

# L'avenir de la communication politique

**Gaspard GANTZER**

---

LES CARNETS DE L'INSTITUT DIDEROT

# L'avenir de la communication politique

Gaspard GANTZER

SEPTEMBRE 2019

---

# Sommaire

Avant-propos Jean-Claude Seys	p. 5
L'avenir de la communication politique Gaspard Gantzer	p. 9
Débat	p. 21
Les publications de l'Institut Diderot	p. 37

---

# Avant-propos

Gaspard Gantzer pose le principe que la Démocratie ne saurait exister sans débat, c'est-à-dire sans communication ; la formation d'une opinion publique impose en effet que chacun s'informe sur les aspects de la vie de la cité qu'il ne connaît pas par lui-même, les évalue et confronte l'opinion qu'il s'en fait avec celle de ces concitoyens en vue d'œuvrer à une évolution qui convienne au plus grand nombre. Mais cette condition nécessaire de la Démocratie n'est pas une condition suffisante. Gaspard Gantzer illustre d'ailleurs l'histoire de la communication politique par l'exemple de dirigeants de la Grèce et la Rome Antique de Philippe Le Bel et de Napoléon, dont le but n'était pas le débat démocratique mais la recherche de l'adhésion de plus grand nombre à leurs vues. Si la communication est échange, elle est toujours initiée par un émetteur qui n'attend pas toujours une réponse, mais souvent adhésion ou soumission.

C'est d'ailleurs le but très explicite qu'Edward Bernays, neveu de Sigmund Freud et grand conseiller de politiques et d'entreprises américaines, assignait à son action : il écrit dans « Propaganda » livre qu'il publie en 1928, que la

---

« manipulation intelligente des opinions et des habitudes organisées des masses joue un rôle important dans une société démocratique. Ceux qui manipulent ce mécanisme social imperceptible forment un gouvernement invisible qui dirige véritablement le pays ».

Nous vivons une époque où les vecteurs de la communication et les émetteurs de messages se sont multipliés s'efforçant de provoquer des réactions émotionnelles conformes à leurs souhaits. Dans ce malstrom, entre le vrai et le faux, l'information honnête et la manipulation intéressée, le citoyen se sent perdu et tend à accorder sa confiance au communicant le plus habile.

Ceci nous rappelle que la communication est un moyen dont les effets dépendent des finalités de ceux qui les mettent en œuvre et tout particulièrement de leur éthique.

Jean-Claude Seys  
Président de l'Institut Diderot

# L'avenir de la communication politique

La communication politique n'a pas bonne presse. On la réduit le plus souvent à de la poudre aux yeux, des « coups de com' », de la publicité. Les professionnels de la communication politique ne seraient que des truqueurs, des *spin doctors*, manipulateurs tapis dans l'ombre.

Je ne partage pas cette vision. La communication est indissociable de la politique et ne se réduit pas à de la simple propagande. La démocratie, en particulier, comme le montre Habermas, suppose un espace public où les citoyens communiquent les uns avec les autres. La communication sert ainsi la démocratie en ce qu'elle permet au pouvoir politique d'expliquer ce qu'il fait, de décrire comment il remplit ou corrige ses engagements, de mettre en valeur ses réussites et même, quelquefois, de reconnaître ses échecs. Autrement dit, la communication politique est liée à l'obligation démocratique de devoir rendre des comptes et retourner devant le suffrage universel.

---

La communication politique ne se réduit donc pas à une série d'outils. Il est inexact de la circonscrire à un ensemble de techniques comme les relations-presse, l'écriture de discours ou le *community management*. Elle ne se confond pas non plus avec l'utilisation des médias. Marshall McLuhan disait, certes, que *the medium is the message* : plus important que le contenu de ce qu'on dit est le canal par lequel on le dit. Et les dirigeants politiques ont tendance à le croire. Ils commencent par se faire inviter à la radio ou à la télévision et après, éventuellement, réfléchissent à ce qu'ils veulent dire. Ils considèrent que la notoriété et l'image que donnent les médias est plus importante que le contenu. Or je crois qu'un dirigeant devrait d'abord se demander non pas où parler, mais s'il a vraiment quelque chose à dire – le meilleur choix, parfois, étant de savoir rester silencieux.

