le voir plus haut, l'amène à répéter les mêmes arguments, voire les mêmes formulations.

B) Le retour à la *peopolisation*

Cette offensive médiatique amène Michel Rocard à renouer avec ce sur quoi il avait jeté l'anathème dans *Le Cœur à l'ouvrage* : la *peopolisation* et l'*infotainment*. Ce retournement débute dès 1991, avec l'annonce médiatique de son divorce. Pour maîtriser cette « révélation », à une époque où la presse des célébrités commence à peine à se tourner vers les révélations sur la vie privée des politiques – le magazine *Voici* devient justement au début des années 1990 un « journal de paparazzi[2] » –, il choisit de l'annoncer lui-même, après les premières fuites, et ce par un entretien dans *Le Point*[3]. Plus d'ailleurs que la crainte que l'information fuite dans la presse, on peut y voir la volonté de renforcer son image d'honnêteté, acceptant la « transparence », y compris sur sa vie privée. Cela lui permet également de faire parler de lui dans une période où il se refuse à toute prise de position dans le débat politique quotidien. Avant cela, ses proches avaient préparé le terrain en demandant à tous les journalistes de ne pas révéler l'information, comme le rapporte Jean-Louis Andréani :

« Pendant l'été 1991, ils (ses proches) entreprennent une sorte de tournée de confiance ; ils prient les journalistes déjà informés de ne pas vendre la mèche, préviennent ceux qui ne l'étaient pas, demandent à tout le monde de ne pas monter en épingle ce qui sera annoncé le jour venu[4]. »

Dans cette interview accordée à Philippe Labro – le choix de l'interviewer n'est d'ailleurs pas anodin tant l'homme incarne à lui seul le touche-à-tout médiatique à la fois

[1] MAAREK, Philippe. Le message télévisé a-t-il besoin du discours politique ? *Art. cit.,* p. 27

[2] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias en France. Op. cit.,* p. 353

[3] *Le Point*, 2 novembre 1991

[4] ANDREANI, Jean-Louis. *Le mystère Rocard. Op. cit.,* p. 269

écrivain, cinéaste et présentateur[1] –, alors directeur de RTL, et figure du monde audiovisuel, Michel Rocard s'explique sur ses raisons, sans pour autant attaquer son ex-épouse :

« C'est toujours un drame un couple qui craque. Ce n'est pas une réussite, c'est une souffrance, et à chacun sa part de l'échec. Quand on se veut un honnête homme et l'époux d'une grande dame, ce qui était mon cas, la séparation m'a paru la solution la plus conforme à la loyauté et à la capacité que j'aurai à retrouver un équilibre affectif[2]. »

Cela donne lieu à un débat dans la presse, à des sondages – 76 % n'en sont pas choqués, 43 % pensent même qu'il a raison de l'annoncer[3] – ainsi qu'à de nombreuses caricatures. Jacques Martin se moque en jouant de l'homonymie des anciens époux Rocard : « Michel Rocard a divorcé d'avec Michèle Rocard. Quoi d'étonnant ? François Mitterrand a divorcé depuis longtemps avec François Mitterrand[4]. »

Alors que Michel Rocard s'était refusé à toute *peopolisation* depuis 1988, il met à jour sa vie privée. Il récidive quelques mois plus tard en mettant en scène, cette fois avec des images, son intimité. Alors qu'il avait rejeté tout reportage sur sa famille depuis 1986, arguant même du désaccord de ses fils[5], il se montre en grand-père poule aux côtés de ses petits enfants et de sa fille aînée, Sylvie, à Tahiti. Il essaie ainsi de donner un visage plus sympathique de lui, après avoir imposé son image de rigueur pendant des années. L'instrumentalisation de la famille va d'ailleurs dans ce sens. Elle est un procédé ancien pour paraître plus humain[6]. Cette opération de communication doit d'autant plus rassurer qu'elle vise à montrer un homme attentif aux siens, plus d'un an après la tempête de son divorce. Le reporter d'*Envoyé Spécial* qui n'est autre que Rachid Arhab, correspondant de France 2 à Matignon lorsque Michel Rocard était Premier ministre, souligne ainsi que depuis Matignon, c'est avant tout à sa famille que l'ancien Premier ministre s'est consacré. Il a notamment renoué contact avec sa fille, habitant à l'autre bout du monde. Pour bien mettre en valeur la mutation de l'homme politique, la métaphore sportive va être réemployée. Michel Rocard a

[1] D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias en France. Op. cit.,* p. 417

[2] *Le Point*, 2 novembre 1991

[3] Sondage BVA-*Paris Match*, 6 novembre 1991

[4] INA, Antenne 2, *Ainsi font*, 10 novembre 1991

[5] ROCARD, Michel. *Le Cœur à l'ouvrage. Op. cit.,* p. 65

[6] GOUREVITCH, Jean-Paul. *L'image politique. Op. cit.,* p. 125

vendu son bateau pour se consacrer désormais au tennis et au planeur, « à la recherche de nouveaux horizons » (annexes, document 53). Ce à quoi le journaliste répond par la déconstruction du portrait idyllique de la famille réunie sous les tropiques. L'auteur du reportage remarque ainsi que c'est la première fois que Michel Rocard rencontre les enfants. Le pépé-cadeau se montre également en difficulté dans le montage du baladeur qu'il leur a ramené. Le journaliste, expert des stratégies de communication, tout en « révélant » la vie privée du politique, souligne également les « ficelles » du « coup de com' ». Ainsi, pour répondre aux critiques de Michel Rocard à l'égard des médias, le journaliste de France 2 met en lumière la contradiction de l'homme piégé par le reportage : « coup de pied de l'âne de celui qui dit ne pas aimer la politique spectacle, mais qui a malgré tout accepté pour nous de mettre en image sa vie de candidat virtuel[1]. »

L'artificialité est donc pleinement mise à jour comme en témoigne d'ailleurs Pierre Zémor dans une note à Michel Rocard : « D'où il est ressorti, au-delà d'un rappel positif, une impression de message artificiel destiné à masquer une anxiété collective, donc un reflet trompeur et peu fidèle à ta sérénité actuelle[2]. » Christian le Bart a ainsi pu montrer que les stratégies de mise en scène de soi doivent demeurer masquées dans l'univers politique – elles ne doivent justement pas révéler leur caractère stratégique –, c'est la condition de leur efficacité[3]. Rachid Arhab abat les masques et rend compte d'un Michel Rocard mauvais magicien en mal de public et politicien ridicule, lorsqu'il est en prise avec le quotidien de ses citoyens. Le maire de Conflans, dont l'équipe a conçu le projet avec le journaliste, n'a pas saisi la mutation du rapport des journalistes au politique depuis les années 1970. En acceptant ce reportage, ils pensaient peut-être retrouver un cadrage proche de celui de l'émission *L'Evénement* en 1978 où Michel Rocard avait eu le droit à un portrait familial idyllique. Mais la prise de distance et l'ironie à l'égard du leader ont pris le pas sur la complaisance à l'égard des stratégies de communication.

En outre, ce retournement complet de la stratégie peut surprendre une opinion qui s'était habituée au Michel Rocard à l'image austère. La construction d'une image politique est

[1] INA, France 2, *Envoyé Spécial*, 14 mai 1992

[2] Archives de Pierre Zémor, Carton « Conseil Politique et communication (1988-1991) », Lettre de Pierre Zémor à Michel Rocard, 18 mai 1992

[3] LE BART, Christian. *Le discours politique*. Paris : PUF, coll. Que-sais-je ?, 1998, p. 48-49

un travail de longue haleine et les revirements rapides sont en général mal acceptés par une opinion qui y décèle, au grand jour, la stratégie intéressée[1]. Serge-Christophe Kolm parle ainsi d'une « illiquidité » du capital acquis par l'homme politique, qu'il est difficile de transférer d'une image à une autre[2]. C'est pourtant dans ce cadre peu flatteur que l'ancien Premier ministre choisit d'annoncer sa candidature à l'élection présidentielle ou au moins d'en esquisser les premiers pas, dans un style très proche de 1985. A la question psychologisante de Rachid Arhab « Avez-vous envie d'être président de la République? », il répond presque offusqué : « Ça s'est pas vu, non ? On n'a pas envie d'une fonction pareille. Il peut se créer des situations et c'est ce qui m'arrive » avant de se perdre dans des méandres de complication, pour conclure : « Mon pays ne va pas bien et j'ai le sentiment de ne pas être le moins bien placé pour y remédier. » Outre le dévoilement de sa vie privée, Michel Rocard va également réinvestir, dans cette période post-Matignon, le registre de « l'ami des stars », s'affichant aux côtés de Pierre Perret à une émission d'hommage[3], ou avec Jean-Jacques Goldman, alors au sommet de sa gloire.

Stratégique, ce tournant vers le dévoilement de sa vie privée peut aussi s'expliquer par des éléments plus conjoncturels. Erik Neveu constate alors une forte baisse des programmes politiques au début des années 1990, expliquant que certains politiques soient contraints de chercher d'autres formats pour s'expliquer[4].

C) Le premier opposant de France

A la tête du PS, Michel Rocard n'en est pas moins dans une position fragile. Allié, pour prendre le parti, au courant « la Gauche socialiste » de Jean-Luc Mélenchon et Julien Dray, situé à l'aile gauche du parti, il doit donner des gages. Pour cela, il revêt les habits du chef de l'opposition. Il attaque ainsi le projet de réforme du code de la nationalité, voulu par le gouvernement d'Edouard Balladur, Premier ministre depuis le 29 mars 1993, et porté par

[1] PARODI, Jean-Luc. Ce que tu es parle si fort que l'on n'entend plus ce que tu dis. *Art. cit.*

[2] KOLM, Serge-Christophe. *Les élections sont-elles la démocratie* ? Paris : Cerf, 1977

[3] INA, France 2, *C'est votre vie*, 27 novembre 1993

[4] NEVEU, Erik. De l'art (et du coût) d'éviter la politique. *Réseaux*, n° 118, 2003, p. 95-134

Charles Pasqua. Parmi les dispositions de ce projet figure, notamment, la suppression de l'automaticité de l'acquisition de la nationalité pour les enfants nés en France de parents étrangers. Pour devenir Français, ces enfants devront en faire la demande entre 16 et 21 ans. Cela met Michel Rocard dans une position d'autant plus difficile que le président de la République ne se montre pas opposé d'emblée. Mais l'opposition du Premier secrétaire à ce texte va lui permettre de marquer ses distances par rapport au chef de l'État, noyé dans l'impopularité, à une période où la presse évoque l'incapacité de Michel Rocard à prendre position sur des sujets sensibles, comme les questions institutionnelles et internationales, sans l'avis du Président[1].

Il profite également du mouvement d'opposition contre la loi Falloux – près d'un million de personne dans la rue contre le projet du ministre de l'Education nationale, François Bayrou, permettant des financements plus importants pour les écoles privées – pour se donner une image de défenseur de l'école publique, sujet dont on connaît l'importance dans l'ADN de la gauche, et du parti socialiste en particulier. Il montre également que le PS renoue avec la contestation sociale et parvient de nouveau à mobiliser[2]. S'il attaque fermement Charles Pasqua, il ménage quelque peu Edouard Balladur, au moins aux débuts de son gouvernement. En effet, l'Elysée a choisi pour cette seconde cohabitation d'éviter toute opposition trop frontale :

« La façon dont Michel Rocard s'y prend pour attaquer la droite confirme sa volonté de ne point embarrasser l'Elysée. C'est le nouvel aspect de cette nouvelle méthode Rocard : une critique à deux vitesses de la majorité. La dague pour Edouard Balladur, afin de ne pas trop parasiter la ligne Elysée-Matignon, l'arme lourde pour ce qu'il estime être le couple infernal Pasqua-Chirac, qu'il soupçonne de vouloir régler les comptes tout de suite[3]. »

Toutefois, au fil du temps ses propos vont devenir plus acerbes à l'égard du nouveau Premier ministre qu'il accuse d'« anesthésier » les Français[4]. Mais la critique d'un Premier

[1] *Libération*, 12 octobre 1993 et *Le Quotidien de Paris*, 6 octobre 1993

[2] INA, TF1, *JT 20h*, 23 juin 1993 et France 2, *JT 20h*, 16 décembre 1993

[3] *Le Monde*, 7 septembre 1993

[4] *Le Monde*, 11 septembre 1993

ministre très populaire – il atteint alors plus de 70 % d'opinions favorables[1] – n'est pas simple. Les journalistes le renvoient à sa propre action au gouvernement et à ses limites[2]. Arlette Chabot oppose, à ses critiques la similarité de la méthode utilisée par le nouveau Premier ministre et celle de Michel Rocard à Matignon : « consensus, concertation, ouverture au centre[3]. »

D) Une image brouillée dans l'opinion

L'offensive médiatique a de quoi surprendre et bousculer une opinion et une presse qui n'étaient plus habituées à cela de sa part. Tout ceci contribue au brouillage d'une image déjà bien détériorée. La « gauchisation » du discours rocardien est pointée par la presse, qui en souligne l'aspect purement stratégique :

« Il n'empêche que voir Michel Rocard actionner la démagogie militante à son profit, l'entendre affirmer, en conclusion du jeu de massacre de la gauche de gouvernement, auquel les assises de Lyon venaient de se livrer : "Tout ce que vous avez dit, tout ce que vous avez exprimé, tout cela, je le porterai" était à peu près aussi surprenant qu'une manifestation laïque emmenée par le président de la conférence épiscopale[4]. »

En s'accrochant encore un peu plus au PS, Michel Rocard rompt définitivement avec l'électorat de droite ou centre-droit qui le soutenait. Seuls 16 % lui font confiance à droite en avril 1993 contre 40-50 % durant son passage à Matignon[5]. Il poursuit son processus de banalisation, entamé en 1983, faisant de lui, à terme, un socialiste comme un autre et donc « coupable », aux yeux de beaucoup, du bilan de la gauche :

---

[1] Baromètre TNS SOFRES sur la cote de confiance de l'exécutif : http://www.tns-SOFRES.com/dataviz?type=1&code_nom=balladur. Consulté le 16 août 2016

[2] INA, *La marche du siècle*, 6 octobre 1993 et *Sept sur Sept*, 13 mars 1994

[3] INA, France 2, *JT 20h*, 9 avril 1993

[4] *Le Monde*, 5 juillet 1993

[5] *Le Figaro*, 4 avril 1994

« L'image de Rocard s'est, elle aussi, banalisée. Sa présence à Matignon de 1988 à 1991 y est pour beaucoup. (...) Les Français attendaient un Premier ministre imaginatif, audacieux qui gouverne autrement. Ils ont découvert un gestionnaire sérieux, prudent, plus attentif au respect des grands équilibres qu'à l'innovation sociale[1]. »

L'archaïsme semble même le rattraper, lui qui se faisait une fierté de le pourfendre : « Moins le talent oratoire, moins l'assurance physique, moins la prestance intellectuelle, on croirait voir revenu le François Mitterrand d'avant 1981 : l'opposant absolu. S'il finit par être choisi par les siens, en 1995, pour être candidat à l'élection présidentielle, Michel Rocard conclura une recherche du temps perdu assez unique puisqu'il était déjà candidat en 1969. Même Arlette Laguillier ne peut se prévaloir d'un tel millésime[2]. »

Etrange ironie du sort pour Michel Rocard qui se trouve dans une situation sondagière assez proche de celle de François Mitterrand en 1978-1979, incarnant à la fois l'homme du passé et du passif. La prochaine campagne pour les élections européennes fait éclater au grand jour l'archaïsme qu'on lui accole :

« Force est de constater que Michel Rocard a pris un coup de vieux (...). Non pas au physique, on ne se permettrait pas, mais au paraître. Comme le temps politique qui passe l'a ratatiné, rétréci, ridé comme une pomme en hiver (...) Quoi qu'il dise, quoi qu'il fasse, le Premier secrétaire du parti socialiste ne trouve plus d'écho dans l'opinion. Son image, sa crédibilité, tout cela s'est trouvé brusquement dévalué, jugé ringard, jeté aux orties. Jusqu'à son langage qui, de l'obscur, semble être passé au "vieux" politique, au sens du vieux français[3]. »

Plus que jamais son incapacité à se faire comprendre est mise en lumière. Loin du « parler vrai », il est même réputé avoir adopté la « langue de bois » : « M. Rocard fait le mystérieux, au point d'offrir – ce qui est pour lui un paradoxe – une caricature de la langue de bois[4]. » Laurent Gerra, pour *Studio Gabriel*, l'émission de variétés de Michel Drucker, se métamorphose en Julien Lepers interrogeant une candidate sur Michel Rocard. Celle-ci répond spontanément « dans un placard » puis « un revenant » au seul énoncé du nom de

[1] *Le Nouvel Observateur*, 23-29 juin 1994

[2] *Le Figaro-Magazine*, 26 février 1994

[3] *Le Monde*, 18 juin 1994

[4] *Le Monde*, 26 janvier 1994

l'ancien Premier ministre, toutes deux validées comme de bonnes réponses par l'imitateur-présentateur, avant d'ajouter, au nom du Premier secrétaire du PS, en guise de conclusion : « Je suis incompréhensible, c'est effectivement ce qui va me perdre et perdre Jacques Delors[1]. » Les Nuls, le groupe de comédiens autour d'Alain Chabat, se feront les VRP, sur le plateau de *Nulle part ailleurs*, d'un dictionnaire « français-Ahnaha[2] ». Cette onomatopée concluant tous les discours de la marionnette de Michel Rocard est d'ailleurs popularisée par les *Guignols de l'info* à cette période, parfois suivie de l'autre onomatopée « makapuf[3] ».

Contrairement à ce qu'il souhaitait en prenant la tête du PS, Michel Rocard n'incarne pas le renouveau potentiel du parti, mais au contraire, contribue à la plongée de celui-ci : « Michel Rocard bloque le retour de la gauche parce qu'il a l'image d'un perdant. (...) Et Rocard subit, comme Giscard, et dans une moindre mesure Chirac, l'usure qui frappe ces responsables politiques qui occupent le devant de la scène depuis plus de vingt ans[4]. » Sa position à la tête du parti contribue à noircir son image. Il devient, désormais, « l'homme d'appareil ». C'est, par exemple, ainsi qu'Anne Sinclair l'introduit à *Sept sur Sept,* en mars 1994[5]. La caricature vient, là encore, donner corps à toutes ces impressions négatives qui touchent son image. Ainsi, *Les Guignols de l'info* le décrivent en personnage schizophrénique, tantôt « Docteur Rocard », tantôt « M. Bang ». Au *Bébête Show,* aussi, sa marionnette s'adapte à cette évolution. Au Rocroa assez sympathique au final, se substitue, en mars 1993, Roro « le justicier masqué », figure anthropomorphique, agressive et revancharde, cherchant à se venger de François Mitterrand. Ayant toujours eu l'image d'un « gentil » jusque-là, il commence à être perçu depuis Matignon comme un « cynique ». Dans *Le Bébête Show*, il se transforme en Iago prêt à tout pour entraîner la mort du vieux président.

[1] INA, France 2, *Studio Gabriel*, 28 novembre 1994

[2] Selon le souvenir d'Antoine Lazennec (entretien avec l'auteur, 27 juin 2016). Nous n'avons pas réussi à en retrouver la trace.

[3] Marlène Coulomb-Gully montre bien que dans *Les Guignols de l'info*, la politique est présentée comme un jeu « tournant à vide », dont Michel Rocard n'est donc que l'expression plus globale. (COULOMB-GULLY, Marlène. *La démocratie mise en scène. Op. cit.,* p. 135).

[4] *Le Quotidien de Paris*, 10 février 1994

[5] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 13 mars 1994

IV) Le naufrage des Européennes

A) Une candidature à reculons

A peine intronisé nouveau Premier secrétaire national du PS, Michel Rocard est déjà poussé à présenter sa candidature aux prochaines Européennes, prévues pour juin 1994. La suggestion vient d'ailleurs du camp fabiusien qui lui fait remarquer que ce fut la tâche de tous les Premiers secrétaires, à l'exception de Pierre Mauroy en 1989. La mission est pourtant périlleuse. Le PS n'a jamais rencontré de succès réel dans ce scrutin à la proportionnelle intégrale, où la participation est faible et l'éparpillement électoral important. Ce sont souvent les petites formations de gauche qui tirent leur épingle du jeu, aux dépens du PS. François Mitterrand en 1979 (23,5 %), Lionel Jospin (20,75 %) en 1984, Laurent Fabius en 1989 (23,61 %) ont fait des scores décevants pour le PS de l'époque.

Le choix de se présenter comme tête de liste ne fait d'ailleurs pas l'unanimité dans l'entourage de Michel Rocard – Pierre Brana, Pierre Zémor y sont opposés[1]. Certains proposent même de présenter à sa place Lionel Jospin ou Martine Aubry, pour préserver Michel Rocard. Mais certains signes peuvent laisser présager un résultat honorable. Depuis le cuisant échec de 1993, le PS est en train de se refaire. Toutes les élections partielles l'ont vu regagner des points. En septembre 1993, Henri Emmanuelli est réélu député, dès le premier tour, et Claude Evin rate la dernière marche de peu dans une autre législative partielle[2]. Une partie de l'entourage de Michel Rocard voit donc dans ce scrutin européen la possibilité de confirmer nationalement le retour du PS au premier plan et de lancer définitivement la campagne de Michel Rocard pour 1995.

Les débuts de la campagne semblent aller plutôt dans ce sens. Michel Rocard fait, lors du Congrès du Bourget, l'annonce qu'il conduira la première liste paritaire. Si certains raillent

[1] Entretien avec Pierre Brana, 23 avril 2014

[2] *Le Quotidien de Paris*, 20 septembre 1993

déjà la liste « Chabadabada » – François Mitterrand lui-même confie son scepticisme[1] –, d'autres saluent, au contraire, un vrai progrès pour le droit des femmes. Les cantonales qui ont lieu les 20 et 27 janvier 1994 se passent bien, le PS reprenant six points supplémentaires par rapport au score plancher de 1993. *Le Figaro* trouve même que le PS « reprend des couleurs[2] ». Mais à partir de fin 1993, le climat se dégrade. C'est d'abord la composition de la liste qui amène un cadrage très négatif. Celle-ci semble en effet dominée par les équilibres entre courants :

« Mais, regret ou reproche, peu importe. Beaucoup de critiques se sont cristallisées autour du "ratage" de la constitution de la liste à l'élection européenne. Et de là est né un doute, le doute Rocard. Comment l'inventeur et le propagateur du Big Bang de 1993 a-t-il pu ainsi se laisser enfermer, piéger par les courants du PS ?[3] »

Etant donné la position fragile de Michel Rocard au sein du PS, il doit contenter tous les courants, et ce même au prix de ses plus proches soutiens[4]. *Les Guignols de l'info* en tireront un gag : « Un Huchon, un Mélenchon. » L'affiche qui sera choisie, ainsi que le tract soulignent cette importance des courants, les candidats y apparaissant individuellement sous forme d'une photo d'identité, suivant leur place sur la liste (annexes, document 56). Le choix même du directeur de campagne se porte sur André Laignel afin de contenter l'alliance avec le courant jospinien : « Pendant ce temps, Michel prenait des décisions : A. Laignel serait son directeur de campagne ! Laignel, l'homme des jospiniens dans l'appareil, en profitait pour consolider sa place sur la liste. Mais quelle image ! Il faisait surtout un directeur de campagne terriblement typé, aux antipodes de Rocard et du renouveau du socialisme[5]. »

A cela s'ajoute une campagne désastreuse, encore affaiblie par de mauvais choix. Jean-Paul Huchon pointe également l'organisation déficiente dans laquelle Michel Rocard n'aurait pas reçu les conseils qui auraient pu l'aider, soulignant particulièrement la responsabilité de Guy Carcassonne :

---

[1] INA, TF1, *JT 20h*, 22 avril 1994

[2] *Le Figaro*, 28 mars 1994

[3] *Libération*, 17 mai 1994

[4] Entretien avec Bernard Poignant, 13 avril 2016

[5] HUCHON, Jean-Paul. *La Montagne des singes*. *Op. cit*., 94-95

« Derrière, surtout, c'était Guy Carcassonne qui l'exprimait, l'irréfragable nécessité de laisser Rocard décider seul et diriger seul sa campagne. Connaissant le peu de goût et de qualification de Michel pour l'organisation, les contacts humains et la négociation, cela revenait à dire : "la présidentielle, laissez-nous faire et n'imposons aucun leadership auprès de Rocard"[1]. »

Michel Rocard peine à trouver sa ligne entre le positionnement modéré de la liste de droite conduite par Dominique Baudis et un Bernard Tapie, homme d'affaires star des années 1980, dirigeant de l'Olympique de Marseille victorieux de la Ligue des Champions en 1993, à la tête d'une liste représentant le PRG, « Energie Radicale », qui mord sur l'électorat de gauche. Craignant, au départ, la concurrence de la liste souverainiste menée par Jean-Pierre Chevènement, désormais en rupture de ban avec le PS, Michel Rocard préfère « mettre son drapeau européen dans sa poche[2] ». Le slogan choisi reflète bien cette ambiguïté : « Oui à l'Europe, mais solidaire ». Cela l'amènera à délaisser le discours européiste, laissant ainsi toute la place à Bernard Tapie résolument fédéraliste, au moins dans l'affichage[3].