Je soutiens que la communication politique est une discipline noble. Ce n'est pas un ensemble de techniques. Ce n'est pas se servir des médias. C'est la capacité à mettre en mots, en images, en symboles, la capacité à faire appel à l'imaginaire pour servir la démocratie et un message politique.

\*            \*  
              \*

---

La communication est aussi vieille que la politique. Les dirigeants de la Grèce et de la Rome antiques étaient de très bons communicants. Jules César, par exemple, était maître de ce que nous appellerions de nos jours le *storytelling*. *La guerre des Gaules* transforme une expédition où il n'en allait pas réellement de la sécurité de Rome en épopée avec Vercingétorix comme ennemi. Grâce à cet ouvrage, César se rehausse politiquement et bâtit la renommée qui lui permettra de prendre le pouvoir. De même, quand Philippe le Bel organise des États généraux pour remédier au problème de l'impôt (comme Louis XVI plusieurs siècles après, avec moins de succès) cela n'est pas si différent du grand débat lancé par Emmanuel Macron, en réponse à la crise des Gilets jaunes. L'utilisation des images aux fins de propagande n'est pas neuve non plus : la représentation des puissants a toujours servi à glorifier leur pouvoir, des empereurs romains jusqu'à aujourd'hui, en passant par Napoléon.

Les questions de communication ont néanmoins pris un nouveau tour avec l'apparition des médias de masse. La presse écrite a été largement utilisée pour préparer la France à la guerre contre l'Allemagne. Les nations belligérantes pendant le premier conflit mondial s'en sont servies pour soutenir l'effort de guerre puis pour en interpréter les résultats. L'Allemagne nazie est ensuite passée maître dans l'art d'utiliser la mise en scène, l'imagerie, le cinéma. Il suffit de penser aux grands rassemblements de Nuremberg orchestrés par Albert Speer ou aux films de Leni Riefenstahl. Mais les nazis



---

n'étaient pas une exception. Mussolini, entre autres, n'était pas maladroit dans l'exercice, n'hésitant pas à mettre en avant son corps et son image et à se faire photographier torse nu. Je pense d'ailleurs que Matteo Salvini fait consciemment référence à cette imagerie quand lui-même se fait prendre en photo le torse dénudé à la plage en train de faire la fête. L'Union soviétique aussi savait utiliser l'image et se montrer fort efficace en matière de propagande. Et les démocraties occidentales utilisent tout autant les médias de masse pour faire passer des messages politiques. Il peut s'agir de sensibiliser l'opinion publique – on se souvient du verre de lait de Mendès France, par exemple – ou de mener un combat politique, comme le général de Gaulle à la radio lors de la tentative de putsch d'avril 1961. Mais c'est surtout aux États-Unis que la communication politique d'après-guerre a connu ses heures de gloire. Les Américains ont innové sur beaucoup de points, en particulier en matière de campagne électorale. Par exemple, avec le premier débat télévisé en 1960 entre John Fitzgerald Kennedy et Richard Nixon, qui aurait fait basculer l'élection en faveur du premier.

Ces techniques de communication sont apparues en France à partir des années 1960 en particulier à l'initiative du premier *spin doctor* français, Michel Bongrand. Celui-ci s'était déjà fait connaître dans la publicité, en particulier avec la promotion en France des films de James Bond. En 1965, Bongrand prend en charge la campagne de Jean Lecanuet, et, à la surprise générale, celui-ci fait un score important, si bien que le général de Gaulle se

---

retrouve en ballottage face à François Mitterrand. Ce dernier, pour sa part, a longtemps considéré qu'il ne passait pas bien à la télévision – il s'était fait battre par Valéry Giscard d'Estaing en 1974, avant de prendre sa revanche en 1981 et de dominer Chirac lors du débat de 1988. Il faut dire que François Mitterrand avait les moyens pour maîtriser cet art audiovisuel. Il avait fait appel aux services de l'agence RSCG et d'une équipe de communicants, parmi lesquels Jacques Pilhan, qui l'aida notamment à rehausser son image en vue de remporter les élections de 1988.

Les années 1980 et 1990 ont d'ailleurs vu une autre mutation, avec l'émergence de l'*infotainment*, mélange d'information et de divertissement. On se souvient de Lionel Jospin chantant « Les feuilles mortes » à la télévision. On critique beaucoup les hommes politiques qui se donnent en spectacle chez Ruquier ou Quotidien, mais rappelons-nous que, dès les années 1980, des hommes politiques fort respectables n'hésitaient pas à le faire. Cette tendance s'est considérablement développée depuis, avec une *peopolisation* de la vie politique. *Closer*, *Paris Match* sur un registre plus chic, sont devenus des outils de communication politique. Emmanuel Macron a ainsi très largement utilisé le second pour se faire connaître et mettre en valeur son couple avec Brigitte Macron.

Enfin, l'apparition d'Internet a changé à peu près toutes les règles. Il y avait auparavant une unité de temps, ce qu'on appelle la chronologie des médias : des rendez-

---

vous matinaux avec la presse écrite et les matinales radio, des rendez-vous de midi, des rendez-vous du soir avec comme point d'orgue le journal télévisé de 20 heures. Aujourd'hui, l'information est en continu. Une information peut sortir à n'importe quel moment. Là où avant il aurait fallu attendre le bouclage d'une conférence de rédaction, l'information est désormais constante et instantanée. Elle est aussi déterritorialisée. Il n'y a plus de monopole géographique de l'information. Lors des attentats de novembre 2015, le premier chef d'État à s'exprimer ne fut pas François Hollande, mais Barack Obama.

Plus d'unité de temps, plus d'unité de lieu, plus d'unité d'action non plus : aujourd'hui, chacun peut se faire journaliste. Lors des attentats du 22 mars 2016 de Bruxelles, les premières images et les premières informations sont venues des personnes sur place qui ont commencé à prendre des images et à décrire en direct ce qui se passait. Les mêmes problèmes se sont posés en novembre 2015 à Paris. C'est dans ces moments terribles qu'on a pu se rendre compte que les règles du jeu avaient profondément changé.

Le paysage médiatique est ainsi totalement éclaté, sans règle, investi n'importe quand, n'importe où, par n'importe qui. Dans ce cadre, le plus outrancier l'emporte bien souvent. C'est l'un des secrets de la victoire de Donald Trump aux élections présidentielles américaines de 2016 et certainement une des clefs de la victoire du *leave* au référendum britannique. C'est aussi l'une des

---

explications au succès de la Ligue et du Mouvement 5 étoiles en Italie. Un dernier exemple, moins commenté, est celui de la présidentielle ukrainienne. Volodymyr Zelensky était un comédien très connu des Ukrainiens. C'était le héros d'une série dans laquelle il jouait le rôle du président ukrainien. Un bon président, proche du peuple. Et Zelensky s'est dit que s'il jouait bien le rôle du président à la télévision, pourquoi ne pas le faire dans la réalité, même sans programme. Résultat : il a fait 40 % au premier tour et a été élu au second. Ne sourions pas. L'Ukraine est un grand pays, et ce qui y est arrivé pourrait très bien se reproduire chez nous. Nous sommes tous tentés de plus nous attacher aux images, aux histoires, qu'au fond de l'action ou aux propositions.

En France, l'élection présidentielle de 2017 a été celle de la « disruption ». La disruption est un terme inventé par des publicitaires de l'agence TBWA pour désigner une technique visant à rompre intentionnellement avec les conventions existantes dans un secteur donné. Ainsi, lors de l'élection présidentielle de 2017, les candidats qui ont fait parler d'eux ne sont pas ceux qui ont déclaré vouloir jouer le jeu des institutions et des pratiques de la V<sup>e</sup> République. Ceux qui se sont distingués sont ceux qui se sont déclarés contre le système. On pourrait croire qu'il s'agit du discours habituel des populistes. Jean-Luc Mélenchon a ainsi revendiqué sa lutte contre le système capitaliste. Du côté de Marine Le Pen, il s'agissait plutôt de mettre à bas « *l'establishment* », comme le disait son père. Mais Emmanuel Macron, aussi, s'est déclaré contre le système. Il a même intitulé son livre *Révolution*.

---

Trois des principaux candidats se sont donc présentés comme opposés au système incarné par les deux partis traditionnels dont les candidats, Benoît Hamon et François Fillon, se sont écroulés lors de cette élection. Du point de vue de la communication politique, c'est ce qu'on appelle un positionnement.