La presse s'accorde pour souligner l'inaudibilité de la campagne rocardienne et l'absence d'imagination[4]. Aucune proposition claire ne ressort, à l'exception d'un grand emprunt européen et de la semaine de quatre jours[5], dans une période en outre marquée par un fort euroscepticisme. Michel Rocard, pris dans sa propre logique présidentielle, ne peut pas non plus attaquer Bernard Tapie qui le menace pourtant de plus en plus, au risque de se confronter à une candidature radicale à la prochaine présidentielle[6]. Au PS, les avis sur le président de l'Olympique de Marseille sont partagés. Et Michel Rocard lui-même s'était rapproché de lui, lorsque l'ancien ministre de la ville connaissait son heure de gloire. Le piège ne se referme d'ailleurs qu'à la fin de la campagne, la liste Tapie n'étant, au départ, pas créditée de plus de 10 %. Celle de Michel Rocard obtient longtemps, dans les sondages, entre 17 et 20 %, soit des résultats proches du score du PS aux précédents scrutins. Or, l'ancien

[1] *Ibid.,* p. 88

[2] *Le Quotidien de Paris*, 7 juin 1994

[3] *Ibid.*

[4] *Libération*, 16 juin 1994

[5] INA, TF1*, JT 20h*, 22 avril 1994

[6] *Le Point*, 2 avril 1994

ministre de la ville de Pierre Bérégovoy reçoit plusieurs signes de soutien venant de l'Elysée : le ralliement de Catherine Lalumière d'abord[1], proche de François Mitterrand, ainsi qu'une rencontre très médiatisée du leader radical à l'Elysée en pleine campagne[2]. Devant les protestations, le chef de l'État aura beau démentir et s'afficher avec Michel Rocard le 1er mai 1994[3], l'image reste dans l'opinion. Le Premier secrétaire, qui rechigne à nouveau à faire campagne se voit dépassé dans sa médiatisation par le leader radical intervenant 29 fois à la télévision entre janvier et juin 1994 contre seulement 23 fois pour Michel Rocard.

La liste qui va le plus occuper les esprits et les médias est dirigée par le philosophe très médiatique, Bernard-Henri Lévy, et le chirurgien Léon Schwartzenberg, que Michel Rocard avait exclu de son gouvernement peu de temps après sa nomination. Cette liste intitulée « L'Europe commence à Sarajevo » – elle souhaite éveiller l'opinion publique sur le conflit en Bosnie-Herzégovine, prenant résolument parti pour les Bosniaques, en majorité musulmans, contre les Serbes – se veut transpartisane, même si elle recrute surtout des personnalités médiatiques de gauche. Les sondages la créditent de 7 % à 12 %, faisant perdre 4 à 5 % à la liste de Michel Rocard[4]. Celui-ci va donc chercher à occuper l'espace que cette liste promeut, en intervenant sur la question du conflit en Bosnie. Il se rend notamment à un meeting de la liste Sarajevo et appelle à lever l'embargo sur l'envoi d'armes aux rebelles bosniaques, contredisant ainsi le président de la République[5]. Cette course derrière une liste qui va finalement se retirer – elle sera en partie maintenue par Léon Schwartzenberg qui obtiendra finalement 1,57 % –, ne contribue pas à renforcer son image de compétence, dans un domaine aussi essentiel que les Affaires étrangères, où il n'a pas su jusque-là convaincre :

« En se ralliant aux thèses de BHL, par souci de contrer Mitterrand et pour grignoter quelques voix, le premier secrétaire du PS s'est associé à une mascarade médiatique. Il a en outre sérieusement écorné son image dans un domaine (la politique extérieure) où un présidentiable se doit de montrer son sérieux et de garder son sang froid[6]. »

---

[1] *Libération*, 29 avril 1994

[2] *Le Quotidien de Paris*, 1er avril 1994

[3] *Libération*, 29 avril 1994

[4] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 29 mai 1994

[5] INA, TF1, *JT 20h*, 18 mai 1994

[6] *Le Quotidien de Paris*, 7 juin 1994

Plusieurs personnalités du PS, notamment les anciens ministres des Affaires étrangères Roland Dumas, et de la Culture, Jack Lang – aussi présent sur la liste de Michel Rocard – et Louis Mermaz le critiquent et lui demandent de s'expliquer[1]. Tout ceci révèle un Michel Rocard qui, perdant de jour en jour des points dans les sondages, s'affole et court derrière l'agenda médiatique plus qu'il ne le prescrit. A quelques jours du vote, il propose à nouveau une forme de « Big Bang », cette fois appelée « Nouvelle Alliance ». Ce projet a toutes les allures d'une bouée de sauvetage lancée à la mer, à l'approche du naufrage. Michel Rocard a beau dire « cette fois-ci j'ai un calendrier », le projet suscite plus les sarcasmes que l'enthousiasme. La plupart des partis concernés par la proposition la rejettent d'un revers de main, comme une « tentative de récupération électorale[2] ». Jean-François Hory, le président du Mouvement radical de gauche, ironise pour sa part : « Deux Big Bang pour un seul homme, ça fait un peu beaucoup[3]. » Cette tentative enterre définitivement le processus des « Assises de la transformation sociale » qui se voulaient à l'abri des échéances électorales[4].

Enfin, la campagne est aussi un naufrage médiatique pour le « candidat naturel » du PS. Les deux débats qui l'opposent d'abord à Dominique Baudis, tête de liste RPR-UDF, puis Valéry Giscard d'Estaing, sont de bons témoins de l'illisibilité de sa position. Le 29 mai, un *Sept sur Sept* spécial donne lieu à un débat entre les deux principales têtes de listes, PS et RPR-UDF. Dominique Baudis, certes ancien présentateur du journal télévisé de TF1 – entre 1977 et 1980 puis sur France 3 jusqu'en 1982 –, étonne en poussant un Michel Rocard fantomatique, peu audible et vieilli, dans ses retranchements[5]. Le 8 juin, c'est face à l'ancien président de la République, Valéry Giscard d'Estaing, alors sur le retour pour une éventuelle candidature en 1995, qu'il débat dans le cadre du journal télévisé de 20h sur France 2 (annexes, document 54). La confrontation est clairement déséquilibrée avec un ancien président de la République survolté et très interventionniste, qui applique la stratégie du harcèlement, déjà utilisée dans le débat d'entre-deux-tours de l'élection présidentielle en 1974[6]. Il ne cesse d'interrompre son interlocuteur et l'interroge sur un ton professoral. Il

[1] *Le Monde*, 31 mai 1994

[2] *Le Figaro*, 9 juin 1994

[3] INA, TF1, *JT 20h*, 8 juin 1994

[4] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 13 mars 1994

[5] INA, TF1, *Sept sur Sept*, 29 mai 1994

[6] DELPORTE, Christian. *La France dans les yeux. Op. cit.,* p. 274

revendique sa position de non-candidat pour mieux affirmer son désintérêt dans le débat du moment et donc son authenticité : « Je n'ai aucun intérêt à mentir, je ne suis même pas candidat ». Ce qui laisse peser sur les propos de la tête de liste PS le soupçon de démagogie. L'ancien Président ira même de sa larme parlant de ses souvenirs de la guerre, à l'évocation de l'Eurocorps franco-allemand[1]. La campagne, chemin de croix du candidat à la présidentielle, tourne au naufrage, la liste Tapie avec 12,03 % rattrapant presque celle du PS à 14,49 %.

B) Derniers espoirs et effacement du premier plan

L'échec des élections européennes sonne bel et bien la fin des espoirs rocardiens pour 1995. Sa cote qui s'était stabilisée – entre 35 et 38 % selon le baromètre SOFRES-*Le Figaro* – et avait même regagné des points, depuis 1993, notamment à gauche, est en chute libre. Il perd 17 points entre juin et septembre 1994, de 42 % à 25 %. Au contraire, Jacques Delors prend sept points, atteignant presque 60 % de cote d'avenir (annexes, graphique H). Le maire de Conflans serait désormais distancé de 14 points au premier tour de l'élection présidentielle par Edouard Balladur[2]. Son maintien à la tête du PS est largement rejeté par l'opinion, 60 % des sympathisants PS sont pour son départ contre seulement 23 % favorables à ce qu'il continue[3].

Michel Rocard n'abdique pourtant pas immédiatement. Après sa défaite, il quitte la France pour l'Italie. Puis, il revient à quelques jours du Conseil national prévu à La Villette et qui doit décider de son maintien ou non à la tête du parti. Pour répondre aux critiques, Michel Rocard tente un dernier coup. Il propose un net rajeunissement de l'équipe à la tête du PS, tout en restant aux commandes d'un appareil socialiste, désormais sans courant[4]. Cette opération de dernière minute est mal accueillie par les conventionnels et par la presse : « Même Rocard, la "victime", y mit du sien. Au lieu de tirer les conclusions de son échec et

[1] INA, France 2, *JT 20h*, 8 juin 1994.

[2] Sondage Louis Harris-*VSD*, cité par *Le Figaro*, 17 juin 1994

[3] *Le Parisien*, 18 juin 1994

[4] *Libération*, 18-19 juin 1994

de démissionner, voire au minimum d'adopter un profil bas, il se mit en tête de passer en force en exigeant un vote de confiance-ultimatum[1]. » Lionel Jospin, son allié jusque-là, refuse de le soutenir dans cette opération[2]. Michel Rocard est finalement battu aux votes des représentants du parti, à 109 voix contre 88, et c'est Henri Emmanuelli, auréolé de ce qui est perçu comme un acharnement judiciaire dans l'Affaire Urba – il était trésorier du PS entre 1988 et 1992 –, qui prend la tête du PS sur une ligne très à gauche. Michel Rocard se met en réserve plus qu'il n'abandonne définitivement pour 1995. Les commentaires journalistiques sont d'ailleurs partagés. Ses amis Jérôme Jaffré et Roland Cayrol voient même, dans ce retrait du parti, une possibilité pour lui de refaire sa popularité[3]. Au contraire, *Le Nouvel Observateur,* avec un dessin touchant de Wiaz montrant Michel Rocard quitter la scène, sous les yeux de Mendès, et un article de François Bazin, rend hommage à la fin de carrière de Michel Rocard[4]. Lui-même explique vouloir se consacrer aux Français, après s'être trop focalisé sur le parti[5]. S'il soutient désormais officiellement Jacques Delors[6], il tentera, après le retrait de celui-ci (11 décembre 1994), une dernière fois de sortir du lot. Lors d'une réunion des Deloristes et Rocardiens, il souligne qu'il y a « une majorité possible autour des idées qui nous réunissent, éparse, mais prête à exister[7] » se présentant comme un possible recours, sans succès. Quelques jours plus tard, invité au journal de 20h de TF1 il est d'ailleurs obligé d'admettre : « Je ne suis pas candidat, je ne le peux plus. Je le regrette, d'ailleurs[8]. »

Après son départ du gouvernement, Michel Rocard paraît emporté dans le tourbillon d'impopularité qui touche le Parti socialiste. Contrairement à la période 1981-1985 où il pouvait encore montrer sa différence d'avec la ligne officielle du PS, il apparaît, en 1993, également responsable du bilan de la gauche. Lui-même a choisi de s'associer, de plus en

[1] *L'Evènement du jeudi*, 23-29 juin 1994

[2] INA, France 2, *JT 20h*, 13 juin 1994

[3] INA, France 3, *Dimanche Soir*, 15 juin 1994

[4] *Le Nouvel Observateur*, 23 juin 1994

[5] *La Croix*, 23 juin 1994

[6] Il signe une tribune dans *Le Nouvel Observateur* intitulée « Pourquoi je vote Delors », 10 novembre 1994

[7] INA, France 2, *JT 20h*, 17 décembre 1994

[8] INA, TF1, *JT 20h*, 21 décembre 1994

plus, au PS pour s'assurer de son soutien à la présidentielle de 1995. Il devient ainsi un « éléphant » comme un autre, voire, avec son accession à la tête du parti, le plus archaïque de tous. Etrange ironie de l'histoire pour un Michel Rocard porteur de modernité à la fin des années 1970 et se retrouvant dans une position encore plus calamiteuse que celle de François Mitterrand en 1979. Cherchant à compenser la perte de la ressource sondagière par la conquête du parti, la dégradation de son image personnelle va bientôt conduire à son échec électoral aux Européennes, véritable calvaire final pour le « candidat naturel » du PS. L'opinion sondagière pèse plus sur le parti en 1994 que 15 ans auparavant et le Premier secrétaire ne parviendra pas à conserver sa place, tant à la tête du PS que de présidentiable.

Conclusion de la troisième partie

L'accession au poste de Premier ministre, qui offrait à Michel Rocard des ressources jusque-là inconnues, aurait pu être l'étape ultime de l'institutionnalisation de la « communication politique » auprès de lui. Bien au contraire, cette période marquée, en outre, par la nécessité de la discrétion imposée par ses relations compliquées avec le président de la République, se traduit par un rejet grandissant de toute médiatisation. Si les sondages continuent à trouver grâce à ses yeux et seront un outil important de gouvernement, à l'aide du SID, la meilleure communication se résume pour lui à la réserve la plus absolue. Celle-ci ne fait pas ressentir ses effets immédiatement. Les sondages, durant la période à Matignon, surtout sensibles à la conjoncture économique, sont au beau fixe, à quelques rares exceptions près. Mais en refusant de mettre en valeur sa politique, Michel Rocard a laissé toute la place à ses contempteurs. Au point qu'une fois quitté le gouvernement, il ne reste pas grand-chose, dans l'opinion, de l'œuvre accomplie. Pire, il traîne derrière lui l'image d'un Premier ministre dur sur la question sociale. Son bilan peut être ainsi remis en cause, fragilisant son image de gouvernant. Vite rattrapé par les mauvais sondages qui touchent le PS, auquel il est de plus en plus associé, il voit s'envoler sa principale ressource depuis 1978. Pour tenter de la rattraper, il rompt brusquement avec la stratégie qui avait été la sienne jusque-là, pratiquant une sur-médiatisation tant surprenante que négative pour son image. Alors qu'il était devenu, dans l'opinion, un homme rigoureux et résistant aux sirènes de la « com », il se jette corps et âme, et souvent maladroitement, dans la *peopolisation* et la surmédiatisation, contribuant à déstabiliser définitivement son image sondagière. Ce déclin contribue à renforcer son regard critique à l'égard des médias et ses relations tendues avec les journalistes. Ceux-ci le dépeignent d'ailleurs, de manière croissante, comme un personnage archaïque. Son scepticisme à l'égard de la « communication politique » l'amène à se démunir peu à peu de tous ceux qui l'entouraient dans ce domaine pour ne plus conserver que Guy Carcassonne.

Epilogue

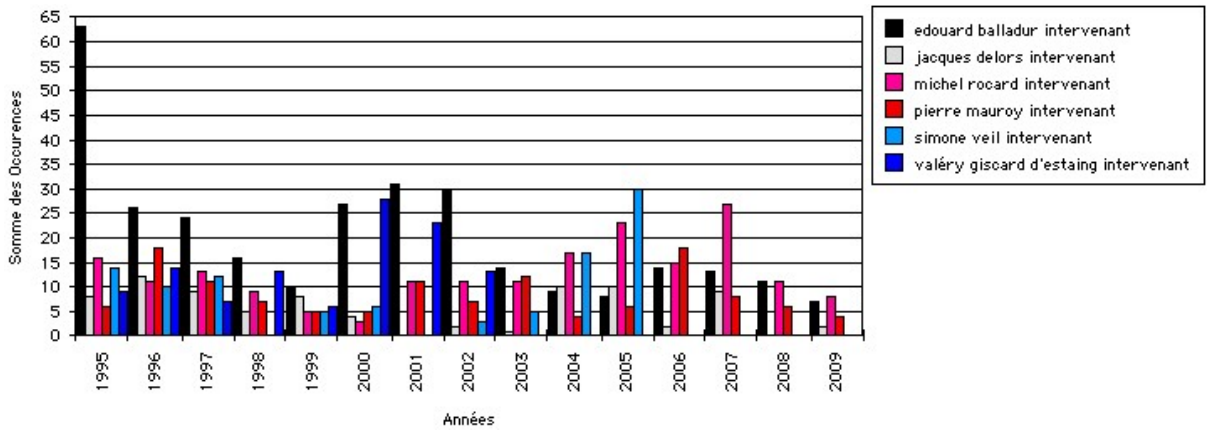
A) Se construire une image de sage

1) Un député européen engagé

Son destin présidentiel écarté en 1994 – nous aurons l'occasion de voir qu'il essayera pourtant de se remettre en position –, la carrière de Michel Rocard ne s'interrompt pas pour autant. A l'image de Valéry Giscard d'Estaing et plus récemment Nicolas Sarkozy[1], il va chercher à nourrir encore le débat politique, voire à se laisser des chances de revenir au premier plan. Cela explique la continuité de sa présence médiatique, sur le long terme, après 1995. En le comparant à des personnalités que l'on peut considérer elles aussi comme « en fin de carrière », on perçoit l'importance de la médiatisation dont il bénéficie. Après une période de creux à la fin des années 1990, il connaît même une renaissance à partir du début des années 2000, pour atteindre un apogée lors de l'élection présidentielle de 2007 (graphique 13).

[1] On peut voir, à ce sujet, le récent ouvrage de Christian Delporte : DELPORTE, Christian. *Come back ou l'art de revenir en politique*. Paris : Flammarion, 2014

Graphique 13 : Comparaison des interventions de Michel Rocard avec des leaders politiques (1995-2009) (source : Inathèque)



C'est d'abord au Parlement européen qu'il va s'investir, après y avoir accédé dans les conditions difficiles que nous avons vues, en 1994. Dans une assemblée au rôle croissant depuis Maastricht, mais dont les débats sont faiblement médiatisés à l'échelle nationale, il va tenter d'apporter sa stature. Il s'implique pleinement dans les différentes commissions auxquelles il participe. Ce sera d'abord celle consacrée au développement et à la coopération qu'il préside entre 1997 et 1999, thème qui lui est cher comme nous l'avons déjà évoqué. Il publiera notamment un ouvrage sur le développement en Afrique, *Pour une autre Afrique*[1]. Puis entre 1999 et 2002, il préside la commission sur l'emploi et les affaires sociales. Ce qui va l'amener à rechercher une plus grande intervention de l'Union européenne dans ce domaine sensible, mais aussi à intervenir dans le débat français autour des 35 heures. En effet, en 1997, la gauche est revenue au pouvoir, après une dissolution ratée du Président Jacques Chirac. Michel Rocard, qui a un temps espéré qu'on lui confie le ministère des Affaires étrangères, se voit finalement laissé à l'écart au profit de la jeune génération : Dominique Strauss-Kahn, Martine Aubry, Elisabeth Guigou, Hubert Védrine, Michel Sapin. Le débat sur les 35 heures qui s'ouvre lui permet de revenir au premier plan sur une position relativement critique de la réforme qui s'est faite, selon lui, sans réelle concertation. Il regrette également que les 35 heures soient imposées comme durée légale obligatoire par la loi, alors qu'il aurait

[1] ROCARD, Michel. *Pour une autre Afrique*. Paris : Flammarion, 2001

préféré des négociations par branche pour fixer la durée du travail et l'adaptation de la rémunération qui va avec[1]. Autant d'idées qu'il avait défendues dans un livre en 1997 : *Les moyens d'en sortir*[2]. Enfin, entre 2002 et 2004, il préside la Commission de la culture, de la jeunesse, de l'éducation, des médias et des sports. Il est réélu député européen en 2004, après avoir mené la liste dans le grand sud-est, qui l'emporte largement avec 28,62 %, un record dans cette zone difficile pour le PS.

2) La tentation sarkozyste

En désaccord de plus en plus flagrant avec son parti et marginalisé par celui-ci – le PS ne souhaitait pas initialement le voir rester à la tête de la liste européenne en 2004[3] –, le député européen va se tourner vers d'autres segments du paysage politique, sans pour autant rompre avec le parti. Il s'amusera d'ailleurs de cette situation à plusieurs reprises, disant attendre son « éviction » de la direction nationale[4]. Lors de la présidentielle de 2007, il se montre séduit par la démarche de François Bayrou et propose une alliance entre le candidat centriste et la socialiste Ségolène Royal[5]. Devant la chute dans les sondages de la candidate du PS, il lui propose même de la remplacer comme candidat[6]. Cela ne l'empêche pas de rendre des services, écrivant un rapport sur le numérique pour la candidate du PS, *République 2.0*, dans lequel il défend notamment les logiciels libres[7]. Le nouveau président de droite, Nicolas Sarkozy, tente, comme le gouvernement socialiste s'y était essayé en 1988, une forme d'ouverture en débauchant des personnalités du PS, alors que ce dernier connaît une crise,

[1] Archives nationales, Fonds Michel Rocard, 680AP/218, Débat avec Alain Juppé, à l'Institut de gestion et d'administration des entreprises de l'université Montesquieu Bordeaux IV (I.R.G.A.E) : « Les 35 heures : entre logique économique et logique sociale ? », 18 décembre 1998 ; INA, France 3, *Dimanche soir*, 12 octobre 1997

[2] ROCARD, Michel. *Les moyens d'en sortir*. Paris : Seuil, 1997

[3] *Le Monde*, 9 octobre 2003

[4] Intervention au Centre d'histoire de Sciences Po, Séminaire « La V^{ème} République : pour une histoire politique renouvelée », 14 décembre 2010

[5] Tribune de Michel Rocard dans *Le Monde*, 14 avril 2007

[6] *Paris-Match*, 26 juillet 2007

[7] Rapport de Michel Rocard publié en ligne : http://www.ict-21.ch/ICT.SATW.CH/IMG/RapportRocard-2.pdf. Consulté le 20 août 2016

suite à sa nouvelle défaite. Bernard Kouchner, Jean-Marie Bockel et Eric Besson deviennent ainsi ministres des gouvernements successifs de François Fillon. Michel Rocard, lui, semble avoir refusé d'entrer au gouvernement. Après un grave accident cardio-vasculaire en Inde, le 30 juin 2007, il accepte pourtant de participer à la commission « Pochard » sur la condition enseignante, avant d'en démissionner, puis de devenir ambassadeur chargé de la négociation internationale pour les pôles arctique et antarctique en mars 2009, sujet qui l'a toujours beaucoup intéressé. A Matignon, il a en effet été à l'origine, avec le Premier ministre australien de l'époque, du traité établissant l'Antarctique comme zone naturelle protégée (protocole de Madrid, 4 octobre 1991)[1]. Depuis déjà plusieurs années, sous l'effet notamment du réchauffement climatique, les grandes puissances convoitent les ressources en hydrocarbures et minérales que recèlent le Pôle Nord. L'Arctique est estimé conserver 20 % du total mondial des réserves pétrolières et 30 % de celles de gaz[2]. La Russie, comme les États-Unis, revendiquent ces territoires et lancent des missions d'appropriation (en 2005 un brise-glace américain traverse l'Arctique et en 2007 c'est un sous-marin russe qui a planté un drapeau dans les fonds marins). La fonte des glaciers permettrait également, à terme, l'ouverture d'un passage maritime au nord-ouest du globe, reliant bien plus rapidement l'Atlantique au Pacifique. Michel Rocard va donc s'investir dans ce domaine – parfois même au prix de sa santé, comme en 2012, où il est atteint d'un nouvel AVC en Suède – pour favoriser la protection de ces zones. En 2009, il se voit aussi confier la co-présidence, avec Alain Juppé, d'une commission sur le Grand Emprunt. Il rédige également un rapport pour la création d'une taxe carbone en août 2009, toujours à la demande de Nicolas Sarkozy.