Emmanuel Macron, Marine Le Pen et Jean-Luc Mélenchon ont chacun assorti ce positionnement d'images et de messages spécifiques. Emmanuel Macron a joué de son âge, se présentant comme Bonaparte au pont d'Arcole, Kennedy, Obama, haranguant les foules en bras de chemise, montrant sa proximité avec les jeunes. Avec lui, la jeunesse allait prendre le pouvoir. Jean-Luc Mélenchon a pour sa part adopté la veste de travailleur et les rassemblements populaires comme lors de son discours sur la plage du Prado à Marseille. Quant à Marine Le Pen, celle-ci a paradoxalement choisi une iconographie se voulant rassurante, en contradiction avec le fond extrêmement violent de son discours.

En ce qui concerne les médias, ces trois candidats ont largement privilégié les médias numériques. Mélenchon a fait preuve de beaucoup de créativité avec ses hologrammes, mais aussi le lancement d'une chaîne Youtube lui permettant d'expliquer ses positions, en direction notamment des jeunes. Emmanuel Macron s'est très largement servi de Twitter et Facebook. Marine Le Pen, pour sa part, était incontestablement la plus puissante sur les réseaux sociaux grâce à des communautés très actives sur Internet.

---

C'est pourtant lors des débats que l'élection présidentielle s'est jouée, de façon assez classique. À la différence des élections présidentielles précédentes, il n'y a pas eu un seul, mais des dizaines de débats, des primaires jusqu'au second tour. Pour ma part, je trouve cette évolution plutôt positive parce qu'elle permet la confrontation, non seulement des images et des bons mots, mais aussi du fond. Et c'est un débat qui a en fin de compte scellé le sort de l'élection. Macron aurait très probablement remporté l'élection sans le débat du second tour, mais celui-ci a définitivement fait la différence.

Emmanuel Macron a été élu grâce à un positionnement antisystème parfaitement maîtrisé, avec la promesse de faire de la politique autrement. Du point de vue de la communication, c'est ce qui lui a posé problème au début de son mandat. Une fois devenu président de la République, il a totalement changé d'image. Après avoir dit qu'il serait en prise directe avec les citoyens, qu'il serait moderne dans sa communication, il a voulu se réinventer en président jupitérien au-dessus de la mêlée. Cette prise de distance a été l'une des multiples causes de la crise des Gilets jaunes.

\* \* \*

---

En difficulté pendant l'hiver 2018-2019, Emmanuel Macron a trouvé son salut en redescendant dans l'arène. En organisant de multiples débats à travers la France, renouant ainsi avec sa promesse initiale.

Cet exemple montre que l'avenir de la communication politique, dans un monde médiatique totalement fragmenté, où les propos les plus outranciers et les plus déraisonnables triomphent, réside dans la rencontre directe avec les citoyens.

L'avenir de la communication politique, ce n'est pas la presse, la télévision ou la radio, qui sont des médias vieillissants. Ce n'est pas non plus Internet. La Toile en tant que telle ne corrigera pas les défaillances démocratiques de nos sociétés. Ce n'est pas parce que des hommes politiques tweetent ou vont sur Facebook qu'ils retrouvent le lien avec les citoyens.

L'avenir de la communication politique, c'est l'agora citoyenne. Renouer avec la conception athénienne de la communauté politique, la plus fondamentale qui soit : se retrouver à plusieurs pour échanger entre citoyens. De ce point de vue, je porte un regard favorable sur le fait qu'Emmanuel Macron aille devant les gens débattre de la réforme des retraites. C'est atypique dans la V<sup>e</sup> République. Reste à va voir ce que cela va donner. J'invite tous les citoyens et tous les dirigeants politiques à le faire dans le cadre des prochaines élections municipales et c'est ce que, très modestement, j'essaye de mettre en pratique au sein du mouvement citoyen que j'ai récemment lancé.

---

Retrouvez l'intégralité du débat en vidéo sur  
[www.institutdiderot.fr](http://www.institutdiderot.fr)



---

# Questions da dans la salle

**Sophie Fiszman**<sup>1</sup> : *Je profite de ce que vous êtes là pour vous adresser une question que je me pose depuis longtemps : comment se peut-il qu'un président entouré de communicants laisse sortir, sans aucun droit de regard, Un président ne devrait pas dire ça ?*

**Gaspard Gantzer** : Je vais vous raconter l'histoire, pour ce que je peux en savoir. Quand je suis arrivé en 2014 à l'Élysée, ce travail avec les deux journalistes, Gérard Davet et Fabrice Lhomme, était entamé depuis deux ans. Il avait commencé dès le début du quinquennat. Le président de la République, François Hollande avait fixé la règle : des entretiens mensuels en vue de raconter le quinquennat. L'idée était intéressante, au départ. Il s'agissait de dépasser les vicissitudes de l'actualité pour retracer dans le temps long l'action présidentielle. François Hollande faisait jouer à ces journalistes le rôle de mémorialiste, aussi vieux que l'action politique. Le même rôle qu'avait pu jouer Jacques Attali pour François Mitterrand

---

1. Administratrice de MAAF Assurances.

---

dans *Verbatim*. François Hollande tenait aussi à la transparence et à expliquer ses choix politiques. Pour ma part, j'ai commencé à me méfier quand ces journalistes ont joué un mauvais tour au Secrétaire général de l'Élysée, Jean-Pierre Jouyet, en publiant des propos que celui-ci leur aurait tenus affirmant que François Fillon était intervenu auprès de lui afin de faire accélérer les procédures contre Nicolas Sarkozy. À ce moment-là, j'ai dit à François Hollande qu'il fallait peut-être faire attention. Celui-ci a préféré continuer ce travail, et ces deux journalistes ont sorti un livre contenant des phrases qu'on n'a pas l'habitude d'entendre dans la bouche d'un président de la République, tout simplement parce qu'elles expriment ce qu'un Président pense d'un certain nombre de sujets sans prendre de gants.

D'un point de vue historique et démocratique, c'est intéressant. Mais c'est catastrophique sur le plan politique. Les Français ont un rapport paradoxal avec leur président. Ils ont envie de tout savoir, ils ont envie de transparence, mais, parfois, ils n'ont pas envie d'entendre la vérité d'un homme. C'est exactement ce qui s'est passé avec ce livre qui a scellé définitivement le sort de François Hollande à la fin de son quinquennat.

**Guillemette Leneveu**<sup>2</sup> : *Concernant la place de l'agora citoyenne dans l'avenir, quelle pourrait y être celle des corps intermédiaires ?*

---

2. Directrice générale de l'UNAF (Union Nationale des Associations Familiales).

---

**Gaspard Gantzer** : Je crois beaucoup aux corps intermédiaires, sous toutes leurs formes. Il se trouve que j'ai commencé ma carrière administrative au ministère des Affaires sociales, et plus particulièrement comme chef du bureau des relations collectives du travail à la direction générale du travail. Je me suis donc occupé pendant trois ans des conventions collectives. J'ai passé mes soirées avec les fédérations professionnelles, la CGT, la CFDT ou les MEDEF territoriaux. J'ai appris à respecter et à aimer le dialogue social, tout en prenant conscience de ses difficultés. J'ai regretté que ce dialogue social n'ait pas toujours été efficace pendant la présidence de François Hollande, malgré de réels efforts. Je regrette aussi qu'Emmanuel Macron, devenu président de la République, ait voulu faire fi des corps intermédiaires. C'est à mon avis une très grave erreur. Ayant redécouvert l'agora citoyenne avec le grand débat national, il redécouvre d'ailleurs aussi les mérites de la concertation. Syndicats, organisations professionnelles, associations d'élus, humanitaires... il est vital de multiplier les points de vue. Personne ne peut prétendre détenir tout seul l'intérêt général. Il faut en permanence revenir aux corps intermédiaires. Et pas seulement en période d'élections. Je ne supporte pas cette conception de la démocratie consistant à dire : « vous m'avez donné le pouvoir, j'ai un mandat, rendez-vous aux prochaines élections ». On sait bien que le lien démocratique est très ténu au moment des élections et que les gens votent aussi en grande partie par élimination. Le pouvoir politique doit en permanence se relégitimer, ouvrir les yeux, les oreilles, écouter ce que les citoyens et les corps intermédiaires ont à dire.