3) La volonté maintenue d'inspirer

La crise de 2008 l'amène aussi à réinvestir le domaine économique. Dans plusieurs articles, il se fait le pourfendeur de la politique d'austérité. Cela l'amène à participer au collectif Roosevelt, mené par l'économiste Pierre Larrouturou et le créateur des *Guignols de l'Info* Bruno Gaccio. En 2009, il publie avec Pierre Larrouturou un ouvrage consacré à la

[1] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 207

[2] *Ibid.,* p. 208

relance économique par la régulation étatique, intitulé : *La gauche n'a plus le droit à l'erreur*[1]. Il avance notamment, durant cette période, le passage aux 32 heures pour améliorer la répartition du temps de travail. En ces dernières années, il retrouve des vertus à un discours plus radical et réinvestit son passé à la tête du PSU[2]. Il est vrai qu'il s'inscrit dans un contexte de redécouverte d'une pensée plus contestatrice, liée au développement de la crise économique, que le succès de l'ouvrage de Stéphane Hessel *Indignez-vous*[3] peut illustrer. Dans sa contribution aux États généraux du PS en 2014, il déclare même : « Le gauchisme, je connais, j'en sors, j'en suis, c'est ma famille[4]. » Il continue à jouer son rôle d'aiguillon du PS, exprimant son désaccord sur le « mariage pour tous[5] » ou l'interdiction d'extraction des gaz de schiste[6]. A plusieurs reprises, il critiquera la politique menée par François Hollande, lui conseillant même de « ne pas se représenter[7] ». Quant à l'ancien leader de « ses jeunes », Manuel Valls, devenu Premier ministre en 2014, il lui adressera aussi quelques coups de griffes, ainsi qu'au bouillonnant ministre de l'Economie, Emmanuel Macron, qui se revendique de son héritage, et ce dans une interview au *Point,* peu avant son décès :

« Ils n'ont pas eu la chance de connaître le socialisme des origines, qui avait une dimension internationale et portait un modèle de société. Jeune socialiste, je suis allé chez les partis suédois, néerlandais et allemand, pour voir comment ça marchait. Le pauvre Macron est ignorant de tout cela. La conscience de porter une histoire collective a disparu, or, elle était notre ciment. Macron comme Valls ont été formés dans un parti amputé. Ils sont loin de l'Histoire[8]. »

---

[1] LARROUTUROU, Pierre et ROCARD, Michel. *La gauche n'a plus droit à l'erreur*. Paris : Flammarion, 2013

[2] Voir ses intervention dans l'ouvrage SAUVAGEOT, Jacques dir. *Le PSU, des idées pour un socialisme au XXI*ème *siècle.* Rennes : PUR, 2013

[3] HESSEL, Stéphane. *Indignez-vous !* Paris : Indigènes Editions, 2010

[4] Contribution de Michel Rocard aux États généraux du PS, 2 novembre 2014 : http://www.États-generaux-des-socialistes.fr/admin/uploads/Re%CC%81orienter%20le%20PS%20pour%20le%20redresser.pdf. Consulté le 20 août 2016

[5] Entretien dans *Valeurs Actuelles*, 7 février 2013

[6] *Le Monde*, 12 novembre 2012

[7] Interview pour Les Indés-Radio-LCI, 17 mars 2016 : http://lci.tf1.fr/politique/pourquoi-michel-rocard-conseille-a-hollande-de-ne-pas-se-representer-8725184.html. Consulté le 20 août 2016

[8] *Le Point*, 23 juin 2016

A un PS toujours plus tourné vers l'entreprise et le capitalisme, il rappelle que l'identité de la gauche se situe aussi dans la liberté personnelle des individus : « Reste le vrai signal de gauche qui consiste à donner à l'homme plus de temps libre pour la culture, les choses de l'esprit, le bénévolat associatif, etc. Le capitalisme doit ménager cet espace[1]. »

4) Le mythe de « l'homme honnête »

Le flot de réactions, pour la plupart positives – la seule exception semble avoir été Jean-Marie Le Pen, vieil ennemi de Michel Rocard depuis la bataille pour l'UNEF-droit dans les années 1950 –, qui suit le décès de Michel Rocard, le 2 juillet 2016, est un bon révélateur de l'importance qu'il avait pu acquérir dans la mémoire collective. Du président de la République jusqu'aux candidats à la primaire de la droite, en passant par ses plus farouches adversaires du PS – Claude Bartolone se trouva troisième derrière son cercueil à la sortie du temple protestant, première séquence de son enterrement – l'hommage est unanime. Au classement des Premiers ministres préférés des Français, il arrive troisième derrière Pierre Bérégovoy, le destin tragique de ce dernier lui valant un regret de l'opinion bien tardif, et Pierre Mauroy qui vient alors de décéder, au moment de la réalisation de l'enquête[2]. Un sondage suivant de quelques jours la disparition de Michel Rocard signale que 68 % des Français estiment que son action et ses idées ont « marqué l'histoire ». 84 % des sympathisants PS et 65 % des sympathisants de droite se rangent à cet avis[3]. Ces jugements, recueillis à chaud et prompts à rejoindre l'oraison, sont bien sûrs à prendre avec recul.

Mais nous avons pu constater durant notre thèse que Michel Rocard jouissait d'une popularité encore forte, excepté peut-être chez les plus jeunes, auxquels l'évocation de ce Premier ministre des années 1980, ne parlait guère. Il avait marqué l'esprit des autres et laissé un souvenir vivace et presque toujours positif. Il n'y a qu'au Front national et parfois à l'extrême gauche – certains ont vécu comme une trahison le basculement que nous avons éclairé entre 1973 et 1975 – que l'on trouvait des contempteurs de sa politique. « Honnêteté »

[1] *Ibid.*

[2] Sondage BVA pour *Le Parisien* et *Aujourd'hui en France*, 25 juin 2013

[3] Sondage Odoxa pour I-Télé et *Paris-Match*, 9 juillet 2016

– *Les Inrocks* titre l'article consacré à son décès : « Décès d'un honnête homme[1] » – et « rigueur morale » sont clairement les traits qui l'emportent dans le souvenir laissé. Le sondage Odoxa attribue ainsi son « échec politique » au fait qu'il n'ait pas été « assez filou[2] ». Quant au *Monde*, il dresse un panégyrique du Premier ministre, réemployant cette image d'un Michel Rocard sincère, attaché à ses idées :

« Le regret est de voir disparaître un homme, et une voix, qui incarnait une conception noble de l'action publique : celle qui fonde l'ambition et l'exercice du pouvoir sur la force et la justesse des idées, du savoir et de la culture. Et non celle qui instrumentalise les idées au service de la seule stratégie qui vaille, la conquête du pouvoir. C'est ce qui a fait sa singularité et lui confère aujourd'hui une aura particulière[3]. »

Dans un monde de professionnels de la politique très discrédité, notamment par la multiplication des affaires politico-financières, il semble rester vierge. Il est vrai que contrairement à nombre de leaders socialistes des années 1980 – à l'exception peut-être de Lionel Jospin –, on ne le retrouve dans aucune de ces affaires. Son discours réaliste aura également servi à éviter les contradictions, dans une période où le PS faisait évoluer son idéologie sans vouloir s'en rendre compte. Le rejet de la communication dont il fait preuve à partir des années 1980 contribue à renforcer cette distinction des autres professionnels de la politique, témoignant de sa « sincérité ». Cette idée d'honnêteté, tant intellectuelle que personnelle, vient d'ailleurs gommer le caractère stratège du leader politique. Jean-Louis Andréani avait pourtant bien montré, dans sa biographie-fleuve de l'ancien Premier ministre, son ambivalence, entre rejet des luttes d'appareil et capacité tacticienne dans certaines occasions[4]. Ainsi, son jeu d'équilibriste pour rester à la tête du PSU, ou encore sa stratégie de distanciation à l'égard du PS pour se forger une popularité, ont été en grande partie oubliés. Michel Rocard peut donc apparaître comme un « gentil loser » rejoignant Léon Gambetta, Jean Jaurès, Pierre Mendès France, Georges Mandel, au panthéon des « éternels espoirs ». L'opinion le porte aux nues en opposition aux Clemenceau, Mitterrand qui ont exercé le pouvoir durablement, se « salissant les mains ». *Gloria victis* en quelque sorte.

[1] *Les Inrocks*, 5 juillet 2016

[2] Sondage Odoxa pour I-Télé et *Paris-Match*, 9 juillet 2016

[3] *Le Monde*, 4 juillet 2016

[4] ANDREANI, Jean-Louis. *Le Mystère Rocard. Op. cit.*

Michel Rocard participe d'ailleurs pleinement à la construction de son propre mythe. Nous avons évoqué plus haut le nombre conséquent d'ouvrages qu'il a écrit après 1995. On n'en compte pas moins de 17. Parmi ceux-ci, plusieurs reviennent sur son passé. Les plus importants sont Michel Rocard, *Entretien avec Judith Waintraub*, *Si la gauche savait. Entretien avec Georges-Marc Benamou*, et *Si ça vous amuse*, présenté comme son autobiographie. A une période marquée par l'image très noircie de François Mitterrand, liée à la multiplication des affaires (Vichy, révélations sur sa vie privée, dévoilement de son cancer), Michel Rocard participe à jeter l'opprobre sur l'action de l'ancien président de la République, qu'il considère comme n'ayant pas été un « honnête homme[1] ». Il peut d'autant mieux construire en miroir sa propre action, reposant sur des valeurs morales, le refus du Front national, de l'affairisme, du machiavélisme. Michel Rocard va surtout tenter de redorer le bilan de son œuvre à Matignon, dont on avait vu qu'il avait été malmené au début des années 1990. Il accusera d'ailleurs les médias d'être responsables de la méconnaissance de son action : « Mais de ce que j'ai réellement fait vous ne savez sans doute à peu près rien, puisque pour l'essentiel cela n'a pas été raconté[2]. » Il le fera en érigeant un polyptyque : Nouvelle-Calédonie, RMI, CSG, réforme de l'État. Si son action a pu décevoir, il la présentera comme ayant été empêchée par le chef de l'État. Le bilan des gouvernements suivants, jugé plutôt catastrophiques car confrontés à une période économique difficile (chute de la croissance et remontée du chômage à partir de fin 1990 jusqu'en 1997), rend d'autant plus appréciable son action à Matignon. Pour se différencier des tergiversations des autres leaders politiques, en particulier socialistes, il entend créer une linéarité entre ses prises de position dans les années 1960 et la politique menée à Matignon ou défendue par la suite. Cela passe notamment par une « reconstruction » de l'histoire parfois étonnante. Pour bâtir cette homogénéité de son parcours, il choisit de se présenter comme le principal tenant de la « social-démocratie à la française », alors même qu'il rejetait le terme jusqu'à la fin des années 1980[3].

Sa personnalité est d'autant plus consensuelle qu'il s'est toujours refusé par la suite à se ranger dans un camp. Il a découragé systématiquement tous ceux qui se réclamaient de son

[1] *La Revue du droit public*, numéro spécial, novembre 1998

[2] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p.16

[3] *Ibid.,* p. 37

nom. De Dominique Strauss-Kahn à Emmanuel Macron, en passant par Manuel Valls, il les a tous critiqués à un moment ou un autre. Il rejoint, sur ce point, Pierre Mendès France, qui, lui aussi, avait refusé le titre d'héritier à tous les prétendants. Puisqu'il ne reconnaît aucun héritier, il appartient en quelque sorte à tout le monde. Michel Rocard par son long parcours, aux étapes bien distinctes, offre de l'eau, tant au moulin de la gauche du PS – Jean-Luc Mélenchon lui a rendu un vibrant hommage sur Twitter – qu'à Emmanuel Macron qui se réclame des principes du rocardisme.

Son oraison du jour s'explique aussi par les difficultés au sein de la gauche. En perte de repères et divisée sur l'action de François Hollande et son Premier ministre, Manuel Valls, elle se cherche des repères. Comme le souligne *Le Monde*, dans les hommages multiples adressés à Michel Rocard, il y a beaucoup de nostalgie :

« Mais, au-delà, la diversité et l'œcuménisme des hommages disent bien autre chose : une nostalgie, une frustration, un regret. La nostalgie d'un temps où la politique avait du sens, donnait du sens, échappait à la dictature de l'instant et cherchait sans relâche à comprendre le présent pour mieux penser l'avenir et construire un "projet de société", son ambition cardinale. La frustration de constater que les qualités reconnues à Michel Rocard – une exigence de morale en politique, un inlassable engagement pour ses idées, une inépuisable ouverture d'esprit – paraissent si peu et si mal répandues aujourd'hui[1]. »

Triomphal dans l'opinion, on ne peut dire qu'il en soit de même au sein du PS d'aujourd'hui. Le grand nombre d'hommages de circonstance, la multiplication des commémorations autour du triple anniversaire de François Mitterrand en 2016 – centième anniversaire de la naissance, soixante-dixième anniversaire de sa première élection, vingtième anniversaire de sa mort – et les foules de ministres et d'élus du PS mobilisés, montrent que l'ancien président de la République garde une aura inégalée. Pour tous les socialistes qui veulent accéder au pouvoir, voire à la charge suprême, il est l'unique exemple à suivre dans la V^{ème} République. François Hollande a beaucoup joué de son prénom, identique à celui de l'ancien Président, ainsi que de sa capacité à retrouver, en tribune, une gestuelle assez similaire, durant la campagne présidentielle de 2012.

[1] *Le Monde,* 4 juillet 2016

Comme nous l'avons vu, dans la construction de son image mythique, Michel Rocard a usé d'une critique de plus en plus acerbe de la communication pour se distinguer des autres hommes politiques. C'est d'ailleurs l'un des principaux traits – la focalisation sur la communication – qu'il a reproché à l'actuel Président, François Hollande. Ce discours repose sur une radicalisation des thèses exprimées, à l'époque, dans *Le Cœur à l'ouvrage*, devenue possible avec le désintéressement qui accompagne la fin de l'ambition présidentielle rocardienne.

B) Un durcissement du discours à l'égard des médias

1) Michel Rocard pris au piège du talk-show

L'éloignement du pouvoir n'interrompt pas ses critiques des médias, bien au contraire. Toujours à la recherche de la fonction suprême, Michel Rocard ne pouvait s'aliéner les journalistes. Une fois en retrait de la course présidentielle, il peut au contraire laisser libre cours à ses analyses. Cela ne l'empêche pas de continuer à communiquer et même à prendre des risques. En perte d'aura, il ne peut plus accéder aussi facilement qu'avant aux grandes émissions politiques. Il doit donc se rendre dans des formats peu communs alors pour les politiques, comme les talk-shows, afin de retrouver de l'audience. Les invités de ces émissions sont « surtout des anciens titulaires de positions élevées (anciens ministres) dotés d'une forte notoriété, mais souvent écartés des émissions politiques. Ainsi, trouvent-ils des tribunes pour un discours qui s'accorde avec le traitement de la politique par ces émissions (par exemple, lors de la parution d'ouvrages à vocation dénonciatrice)[1]. »

Ces programmes télévisés sont d'ailleurs fuis par les grands leaders politiques qui sont conscients des risques : « Les occupants des positions les plus élevées accèdent sans peine à des tribunes télévisuelles aussi centrales que le journal télévisé ou les quelques grands

[1] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. Renouvellement des mises en scène télévisuelles de la politique. *Questions de communication*, n° 24, p. 26-27

rendez-vous politiques et évitent à ce moment ce qui leur apparaît encore comme un risque inutile de dévaluation de leur capital politique[1]. »

Michel Rocard apparaît ainsi dans les talk-show *Tout le monde en parle*[2] de Thierry Ardisson, puis dans *Le Grand Journal*[3] et *Semaine critique*[4]. Il s'agit d'émissions qui se caractérisent par des échanges « ouverts, peu hiérarchisés et discontinus. A la différence des émissions politiques classiques, il s'agit donc moins de débattre que de discuter (...) Ces mécanismes reposent sur la multiplication des invités, des échanges, des rubriques, des sujets et des images. Les divers interlocuteurs se côtoient dans un apparent désordre, la hiérarchie des domaines est peu apparente, pas plus que les statuts ou les spécialités qui justifieraient le droit à la politique[5] ».

Le talk-show apparaît ainsi comme la représentation la plus aboutie de l'*infotainment*, mélangeant sans distinction ni rupture l'information et le divertissement. *Tout le monde en parle* qui va nous intéresser plus particulièrement obtient à cette période des records d'audience, alors que les formats politiques traditionnels sont en plein déclin, TF1 ayant même supprimé tout rendez-vous politique hebdomadaire. Toutes les semaines, c'est 1,5 million de téléspectateurs qui se pressent devant l'émission, soit près de 30 % de part du marché pour ce créneau du samedi, en fin de soirée. Par ailleurs, le public est nettement plus jeune que celui des émissions politiques traditionnelles, majoritairement âgé, voire très âgé comme nous avons pu le voir précédemment (on peut aussi se référer à notre tableau des audiences en annexes – tableau A – assez révélateur de la prédominance des populations âgées dans l'audience des émissions politiques)[6].

Michel Rocard, sans doute conscient de la différence de cette émission avec d'autres, souhaite surtout y trouver une audience importante. Toutefois, il se montre incapable d'anticiper les mutations médiatiques. Le présentateur, Thierry Ardisson, s'est fait une réputation de provocateur avec ses émissions transgressives pour la télévision des années

[1] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La politique sur un plateau. Op. cit.,* p. 167

[2] INA, France 2, *Tout le monde en parle*, 31 mars 2001

[3] INA, Canal Plus, *Le Grand Journal*, 29 août 2011

[4] INA, France 2, *Semaine critique*, 5 novembre 2010

[5] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La politique sur un plateau. Op. cit.,* p. 48

[6] *Ibid.,* p. 38-39

1980, comme *Descente de police*. Il a également à ses côtés le comique Laurent Baffie, connu lui aussi pour son sens de la dérision. La participation à ce *talk-show* paraît donc des plus périlleux. Mais Michel Rocard explique avoir reçu, avant le tournage, la promesse de Thierry Ardisson de ne pas le provoquer et de rester courtois[1]. C'était sans compter avec le nouveau statut pris par le présentateur, devenu l'acteur central du nouveau jeu médiatique[2], face à la « banalisation de l'élu[3] ». Après avoir pu évoquer l'ouvrage que lui valait l'invitation – *Entretien avec Judith Waintraub* –, Michel Rocard s'est donc retrouvé pris dans un piège. Avec son complice Laurent Baffie, le présentateur soumet l'ancien Premier ministre à une interview « Alerte rose », basée sur ses expériences sexuelles. Les premières questions bien qu'inhabituelles pour celui qui se livre peu, restent contenues. Après avoir expliqué qu'il ne voyait pas d'objection à ce que sa femme le quitte pour une femme plutôt qu'un homme, il doit décrire le lieu le plus agréable, selon lui, pour faire l'amour. Mais ce sont les dernières questions qui vont marquer l'opinion. Alors qu'on lui demande si « embrasser c'est tromper », l'ancien Premier ministre s'offusque et dénonce la « pudibonderie » qui pourrait pousser à un tel jugement. La question suivante, « est-ce que sucer c'est tromper » semble le surprendre puisqu'il demande à son « interviewer » de répéter, avant d'affirmer « non plus ». On peut s'étonner que Michel Rocard accepte de répondre à de telles questions, alors qu'il n'avait pas hésité à montrer sa désapprobation, par le passé, sur le questionnaire qui lui était présenté. L'exercice est néanmoins périlleux et se refuser à répondre, face à un public participatif et tout acquis à la cause du présentateur, lui aurait valu des sifflets et l'image d'un « vieux bougon ». D'autres s'y sont essayés avec des résultats négatifs, comme Manuel Valls[4]. Dans ce type de format, le politique n'est clairement pas en position de force et le meilleur moyen pour lui de passer cette épreuve avec succès est de se conformer à l'émission en jouant de l'humour et de l'autodérision comme le fait Michel Rocard ici. Pierre Leroux et Philippe Riutort rappellent les règles qui régissent ce genre d'émission :

---

[1] Entretien avec Michel Rocard, 12 novembre 2012

[2] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La politique sur un plateau. Op. cit.,* p. 48

[3] FROMENTIN, Thomas et WOJCIK, Stéphanie dir. *Le profane en politique. Compétences et engagement du citoyen.* Paris : L'Harmattan, 2008, p. 24

[4] INA, France 2, *On n'est pas couché*, 16 janvier 2016. Jean-Pierre Esquenazi en donne aussi un exemple avec le passage de Philippe Douste-Blazy à *Vivement Dimanche* : ESQUENAZI, Jean-Pierre. Télévision et acteurs pluriels du politique. *Mots*, n° 67, 2001, p. 56

« Les dispositions pour faire figure de "bon client" des émissions conversationnelles se définissent à la fois autour de l'*ethos* des invités (incarnation vivante des valeurs qu'ils portent) et des biens politiques qu'ils proposent, qui s'accordent, positivement et parfois négativement, avec le cadrage politique imposé par le dispositif (...) Ces individus rodés à la prise de parole télévisuelle et à l'usage de multiples registres de discours, défendent des valeurs possédant les attraits de la nouveauté, voire une dimension contestaire qui s'accorde avec le consensus moral ou les principes de vision politique prônés dans les divertissements[1]. »

Dans ce format, ne pas respecter sa promesse à l'égard d'un ancien Premier ministre n'a qu'un coût faible pour le présentateur. Le tourner en ridicule lui apporte par contre un « buzz » non négligeable dont Thierry Ardisson se servira comme preuve de son efficacité, par la suite. Au contraire, Michel Rocard a cru que son statut d'ancien Premier ministre le protégeait encore. Il pensait que comme en 1988-89 avec *Sept sur Sept*, il pouvait réclamer une adaptation des règles à sa participation. Sa non-anticipation des risques de l'émission s'explique aussi par la nouveauté du *talk-show* en France. Ce modèle importé des États-Unis ne vient d'apparaître qu'à la fin des années 1990 en France. Et les politiques ont, jusque-là, été peu nombreux à s'y rendre.

2) Une critique renouvelée des médias

Tout le monde en parle, après l'Appel de Conflans, constitue le second événement traumatique de Michel Rocard, dans son rapport aux médias. Ses critiques à partir de ce moment vont se systématiser et prendre une tonalité plus caricaturale que l'analyse, toute en nuance, du *Cœur à l'ouvrage*. Il dénonce l'accélération du tempo politique, en raison de la médiatisation, et l'importance prise par l'image, empêchant toute réflexion. Selon son point de vue, la forme du média détermine en grande partie ce qui peut être diffusé, selon une vision techniciste très inspirée de McLuhan. Ainsi, l'image, qui supplanterait l'écrit valoriserait l'émotion plutôt que la réflexion : « L'image passe à toute allure, interdit la fixation de

[1] LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La politique sur un plateau. Op. cit.,* p. 171

l'attention, et ne laisse comme souvenir que celui de l'émotion qu'elle a provoquée[1]. » Plutôt que les enjeux politiques, le débat d'idées, les médias audiovisuels ne se focaliseraient plus que sur le jeu, mettant en difficulté l'action publique : *«* En réalité, les politiques font figure de vaincus interdits de penser à long terme. Il n'y a qu'à voir la gestion par la presse des campagnes électorales. Elle interdit toute émission de perspectives au-delà de la prochaine campagne[2]. »

Ces dernières années il se montre très critique de l'information en continu. La presse devient même, à l'en croire, responsable de bouleversements de société aussi importants que le Brexit, ou encore le « déclin de la France[3] ». Les médias auraient même des conséquences lourdes sur la vie en société, favorisant l'isolement et « l'abrutissement », en particulier chez les enfants[4]. Cela l'amène à préfacer la réédition de l'ouvrage de Neil Postman, *Se distraire à en mourir*. Caricaturant ses positions du passé, il va même jusqu'à conclure que « la télévision c'est la mort de la démocratie[5] ». « Chantre de l'opinion » et plus particulièrement des sondages, dans les années 1970, comme nous avons pu l'écrire ailleurs, il se fait au contraire un violent critique de leurs effets dans l'espace public, prenant une tonalité assez proche de celle d'un Bourdieu, par exemple[6].

Son attitude à l'égard des journalistes s'en ressent. L'âge faisant aussi son effet, il n'hésite plus à leur adresser ses critiques directement. Une interview pour *Libération* débute ainsi par une menace de l'ancien Premier ministre d'arrêter là l'interview si les questions continuent de l'indisposer[7]. Il n'hésite pas non plus à user de l'influence qui lui reste pour éviter une couverture presse négative. En 1997, après la dissolution ratée et l'élection d'une majorité de gauche à l'Assemblée nationale, il souhaite pouvoir accéder au Quai d'Orsay. Le nouveau Premier ministre, Lionel Jospin, s'y refuse, préférant rajeunir son équipe. Michel

[1] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 13

[2] ROCARD, Michel. *Lettre aux générations futures, en espérant qu'elles nous pardonneront.* Paris : Bayard, 2015

[3] Comme il l'explique dans sa dernière interview au *Point*, 23 juin 2016

[4] ROCARD, Michel. Embryons de solutions. *Pouvoirs*, n° 119, 2006

[5] Entretien avec Rue 89, 27 avril 2009, http://rue89.nouvelobs.com/2009/04/27/michel-rocard-la-tele-cest-la-mort-de-la-democratie-100686. Consulté le 22 août 2016

[6] ROCARD, Michel. *Si ça vous amuse. Op. cit.,* p. 509

[7] *Libération*, 2 décembre 2012

Rocard va donc tenter, selon Daniel Carton, d'influencer le président de la République – ancien camarade de promotion à Sciences Po –, sans succès. Le journaliste du *Nouvel observateur* rapporte alors que Michel Rocard se serait caché dans les bosquets de l'Elysée, lors de cette visite à Jacques Chirac, pour éviter de croiser Lionel Jospin[1]. Michel Rocard affirme, pour sa part, s'être rendu à l'Elysée pour y rencontrer le conseiller Afrique du Président, alors que la République du Congo connaissait une guerre civile[2]. Cela vaut à Daniel Carton son éviction du magazine, dont la direction est toujours proche de Michel Rocard.