---

**Michel Parizot**<sup>3</sup> : *Vous avez brossé un historique de la communication politique depuis Jules César. Mais ce qu'on constate actuellement, c'est une perte de confiance dans la parole des responsables politiques. Je parlerais même d'une espèce de méfiance. On met alors en place des ballons d'essai sur tel ou tel sujet, où l'on jette telle proposition pour voir la réaction des gens et prendre ensuite position. Que pensez-vous de cette manière de procéder, du point de vue de la communication politique ?*

**Gaspard Gantzer** : C'est épouvantable, mais ce n'est pas tout à fait nouveau. Cela fait une trentaine d'années que cette technique est utilisée. Quand on est au pouvoir, le réel vous rattrape et vous devez corriger les promesses que vous avez faites au moment de l'élection. Ce n'est d'ailleurs pas scandaleux, il est bien normal que les dirigeants politiques s'adaptent aux circonstances. Dans cette situation, une des techniques, que, pour ma part, je juge mauvaise, consiste à jeter sur la table des idées en attendant de voir quelle sera la réaction du public. C'est très inspiré des conceptions managériales américaines – *test, fix and learn*, on essaye, on répare et on apprend de ce qu'on a fait. Le problème est que ça contribue à affaiblir encore le lien démocratique. J'irais plus loin que vous en parlant à ce sujet, non pas de méfiance, mais d'une véritable défiance. Parmi les détenteurs d'autorité, les dirigeants politiques sont les moins appréciés. Ils sont constamment suspects d'insincérité. Face à cela, je

---

3. Président de GERAP (Gestion Epargne Retraite et Assurances de Personnes).

---

continue d'avoir espoir en la démocratie et je considère que j'ai, avec d'autres, la responsabilité de réintroduire de la raison et du temps long dans l'action politique. Quand on fait de la politique, la grande tentation de nos jours est d'être court-termiste. Viser le buzz pour faire parler de soi. Constamment faire des petites phrases, des coups d'éclat – avoir en fin de compte une vision trumpienne de l'action politique, à laquelle il est difficile de résister parce qu'il faut bien avouer que cela fonctionne. Moi-même j'y cède parfois. Mais le salut se situe dans le temps long, le dialogue de long terme avec les citoyens. Pas dans les ballons d'essai ou les coups de communication. On en revient à l'importance des débats, de l'agora citoyenne et de l'appel à la raison des citoyens. Ce qui est particulièrement déplaisant dans la technique du ballon d'essai, c'est qu'en fin de compte elle réduit les citoyens à des échantillons représentatifs en essayant de voir comment ils réagissent, au lieu de faire appel à leur intelligence et d'essayer de réfléchir avec eux.

**Raphaël Hadas-Lebel**<sup>4</sup> : *Votre conclusion est paradoxale, puisque finalement vous nous dites que l'avenir de la communication politique, ce ne sont pas les médias audiovisuels, auxquels on attache souvent beaucoup d'importance, ce n'est même pas Internet, c'est le retour à l'agora citoyenne. J'ai quand même le sentiment que cette conclusion fait abstraction du fait que l'agora citoyenne n'a une certaine influence que parce qu'elle est*

---

4. Président de section honoraire au Conseil d'État.

---

*reprise par les médias officiels et par Internet. Sachant que cette reprise pose problème, puisqu'en général ce qu'on reprend, c'est la petite phrase, l'anecdote, et que le débat de fond n'est pas à son avantage.*

**Gaspard Gantzer :** Je vous remercie pour votre question qui me permettra de préciser ma pensée. La situation, aujourd'hui, est très différente de celle d'il y a vingt ou trente ans. À l'époque, en simplifiant, l'opinion publique était structurée par la télévision. Tout le monde voyait les mêmes images et les mêmes informations au même moment. Or l'audience actuelle des 20 heures de TF1 et de France 2 est moindre que celle du seul journal de France 2 il y a quinze ans. Les journaux télévisés sont devenus des médias de niche pour une catégorie de la population française : les plus de 65 ans. Les jeunes de moins de trente ans, et je ne parle même pas de ceux qui ont dix-huit ans, ont abandonné l'objet télévision. Si on récrivait *Les Choses* de Perec, on se rendrait compte qu'un jeune couple qui s'installe ne s'achète plus de télévision. Il s'achète un ordinateur et éventuellement un rétroprojecteur pour projeter des séries Netflix. Il ne lui passera même pas par la tête d'aller regarder le JT de 20 heures. Il ne sait d'ailleurs plus qu'il y a un rendez-vous à 20 heures, parce que les informations passent en continu.