[1] *Le Nouvel Observateur*, 12 juin 1997

[2] ROCARD, Michel. *Si la gauche savait. Op. cit.,* p. 343

Conclusion

« Il y aurait une vraie étude à mener sur l'image de Rocard. Comment un homme qui a été, pendant des années le porte-parole du premier parti d'extrême-gauche, a-t-il pu construire une si forte image de "gentil" ? Le physique doit y être pour beaucoup, ce visage de Tintin qu'il garda si longtemps avant que le temps ne le creuse, et qui contredisait inéluctablement les proclamations les plus révolutionnaires. C'est sur la vague de cette "gentillesse"-là que Rocard a surfé pour se maintenir à la tête des sondages. Mais la médaille a son revers. Il est difficile d'être, à la fois, aux yeux des gens, "gentil" et "dur". Quels que soient les mots employés, le gentil tue le dur, et si le langage se durcit au point que le dur finisse par se faire entendre, alors il prend un côté artificiel, choquant[1]. »

Dans cette citation, celui qui deviendra le président de l'UDF en dit long sur le danger de la stratégie entreprise par Michel Rocard. En voulant construire une image de gouvernant (nous préférerons ce terme à celui, employé, de « dur »), il s'est heurté à l'image qu'il avait laissée dans l'opinion, au travers de sa communication intense et jugée innovante, des années 1970. Le leadership contemporain est pris dans une tension entre proximité et distance. En voulant trop pencher vers le second versant – notamment par le biais d'une allure de plus en plus austère et du silence médiatique –, le Premier ministre a fragilisé son image,

[1] François Bayrou dans *Démocratie moderne*, 1er décembre 1988.

déconstruisant ce qui avait fait son succès, sans pour autant convaincre de ses talents de gouvernant. Mais ce que ne perçoit pas le chroniqueur de *Démocratie moderne*, c'est que cette mutation, loin d'être uniquement stratégique, est aussi le fruit du changement de rapport de Michel Rocard à la communication. Le maire de Conflans, aux allures de « gentil », toujours ouvert aux médias et soucieux de se conformer à leurs codes, tout en se montrant à l'écoute des sondages d'opinion, a disparu au début des années 1980. Comme tant d'autres politiques, il a découvert que les médias étaient un outil ambivalent, nécessaire, mais aussi périlleux. En phase d'ascension, les intérêts du leader et des médias, en quête de nouveaux visages, se recoupent. Mais une fois au pouvoir c'est le respect du secret, ainsi que la mise en valeur des politiques menées qui prédominent dans l'esprit de l'élu. Pour les journalistes, afin de marquer leur distance, le dévoilement de l'arrière-salle gouvernementale est au contraire nécessaire.

Mais plus que d'autres, Michel Rocard en a tiré des conclusions radicales. Pourtant, il fut un des premiers, notamment à gauche, à se saisir de la « communication politique ». En lien avec la culture de la « deuxième gauche », à la recherche d'une relation plus directe avec la société civile, elle lui apparaissait comme le moyen de s'imposer dans un jeu politique où il occupait une position marginale. L'apparence « scientifique » des sondages et des méthodes utilisées répondait parfaitement à sa recherche d'une manière de faire la politique plus « rationnelle ». Il pouvait d'autant mieux jouer des médias que ses compétences et son style étaient tout à fait en phase avec les attentes journalistiques, tant audiovisuelles que de la presse écrite. Peu à peu, la « communication politique » semblait s'institutionnaliser dans son entourage, au point d'avoir plusieurs groupes qui y étaient consacrés, au même titre que l'économie ou la stratégie. Il attirait nombre de « professionnels » de la communication, prêts à travailler pour lui, et ce même gratuitement.

Mais l'échec de l'Appel de Conflans et, plus globalement, son incapacité à imposer ses « bons sondages » à la volonté du parti en 1978-1980, lui rappellent durement les limites de tels procédés, dans une période de pleine puissance des partis politiques. Pour la première fois, il prend conscience de l'ambivalence de la ressource « médiatico-sondagière ». L'arrivée au pouvoir, lui offrant désormais de nouvelles ressources – occupation d'une fonction ministérielle avec tous les biens politiques qui y sont attachés : réseaux, financements, subventions, notoriété, image de gouvernant –, contribue à réduire l'importance de ce qui était jusque-là sa ressource principale. Dès cet instant, la « communication politique » ne semble

plus une priorité pour Michel Rocard. Les groupes chargés de la communication, après une perte d'influence notoire au profit de l'équipe du cabinet, disparaissent les uns après les autres, pour voir des acteurs, au capital politique ou universitaire plus fort, mais moins liés au monde de la communication, être en charge de la tâche. A l'heure où triomphent les publicitaires, ils se font de plus en en plus rares dans l'entourage de Michel Rocard. De sceptique à l'égard de l'efficacité des techniques de communication, le Premier ministre en devient même le critique, dénonçant en particulier la disparition des « enjeux » politiques au profit du « jeu » et la place grandissante prise par le divertissement dans la médiatisation du politique. Il est vrai que la période est marquée par d'importantes évolutions médiatiques. Comme nous avons pu le montrer en nous basant notamment sur les travaux de Nicolas Kaciaf, de nouvelles générations de journalistes apparaissent, ayant une proximité moins forte avec les politiques et utilisant une tonalité distanciée et ironique. Le divertissement occupe une place de plus en plus importante et s'impose aux émissions politiques, jusqu'à l'émergence des talk-shows, ces émissions conversationnelles, mélangeant sans distinction actualité et divertissement. Ce sont ces nouvelles formes de médiatisation du politique, dites d'*infotainment,* sur lesquelles va se concentrer le mépris rocardien à l'égard des médias. A l'exception de la courte période 1992-1994, il se refuse à ce type de formats dont il critique l'impact sur la démocratie. Si cette évolution n'a d'abord que peu de conséquences sur les sondages et le commentaire journalistique, son nouvel échec pour conquérir l'Elysée en 1988 tend à le faire apparaître comme en décalage. Surtout, le silence, dont il fait un acte de gouvernement à Matignon, laisse bientôt la place à un cadrage médiatique négatif, tout au long de son « triennat ». A son terme, alors qu'il voulait durer le plus longtemps possible pour montrer sa capacité à gouverner, son bilan n'a guère marqué les consciences. Cette évolution bouscule une image bien ancrée de lui et qui avait fait son succès. Vu comme une exception dans le champ des professionnels du politique – notamment par l'honnêteté et le « parler vrai » dont il est crédité –, il paraît se banaliser et rejoindre le rang d'un monde politique de plus en plus discrédité. Le « dur » devient donc « choquant », comme le souligne François Bayrou. Pierre Fresnault-Desruelles avait bien montré dans son commentaire de l'affiche du Premier ministre pour la campagne législative de Robert Chapuis, que l'image de rigueur dans laquelle se drapait Michel Rocard pouvait avoir des effets négatifs sur son image, laissant percevoir le « calcul » politique[1]. Les stigmates qu'il pouvait crânement coller à ses

[1] FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'affiche placardée. Op. cit.,* p. 22

adversaires lui sont désormais accolés. Il devient « archaïque », « apparatchik », « manœuvrier ». Fin 1991, sa cote dans les sondages plonge, en même temps que celle des autres socialistes, après trois ans à Matignon. La perte de sa principale ressource, jusque-là, l'amène à une triple défaite : aux législatives, dans son fief, en 1993, aux européennes de 1994, et au sein du parti, quelques jours après. Ses derniers espoirs de conquérir la plus haute fonction de la République française s'envolent donc, avec une cote de popularité au plus bas.

Si nous avons pu voir que l'histoire de la désinstitutionnalisation de la « communication politique » dans l'entourage de Michel Rocard s'explique principalement par des facteurs personnels – et même psychologiques –, on peut se demander si notre cas ne doit pas être perçu comme un révélateur plus global. Si tous les politiques n'adoptent pas une attitude aussi extrême à l'égard de la « communication politique » que lui, celle-ci semble avoir perdu de ses fards dans les années 1980. Son incapacité à réduire l'écart de plus en plus grand qui se forge entre les citoyens et leurs représentants, se traduisant notamment par une impopularité croissante de ces derniers, montre bien qu'elle n'est pas l'outil miracle vanté à ses débuts. Notre étude de cas nous a permis de voir que la ressource « médiatico-sondagière » a bien des limites. Les partis politiques restent des armes puissantes et souvent nécessaires à la victoire, tout comme l'exercice de fonctions électives et surtout ministérielles. Nombre de « vedettes » politiques des années 1980 – Michel Noir, Michèle Barzach, Georgina Dufoix, François Léotard, Bernard Tapie pour ne citer que quelques noms – se sont finalement effondrées devant l'obstacle, et parfois face à des concurrents au départ moins populaires et semblant moins « adaptés » aux médias. Les « Affaires » semblent avoir également joué un rôle important dans cette désillusion à l'égard de la « communication politique ». Cette dernière, par les coûts qu'elle impliquait, fut perçue comme une des causes des financements occultes rendus nécessaires par la recherche frénétique de rentrées d'argent. Michel Rocard, que nous supposons être un papier chimique d'évolutions plus globales, se fait là acteur, étant à l'origine de la loi du 15 janvier 1990 qui, par sa sévérité, rend quasiment impossible le recours aux procédés publicitaires en politique, à l'exception, et de manière très limitée, des campagnes électorales. Cette disgrâce se retrouve aussi dans la place accordée aux publicitaires, acteurs essentiels du développement de la « communication politique ». Au faîte de leur gloire au milieu des années 1980, ils perdent de leur aura à la fin de la décennie.

Leur incapacité à adopter la lecture « politique » d'une situation[1] et leur coût exponentiel les discréditent aux yeux des dirigeants politiques, qui leur préfèrent bientôt ce que nous appellerons des conseillers au profil plus « politique ». Cela se traduit dans le cas de Michel Rocard par l'écartement de Claude Marti, Dominique David ou encore Claude Posternak, au profit du seul Guy Carcassonne, mieux doté en ressources militantes et universitaires. Ces publicitaires avaient aussi justifié leur rôle auprès des politiques par l'adaptation nécessaire aux médias de masse, et en particulier à la télévision. Mais cet argument n'est plus porteur auprès de nouvelles générations pour lesquelles la télévision fait partie de l'environnement. L'objet médiatique s'est banalisé et avec lui ses contraintes. Enfin, les journalistes afin de bien marquer leur distance avec ces « associés-rivaux[2] », dont ils sont largement dépendants en terme d'informations, les décrivent de manière très négative. Jay Blumler parle ainsi de « journalistic fight back[3] ». Les récents scandales comme « l'Affaire Cahuzac » ont aussi montré que certains de ces conseillers pouvaient bâtir une stratégie de mensonge pour favoriser leur client, contribuant encore à noircir l'image de cette fonction. Comme nous l'avons vu avec Michel Rocard, s'afficher comme « l'anti-communicant » est aussi une manière de communiquer. C'est notamment la posture adoptée par François Hollande entre sa campagne présidentielle de 2012 et la nomination de Gaspard Gantzer en 2014.

Il serait abusif d'en conclure à une disparition totale des « pubards » en politique. Les exemples de Frédéric Beigbeder dans l'équipe de Robert Hue en 2002, de Jean-Michel Goudard ou de Thierry Saussez auprès de Nicolas Sarkozy, ainsi que d'un Stéphane Fouks auprès de Dominique Strauss-Kahn et Manuel Valls semblent invalider cette tendance. Ils paraissent toutefois être peu représentatifs du champ politique français plus général. Par ailleurs, contrairement aux publicitaires vedettes des années 1980, comme Jacques Séguéla ou Claude Marti, ils ne sont pas des mercenaires prêts à se vendre au plus offrant. Leur marge de manœuvre est également moins importante que celle dont bénéficiait un Jacques Séguéla en 1981 ou Jacques Pilhan en 1988. Leur travail, à moins d'une relation directe et personnelle

[1] Denis Barbet montre ainsi que l'échange linguistique se fait plutôt de la politique vers la publicité que dans le sens contraire : BARBET, Denis. Les emprunts discursifs entre politique et publicité. Des échanges inégaux. *Mots. Les langages du politique*, n° 98, 2012. http://mots.revues.org/20590. Consulté le 18 septembre 2016.

[2] LEGAVRE, Jean-Baptiste. Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme « associés-rivaux ». *Communication & langages*, n° 169, 2011, p. 105-123

[3] BLUMLER, Jay. Origins of the crisis of communication for citizenship. *Political communication*, n° 14, 1997, p. 399

avec le politique, est le plus souvent celui d'un exécutant[1]. D'autres travaux que nous avons pu mener, sur une période plus récente, nous ont conduit à accorder, par contre, plus d'importance à ce que nous appelons les « politiques ». Il s'agit en fait d'un entourage plus militant qui se spécialise dans ce domaine communicationnel, espérant y trouver une ressource ascensionnelle. Ils ne souffrent pas du problème d'incompréhension avec leur leader, ayant la même culture militante. Leur militantisme et leur ambition politiques en font des auxiliaires peu coûteux, alors même que le financement de la politique se trouve très encadré légalement, depuis la fin des années 1980. S'ils ont parfois reçu une formation en communication, c'est clairement leur militantisme qui leur permet d'accéder à leur fonction. Leur engagement assure aussi au leader politique une relation de confiance, bien loin des « mercenaires » des années 1980.

Au travers de cette évolution sociologique du conseil en communication, on peut donc s'interroger sur sa « professionnalisation ». On pourrait considérer en appliquant le cadre d'analyse de Denis Ruellan sur le journalisme que la « communication politique » repose sur un « professionnalisme du flou ». Mais il semble que contrairement aux journalistes, on ait plus de mal à déceler dans le rôle de conseiller en communication un « statut exceptionnel et une réputation de compétence[2] ». La notion de « professionnalisation » pose en outre problème dans le cas de la communication politique. Largement employée dans le champ de la recherche anglosaxonne, au point que les études se multiplient pour envisager son essor à l'échelle du globe[3], Darren Lilleker et Ralph Negrine ont bien montré que la notion de « professionnalisation » est complexe d'utilisation. Outre la diversité des pratiques que le terme dissimule, il ne permet pas d'étudier en détail les évolutions concrètes de la communication politique. Il cache les continuités importantes que révèlent les pratiques de

[1] GUIGO, Pierre-Emmanuel. Des hommes de l'ombre ? Quel professionnalisme des consultants en communication ? Intervention au Colloque « Communication et médias dans la campagne présidentielle de 2012 », 24 mai, LCP-CNRS, Paris

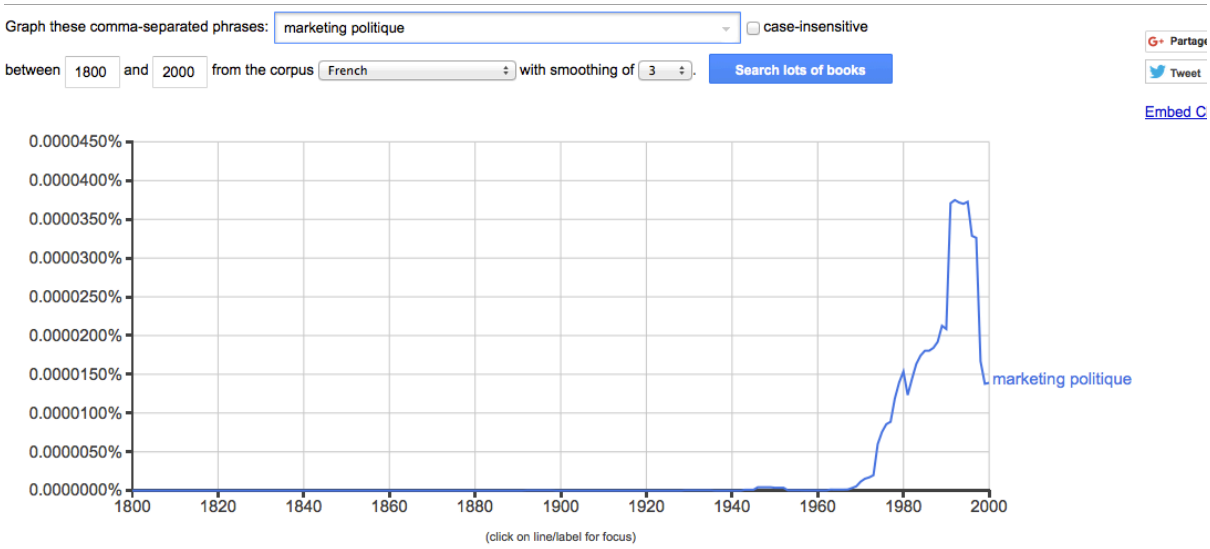
[2] RUELLAN, Denis. Le professionnalisme du flou. *Réseaux*, n° 51, 1992, p. 37

[3] Nous avions eu l'occasion de prendre conscience des biais méthodologiques (une vision de la « professionnalisation » uniquement forgée sur le modèle américain et une faible adaptation du questionnaire aux pratiques concrètes européennes) de telles études durant notre participation à une enquête internationale menée par Jens Tenscher. On peut notamment en voir une partie des résultats dans : TENSCHER, Jens et MYKKÄNEN, Juri. Two Levels of Campaigning : An Empirical Test of the Party-Centred Theory of Professionalisation. *Political studies*, n° 61, 2014. On retrouve d'ailleurs des biais équivalents dans l'ouvrage très cité : PLASSER Fritz and Gunda. *Global Political Campaigning. A Worldwide analysis of campaigning professionals and their practices.* Westport : Praeger, 2000.

communication politique, depuis le début du XX^{ème} siècle, selon les auteurs[1]. Dans le cas français, on pourrait en effet supposer que s'il n'y a pas un afflux massif de « professionnels » de la communication au sein du champ politique, cette « professionnalisation » a pu se faire par l'acculturation des « politiques » aux techniques de la « communication politique ». Là encore, notre cas d'étude nous invite à en douter. Si le marketing était le maître mot de la stratégie rocardienne dans les années 1970, il disparaît complètement du vocabulaire employé dans les années 1980. Cette évolution se retrouve d'ailleurs dans le vocabulaire politique français plus général, si l'on en croit – nous renvoyons à l'introduction pour les biais de cette méthode – les données de Google Ngram (graphique 14). Même s'il ne disparaît, le terme de « marketing politique » décline fortement depuis le début des années 1990.

[1] NEGRINE, Ralph et LILLEKER, Darren G. The professionalization of political communication. Continuities and change in Media practices. *European journal of communication*, vol. 17, 2002, p. 305-323

Graphique 14 : Diffusion du terme « marketing politique » à travers le temps, selon les données du logiciel de Google Ngram



Les sondages restent néanmoins un objet d'attention capital à Matignon, comme nous l'avons vu. Il semblerait que ce soit d'ailleurs plus le cas de son entourage que de Michel Rocard lui-même[1]. Alors qu'ils lui deviennent défavorables, peu avant l'élection présidentielle de 1988, il émet les critiques les plus acerbes à leur égard.

Dernier trait distinctif de la « communication politique », la recherche d'une parole politique « moins idéologisée » – nous avons vu en introduction à quel point la « communication politique » est liée au système capitaliste et qu'elle est donc, elle-même, vecteur d'une idéologie – afin d'éviter les travers de la propagande et de ses dérives totalitaires. Cela passait notamment par une attraction pour les formats médiatiques plus triviaux, comme les émissions de divertissement ou la presse *people*. Là encore, le rejet croissant par Michel Rocard de ces formats ne fait qu'anticiper sur un essoufflement de cette présentation du politique dans les années 1990. C'est ce que montre Guillaume Fradin dans son étude consacrée à la participation des hommes politiques aux programmes de divertissement[2]. Les talk-shows, point extrême du mélange entre information et divertissement, sont aussi réservés à des leaders politiques en phase d'ascension ou à la

[1] Entretien avec Pierre Encrevé, 5 décembre 2010

[2] FRADIN, Guillaume. Cinquante ans de dévoilement de soi. *Art. cit.*

carrière déjà achevée. Ceux bénéficiant d'un capital politique bien établi sont plus rares à s'y essayer, comme a pu le montrer Aurélien Le Foulgoc[1]. Michel Rocard, contraint de participer à *Tout le monde en parle,* témoigne de cette nécessité de prendre des risques quand on est en marge du jeu politique.

Loin d'être isolé, le cas rocardien semble donc témoigner d'une tendance, l'institutionnalisation très limitée de la « communication politique » en France. Ses entrepreneurs n'ont pas réussi à en faire un secteur autonome du champ politique. Elle semble restée un entre-deux inabouti, à l'intersection entre l'activité politique au sens large et le recours occasionnel à d'autres champs professionnels. Cette instabilité en fait, au final, un domaine fragile et discuté. Si elle reste donc un secteur limité, elle est étonnamment présente dans l'imaginaire collectif, où elle apparaît sous des traits plutôt négatifs comme en témoigne, entre autres, le succès de la série *Les hommes de l'ombre* (Dan Frank, Frédéric Tellier, Charline de Lépine, Emmanuel Daucé, 2012 et 2014). On ne compte plus non plus les livres dénonçant ou fantasmant « les jeux d'influence[2] », « la gouvernance de l'ombre[3] », des « gourous de la com'[4] ». La figure de Gaspard Gantzer, présenté en « marionnettiste[5] » du président Hollande est un exemple intéressant de cristallisation de cet imaginaire[6]. Le conseiller en communication détiendrait ainsi un « pouvoir occulte[7] ». Les limites de l'institutionnalisation de la « communication politique », en laissant cet objet social dans un entre-deux instable, le rendent d'autant plus suspect, mais aussi fascinant. La « communication politique » en France concentre les fantasmes, tout en apparaîssant comme

[1] LE FOULGOC, Aurélien. *Politique et télévision. Extension du domaine politique.* Bry-sur-Marne : INA Editions, 2010

[2] HERMANN, Luc et GIRAUDAT, Jules. *Jeu d'influences*. Paris : La Martinière, 2014

[3] VIELCANET, Florence. *La Fabrique de présidents. Spin doctors : La gouvernance de l'ombre*. Paris : La Martinière, 2011

[4] GORIUS, Aurore et MOREAU, Michaël. *Les gourous de la com'. Trente ans de manipulations politiques et économiques*. Paris : La Découverte, 2011. Et des mêmes auteurs : *Les gourous de la com' dérapent*. Paris : Fayard, 2016

[5] *Le Figaro*, 29 septembre 2015 : http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2015/09/29/31001-20150929ARTFIG00127-gaspard-gantzer-le-marionnettiste-de-l-elysee.php. Consulté le 16 septembre 2016

[6] Le film d'Yves Jeuland intégralement focalisé sur lui en est révélateur : JEULAND, Yves. *Un temps de président*. France Télévision distribution, 2015

[7] EYMERI-DOUZANS, Jean-Michel, BIOY, Xavier et MOUTON, Stéphane. *Le règne des entourages : cabinets et conseillers de l'exécutif. Op. cit.,* p. 50

périlleuse pour la démocratie. Elle semble donc être une activité « abjecte », au sens que donne Julia Kristeva à ce terme : « C'est là, tout près mais inassimilable. Ça sollicite, inquiète, fascine le désir qui pourtant ne se laisse pas séduire. Apeuré, il se détourne. Ecœuré, il rejette[1]. »

Ce phénomène paraît d'autant plus criant si on adopte une approche comparée de notre pays au monde anglo-saxon, par exemple. En Grande-Bretagne, et plus encore aux Etats-Unis, la « *political communication* » paraît une activité tout à fait légitime. Au contraire des conseillers en communication français, jetés dans l'ombre, les « *spin doctors* » américains sont des acteurs de la vie publique. Ils interviennent dans les médias, défendent leur « client ». Les séries révèlent d'ailleurs ce regard plus positif à leur égard, Toby Ziegler dans *The West Wing* (Aaron Sorkin, 1999-2006) apparaît ainsi comme une conscience morale auprès du Président et non comme un grand manipulateur. Les législations, relativement clémentes, permettent en outre de faire de la « communication politique » un véritable marché, rentable pour ceux qui veulent s'y professionnaliser. Face à des lois très libérales, la publicité politique a pu s'y développer, utilisant l'affichage et les spots télévisés de manière massive. Quant au marketing politique, il reste l'alpha et l'oméga de toute stratégie, en s'appuyant notamment sur les sondages et même, désormais, la collecte de données via le numérique – Big Data (graphique 15).

[1] KRISTEVA, Julia. *Pouvoirs de l'horreur*. Paris : Seuil, 1980

Graphique 15 : Diffusion du terme « *political marketing* » à travers le temps, selon les données du logiciel de Google Ngram



Il faudrait toutefois éviter de réifier l'exemple américain, que nombre de conseillers en communication sont prompts à ériger en modèle. L'institutionnalisation de la « communication politique » y a aussi des limites, comme semble le montrer la faible « professionnalisation » de cette activité dans l'exercice du pouvoir. Les professionnels des campagnes électorales sont bien plus nombreux que les conseillers en communication des gouvernants.

C'est donc une étude plus générale, d'abord à l'échelle de la France, qu'il faudrait mener pour confirmer ou infirmer la généralisation du gel de l'institutionnalisation de la « communication politique », que nous avons pu voir au travers de l'exemple rocardien. Il paraît particulièrement important, alors que notre thèse, ainsi que les études que nous avons mené jusque-là, portent essentiellement sur l'échelon national, d'étudier la place de la « communication politique » au local. Caroline Ollivier-Yaniv semble ainsi suggérer un fort développement, notamment en province, des formations dans ce domaine, ainsi que des postes auprès des collectivités territoriales[1]. Il faudrait également étudier les éventuelles

[1] OLLIVIER-YANIV, Caroline. La « communication publique » comme « monde social ». *Art. cit.*

différences dans l'institutionnalisation de la « communication politique » suivant les cultures politiques des différentes formations.

Puis, une appréhension plus globale de l'institutionnalisation de la « communication politique » permettrait de mieux éclairer le rapport au « modèle » américain – dont on a vu les limites d'application dans notre cas –, de voir la diversité des modes d'hybridation, et pourquoi pas de faire ressortir une typologie des modèles d'adaptation de la « communication politique ». Pour accomplir une telle tâche, la méthodologie que nous avons déployé ici, alliant recherche historique fondée sur des archives contextualisées – et plus précisément ici une majorité de documents collectés auprès des acteurs –, et inspiration de la science politique et des sciences de l'information et de la communication nous paraît à même d'éviter les écueils de l'anachronisme et de la normativité encore trop courants dans les approches de la communication politique[1].

[1] OLLIVIER-YANIV, Caroline. Discours politiques, propagande, communication, manipulation. *Art. cit.,* p. 36. Cette approche normative est particulièrement identifiable dans les travaux de certains chercheurs américains notamment : BLUMLER, Jay G. et GUREVITCH, Michael. *The crisis of public communication.* Londres : Routledge, 1995

Liste des sigles et abbréviations utilisés

-ACADI : Association des cadres dirigeants de l'industrie pour le progrès social et économique

-AFP : Agence France Presse

-CERES: Centre d'études, de recherches et d'éducation socialiste

-CEVIPOF : Centre d'étude de la vie politique française

-CFDT : Confédération française démocratique du travail

-CFTC : Confédération française des travailleurs chrétiens

-CGT : Confédération générale du travail

-CIMADE : Comité inter-mouvement auprès des évacués

-CNJA : Centre national des jeunes agriculteurs

-CSA : Conseil supérieur de l'audiovisuel

-CSG : Contribution sociale généralisée

-ENA : Ecole nationale d'administration

-FEN : Fédération de l'Education nationale

-FGDS : Fédération de la gauche démocrate et socialiste

-FIDL : Fédération indépendante et démocratique lycéenne

-FLNKS : Front de libération national kanak et socialiste

-FNSEA : Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles

-FO : Force ouvrière

-GAM : Groupes d'action municipale

-GATT : Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce

-IFOP : Institut français d'opinion publique

-MNEF : Mutuelle nationale des étudiants de France

-MRG : Mouvement des radicaux de gauche

-OLP : Ogranisation de libération de la Palestine

-ONU : Organisation des nations unies

-PAC : Politique agricole commune

-PCF : Parti communiste français

-PS : Parti socialiste

-PSU : Parti socialiste Unifié

-RMI : Revenu minimum d'insertion

-RPCR : Rassemblement pour la Calédonie dans la République

-RPR : Rassemblement pour la République

-SFIO : Section française de l'Internationale ouvrière

-SID : Service d'information et de diffusion

-SME : Système monétaire européen

-SOFRES : Société française d'enquête par sondages

-UDSR : Union démocratique et socialiste de la Résistance

-UNEF : Union nationale des étudiants de France

Sources

Sources archivistiques

I) Archives publiques

A) Archives nationales

1) Fonds de Michel Rocard (680AP)

En 2011, Michel Rocard a versé une partie très importante de ses documents aux Archives nationales. Ce fonds, même s'il est surtout riche sur sa carrière de député européen offre néanmoins une large vue de notre période (essentiellement à partir de 1981). Dans le cadre du projet de numérisation de l'œuvre de Michel Rocard, nous avons eu un accès illimité à ce fonds. Nous remercions également les archivistes – en particulier Zénaïde Romaneix, Virginie Grégoire et Vivien Richard – pour leur aide et leur confiance.

- Nous avons souhaité parcourir l'intégralité des discours de Michel Rocard sur notre période et avons donc consulté ce fonds des cotes 680AP/172 à 680AP/259, afin d'avoir une vue d'ensemble et de réaliser les tableaux D, E, F en annexes.
- Pour ce qui concerne plus spécifiquement la préparation de sa communication, nous nous sommes concentré sur les cartons : 680AP/4 (secrétariat), 680AP/10 (Clubs),

680AP/12 et 680AP/15 (campagnes électorales), 680AP/14 (campagne présidentielle de 1980), 680AP/20 (ministère de l'Agriculture), 680AP/21 et 22 (travaux à Matignon et déplacements comme Premier ministre)

2) Fonds du PSU (581AP)

Nous avons consulté les cotes 581AP/20 à 581AP/25, 581AP/65, 581AP/88 et 581AP/89.

3) Versements de Matignon (1988-1991)

-Nous nous sommes concentré sur les versements effectués par **Guy Carcassonne** après Matignon (19920622).

-Ainsi que ceux du **Service d'information et de diffusion du gouvernement** : 19980247/7, 19980247/8, 19980247/10, 19980247/13, 19980247/18, 19980247/19, 19980247/30.

-Mais pour remettre en contexte et effectuer d'autres travaux, nous avons aussi consulté des versements de la période de **Jacques Chirac** : 19890665 (Notes de Philippe Reinhard).

4) Fonds de la présidence de la République, François Mitterrand, AG/5(4)

Pour compléter notre regard sur la pratique de la communication politique à l'époque nous avons aussi dépouillé des cartons concernant ce sujet au sein du fonds de François Mitterrand :

AG/5(4)/ND/52, AG/5(4)/ND/82, AG/5(4)/ND/116, AG/5(4)/FC/181, AG/5(4)/MS/10, AG/5(4)/CHS/47, AG/5(4)/6549, AG/5(4)/3421, AG/5(4)/6533, AG/5(4)/6592, AG/5(4)/EG/269, AG/5(4)/CHS/40, AG/5(4)/CHS/44, AG/5(4)/CHS/45, AG/5(4)/CHS/46.

B) Archives municipales de Conflans-Sainte-Honorine, Fonds de Michel Rocard (3Z)

Selon notre analyse de ce fonds, il correspond au fonds du cabinet de Michel Rocard de ses débuts politiques jusqu'en 1981. Il s'agit donc d'un fonds essentiel, qui n'a encore jamais été exploité. Nous remercions vivement les archivistes de Conflans-Sainte-Honorine pour leur aide.

Sur un total de 107 cartons, nous avons consulté (en intégralité ou partiellement) 21 cartons, composés de dossiers de presse, d'articles de Michel Rocard, de notes préparatoires au Congrès de Metz, de dossiers de travail concernant Conflans-Sainte-Honorine et la circonscription, du courrier reçu et expédié durant notre période : 3Z32, 3Z34-35, 3Z39, 3Z67-69, 3Z70-71, 3Z73, 3Z80-83, 3Z85-87, 3Z89, 3Z96-97, 3Z101.

C) Archives audiovisuelles, fonds de l'Inathèque, Bry-sur-Marne

1) Ses interventions

Pour ce fonds, nous avons tenté d'être le plus exhaustif possible. Nous avons ainsi consulté 814 documents (44 fichiers pour la radio et 770 pour la télévision). Tout d'abord, nous avons recherché l'intégralité de ses interventions télévisées et radio (« Index Générique » dans Hyperbase, fonds archives audiovisuelles). Parmi celles-ci nous nous sommes focalisé sur ses participations (121 émissions au total) aux principaux programmes durant la période étudiée (1965-1995) :

- Télévision

-*Actuel 2* (1)

-*Allocutions* (2)

-*A armes égales* (2)

-Spots de *campagne officielle* (21)

-*Cartes sur table* (3)

-*C'est-à-dire* (1)

-*Communication gouvernementale* (1)

-*L'Heure de vérité* (6)

-*Italiques* (2)

-*Journaux télévisés* (36 en plateau)

-*L'Evénement* (1)

-*Questions à domicile* (3)

-*La Marche du siècle* (1)

-*Sept sur Sept* (12)

-*Soixante minutes pour convaincre* (1)

-*Les trois vérités* (1)

- Radio (nous avons pu nous appuyer uniquement sur les chaînes publiques – essentiellement France Inter et France Culture – puisque le dépôt légal ne concerne que celles-ci avant 1995) :

-*Arrêt sur image* (2)

-Spots de *campagne officielle* (6)

-*Dialogues* (5)

-*Face au public* (6)

-*Interactualités* (9)

-*Parlons clair* (1)

-*Radioscopie* (4)

2) Extraits de journaux télévisés qui l'évoquent

Pour compléter ces interventions de Michel Rocard, nous avons aussi visionné la plupart des extraits de journaux télévisés qui lui étaient consacrés (recherche « Index Textes » dans Hyperbase), soit au total 649 extraits de journaux étudiés.

3) Interventions d'autres acteurs politiques

Pour permettre une véritable contextualisation, nous avons aussi visionné les principales émissions télévisées des grandes figures politiques contemporaines (François Mitterrand –

Cartes sur table, 15 février 1978 ; *Ca nous intéresse M. Le Président*, 28 avril 1985, 15 décembre 1985, 2 mars 1986 ; *Questions à domicile*, 31 mars 1988 ; *L'enjeu*, 15 septembre 1983 –, Laurent Fabius – *Parlons France*, 17 octobre 1984 ; *L'Heure de vérité*, 8 janvier 1986 –, Raymond Barre – *L'Heure de vérité*, 7 janvier 1987, Valéry Giscard d'Estaing – *L'Heure de vérité*, 11 février 1987 ; *Questions à domicile*, 15 décembre 1988).

4) *Bébête Show*

La caricature a aussi été très présente dans notre corpus avec 85 *Bébête Shows* visionnés dans lesquels apparaissait la marionnette de Michel Rocard. L'absence de dépôt légal nous a empêché de faire une étude aussi fouillée des *Guignols*. Pour ceux-ci nous nous sommes concentré sur des « Best off » des premières émissions.

5) Archives des audiences

Enfin, nous avons aussi étudié les audiences de Michel Rocard au travers des fonds d'archives du Centre d'études d'opinion dirigé par Jacques Durand, de son fonds personnel (partie Les publics), et du fonds du Conseil supérieur de l'Audiovisuel.

II) Archives privées

A) Archives de Pierre Zémor

Il s'agit du fonds de Pierre Zémor, conseiller en communication de Michel Rocard de 1969 à 1988. Il regroupe le travail du Groupe image, du Groupe Prospol, des groupes de coordination autour de Michel Rocard, des documents émanant de Pierre Zémor, de Michel Rocard et d'une multitude d'acteurs qui participent à cette communication (sondages, revues de presse, correspondances, tracts, affiches, *paper boards,* transparents...). Ce fonds n'étant pas ou très peu classé, nous avons entrepris son classement, sans pour autant nous prévaloir de méthodes archivistiques que nous ne possédons pas.

Ce sont, au total, 14 cartons pour ce qui concerne la communication nationale de Michel Rocard entre 1969 et 1995, 4 cartons dédiés aux campagnes locales dans les Yvelines (Conflans et élections législatives), ainsi que 5 cartons consacrés aux congrès du PS (Metz, Valence, Bourg-en-Bresse, Toulouse, Lille, Rennes, La Défense, Bordeaux, Le Bourget).

B) Archives de Michel Rocard à son domicile (Saint-Rémy-L'Honoré)

Michel Rocard, malgré le don d'un grand nombre de documents aux Archives nationales en 2011, gardait chez lui une partie de ses archives. C'est un ensemble de 7 volumineux cartons que nous avons classé, à sa demande, entre juin 2015 et septembre 2016. On y trouve beaucoup de coupures de presse le concernant, mais, et plus intéressant pour nous, des discours, des notes de ses conseillers, son rapport sur les camps de regroupement et ses diplômes. Les documents les plus intéressants sont, sans aucun doute, des cahiers sur lesquels il notait toutes ses activités, jour par jour. Il nous a ainsi présenté 7 volumineux carnets allant de 1977 à 1991 (avec des manques).

C) Archives de Bernard Spitz

Après un entretien avec Bernard Spitz, celui-ci nous a confié le soin de classer la documentation qu'il a conservée de son rôle auprès de Michel Rocard, comme proche dans les années 1980, puis comme conseiller officieux à Matignon. Il s'agit d'un volumineux carton équivalant à 5 cartons portant sur la période 1985-1995. On y trouve un grand nombre de notes réalisées à l'attention de Michel Rocard et de Jean-Paul Huchon. Une importante partie porte sur la communication, violon d'Ingres de Bernard Spitz, qui vient du journalisme. On y retrouve également les travaux des experts tant dans la campagne de 1985-1988, que dans celle 1991-1995. Surtout, en l'absence d'archives de Jean-Paul Huchon, c'est un bon moyen de connaître son regard durant cette période, étant donné le grand nombre de notes échangées avec le jeune conseiller. On y trouve également un passionnant document, rédigé par Jean-Paul Huchon, et décrivant, presque jour par jour, l'humeur du directeur de cabinet de Michel Rocard, à la façon de verbatims.

D) Archives de Jean-François Merle

Il s’agit d’un ensemble de documents manuscrits issus du Groupe image. Il représente environ un carton d’archives et contient notamment le manuscrit de l’« Appel de Conflans ».

E) Archives de Gérard Colé

Gérard Colé nous a confié le soin de classer ses archives conservées à son domicile, dans les

Landes. On y trouve un très grand nombre de notes (environ 4 000) réalisées pour la président de la République, François Mitterrand, ainsi que quelques documents antérieurs (notamment sur la campagne de 1981). Certains documents ont permis d'éclairer son rôle auprès de Michel Rocard entre 1988 et 1991.

F) Archives de Gentiane Weil

Madame Gentiane Weil, attachée de presse dans les cabinets de Michel Rocard de 1981 à 1985, nous a confié quelques unes des notes rédigées à l'attention du ministre ou de son directeur de cabinet.

G) Archives du Centre de recherche politique de Sciences Po (CEVIPOF)

1) « Sondothèque » du CEVIPOF

-L'ensemble des sondages du baromètre SOFRES - *Le Figaro* 1971-1995, soit 16 cartons.

-L'ensemble des sondages Louis Harris-France 1970-1994, soit 10 cartons.

-L'ensemble des sondages IFOP 1974-1994, soit 9 cartons.

2) Tracts

-TR 1, années 1951-1974

-TR 2, années 1975-1977

-TR 3, années 1978-1980

-TR 4, années 1981-1988.

H) Archives socialistes (Fondation Jean Jaurès et Office Universitaire de Recherche socialiste)

1) Fonds Michel Rocard, coupures de presse, discours, et chronologie : 1971-1981

Documents collectés par François Carles, assistante de François Mitterrand. Outre la revue de

presse qu'il offre, cet ensemble est intéressant car il permet de voir l'évolution de Michel Rocard au travers de documents collectés par une fervente mitterrandiste. 4 cartons. Il est désormais consultable en ligne sur le site de l'Association MichelRocard.org : http://www.michelrocard.org/app/photopro.sk/ROCARD/doclist?prms_treelist=rootNode%3D423%26openNodes%3Dpsearch=mcpid%20%3A%20%22445%22&mcpid=445

2) Fonds de Robert Chapuis (107APO)

107APO 16/5, 107APO 43, 107APO 43/2, 107APO 44, Carton « Convaincre, n°2 ».

3) Fonds de Pierre-Yves Cossé

Ce fonds que nous avons pu récupérer au domicile de Pierre-Yves Cossé n'avait pas été classé lors de notre consultation, nous ne pouvons donc indiquer de cotes précises. Il s'agissait d'un ensemble de notes et de textes écrits pour Michel Rocard du temps du PSU et du PS.

III) Sources imprimées

A) Dossiers de presse de Sciences Po

- Le Parti socialiste unifié (1960 à 1990)

- Le Parti socialiste (juin 1969 à mai 1974)

- Le Parti socialiste (mai 1974 à mars 1978)

- Le Parti socialiste (avril 1978 à mai 1981)

-Le Parti socialiste pendant le premier septennat de François Mitterrand (1981-1984)

-Le Parti socialiste pendant le premier septennat de François Mitterrand (1984-1986)

-Le Parti socialiste pendant le premier septennat de François Mitterrand (1986-1988)

-Le Parti socialiste pendant le deuxième septennat de François Mitterrand, Gouvernement Rocard (1988-1991)

-Le Parti socialiste à la fin des années Mitterrand (1991-1995)

-Michel Rocard Premier ministre (1988-1991)

-Le gouvernement Rocard (1988-1991)

-La politique du gouvernement Rocard (1988-1991)

Ces dossiers de presse, s'ils sont d'une grande richesse, ne sont pas exhaustifs (ils ne contiennent pas de presse régionale, ni de coupures de presse de *Paris Match* ou de la presse *people*), et sont déjà le fruit d'un travail de sélection. Par ailleurs, ces coupures de presse sont donc isolées de leur contexte (difficile de savoir quelle était leur place dans le journal ou magazine en question).

B) Dépouillement de la presse nationale à partir des fonds de la Bibliothèque de Sciences Po, de la Bibliothèque nationale de France et de la Bibliothèque de Nice

Pour compenser ces biais, nous avons dépouillé les grands quotidiens (*Le Figaro*, *Libération, Le Monde*) et des hebdomadaires (*Le Nouvel Observateur*, *L'Express, Paris Match, Le Point*), aux principales dates de notre objet d'étude :

-Arrivée à la direction du PSU

- Campagne de 1969

- Assises du socialisme

- Accession à la fonction de Secrétaire national du PS

- Discours du Congrès de Nantes

- Discours du 19 mars 1978

- Congrès de Metz

- Appel de Conflans

- Nomination au ministère du Plan

- Accession au ministère de l'Agriculture

- Démission du ministère de l'Agriculture

- Déclaration de candidature pour la présidentielle de 1988, en juin 1985

- Renoncement à sa candidature en mars 1988

- Nomination comme Premier ministre

- Négociations sur la Nouvelle-Calédonie

- Débat sur la CSG

- Guerre du Golfe

- Démission comme Premier ministre

- Discours de Montlouis-sur-Loire

-Accession à la tête du PS

- Echec de la campagne aux européennes

Nous avons aussi consulté la presse locale du territoire dans lequel Michel Rocard est élu. Nous avons ainsi dépouillé les numéros de *La Gazette des Yvelines* et du *Courrier républicain* (devenu *Le Courrier des Yvelines*), ainsi que du *Parisien* aux périodes suivantes :

-février-mars 1967

-mai-juin 1968

-septembre-octobre 1969

-février-mars 1973

-décembre 1976-mars 1977

-février-mars 1978

-mai-juin 1981

-décembre 1982-mars 1983

-février-mars 1986

-mai-juin 1988

-décembre 1988-mars 1989

-février-mars 1993

C) Revues internes ou partisanes (PS et Conflans)

-*Faire* (mensuel) : tous les exemplaires dépouillés de sa création (1975) jusqu'en 1981.

-*Intervention* (mensuel) : tous les exemplaires de sa création (novembre 1982, n° 1) jusqu'en octobre 1986, dernier numéro, n° 18)

-*Convaincre* (mensuel), lettre des Clubs Convaincre : Tous les numéros de février 1986 (n° 1) jusqu'en 1998 (n° 121)

-*Vivre à Conflans,* tous les exemplaires depuis 1977 jusqu'en 1995.

D) Autres revues

-L'intégralité des numéros de la revue *Sondages* de 1969 (vol. 31, n° 1) jusqu'en 1978 (vol. 40, n° 3).

-L'intégralité des numéros de la revue *Sondoscope* de 1981 (n° 1) jusqu'en 1995 (n° 110).

-Tous les volumes de *L'état de l'opinion* publiés par la SOFRES de 1987 à 1995.

- Tous les numéros de *Pouvoirs*, de 1977 (n° 1) à 1995 (n° 72) et plus particulièrement la rubrique « Chroniques de l'opinion ».

Sources orales (entretiens avec l'auteur)

Dans le cadre de cette thèse nous avons réalisé une série d'entretiens avec des acteurs de la période ayant joué un rôle dans la communication de Michel Rocard ou des observateurs importants. Ces entretiens ont été réalisés et enregistrés en face-à-face, à l'exception de quelques uns réalisés par téléphone.

- Gilles Amado, 3 mai 2013, Paris, 45 minutes
- Alain Bauer, 29 janvier 2015, Paris, 1h30
- François Bazin, 16 mai 2014, Paris, 2h30
- Jean-Louis Bianco, 6 novembre 2015, Paris, 1h15
- Alain Bergounioux, 29 avril 2010, Paris, 40 minutes
- Marie Bertin, 28 septembre 2015, Paris, 1h30 et 5 octobre 2015, Paris, 4h
- Jean-Marcel Bichat, 24 janvier 2011, Paris, 1h35
- Jean Boissonnat, 16 mai 2014, Paris 1h40
- Pierre Brana, 26 juin 2010, Paris, 1h16 ; 23 avril 2014, Paris, 2h30
- Dorine Bregman, 15 octobre 2015, Paris 1h15
- Guy Carcassonne, 1er juillet 2010, Paris, 1h02
- Gérard Carreyrou, 28 avril 2015, Paris, 2h10
- Jean-Marie Cavada, 31 janvier 2011, Paris, 1h15
- Roland Cayrol, 27 avril 2011, Paris, 1h12
- Guy Claisse, 2 avril 2011, entretien téléphonique, 20 minutes
- Jean-Christophe Cambadélis, 14 janvier 2016, Paris, 1h15
- Jacqueline Chabridon, 27 janvier 2014, Paris, 2h15
- Robert Chapuis, 18 octobre 2010, Paris, 2h30

- Gilles Cheyrouze, 13 janvier 2016, Paris, 2h20

- Jean-Paul Ciret, 3 décembre 2010, Paris, 2h10 ; 14 juin 2016, Paris, 1h30

- Gérard Colé, 6 janvier 2011, Paris, 3h10 et 9 décembre 2015, Grand Caoule, 1h30

-Yves Colmou, 17 juin 2016, Paris, 1h10

- Jean-Marie Colombani, 25 septembre 2014, Paris, 1h35

- Pierre-Yves Cossé, 5 novembre 2014, Paris, 2h30

- Jean Daniel, 14 janvier 2011, Paris, 35 minutes.

- Joseph Daniel, 13 mai 2011, Paris, 2h10

- Gérard Doiret, 6 avril 2011, Paris, 2h05

- Tony Dreyfus, 18 juin 2014, Paris, 1h25

- Elisabeth Dupoirier, 22 novembre 2012, Paris, 2h40

- Pierre Encrevé, 5 décembre 2010, Paris, 2h20 ; 20 janvier 2015, Paris, 2h30

- Jean-Paul Foncel, 15 novembre 2014, entretien téléphonique, 35 minutes

- Stéphane Fouks, 1er juillet 2014, Puteaux, 50 minutes

- Daniel Frachon, 12 novembre 2010, Paris, 1h35.

- Gérard Grunberg, 9 mai 2011, Paris, 45 minutes.