J'ai parlé de la parcellisation des médias, mais en fait il s'agit surtout d'une parcellisation de l'audience. Il y a une bipartition de l'opinion publique relativement aux médias. D'un côté, ceux qui s'informent encore sur les médias

---

traditionnels, qui écoutent la radio, lisent les journaux, regardent les informations télévisées. De l'autre, tout un pan de la société qui n'a plus du tout accès à ce type d'informations-là. Qui se tient au courant par d'autres canaux, beaucoup plus ancestraux que l'on peut imaginer, bien que cela passe de nos jours par Internet : le bouche-à-oreille, la rumeur publique, l'échange d'informations autrement que par l'intermédiaire de professionnels. Le principal média d'information des jeunes, par exemple, ce ne sont même pas les réseaux sociaux, mais les forums de jeux vidéo. Le premier média, actuellement, chez les jeunes, c'est *Fortnite*. Ce jeu vidéo rassemble des dizaines de millions de joueurs dans le monde et plusieurs centaines de milliers en France. Mes enfants n'ont pas encore de console de jeux ou d'ordinateur, mais ils connaissent parfaitement l'univers de ce jeu. Les célébrations un peu étranges pour le profane d'Antoine Griezmann lors du dernier mondial étaient en fait tirées de *Fortnite* – ce sont mes enfants qui me l'ont appris.

Il y a ainsi aujourd'hui deux mondes : le premier est celui des médias traditionnels, l'autre, à côté, tisse informations, rumeurs et divertissement. L'indépendance de ces deux mondes occasionne des surprises pour ceux qui s'informent par les médias classiques. L'élection de Trump, par exemple. Ou le succès du *Vaffanculo-Day* de Beppe Grillo. En conférence de presse, Beppe Grillo n'avait réussi à faire se déplacer que deux pelés, trois tondu. Quelques jours après, des millions de gens étaient dans la rue, sans qu'à aucun moment on en ait parlé en amont dans les médias traditionnels. Comment

---

l'expliquer ? Par le bouche-à-oreille, les médias sociaux, les forums de jeux vidéo, l'information avait très vite circulé.

Je pense que dans ce cadre, la seule issue pour réenchanter la démocratie, retisser le lien démocratique, c'est d'abord d'avoir la modestie de faire de la politique comme sous la III<sup>e</sup> et la IV<sup>e</sup> République : rechausser ses bottes, aller dans les rues, aller frapper à toutes les portes, les unes après les autres. Si vous comptez sur les médias pour convaincre, vous vous exposez à des déconvenues : la seule manière de persuader les gens est d'aller directement parler avec eux, les yeux dans yeux. C'est bien plus difficile ou chronophage que de se montrer à la télévision, mais j'y vois une grande vertu : forcer les dirigeants politiques à modestement revenir à la démocratie au sens le plus simple. C'est très difficile, je ne sais pas si c'est faisable, mais je l'espère et je crois que c'est ce qu'il faut faire.

**Henri Cukierman**<sup>5</sup> : *Pierre Mendès France était connu pour donner des « causeries au coin du feu » où il énonçait clairement ce qu'il souhaitait faire avec quel objectif. Or il me semble que le problème de la communication politique de nos jours est qu'on s'intéresse plus à la couleur de la cravate qu'au contenu. Il faudrait afficher un nombre limité, mais clairs, d'objectifs. Depuis Raymond Barre, aucun gouvernement en place n'a gagné les élections suivantes – même Nicolas Sarkozy a été perçu comme un adversaire de Jacques Chirac. Cela ne devrait-*

---

5. Président de la Chambre de Commerce France-Israël.



---

*il pas conduire à avoir un plan d'action plus ferme, à énoncer où l'on veut aller, au lieu d'avoir une politique relativement faible, ce qui est le cas depuis un certain nombre d'années ?*

**Gaspard Gantzer :** Nous sommes tous sensibles à la communication et à l'image. Si j'étais venu en short, débardeur et casquette ce matin, cela vous aurait choqué. Vous auriez certainement considéré que je n'étais pas la hauteur de l'invitation qui m'avait été faite et vous auriez eu raison. Quand on s'habille le matin, on fait tous de la communication et ce n'est pas forcément mal. S'habiller, se coiffer, parler distinctement font partie des règles en société et il ne faut pas systématiquement critiquer ces signes. En revanche, il faut critiquer ceux qui en font trop. Cela se voit et est insultant pour l'intelligence du public. C'est une question de mesure. Il est normal de se servir de ces codes, mais vouloir trop en faire n'est pas acceptable.