- Dominique Gerbaud, 10 décembre 2013, Paris, 1h40

- Roger Godino, 14 octobre 2015, Paris, 1h35

- Jean-Michel Helvig, 13 juin 2015, Paris, 2h

- Jacques Hintzy, 6 mai 2011, Paris, 29 minutes

- Jean-Pierre Hoss, 13 juin 2014, Paris, 45 minutes

- Jean-Paul Huchon, 15 janvier 2014, Paris, 1h15

- Patrick Jarreau, 21 avril 2014, Paris, 1h30

- Brice Lalonde, 3 juillet 2015, Paris, 1h30

- Gérard Leclerc, 25 janvier 2014, Paris, 45 minutes

- Gérard Lindeperg, 3 décembre 2014, Paris 1h45

- Joseph Macé-Scaron, 13 avril 2014, Paris, discussion informelle

- Jean-Luc Mano, 4 juillet 2014, Paris, 2h30

- Jean-Luc Margot-Duclot, 8 décembre 2012, Paris, 2h10

- Bruno Masure, 4 mai 2011, entretien téléphonique, 23 minutes

- Jean-François Merle, 15 juin 2010, Paris, 2h20 ; 14 mars 2011, Paris, 2h10 ; 14 mai 2014, Paris, 2h10 et 19 novembre 2015, Paris, 2h

- Jean-Louis Missika, 30 novembre 2010, Paris, 1h13 ; 13 juin 2014, Paris, 1h32

- Janine Mossuz-Lavau, 1er octobre 2010, Paris, 1h15.

- Claude Neuschwander, 24 janvier 2011, Paris, 1h10

- Jean-Luc Parodi, 29 avril 2011, Paris, 2h15 ; 13 mai 2014, Paris, 2h02

- Jean-Claude Petitdemange, 26 janvier 2011, Paris, 2h ; 23 novembre 2015, Paris, 2h15

- Claude Perdriel, 27 avril 2011, Paris, 35 minutes

- Pascal Perrineau, 3 octobre 2013, Paris, 1h10

- Thierry Pfister 21 janvier 2011, entretien téléphonique, 30 minutes ; 1er mars 2011, Paris, 2h15

- Denis Pingaud, 9 avril 2014, Paris, 1h05

- Bernard Poignant, 29 juin 2010, entretien téléphonique, 30 minutes ; 13 avril 2016, Paris, 1h15

- Claude Posternak, 17 avril 2014, Paris, 1h15

- Jean-Luc Pouthier, 12 juin 2014, Paris, 2h

- Pierre Pringuet, 6 juillet 2015, Paris, 1h20

- Alain Rémond, 4 mars 2011, Paris, 1h10

- Michel Rocard, 5 avril 2011, Paris, 40 minutes; 12 novembre 2012, Paris, 1h30 ; 4 juillet 2013, Paris, 45 minutes et de nombreux échanges informels avec lui tout en classant ses archives à domicile (Saint-Rémy-L'Honoré)

- Albert du Roy, 22 janvier 2014, Paris, 1h

- Jacques Sauvageot, 18 février 2014, Paris, 2h30

-Jessica Scale, 12 mars 2015, Paris, 55 minutes

- Robert Schneider, 5 avril 2011, Paris, 2h

- Bernard Spitz, 6 février 2015, Paris, 2h10

- François-Xavier Stasse, 27 juin 2010, Paris, 2h

- Jean-Pierre Sueur, 10 janvier 2013, Paris, 55 minutes

- Jean-Jacques Urvoas, 15 décembre 2010, Paris, 1h.

- Patrick Viveret, 13 janvier 2014, Nanterre, 2h30

- Alain de Vulpian, 14 mars 2014, Paris, 2h

- Stéphane Wahnich, 6 novembre 2015, Créteil, 2h10

- Gentiane Weil, 28 mars 2013, Paris, 1h35

- Scarlett Wilson-Courvoisier, 23 octobre 2010, Paris, 2h15

- Pierre Zémor, 4 mai 2011, Cachan, 1h15 ; 29 avril 2011, Cachan, 2h ; 6 juin 2013, Cachan, 1h et 26 avril 2016, Cachan, 1h15, ainsi que de nombreuses discussions qui n'ont pas été enregistrées.

Nous n'avons malheureusement pas pu rencontrer une série d'acteurs importants, en dépit de nos multiples sollicitations, notamment :

- Rachid Arhab

- Christian Blanc

- Claude Evin

- Jean-Pierre Fourcade

- Franz-Olivier Giesbert

-Catherine Le Galiot

- Alain Richard

- Michel Sapin

- Frédéric Thiriez

- Manuel Valls

Bibliographie

Politique et histoire culturelle du politique

Généralités

BANTIGNY, Ludivine. *La France à l'heure du monde. De 1981 à nos jours. Paris* : Seuil, coll. « Histoire de la France contemporaine », 2013.

BERSTEIN, Serge et MILZA, Pierre dir. *Axes et méthodes de l'histoire politique*. Paris : Seuil, 1998.

BERSTEIN, Serge dir. *Les Cultures politiques*. Paris : Seuil, 2003.

BOUSSAGUET, Laurie et alii dir. *Dictionnaire des politiques publiques*. Paris : Presses de Sciences Po, 2014.

COHEN, Antonin, LACROIX, Bernard, RIUTORT, Philippe dir. *Les formes de l'activité politique. Elements d'analyse sociologique (XVIIIème-XXème siècle)*. Paris : PUF, 2006.

— *Nouveau manuel de science politique*. Paris : La Découverte, 2009.

COLLIOT-THELENE, Catherine et PORTIER, Philippe dir. *La métamorphose du Prince : politique et culture dans l'espace occidental*. Rennes : PUR, 2014.

DELPORTE, Christian, MOLLIER, Jean-Yves, SIRINELLI, Jean-François dir. *Dictionnaire d'histoire culturelle de la France contemporaine.* Paris : Presses Universitaires de France, 2010.

DORNA, Alexandre. *Fondements de la Psychologie politique.* Paris : PUF, 1998.

DULONG, Delphine. Quand l'économie devient politique. La conversion de la compétence économique en compétence politique sous la V^{ème} République. *Politix*, vol. 9, n° 35, 1996, p. 109-130.

— *Moderniser la politique : aux origines de la V^{ème} République*. Paris : L'Harmattan, 1997.

DUBOIS, Vincent et DULONG, Delphine dir. *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'activité publique.* Strasbourg : Presses Universitaires de Strasbourg, 1999.

FOLEY, Michæl. *Political leadership : themes, contexts and critiques*. Oxford : Oxford University Press, 2013.

GAÏTI Brigitte. Des ressources politiques à valeur relative : le difficile retour de Valéry Giscard d'Estaing. *Revue française de science politique*, 40e année, n° 6, 1990, p. 902-917.

GARRIGUES, Jean, GUILLAUME, Sylvie, SIRINELLI, Jean-François dir. *Comprendre la V^{ème} République.* Paris : Presses Universitaires de France, 2010.

GIRARDET, Raoul. *Mythes et mythologies politiques.* Paris : Seuil, 1986.

LAGROYE, Jacques dir. *La politisation*. Paris : Belin, 2003.

MANIN, Bernard. *Principes du gouvernement représentatif.* Paris : Flammarion, 2008.

MONOD, Jean-Claude. *Qu'est-ce qu'un chef en démocratie ? Politiques du charisme*. Paris : Seuil, 2012.

OFFERLE, Michel. *La profession politique. XIXème-XXème siècle*. Paris : Belin, 1999.

OTTENHEIMER, Ghislaine. *Les intouchables : grandeur et décadence d'une caste : les inspecteurs généraux des Finances*. Paris : Albin Michel, 2004.

REMOND, René. *Pour une histoire politique.* Paris : Seuil, 1996.

ROSANVALLON, Pierre. *La démocratie inachevée : histoire de la souveraineté du peuple français.* Paris : Gallimard, 2003.

— *La légitimité démocratique. Impartialité, réflexivité, proximité*. Paris : Seuil, 2008.

SIRINELLI, Jean-François. *Désenclaver l'histoire. Nouveaux regards sur le XX^{ème} siècle français.* Paris : PUF, 2013.

— *Les vingt décisives.* Paris : Fayard, 2007.

— et RIOUX, Jean-Pierre. *Histoire culturelle de la France : le vingtième siècle.* Paris : Seuil, 1998.

SOMMIER, Isabelle et CRETTIEZ, Xavier. *Les dimensions émotionnelles du politique. Chemins de traverse avec Philippe Braud*. Rennes : PUR, 2012.

VIGREUX, Jean. *Croissance et contestations 1958-1981*. Paris : Seuil, 2014.

Témoignages des journalistes

COLOMBANI, Jean-Marie. *La France sans Mitterrand*. Paris : Flammarion, 1992.

— *La gauche survivra-t-elle aux socialistes ?* Paris : Grasset, 1995.

— *Un « Monde » à part*. Paris : Plon, 2013.

COTTA, Michèle. *Carnets secrets de la Vème République.* Tome II (1977-1986) et Tome III (1986-1997). Paris : Fayard, 2008.

DE VIRIEU, François-Henri. *La médiacratie*. Paris : Flammarion, 1990.

DUHAMEL, Alain. *Les prétendants*. Paris : Gallimard, 1987.

— *Une histoire personnelle de la Cinquième République*. Paris : Points, 2014.

DUHAMEL, Alain et Patrice. *Cartes sur table*. Paris : Plon, 2010.

DUPIN, Eric. *L'Après-Mitterrand*. Paris : Calmann-Lévy, 1991.

DU ROY, Albert. *Le serment de théophraste*. Paris : Flammarion, 1992.

JULY, Serge. *Le salon des artistes*. Paris : Grasset, 1989.

MASURE, Bruno. *Journalistes à la niche ? De Pompidou à Sarkozy, chroniques des liaisons dangereuses entre médias et politiques*. Paris : Hugo et compagnie, 2009.

MEYER, Philippe. *Eaux-fortes. Croquis politiques*. Paris : Flammarion, 1995.

PFISTER, Thierry. *La vie quotidienne à Matignon*. Paris : Hachette, 1985.

SEGUILLON, Pierre-Luc. *Portraits à domicile*. Paris : Carrere, 1987.

SERGENT, Pierre. *Oedipe à Matignon.* Paris : Balland, 1989.

SINCLAIR, Anne. *Deux ou trois choses que je sais d'eux*. Paris : Grasset, 1997.

SUFFERT, Georges. *De Defferre à Mitterrand*. Paris : Seuil, 1966.

— *Mémoires d'un ours*. Paris : Editions de Fallois, 1995.

ELKABBACH, Jean-Pierre et AVRIL, Nicole. *Taisez-vous Elkabbach*. Paris : Flammarion, 1982.

MOUROUSI, Yves. *Il est temps de parler*. Paris : Flammarion, 1986.

Histoire du socialisme et des gauches

BECKER, Jean-Jacques et CANDAR, Gilles dir. *Histoire des gauches en France.* Paris : La

Découverte, 2004. 2 volumes.

BERGOUNIOUX, Alain, GRUNBERG, Gérard. *L'ambition et le remords : les socialistes français et le pouvoir : 1905-2005.* Paris : Fayard, 2005.

BERSTEIN, Serge, BIANCO, Jean-Louis et MILZA, Pierre dir. *François Mitterrand : les années de changement (1981-1984).* Paris : Perrin, 2001.

CASTAGNEZ, Noëlline , et alii. dir. *Le Parti socialiste unifié : histoire et postérité*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2013.

CASTAGNEZ, Noëlline et MORIN, Gilles dir. *Le Parti socialiste d'Epinay à l'Elysée (1971-1981).* Rennes : PUR, 2015.

CHAMOUARD, Aude. *Une autre histoire du socialisme*. *Les politiques à l'épreuve du terrain (1919-2010).* Paris : Editions CNRS, 2013.

CHATRIOT, Alain. *Pierre Mendès France : Pour une République moderne*. Paris : Armand Colin, 2015.

CONORD, Fabien. *Les gauches européennes*. Paris : Armand Colin, 2012.

DESERT, Jérôme. *Le phénomène des courants au sein du parti socialiste français (1971-1991)*. Thèse de doctorat sous la direction de Hugues Portelli : Science politique : Paris : Université Panthéon-Assas : 1998.

DROZ, Jacques. *Histoire générale du socialisme*, volumes 3 et 4. Paris : PUF, 1997-1998.

FAVIER, Pierre et Martin-Roland, Michel. *La décennie Mitterrand.* Paris : Seuil, 3 volumes, 1996.

FULLA, Mathieu et JOUSSE, Emmanuel dir. « Les socialistes français face au réformisme ». *Histoire@politique*, n° 13, janvier-mai 2011.

FULLA, Mathieu. *Les socialistes et l'économie (1944-1981)*. Paris : Presses de Sciences Po, 2015.

GOETSCHEL, Pascal et MORIN, Gilles dir. « Le PS : nouvelles approches ». *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n°96, 2007, p. 3-136.

JALABERT, Laurent. *La restructuration de la gauche socialiste en France des lendemains de mai 1968 au congrès de Pau du Parti socialiste de janvier 1975* : mémoire pour l'habilitation à diriger des recherches, sous la direction de Jean-François Sirinelli : Sciences Po : 2008.

JULLIARD, Jacques. *Les Gauches françaises, 1762-2012 : histoire, politique et imaginaire*. Paris : Flammarion, 2012.

MAUROY, Pierre. *A gauche*. Paris : Albin Michel, 1985.

— *Mémoires : « Vous mettrez du bleu au ciel ».* Paris : Plon, 2003.

MEXANDEAU, Louis. *Histoire du Parti socialiste*. Paris : Taillandier, 2005.

MOCH, Jules. *Une si longue vie*. Paris : Robert Laffont, 1976.

MORIN, Gilles. *De l'opposition socialiste à la guerre d'Algérie au Parti socialiste autonome, 1954-1960 : un courant socialiste de la SFIO au PSU*. Thèse de doctorat sous la direction d'Antoine Prost : Paris I : 1992.

OLLIVIER, Anne-Laure. *Gaston Defferre. Un socialiste face au pouvoir, de Marseille à l'élection présidentielle de 1969* : thèse de doctorat, sous la direction d'Olivier Wieviorka : Paris : ENS Cachan, 2011.

SAUVAGEOT, Jacques. *Le PSU, des idées pour un socialisme au XXI*^{ème} *siècle.* Rennes : PUR, 2013.

SOISSON, Jean-Pierre. *Mémoires d'ouverture*. Paris : Belfond, 1990.

TARTAKOWSKY, Danielle et BERGOUNIOUX, Alain dir. *L'Union sans unité : le programme commun de la gauche 1963-1978*. Rennes : PUR, 2012.

Michel Rocard et la « deuxième gauche »

Ouvrages et articles sur Michel Rocard

ANDREANI, Jean-Louis. *Le Mystère Rocard.* Paris : Laffont, 1993.

EVIN, Kathleen. *Michel Rocard ou l'art du possible.* Paris : J-C Simoën, 1979.

GAY, Isabelle. *L'itinéraire politique de Michel Rocard jusqu'en 1974.* Mémoire de Maîtrise sous la direction d'Antoine Prost : Paris 1 : 1988.

GUIGO, Pierre-Emmanuel. *Le chantre de l'opinion. La communication de Michel Rocard de 1974 à 1981*. Paris : INA, 2013.

HAMON, Hervé et ROTMAN, Patrick. *L'effet Rocard.* Paris : Stock, 1980.

LIEGEOIS, Jean-Paul, BEDEI, Jean-Pierre. *Le feu et l'eau : Mitterrand-Rocard : histoire d'une longue rivalité.* Paris : Grasset, 1990.

PARODI, Jean-Luc et PERRINEAU, Pascal. Chroniques de l'opinion publique, François Mitterrand et Michel Rocard : deux ans de concurrence devant l'opinion. *Pouvoirs,* 1980, n° 12, p. 189-197.

SANTINI, Sylvie. *Michel Rocard : un certain regret.* Paris : Stock, 2004.

SCHNEIDER, Robert. *Michel Rocard.* Paris : Stock, 1987.

— *La haine tranquille.* Paris : Seuil. 1992.

ZEMOR, Pierre. *Un bon conseil : incursions chez les décideurs.* Paris : O. Orban, 1986.

— *Le défi de gouverner, communication comprise, entretien avec Patricia Martin.* Paris : L'Harmattan, 2007.

Ouvrages de Michel Rocard

—*Socialisme et civilisation industrielle*. Document interne au PSU, 1959.

—*Décoloniser la province*, 1966.

—*Le PSU et l'avenir socialiste de la France : histoire et sociologie d'un parti*. Paris : Seuil, 1969.

—*Des militants du PSU*. Paris : Epi, 1971.

—*Questions à l'état socialiste*. Paris : Stock, 1972.

—Avec JAUMONT, Bernard et LENEGRE, Daniel. *Le marché commun contre l'Europe*. Paris : Seuil, 1973.

—*Un député pour quoi faire?* Paris : Syros, 1973.

—*Contrôler aujourd'hui pour décider demain* (préface). Paris : Thema Editions, 1973.

—*Propositions pour sortir de la crise* (coll. Commission éco du PSU). Paris : Cerf, 1974.

—*L'inflation au cœur.* Paris : Gallimard, 1975.

—*Qu'est-ce que la social-démocratie* (coll.), Paris. Seuil : 1979.

—*Parler vrai*. Paris : Seuil, 1979.

—*Plan intérimaire, Stratégie pour deux ans (1982-1983).* Paris : Flammarion, 1982.

—*A l'épreuve des faits : textes politiques (1979-1985).* Paris : Seuil, 1986.

—*Le cœur à l'ouvrage*. Paris : Odile Jacob, 1987.

—*Réponses pour demain* (coll. Clubs Convaincre). Paris : Syros, 1988.

—*Un pays comme le nôtre : textes politiques (1986-1989).* Paris : Seuil, 1989.

—*Construire le progrès social.* Paris : Syros, 1990.

—*Un contrat entre les générations* (préface). Paris : Commissariat au Plan, 1991.

—*Les moyens d'en sortir*. Paris : Seuil, 1996.

—*L'art de la paix* (coll.) Biarritz : Atlantica, 1997.

—*Mes idées pour demain (recueil de textes, 1992-2000).* Paris : Odile Jacob, 2000.

—*Pour une autre Afrique*. Paris : Flammarion, 2001.

—*Entretien avec Judith Waintraub.* Paris : Flammarion, 2001.

—*Rapport sur les camps de regroupement et autres textes sur la guerre d'Algérie*. Paris : Mille et une nuit, 2003.

—*Si la gauche savait (entretien avec Georges-Marc Benamou).* Paris : Robert Laffont, 2005, puis Seuil, 2007.

—*Gouverner, Métier impossible ?* (coll.). Paris : Elema, 2007.

—Avec BONZON, Ariane. *Oui à la Turquie.* Paris : Hachette Littérature, 2008.

—*Notre Europe* (coll.), Paris : Robert Laffont, 2008.

—Avec JUPPE, Alain. *La politique telle qu'elle meurt de ne pas être, Entretien avec Bernard Guetta*. Paris : JC Lattès, 2010.

—*Si ça vous amuse*. Paris : Flammarion, 2010.

—*Mes points sur les I*. Paris : Odile Jacob, 2012.

—*Le programme du CNR commenté par Michel Rocard*. Bordeaux : Elytis, 2012.

—Avec LARROUTUROU, Pierre. *La gauche n'a plus le droit à l'erreur*. Paris : Flammarion, 2013.

—*Suicide de l'Occident, suicide de l'humanité ?* Paris : Flammarion, 2015.

Deuxième gauche

ANDRIEU, Claire. *Pour l'amour de la République.* Paris : Fayard, 2002.

BEDARIDA, François et RIOUX, Jean-Pierre dir. *Mendès France et le mendésisme*. Paris : Fayard, 1985.

BOUDIC, Goulven. *« Esprit », 1944-1982: les métamorphoses d'une revue.* Paris : Éditions de l'IMEC, 2005.

BREHIER, Emeric. *Les Revues politiques de la gauche non communiste de 1958 à 1986.* Thèse de Science politique, sous la direction de M. Pierre Avril : Université de Paris I : 2000.

BRANA, Pierre. *Du syndicalisme au politique : Regard intérieur sur la CGT, le PSU et le PS*. Rennes : PUR, 2013

CHAPUIS, Robert. *Si Rocard avait su...: témoignage sur la deuxième gauche.* Paris : L'Harmattan, 2007.

GALLUS, Jacques et SOULAGE, Bernard. *Les variables d'Austerlitz. Le socialisme et la rigueur économique.* Paris : Flammarion, 1979.

GEORGI, Frank dir. *L'autogestion, la dernière utopie ?* Paris : Publications de la Sorbonne, 2003.

HAMON, Hervé et ROTMAN, Patrick. *La Deuxième Gauche : histoire politique et intellectuelle de la CFDT*. Paris : Ramsay, 1982.

HATZFELD, Hélène. *Faire de la politique autrement : les expériences inachevées des années 1970*. Rennes : PSU, 2005.

HEURGON, Marc. *Histoire du PSU*, tome 1, Paris : La Découverte, 1994.

HUCHON, Jean-Paul. *La montagne des singes: du rocardisme aux années Jospin.* Paris : Grasset, 2002.

—*Ceux qui aiment ne peuvent pas perdre.* Paris : Plon, 2004.

JULLIARD, Jacques. *Contre la politique professionnelle.* Paris : Seuil, 1977.

KESLER, Jean-François. *De la gauche dissidente au nouveau Parti socialiste : les minorités qui ont rénové le PS*. Toulouse : Bibliothèque historique Privat, 1990.

KRAUS, François. *Les Assises du socialisme ou l'échec d'une tentative de rénovation d'un parti,* Maîtrise d'histoire sous la direction de Frank Georgi et de Jean-Louis Robert : Université Paris 1, 2001.

LE GARREC, Jean. *Une vie à gauche*. La Tour-d'Aigues : Editions de l'Aube, 2006.

MAIRE, Edmond. *L'esprit libre.* Paris : Seuil, 1999.

PELLETIER, Denis et SCHLEGEL, Jean-Louis dir. *A la gauche du Christ : les chrétiens de gauche en France de 1945 à nos jours*. Paris : Seuil, 2012.

PHILIPPON, Guy. *Mon Psu, dialogue avec Stéphane Sitbon-Gomez*. Paris : Les Petits matins, 2013.

ROSANVALLON, Pierre et VIVERET, Patrick. *Pour une nouvelle culture politique.* Paris : Seuil, 1977.

ROSANVALLON, Pierre. *L'âge de l'autogestion ou la politique au poste de commandement.* Paris : Seuil, 1976.

STASSE, François. *La Morale de l'histoire : Mitterrand-Mendès France, 1943-1982*. Paris : Seuil, 1994.

— *L'héritage de Mendès France : une éthique de la République.* Paris : Seuil, 2004.

Communication

Généralités

BOUGNOUX, Daniel. *Introduction aux sciences de la communication*. Paris : La découverte, Collection repères, 2001.

BOURDIEU, Pierre. *Ce que parler veut dire : l'économie des langages linguistiques*. Paris : Fayard, 1982.

BRETON Philippe et PROULX Serge. *L'explosion de la communication.* Paris : La Découverte/Poche, 1996.

DACHEUX, Eric dir. *Les Sciences de l'information et de la communication*. Paris : CNRS Editions, coll. Les Essentiels d'Hermès, 2009.

FLOCH, Jean-Marie. *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies.* Paris : PUF, 1990.

FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. *L'éloquence des images. Images fixes III*. Paris : PUF, 1993.

— *L'affiche placardée*. Paris : Nathan Université, 1997.

GOFFMAN, Erving. *Façons de parler*. Paris : Editions de Minuit, 1987.

HEINICH, Nathalie. *De la visibilité : excellence et singularité en régime médiatique*. Paris : Gallimard, coll. NRF, 2012.

LEPASTER, Samuel dir. *L'incommunication*. Paris : CNRS Editions, coll. Les Essentiels d'Hermès, 2013.

MATTELART, Armand et Michèle. *Histoire des théories de la communication.* Paris : La Découverte, coll. « Repère », 1995.

MIEGE, Bernard. *La société conquise par la communication.* Grenoble : Presses

universitaires de Grenoble, 1997, 2 tomes.

— *L'espace public contemporain*. Grenoble : Presses Universitaire de Grenoble, 2010.

NEVEU, Erik. *Une société de communication ?* Paris : Montchrestien, 2006.

OLIVESI, Stéphane. *Questions de méthode.* Paris : L'Harmattan, coll. Communication, 2004.

— dir. *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2007.

OLLIVIER, Bruno. *Les sciences de la communication*. Paris : Armand Colin, 2007.

SFEZ, Lucien. *Dictionnaire critique de la communication*. Paris : PUF, 1993.

WALTER, Jacques. *Directeurs de communication : les avatars d'un modèle professionnel*. Paris : L'Harmattan, 1995.

WOLTON, Dominique. *Penser la communication.* Paris : Flammarion, 2005.

Médias

ALBERT, Pierre et TERROU, Fernand. *Histoire de la presse*. Paris : PUF, coll. Que sais-je ?, 1993.

BARBIER, Frédéric et BERTHO-LAVENIR, Catherine. *Histoire des médias de Diderot à Internet*. Paris : Armand Colin, 1996.

BARIDON, Laurent et GUEDRON, Martial. *L'art et l'histoire de la caricature*. Paris : Citadelles et Mazenod, 2009.

BELLANGER, Claude et alii dir. *Histoire générale de la presse française*, tome 5, Paris : PUF, 1976.

BLANDIN, Claire. *Le Figaro. Deux siècles d'histoire.* Paris : Armand Colin. 2007.

BOURDIEU, Pierre. *Sur la télévision*. Paris : Liber Raisons d'agir, 1996.

BOURDON, Jérôme. *Histoire de la télévision sous de Gaulle*. Paris : Anthropos-INA, 1990.

— *Haute fidélité. Pouvoir et télévision, 1935-1994*. Paris : Seuil, 1994.

— Jérôme, *Introduction aux médias.* Paris : Montchrestien, 1997.

BREGMAN, Dorine. La fonction d'agenda : une problématique en devenir. *Hermès,* n° 4, 1989, p. 190-202.

CAYROL, Roland. *Médias et démocratie, la dérive.* Paris : Presses de Sciences-Po,

1997.

CHARAUDEAU, Patrick. *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*. Bruxelles : De Bœck, 2005.

CHAUVEAU, Agnès. *L'audiovisuel en liberté ? Histoire de la Haute Autorité*. Paris : Presses de Sciences Po, 1997.

— et ECK, Hélène. La place des médias dans l'histoire politique, sociale et culturelle de la France contemporaine. *Bulletin de l'Association des historiens contemporanéistes de l'enseignement supérieur et de la recherche*, n° 22, avril 2001.

CHUPIN, Ivan, HUBE Nicolas, KACIAF, Nicolas. *Histoire politique et économique des médias en France*. Paris : La Découverte, coll. Repères, 2009.

COULOMB-GULLY, Marianne. *La démocratie mise en scène.* Paris : CNRS, 2001.

D'ALMEIDA, Fabrice et DELPORTE, Christian. *Histoire des médias en France, de la Grande Guerre à nos jours*. Paris : Flammarion, coll. Champs histoire, 2003.

DAYAN, Daniel et KATZ, Elihu. *La télévision cérémonielle*. Paris : PUF, 1996.

DELPORTE, Christian. *Histoire du journalisme et des journalistes en France*. Paris : PUF, coll. Que sais-je ? , 1995.

—, LHERAULT, Marie, REMOND, René. Les médias font-ils l'élection? : Retour sur une controverse. *Le temps des médias,* automne 2004, n° 3, p. 175-181.

— Où en est l'histoire des médias? *Le Débat,* février 2006, n° 139, p. 165-167.

—L'histoire des médias en France : mise en perspective. In MARTIN, Laurent et VENAYRE, Sylvain dir. *L'histoire culturelle au contemporain*. Paris : Nouveau-Monde Editions, 2005, p. 139-151.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Télévision et démocratie. La politique à la télévision française, 1958-1990*. Paris : PUF, 1999.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*. Paris : L'Harmattan, 1996

EVENO, Patrick. *Le Monde, 1944-1995. Histoire d'une entreprise de presse*. Paris : Le Monde Editions, 1996.

EVENO, Patrick. *Le Journal Le Monde. Une histoire d'indépendance*. Paris : Odile Jacob, 2001.

GEORGAKAKIS, Didier, UTARD, Jean-Michel dir. Sciences *des médias : jalons pour une histoire politique.* Paris : L'Harmattan, 2001.

GERSTLE, Jacques dir. *Les effets d'informations en politique.* Paris : L'Harmattan, 2001.

Hermès n° 4, « Nouvel espace public », 1989.

GERVEREAU, Laurent. *Histoire du visuel au XX*^{ème} *siècle*. Paris : Seuil, 2003.

HUBE, Nicolas. *Décrocher la "une": Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005).* Strasbourg : Presses universitaires de Strasbourg, 2008.

JEANNENEY, Jean-Noël. Les médias. In REMOND, René dir. *Pour une histoire politique*. Paris : Seuil, 1988, p. 185-198.

— *Une histoire des médias, des origines à nos jours.* Paris : Seuil, 1996.

— dir. *L'écho du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France*. Paris : Hachette Littératures, 1999.

KACIAF, Nicolas. *Les pages* « *politique* ». *Histoire du journalisme* politique *dans la presse française (1945-2006)*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2014.

LE BOHEC, Jacques. *Dictionnaire du journalisme et des médias.* Rennes : PUR, 2010.

— *Élections et télévision.* Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2007.

MARTIN, Laurent. *« Le Canard Enchaîné » ou les fortunes de la vertu*. Paris : Flammarion, 2001.

— *Le Canard Enchaîné*. *Histoire d'un journal satyrique (1915-2005).* Paris : Nouveau Monde Editions, 2005, rééd.

— *La presse écrite au XXème siècle.* Paris : Le Livre de poche, 2005.

MARTIN, Marc. Trois siècles de publicités en France. Paris : Odile Jacob, 1992.

— dir. *Médias et journalistes de la République*. Paris : Odile Jacob, 1997.

MEHL, Dominique. *La télévision de l'intimité*. Paris : Le Seuil, 1996.

MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé : politique de l'information et information politique*. Paris : Presses de Sciences-Po, 1996.

NEL, Noël. *A fleurets mouchetés : 25 ans de débats télévisés.* Paris : INA-La documentation française, 1988.

POELS, Géraldine. *Les Trente Glorieuses du téléspectateur, Une histoire de la réception télévisuelles des années 1950 aux années 1980*. Paris : INA Editions, 2015.

REMOND, René, NEUSCHWANDER, Claude. Télévision et comportement politique. *Revues française de sciences politiques,* n° 32, juin 1963.

RIEFFEL, Rémy. *Que sont les médias ?* Paris : Gallimard, 2005.

— *Sociologie des médias.* Paris : Ellipses, 2005.

SCHUDSON, Michael. *The power of news*. London : Harvard University ¨Press, 1995.

TELLIER, Bertrand. *A la charge : la caricature en France de 1789 à 2000*. Paris : Les Editions de l'Amateur, 2005.

TETART, Philippe. *Histoire politique et culturelle de France-Observateur, 1950-1964*. *Aux origines du Nouvel-Observateur*, 2 volumes, Paris : L'Harmattan, 2001.

VASSALO, Aude. *La Télévision sous de Gaulle. Le contrôle gouvernemental de l'information, 1958-1969*. Paris : INA-De Boeck, 2005.

VIRIEU, François-Henri de. *La médiacratie.* Paris : Flammarion, 1990.

WOLTON, Dominique, MISSIKA, Jean-Louis. *La folle du logis : la télévision dans les sociétés démocratiques,* Paris : Gallimard, 1983.

Communication Politique

Généralités

ABELES Marc. *Le spectacle du pouvoir.* Paris *:* Editions de L'Herne, coll. « Carnets », 2007.

BALANDIER, Georges. *Le pouvoir sur scène.* Paris : Balland, 1980.

BENNETT, Lance and PALETZ, David. *Taken by storm, The Media, Public Opinion, and US foreign policy in the Gulf War*. Chicago : The University of Chicago Press, 1994.

BLUMLER, Jay G., CAYROL, Roland et THOVERON, Gabriel. *La télévision fait-elle l'élection ?* Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1978.

BLUMLER, Jay G. et GUREVITCH, Michael. *The crisis of public communication.* Londres : Routledge, 1995.

CAPPELLA, Joseph et JAMIESON, Kathleen H. *Spiral of cynicism : The press and the Public good*. Oxford : Oxford University Press, 1997.

CAYROL, Roland et MERCIER, Arnaud dir. « La communication politique », *Dossiers de l'audiovisuel,* n° 102, janvier-février 2002.

DAHLGREN, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londres : Sage Publication, 1995.

EDELMAN, Murray. *Constructing the politic spectacle*. Chicago : The University of Chicago Press, 1988.

— *Pièces et règles du jeu politique*. Paris : Le Seuil, 1991.

ESSER, Frank et PFETSCH, Barbara. *Comparing political communication : theories, cases and challenges*. New-York : Cambridge University Press, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris : Payot, 1978.

IYENGAR, Shanto. *Is anyone responsible ? – how television frames political issues*. Chicago : The University of Chicago Press, 1991.

GERSTLE, Jacques. *La communication politique.* Paris : Armand Colin, 2004.

GINGRAS, Anne-Marie dir. *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives.* Québec : Presses de l'université du Québec, 2003.

GAUTHIER, Gilles, GOSSELIN, André et MOUCHON, Jean dir. *Hermès* n° 17-18, « La communication politique », 1995.

KATZ, Elihu et LAZARSFELD, Paul. *Personal influence : the part played by people in the flow of mass communication.* Gloencoe : Free press, 1955.

Ikon : Forme et processi del communicare. « Le campagne elettorali: Italia, Francia, Spagna e Germania. Un confronto interregionale », n°35, 1997.

MAAREK, Philippe J. *Communication et marketing de l'homme politique.* Paris : Litec, 2001.

MARIOT Nicolas. *Bains de foule. Les voyages présidentiels en province, 1888-2002.* Belin, coll. "Socio-histoires", 2006.

MCCOMBS, Maxwell E. et SHAW, Donald E. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly,* 1972, n° 36, p. 176-187.

MCCOMBS, Maxwell E. Building consensus : The news media's agenda-setting role. *Political Communication,* 1997, n° 14, p. 433-443.

— et *alii. The news and public opinion : media effects on civic life*. Polity, 2011.

MERCIER, Arnaud. Télévision et politique. *Problèmes politiques et sociaux,* La documentation française, juin 2004, n° 900.

— « La télévision, acteur de la communication politique » dans WOLTON, Dominique dir. *La télévision au pouvoir.* Paris : Encyclopedia Universalis, 2004.

— dir. *La communication politique.* Paris : CNRS, coll. Les essentiels d'Hermès, 2008.

MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication.* New York : Routledge, 2007.

MOUCHON, Jean. *La politique sous l'influence des médias.* Paris : L'Harmattan, 1998.

NEVEU, Erik. La communication politique : petit refus de contribution au dictionnaire des idées reçues. *Cinémaction,* 1992, n° 63.

NORRIS, Pippa. *A virtuous circle : political communication in postindustrial societies.* New York : Cambridge University Presse, 2000.

OLLIVIER-YANIV, Caroline. De l'opposition entre « propagande » et « communication publique » à la définition de la politique du discours : proposition d'une catégorie analytique. *Quaderni*, n° 72, 2010, 87-99.

OLLIVIER-YANIV, Caroline. Discours politiques, propagande, communication, manipulation. *Mots*, n° 94, 2010, p. 31-37

PERLOFF, Richard M. *The dynamics of political communication : media and politics in a digital age*, New-York : Routledge, 2014.

RIUTORT, Philippe. *Sociologie de la communication politique.* Paris : La Découverte, 2007.

ZALLER, John. *The nature and origins of Mass opinion*. New York : Cambridge University Press, 1992

Communication politique en France

ABELES, Marc. *Jours tranquilles en 89*. Paris : Odile Jacob, 1989.

BAZIN, François. *Le sorcier de l'Elysée : L'histoire secrète de Jacques Pilhan*. Paris : Plon, 2009.

BENOIT, Jean-Marc, BENOIT, Philippe et LECH, Jean-Marc. *La politique à l'affiche.* Paris : Editions du May, 1986.

BONNAFOUS, Simone et VERON, Eliséo dir. *Mots*, « La politique à la télévision », n°20, 1989.

CAYROL, Roland. *La nouvelle communication politique.* Paris : Larousse, 1986.

CENTRE UNIVERSITAIRE DE RECHERCHES ADMINISTRATIVES ET POLITIQUES DE PICARDIE. *La communication politique.* Paris : PUF, 1991.

COTTERET, Jean-Marie. *Gouverner, c'est paraître.* Paris : PUF, 1997.

COULOMB-GULLY, Marlène et TOURNIER, Maurice dir. *Mots*, « La politique à l'écran », n°67, 2001.

DOUBLET, Yves-Marie. *L'argent et la politique en France*. Paris : Economica, 1997.

GOUREVITCH, Jean-Paul. *L'image en politique.* Paris : Hachette, 1998.

HERMANN, Luc et GIRAUDAT, Jules. *Jeu d'influences*. Paris : La Martinière, 2014.

JUHEM, Philippe. La participation des journalistes à l'émergence des mouvements sociaux. Le cas de SOS Racisme. *Réseaux*, n° 98, 1999, p. 119-152.

LEGAVRE, Jean-Baptiste. L'horizon local de la communication politique. Retour sur la diffusion d'une expertise. *Politix*, vol. 7, n° 28, 1994.

LEROUX, Pierre et RIUTORT, Philippe. *La politique sur un plateau*. Paris : PUF, 2013.

— dir. *Questions de communication*. « Renouvellement des mises en scène télévisuelles de la politique », n° 24, 2013.

NEVEU, Erik. Les émissions politiques à la télévision : les années 1980 ou les impasses du spectacle politique. *Hermès,* 1995, n° 17-18.

— De quelques incidences des médias sur les systèmes démocratiques. *Réseaux,* 2000, vol. 18, n° 100.

PARODI, Jean-Luc. Ce que tu es parle si fort, qu'on n'entend plus ce que tu dis. *Hermès,* n° 4, 1989.

PARTI SOCIALISTE, SECRETARIAT NATIONAL A LA COMMUNICATION-PROPAGANDE. *La communication politique et ses techniques.* Paris : Parti socialiste, 1978.

SALZMANN, Charles. *Le bruit de la main gauche*. Paris : Robert Laffont, 1996.

TOURAINE, Alain. Communication politique et crise de la représentativité. *Hermès,* 1989, n° 4.

VILLENEUVE, Gaël. *Les débats télévisés en 36 questions-réponses*. Grenoble : PUG, 2013.

Histoire de la communication politique

ACHARD, Guy. *La communication à Rome*. Paris : Belles Lettres, 1991.

BEAUREPAIRE-HERNANDEZ, Adeline et GUEDJ, Jérémy dir. *L'entre-deux électoral : Une autre histoire de la représentation politique en France (XIXème-XXème siècle).* Rennes : PUR, 2015.

BLUMLER, Jay et KAVANAGH, Dennis. The third age of political communication : influences and features. *Political communication*, vol. 16, n° 1, 1999.

BOUCHET, Thomas, LEGGET, Matthew et VIGREUX, Jean dir. *L'insulte (en) politique : Europe et Amérique latine du XIXème siècle à nos jours*. Dijon : Editions Universitaires de Dijon, 2005.

BOURDON, Jérôme et CHAUVEAU, Agnès. Un politique conservateur, un communicateur oublié : Georges Pompidou et la radiotélévision. In GROSHENS, Jean-Claude et SIRINELLI, Jean-François dir. *Culture et action chez Georges Pompidou*. Paris : PUF, 2000.

BOVE, Boris. *Le Temps de la guerre de cent ans*. Paris : Belin, coll. Histoire de France, 2010.

BRIZZI, Riccardo. « Ne fais pas de bruit avec ta soupe, laisse-moi entendre ce que dit le député Reale ». Les premiers pas de la politique italienne à la télévision. *Le Temps des médias*, n° 7, 2006, p. 64-77.

— Télévision et personnalisation politique en Italie (1954-1994), *Revue historique*, n° 672, 2014, p. 855-873.

— *De Gaulle et les médias, L'homme du petit écran*. Rennes : PUR, 2014.

BURKE, Peter. *Louis XIV : les stratégies de la gloire.* Paris : Seuil, 1995.

CEPEDE, Frédéric et LAFON, Eric dir. *Le Monde ouvrier s'affiche. Un siècle de combat social*. Paris : Nouveau Monde Editions, 2008

CHAUVEAU, Agnès. Un idéaltype : La communication du premier ministre : Laurent Fabius, juillet 1984-mars 1986. *Hermès,* n° 13-14, 1994.

COSSART, Paula. *Le meeting politique : de la délibération à la manifestation (1868-1939)*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2010.

COSTA, Pere-Oriol. Communication politique dans l'Espagne contemporaine (1976-2006). *Le Temps des médias*, n°7, 2006.

D'ALMEIDA, Fabrice. *La politique au naturel. Comportement des hommes politiques et représentations publiques en France et en Italie, XIX^{ème}-XX^{ème} siècle*. Rome : Ecole française de Rome, 2007.

D'ALMEIDA, Fabrice dir. *L'éloquence politique en France et en Italie, des années 1870 à nos jours*. Rome : Ecole française de Rome, 2001.

DELPORTE, Christian. Image, politique et communication sous la Vème République. *Vingtième siècle*, n° 72, octobre-décembre 2001, p. 109-124.

—*Images et politique en France au XX^{ème} siècle.* Paris : Nouveau monde, 2006.

—De la propagande à la communication politique : le cas français. *Le Débat,* janvier-février n° 138, 2007.

—*La France dans les yeux : une histoire de la communication politique de 1930 à aujourd'hui.* Paris : Flammarion, 2007.

—*Une histoire de la langue de bois.* Paris : Flammarion, 2009.

— *La séduction en politique.* Paris : Flammarion, 2011.

DICKASON, Renée. Margaret Thatcher en campagne et les médias britanniques (1979-1987). *Le Temps des médias*, n°7, 2006.

— et RIVIERE-DE FRANCO, Karine dir. *Image et communication politique : La Grande-Bretagne depuis 1980*. Paris : L'Harmattan, 2007.

DUPRAT, Annie. *Les rois de papier. La caricature de Henri III à Louis XVI*. Paris : Belin, 2002.

— *Images et histoire : Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques*. Paris : Belin Sup, 2007.

NOVELLI, Edoardo. *La turbopolitica : sessant'anni di comunicazione politica e di scena pubblica in Italia*. Naples : Rizzoli, 2006

PAWELSKI, Léa. *Communication politique, représentation médiatique. L'exemple de*

Laurent Fabius Premier ministre. Paris : Nouveau Monde éditions, 2016

STEVENS, John D. Historical research on political communication. In CHAFFEE, Steven dir. *Political communication : issues and strategies for research*. Londres : SAGE, 1975.

VEYRAT-MASSON, Isabelle, DENIS, Sébastien et SECAIL, Claire dir. *Sous les images, la politique... Presse, cinéma, télévision, nouveaux médias (XX-XIX^{ème} siècle)*. Paris : CNRS Editions, 2014.

WEGMANN, Nikolaus et MEHNERT, Ute. Scoop-o-mania, l'introduction du scoop dans la vie politique allemande. *Le Temps des médias*, n°7, 2006, p. 143-150.

Propagande

Cahiers de l'OURS, hors-série, n° 211, mai-juin 1993, « Propagande et formation au Parti socialiste SFIO, 1905-1969 ».

D'ALMEIDA, Fabrice. *Images et propagande.* Paris : Castermann, 1995.

— Propagande : histoire d'un mot disgracié. *Mots*, n°69, juillet 2002, p. 17-148.

— L'américanisation de la propagande en Europe de l'Ouest (1945-2003). *Vingtième siècle*, n° 80, octobre-décembre 2003, p. 5-14.

— *La manipulation*. Paris : PUF, coll. Que sais-je ? 2010.

DELOYE, Yves, GEORGAKAKIS, Didier, ROLLAND, Denis dir. *Les républiques en propagande. Pluralisme politique et propagande: entre déni et institutionnalisation, XIXe-XXe siècles.* Paris : L'Harmattan, 2006.

ELLUL, Jacques. *Histoire de la propagande.* Paris : PUF, 1967.

GEORGAKAKIS, Didier. *La République contre la propagande : aux origines perdues de la communication d'État en France,* 1917-1940. Paris : Economica, 2004.

GERVEREAU, Laurent. *La propagande par l'affiche*. Paris : Syros, 1991.

LASSWELL, Harold et alii. dir. *Propaganda and communication in World history*, 3 tomes, Honolulu : Hawai University Press, 1980.

Campagnes électorales

BALLET, Marion. *Peur, espoir, compassion, indignation : l'appel aux émotions dans les campagnes présidentielles (1981-2007).* Paris : Dalloz, 2012.

COLLIARD, Sylvie. *La campagne présidentielle de François Mitterrand en 1974.* Paris : PUF, 1979.

COTTERET, Jean-Marie, MERMET, Gérard. *La bataille des images.* Paris: Larousse, 1986.

DESRUMEAUX, Clément et LEFEBVRE, Rémy dir. *Réseaux,* « Faire campagne », n° 113, 2016.

DICKASON, Renée et RIVIERE-DEFRANCO, Karine dir. *Stratégies et campagnes électorales en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis*. Paris : L'Harmattan, 2009.

DUBASQUE, François et KOCHER-MARBOEUF, Eric dir. *Terres d'élections : les dynamiques de l'ancrage politique (1750-2009)*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2014.

GROUPE DE SAINT-CLOUD. *L'image candidate à l'élection présidentielle de 1995 – analyse des discours dans les médias*. Paris : L'Harmattan, 1999.

LAZARSFELD, Paul. *The people's choice : how the voter makes up his mind in a presidential campaign.* New York : Columbia University Press, 1948.

Le Temps des médias, « Campagnes politiques, tribunes médiatiques », n°7, hiver 2006-2007.

NORRIS, Pippa dir. *On message : communicating the campaign.* Londres : Sage, 1999.

Parlement(s), « Quarante ans de présidentielles », Armand Colin, n° 4, 2005.

PIAR, Christophe. *Comment se jouent les élections.* Paris : INA Editions, 2012.

PLASSER Fritz and Gunda. *Global Political Campaigning. A Worldwide analysis of campaigning professionals and their practices.* Westport : Praeger, 2000.

Pouvoirs, « La démocratie sous contrôle médiatique », n° 119, 2006.

Regard sur l'actualités, « Elections et campagnes électorales », n° 329, mars 2007.

RESTIER-MELLERAY, Christiane dir. *Que sont devenues nos campagnes électorales*. Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, 2002.

ROCHE, Jean. *Le style des candidats à la présidence de la République*. Toulouse : Privat, 1971.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *La guerre de succession*. Paris : PUF, 1969.

SEGUELA, Jacques et SAUSSEZ, Thierry. *La prise de l'Elysée : les campagnes présidentielles de la Vème République*. Paris : Plon, 2007.

SEIDMAN, Steven. *Posters, propaganda and persuasion in electoral campaigns around the world and through history*. New York : P. Lang, 2008.

SWANSON, David et MANCINI, Paolo. *Politics, Media and Modern Democracy. An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Westport : Praeger, 1996.

Marketing politique

ALBOUY, Serge. *Marketing et communication politique*. Paris : L'Harmattan, 1994.

BONGRAND, Michel. *Le marketing politicien : grandeur et décadence des stratégies de pouvoir.* Paris : Bourin, 2006.

LEES-MARSHMENT, Jennifer. *Political marketing : principles and applications.* New-York : Routledge, 2009.

LILLEKER, Darren G. *Key concepts in political communication.* London : Thousand Oaks, 2006.

LINDON, Denis. *Le marketing politique.* Paris : Dalloz, 1986.

NEWMAN, Bruce I. *Handbook of political marketing.* London : Thousand Oaks, 1999.

Conseillers en communication

BAUDOIN, Denis. *Dans les allées du pouvoir*. Paris : Jean-Claude Lattès, 1990.

CHAUVEAU, Agnès. L'homme politique et la télévision : l'influence des conseillers en communication. *Vingtième Siècle,* n° 80, octobre-décembre 2003, p. 89-100.

DEMAZIERE, Didier et LE LIDEC, Patrick. *Les mondes du travail politique : les élus et leurs entourages*. Rennes : PUR, 2014.

EYMERI-DOUZANS, Jean-Michel, BIOY, Xavier et MOUTON, Stéphane. *Le règne des entourages: cabinets et conseillers de l'exécutif*. Paris : Presses de Sciences-Po, 2015.

FAUVET-MYCIA, Christine. *Les éminences grises.* Paris : Belfond, 1988.

FAUX, Emmanuel et alli. *Plumes de l'ombre : Les nègres des hommes politiques.* Paris : Ramsay, 1991.

GEORGAKAKIS, Didier. La double figure des conseils en communication politique. *Sociétés contemporaines,* n° 24, décembre 1995, p. 77-94.

GEORGAKAKIS, Didier. Genèse et usages des « socio-styles » du Centre de communication

avancée (1972-1990). *Genèses,* décembre 1997, n° 29, p. 51-74.

GORIUS, Aurore et MOREAU, Michaël. *Les gourous de la com'. Trente ans de manipulation politiques et économiques*. Paris : La Découverte, 2011.

— *Les gourous de la com' dérapent*. Paris : Fayard, 2016

LEGAVRE, Jean-Baptiste. *Conseiller en communication, l'institutionnalisation d'un rôle,* thèse de doctorat de l'Université de Paris I, sous la direction de Philippe Braud : 1993.

—L'horizon local de la communication politique. Retour sur la diffusion d'une expertise. *Politix,* vol. 7, n° 28, quatrième trimestre 1994, p. 76-99.

— D'un groupe à l'autre. Le passage de l'expertise en communication à la pratique politique professionnelle. *Politix,* vol. 9, n° 35, troisième trimestre 1996, p. 131-148.

— Crise de la représentation et nouvel homme politique. Le métier politique au prisme des conseils en communication politique. In POIRMEUR, Yves et MAZET, Pierre dir. *Le métier politique en représentations.* Paris : L'Harmattan, 1999.

— La quête des origines. Retour sur la fondation de la communication politique en France. *Questions de communication,* n°7, 2005.

— Les communicants politiques. In COHEN, Antonin, LACROIX, Bernard et RIUTORT, Philippe dir. *Nouveau manuel de science politique*. Paris : La Découverte, 2009.

— Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme « associés-rivaux ». *Communication & langages*, n° 169, 2011, p. 105-123.

SABATO, Larry. *The rise of political consultants. New ways of winning elections*. New York : Basic books, 1982.

SEGUELA, Jacaues. *Hollywood lave plus blanc*. Paris : Flammarion, 1982.

— *Demain il sera trop star.* Paris : Flammarion, 1989.

— *Vote au dessus d'un nid de cocos*. Paris : Flammarion, 1992.

— *La parole de Dieu*. Paris : Albin Michel, 1995.

L'opinion publique et les sondages

ASSOCIATION FRANCAISE DE SCIENCE POLITIQUE. *Actes du colloque « la popularité politique ».* Paris : AFSP, 1990.

BECKER, Jean-Jacques. L'opinion. In REMOND, René dir. *Pour une histoire politique.* Paris : Seuil, 1998.

BLONDIAUX, Loïc. Ce que les sondages font à l'opinion. *Politix,* janvier-mars 1997, n° 37, p. 117-136.

— *La fabrique de l'opinion : une histoire sociale des sondages.* Paris : Seuil, 1998.

BOUCHERON, Patrick et OFFENSTADT, Nicolas dir. *L'espace public au Moyen Age : Débats autour de Jürgen Habermas*. Paris : PUF, 2011.

BRECHON, Pierre dir. *La gouvernance de l'opinion publique*. Paris : L'Harmattan, 2000.

BOURDIEU, Pierre. L'opinion publique n'existe pas. *Les temps modernes,* n° 318, 1973.

CENTRE EUROPEEN DE PROMOTION DE L'HISTOIRE / LES RENDEZ-VOUS DE L'HISTOIRE DE BLOIS. *L'opinion : information, rumeur, propagande.* Nantes : Pleins Feux, 2007

CHAMPAGNE, Patrick. *Faire l'opinion.* Paris : Éditions de minuit, 1990.

DUCCINI, Hélène. *Faire voire, faire croire : l'opinion publique sous Louis XIII*. Paris : Champ Vallon, 2003.

GARRIGOU, Alain. *L'ivresse des sondages. Paris :* La Découverte, 2006.

HUBE, Nicolas et RIVIERE Emmanuel. *Faut-il croire les sondages ?* Bordeaux : Editions Prométhée, coll. « Pour ou contre », 2008.

LAZAR, Judith. *L'opinion publique*. Paris : Sirey, 1995.

LE GRIGNOU, Brigitte et NEVEU, Erik. Emettre la réception (préméditation et réception de la politique télévisée). *Réseaux*, n°32, 1988, p. 67-107.

MARQUIS, Lionel. Sondages d'opinion et communication politique. *Cahiers du CEVIPOF,* janvier 2005, n° 38.

REYNIE, Dominique. *Le triomphe de l'opinion publique.* Paris : Odile Jacob, 1998.

TARDE, Gabriel. *L'opinion et la foule*. Paris : Editions du Sandre, 2006 (rééd.1901).

Peopolisation

BRANTZ, Kees. Who's afraid by infotainment ? *European journal of communication*, vol. 13, n° 3, 1998.

DAKHLIA, Jamil. *Politique people.* Paris : Bréal, 2008.

— et LHERAULT, Marie dir. *Le Temps des médias,* « Peopolisation et politique en France », n° 10, Printemps 2008.

DAKHLIA, Jamil. *Mythologies de la peopolisation*. Paris : Le Cavalier bleu, 2010.

— *Les politiques sont-ils des people comme les autres ?* Paris : Bréal, 2012.

DESTERBECQ, Joëlle. *La peopolisation politique : analyse en Belgique, France et Grande-Bretagne*. Louvain-la-Neuve : De Boeck, 2015

LILTI, Antoine. *Figures publiques, L'invention de la célébrité (1750-1850)*. Paris : Fayard,

2014.

POURCHER, Yves. *Politique parade, Pouvoir, charisme et séduction*. Paris : Seuil, 2007.

Réseaux, « La politique saisie par le divertissement », n° 118, 2003.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *L'état-spectacle : essai contre et sur le star-system en politique.* Paris, Flammarion, 1979.

VAN ZOONEN, Liesbet. *Entertaining the citizen. When politics and popular culture converge*. Lanham : Rowman and Littlefield, 2005.

WHEELER, Mark. *Celebrity Politics.* Cambridge : Polity, 2013.

Communication publique

ALDRIN, Philippe, HUBE, Nicolas et OLLIVIER-YANIV, Caroline dir. *Les mondes de la communication publique*. Rennes : PUR, 2013.

ALDRIN, Philippe, HUBE, Nicolas et OLLIVIER-YANIV, Caroline et UTARD, Jean-Michel dir. *Les médiations de l'Europe politique*. Paris : Presses Universitaires de Strasbourg, 2014.

DEBRAY, Régis. *L'Etat séducteur : les révolutions médiologiques du pouvoir*. Paris : Gallimard, 1997.

OLLIVIER-YANIV, Caroline. *L'état communiquant*. Paris : PUF, 2000.

DAUVIN Pascal. *La communication des collectivités locales*. Paris : L'Harmattan, coll. « Communication, politique et société », 2015.

LEMAIRE, Myriam et ZEMOR, Pierre. *La communication publique en pratiques*. Paris : Association Communication publique, 2008.

LE BART, Chistian. *Les mots de la vie politique locale en France*. Toulouse : Presses

universitaires du Mirail, 2015.

MARCHETTI, Dominique dir. *Communication et médiatisation de l'Etat.* Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2008.

Analyse du discours

AMOSSY, Ruth. *Images de soi dans le discours – La construction de l'ethos*. Lausanne : Delachaux et Niestlé, 1999.

BAUTIER, Roger. *De la rhétorique à la communication.* Paris : Grenoble, PUG, 1994.

BONNAFOUS, Simone, CHIRON, Pierre, DUCARD, Dominique, LEVY, Carlos dir. *Argumentation et discours politique*. Rennes : PUR, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. Paris : Vuibert, 2005.

Communication et langages, « Dialogues politiques : images et miroirs », n° 148, 2006.

COTTERET, Jean-Marie. *La magie du discours : Précis de rhétorique audiovisuelle*. Paris : Michalon, 2000.

DELPORTE, Christian. *Une histoire de la langue de bois*. Paris : Flammarion, 2009.

GERSTLE, Jacques. *Le langage des socialistes*. Paris : Stanké, 1979.

GHIGLIONE, Rodolphe dir. *Je vous ai compris ou l'analyse des discours politiques*. Paris : Armand Colin, 1989.

KRIEG-PLANQUE, Alice. *Analyser les discours institutionnels*. Paris : Armand Colin, 2013.

LABBE, Dominique et MONIERE, Denis. *Le discours gouvernemental*. Paris : Honoré Champion, 2003.

LE BART, Christian. *Le discours politique*. Paris : PUF, coll. Que sais-je ?, 2010.

MAINGUENEAU, Dominique. *Analyser les textes en communication*. Paris : Dunod, 1998.

MARCHAND, Pascal. *Le grand oral : Le discours de politique générale sous la Vème République.* Bruxelles : De Boeck Supérieur, 2014.

MAYAFFRE, Damon. *Le discours présidentiel sous la Vème République*. Paris : Presses de Sciences Po, 2012.

MEYER, Michel. *La rhétorique.* Paris : PUF, coll. Que sais-je ?, 2004.

— *Principia rhetorica : théorie générale de l'argumentation.* Paris : Fayard, 2008.

OGER, Claire. *Le façonnage des élites de la République*. Paris : Editions de Sciences-Po, 2008.

REBOUL, Olivier. *La rhétorique*. Paris : PUF, Que sais-je ?, 1984.

Index

Philippe Alexandre, 167, 296, 494
Jean-Louis Andréani, 322, 351, 356, 362, 506, 511, 528, 570, 593
Thierry Ardisson, 596, 597
Rachid Arhab, 498, 571, 572, 573, 630
Jacques Attali, 126, 156, 431
Edouard Balladur, 120, 414, 454, 568, 573, 574, 583
Raymond Barre, 48, 142, 212, 214, 223, 311, 312, 313, 319, 325, 331, 354, 361, 365, 382, 383, 385, 389, 399, 405, 411, 413, 416, 434, 463, 468, 542, 557, 620
Dominique Baudis, 567, 580, 582
Alain Bauer, 365, 366, 546, 627
François Bayrou, 259, 574, 589, 602, 604
Bazin, 169, 304, 322, 385, 422, 584, 627
Alain Bergounioux, 2, 129, 430, 503, 514, 523, 545, 565, 627
Bérégovoy, 189, 193, 229, 295, 383, 454, 462, 466, 504, 506, 516, 517, 549, 555, 558, 580, 592
Marie Bertin, 139, 368, 386, 390, 392, 445, 499, 545, 627
Christian Blanc, 152, 155, 163, 167, 190, 253, 302, 455, 468, 534, 630
Frédéric Bon, 170, 307, 424
Jean Boissonnat, 206, 209, 328, 627
Gilbert Bongrand, 31, 64, 80, 421
Alain Boublil, 516, 517
Pierre Bourdieu, 20, 30, 43, 335, 336, 502, 600
Pierre Brana, 296, 301, 369, 578, 627
Guy Carcassonne, 47, 218, 270, 273, 324, 336, 369, 370, 371, 387, 390, 394, 396, 405, 414, 424, 425, 434, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 446, 449, 456, 457,

470, 473, 474, 478, 486, 495, 503, 504, 505, 516, 530, 538, 544, 569, 579, 580, 586, 606, 617, 627
Gérard Carreyrou, 195, 207, 397, 460, 482, 627
Michel Castagnet, 155, 163, 253, 370, 372, 387, 388, 418
Jean-Marie Cavada, 215, 218, 627
Roland Cayrol, 60, 70, 71, 73, 84, 94, 95, 196, 197, 202, 398, 456, 584, 627
Jacques Chaban-Delmas, 105, 118, 214, 301, 476, 497
Jacqueline Chabridon, 438, 439, 460, 471, 482, 494, 496, 627
Robert Chapuis, 75, 92, 125, 136, 174, 186, 274, 419, 462, 546, 604, 623, 627
Jean-Pierre Chevènement, 133, 230, 234, 240, 246, 293, 431, 462, 466, 580
Gilles Cheyrouze, 179, 180, 394, 557, 628
Jacques Chirac, 47, 48, 168, 201, 212, 213, 223, 226, 282, 310, 311, 312, 313, 346, 354, 361, 365, 386, 389, 411, 412, 413, 416, 418, 455, 468, 469, 484, 486, 488, 496, 497, 529, 530, 536, 539, 542, 549, 569, 574, 577, 588, 600, 617
Jean-Paul Ciret, 73, 142, 153, 162, 169, 190, 208, 261, 303, 369, 390, 628
Guy Claisse, 187, 203, 208, 627
Pierre Clostermann, 78, 81, 82, 105, 107
Gérard Colé, 47, 311, 320, 321, 439, 444, 476, 482, 487, 545, 621, 628
Yves Colmou, 304, 440, 443, 474, 497, 544, 628
Jean-Marie Colombani, 204, 246, 284, 307, 350, 509, 511, 561, 628
Pierre-Yves Cossé, 57, 253, 302, 623, 628
Jean-Pierre Cot, 68, 190, 229, 243, 254, 273, 294, 351, 392
Michèle Cotta, 116, 241
Scarlett Courvoisier, 160, 266, 630
Maurice Couve de Murville, 105, 106, 107, 217, 469
Edith Cresson, 282, 383, 466, 499, 524, 541, 542, 547, 549, 550
Jean Daniel, 203, 248, 256, 321, 322, 414, 628
Joseph Daniel, 150, 449, 628
Dominique David, 369, 388, 606
Michel Debré, 59, 120, 462
Gaston Defferre, 60, 73, 92, 95, 97, 102, 103, 104, 109, 118, 154, 197, 217, 229, 239, 311, 368
Denis Delbourg, 439, 445, 456
Jacques Delors, 229, 282, 293, 311, 312, 313, 413, 486, 506, 547, 549, 551, 552, 568, 577, 583, 584
Gilbert Denoyan, 153, 163, 237, 326, 327, 369, 430
Gérard Doiret, 159, 307, 387, 409, 628
Julien Dray, 465, 522, 523, 573
Tony Dreyfus, 65, 77, 304, 369, 386, 460, 462, 628

Alain Duhamel, 20, 120, 354, 355, 431, 485
Roland Dumas, 462, 466, 582
Albert Du Roy, 307, 319, 327, 346, 415, 423, 483, 630
Jacques Duclos, 93, 96, 104
Elisabeth Dupoirier, 336, 449, 451, 453, 455, 456, 457, 504, 505, 530, 531, 532, 533, 628
Jean-Pierre Elkabbach, 116, 135, 210, 213, 328, 568
Pierre Encrevé, 218, 221, 223, 224, 328, 336, 369, 387, 401, 402, 405, 424, 490, 502, 609, 628
Claude Estier, 184, 228, 229, 234, 235, 350
Claude Evin, 218, 253, 351, 369, 371, 387, 430, 462, 578, 630
Kathleen Evin, 155, 168, 190
Laurent Fabius, 48, 164, 221, 224, 229, 242, 282, 291, 292, 293, 295, 296, 311, 312, 313, 319, 320, 321, 345, 349, 350, 353, 354, 357, 358, 363, 381, 382, 413, 416, 417, 449, 454, 478, 483, 496, 509, 510, 521, 524, 529, 547, 548, 549, 553, 555, 556, 559, 560, 561, 564, 568, 578, 620, 654
Jacques Fauvet, 167, 204, 256
Stéphane Fouks, 365, 388, 441, 470, 546, 628
Jean-Pierre Fourcade, 212, 216, 217, 490, 630
Daniel Frachon, 78, 151, 152, 172, 181, 182, 259, 369, 370, 371, 628
Milton Friedman, 295, 506
Gérard Fuchs, 294, 296, 425
Charles de Gaulle, 44, 55, 60, 62, 63, 71, 73, 82, 88, 90, 91, 93, 95, 96, 105, 106, 107, 108, 110, 111, 112, 143, 221, 253, 255, 401, 402, 404, 409, 489, 497
Dominique Gerbaud, 207, 264, 628
Franz-Olivier Giesbert, 147, 307, 463, 630
Valéry Giscard d'Estaing, 32, 55, 64, 134, 143, 160, 198, 201, 210, 214, 215, 216, 217, 219, 223, 237, 248, 251, 252, 254, 259, 266, 312, 313, 319, 344, 386, 422, 463, 466, 582, 587, 620
Roger Godino, 3, 386, 628
Jean-Jacques Goldman, 406, 415, 558, 573
Gérard Grunberg, 136, 152, 153, 158, 170, 172, 250, 251, 252, 265, 266, 369, 387, 388, 450, 456, 486, 523, 530, 538, 565, 628
Hervé Hamon, 127, 169, 188, 493
Jean-Michel Helvig, 207, 323, 326, 442, 628
Charles Hernu, 197, 250, 381, 439
Marc Heurgon, 70, 83, 93, 94
François Hollande, 129, 536, 552, 591, 595, 610
Jean-Paul Huchon, 47, 121, 174, 178, 179, 186, 258, 270, 276, 280, 302, 303, 304, 361, 369, 434, 439, 440, 441, 443, 444, 446, 449, 456, 457, 460, 464, 465, 466,

472, 476, 477, 482, 489, 493, 496, 505, 508, 513, 515, 519, 522, 525, 530, 540, 544, 545, 557, 569, 579, 621, 628
Jérôme Jaffré, 153, 156, 158, 159, 170, 196, 197, 202, 247, 252, 254, 274, 307, 430, 451, 453, 535, 538, 584
Dominique Jamet, 193, 233, 263, 421, 428
Patrick Jarreau, 146, 204, 322, 628
Jean Jaurès, 3, 49, 259, 345, 593, 622
Lionel Jospin, 210, 229, 250, 251, 278, 297, 310, 312, 313, 330, 350, 354, 357, 358, 378, 380, 381, 384, 418, 478, 483, 489, 514, 521, 525, 526, 547, 555, 564, 568, 578, 584, 593, 600
Pierre Joxe, 134, 459, 466, 517
Jacques Julliard, 61, 66, 70, 120, 125, 194, 203, 321, 356, 371, 491
John Fitzgerald Kennedy, 41, 64, 71, 261, 266
Jean Lallier, 95, 258, 369, 387, 404, 405, 430
Brice Lalonde, 102, 363, 555, 628
Jack Lang, 311, 363, 411, 431, 462, 466, 483, 551, 559, 582
Bernard Langlois, 153, 163, 205, 391
Jean Lecanuet, 31, 32, 64, 82, 91, 92, 210, 214, 251, 465
Jean-Marie Le Pen, 57, 164, 312, 313, 319, 417, 489, 592
Louis Le Pensec, 430, 462, 560
Marie-Noëlle Lienemann, 280, 553, 556
Gérard Lindeperg, 458, 546, 560, 629
Edmond Maire, 119, 125, 151, 261, 557
Georges Marchais, 89, 134, 210, 212, 213, 457
Jean-Luc Margot-Duclot, 369, 387, 629
Claude Marti, 135, 139, 153, 154, 163, 165, 167, 169, 190, 294, 324, 389, 434, 440, 606
Gilles Martinet, 60, 82, 86, 114, 117, 136, 142, 190, 226, 229, 254
Pierre Masson, 181, 289, 296, 314, 316, 361, 364, 365, 368, 369, 388, 390, 391, 392, 393, 394, 400, 401, 425, 426, 427
Pierre Mauroy, 57, 125, 126, 151, 192, 210, 217, 226, 240, 246, 254, 255, 264, 272, 277, 279, 281, 283, 291, 322, 358, 361, 380, 383, 385, 431, 448, 449, 454, 478, 506, 516, 523, 524, 525, 537, 547, 548, 564, 568, 578, 592
Marshall McLuhan, 20, 336, 340, 599
Jean-Luc Mélenchon, 35, 522, 523, 573, 579, 595
Pierre Mendès France, 61, 65, 66, 68, 77, 80, 81, 86, 92, 102, 103, 104, 109, 141, 222, 245, 256, 265, 371, 421, 437, 469, 492, 502, 506, 512, 593, 594
Jean-François Merle, 47, 128, 147, 163, 165, 166, 170, 218, 219, 301, 304, 360, 468, 491, 621, 629
Louis Mermaz, 330, 466, 564, 582
Jean-Louis Missika, 43, 219, 336, 440, 449, 450, 451, 453, 454, 455, 456, 494, 501, 502, 514, 530, 531, 629

François Mitterrand, 3, 20, 32, 36, 48, 49, 63, 77, 82, 93, 95, 109, 111, 117, 118, 124, 125, 126, 133, 134, 138, 140, 141, 145, 146, 147, 150, 153, 154, 164, 171, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 192, 193, 196, 197, 199, 201, 203, 204, 206, 207, 208, 209, 210, 212, 213, 214, 216, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 230, 233, 236, 238, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 248, 251, 252, 253, 254, 257, 258, 259, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 270, 271, 276, 278, 279, 282, 283, 293, 311, 312, 313, 317, 319, 320, 321, 322, 328, 344, 345, 346, 350, 352, 354, 356, 359, 361, 363, 377, 382, 384, 385, 386, 389, 398, 399, 402, 404, 405, 411, 412, 413, 414, 416, 422, 423, 424, 428, 429, 430, 431, 432, 434, 436, 439, 444, 458, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 469, 471, 475, 477, 478, 479, 480, 482, 483, 486, 488, 490, 493, 497, 499, 506, 507, 512, 518, 522, 525, 527, 535, 539, 540, 541, 544, 547, 554, 556, 558, 560, 562, 569, 571, 576, 577, 578, 579, 581, 585, 593, 594, 595, 617, 619, 622, 623
Mossuz-Lavau, 305, 367, 387, 629
Neuschwander, 60, 71, 72, 73, 79, 422, 629
Michel Noir, 488, 536, 605
Jean-Luc Parodi, 70, 170, 202, 249, 307, 450, 629
Charles Pasqua, 421, 573, 574
Claude Perdriel, 150, 203, 256, 629
Pascal Perrineau, 305, 306, 317, 629
Jean-Claude Petitdemange, 301, 315, 316, 359, 360, 368, 369, 371, 478, 545, 629
Christel Peyrefitte, 172, 305, 306, 317, 387, 388
Thierry Pfister, 204, 217, 236, 322, 326, 448, 629
Jacques Pilhan, 311, 320, 321, 439, 444, 445, 483, 487, 488, 489, 490, 545, 547, 554, 556, 557, 563, 569, 606
Edgar Pisani, 141, 190, 253, 254
Bernard Pivot, 169, 404, 406
Alain Poher, 90, 91, 92, 96, 97, 100, 101, 103, 104, 108, 150
Bernard Poignant, 298, 371, 436, 546, 579, 629
Patrick Poivre d'Arvor, 273, 495, 519
Georges Pompidou, 35, 62, 64, 91, 92, 94, 95, 96, 97, 100, 101, 103, 104, 105, 108, 110, 116, 215, 434, 469, 476
Jean Poperen, 77, 86, 229, 234, 358, 383, 524
Claude Posternak, 389, 390, 606
Neil Postman, 20, 336, 600
Hubert Prévot, 75, 253, 275, 534
Alain Rémond, 207, 305, 307, 369, 400, 405, 629
Alain Richard, 279, 280, 369, 371, 387, 391, 631
Michèle Rocard, 68, 116, 170, 241, 307, 367, 369, 423, 450, 458, 536, 571

Franklin Roosevelt, 56, 58, 371, 590
Alexandre Sanguinetti, 111, 112, 115, 256
Michel Sapin, 294, 298, 351, 369, 370, 556, 588, 631
Nicolas Sarkozy, 32, 35, 232, 407, 489, 587, 589, 606
Thierry Saussez, 421, 488, 606
Jacques Sauvageot, 69, 76, 87, 630
Alain Savary, 77, 86, 287
Robert Schneider, 207, 322, 401, 423, 515, 630
Roger-Gérard Schwartzenberg, 91, 92, 94, 95, 97, 99, 467, 581
Jacques Séguéla, 36, 344, 389, 418, 469, 488, 540, 606
Jean-Jacques Servan-Schreiber, 32, 71, 107, 118
Anne Sinclair, 311, 327, 333, 353, 432, 477, 485, 566, 577
Jean-Pierre Soisson, 88, 89, 176, 465
Bernard Spitz, 47, 297, 361, 369, 388, 405, 441, 443, 466, 477, 488, 489, 505, 508, 512, 513, 515, 519, 522, 525, 530, 532, 540, 545, 546, 548, 549, 550, 551, 621, 630
Lionel Stoléru, 443, 463, 466
Jean-Pierre Sueur, 294, 351, 369, 371, 630
Bernard Tapie, 32, 580, 583
Margareth Thatcher, 42, 250, 428
Frédéric Thiriez, 368, 369, 371, 386, 392, 395, 631
Manuel Valls, 365, 442, 478, 546, 591, 594, 595, 598, 631
Patrick Viveret, 186, 190, 218, 229, 230, 243, 371, 458, 630
Alain de Vulpian, 60, 70, 71, 161, 388, 630
Gentiane Weil, 47, 276, 286, 289, 303, 304, 315, 387, 390, 443, 622, 630
Dominique Wolton, 22, 43, 449, 456
Pierre Zémor, 2, 46, 48, 151, 152, 153, 155, 156, 158, 163, 166, 167, 168, 170, 171, 172, 181, 186, 190, 245, 253, 260, 272, 274, 275, 276, 277, 290, 298, 307, 368, 369, 387, 388, 389, 395, 418, 434, 439, 440, 443, 450, 456, 457, 458, 459, 460, 572, 578, 620, 630