Je suis d'accord avec vous pour dire qu'il faut en revenir au fond, à des objectifs limités, mais je constate par ailleurs que vous-mêmes, d'une certaine façon, avez été perméable au *storytelling* de Nicolas Sarkozy ou d'Emmanuel Macron : la vérité est que la droite est restée au pouvoir en 2007 même si le génie de Nicolas Sarkozy a été de se présenter comme une rupture avec Chirac et qu'Emmanuel Macron, tout en prétendant incarner une rupture avec François Hollande, s'est fait élire aux deux tiers par le même électorat. L'exercice du pouvoir par Emmanuel Macron est bien différent de celui de

---

François Hollande, mais son électorat a été en grande partie le même. Il est difficile d'accéder au pouvoir sans, si ce n'est mentir, en tout cas raconter une histoire aux citoyens. Ce qui a été deux fois le cas récemment.

**Gérard Salamon** <sup>6</sup> : *Vous considérez que l'avenir de la communication est ce que vous appelez le débat. N'y a-t-il pas un problème de lexique ? Débattre suppose un échange, alors que la communication fonctionne dans un sens seulement, avec un émetteur à un bout et un récepteur de l'autre. On l'a bien vu lors du grand débat, le récepteur n'a pas le droit de reprendre la parole pour interroger à nouveau l'émetteur. La solution que vous imaginez pour la communication politique ne se mord-elle pas la queue ?*

**Gaspard Gantzer** : Il y a surtout eu avec le grand débat un problème de mise en œuvre. J'ai d'un côté apprécié l'idée. Cette volonté de retourner devant les citoyens. Bertrand Delanoë avait l'habitude à la Mairie de Paris de faire vingt comptes rendus de mandat par an. Un dans chaque arrondissement. La technique était simple. Il arrivait, faisait un bref discours liminaire, puis les gens pouvaient poser n'importe quelle question : sur l'avenir de la ville, la porte cassée en bas de chez eux ou encore le ramassage des ordures. Surtout, ils avaient la possibilité de rebondir sur les réponses du maire, ce qui souvent prolongeait la rencontre jusqu'à très tard. Or ce qu'on peut reprocher au grand débat national, c'est qu'il allait

---

6. Maître de conférences honoraire à l'École Normale Supérieure (Lyon).

---

dans un seul sens, sans possibilité pour les citoyens de réagir à la réponse donnée. Si l'on met en place ce type de rencontres, il faut en accepter les règles : le temps, l'interaction, la contradiction, parfois la dureté. Et ce qui est vrai de ces agoras devrait l'être aussi du Parlement. Le nôtre, je crois, n'est pas très mature sur ce point. Malgré les difficultés actuelles de la démocratie britannique, je trouve appréciable qu'en fin de compte, on en revienne à la Chambre des Communes et à de vrais débats parlementaires pour sortir de la crise. Je crois de même à la concertation syndicale, mais avec des règles précises permettant d'éviter une inégalité de départ.

**Marguerite Deprez-Audebert** <sup>7</sup> : *Votre propos m'a beaucoup intéressée, mais qu'en est-il hors de Paris ? Il y a en France 13 millions de personnes frappées d'illectronisme. Dans ma circonscription, qui n'est pas particulièrement grande, j'ai tout de même 321 communes. Le porte-à-porte prend énormément de temps. Nous avons donc encore besoin de la presse écrite. Vous n'en avez pas fait grand cas, que pensez-vous de la relation entre les journalistes de presse écrite et les élus de terrain ?*

**Gaspard Gantzer** : J'ai un immense respect pour les journalistes de presse écrite. Après toutes ces années à m'occuper de relations presse, je reste impressionné par ceux qui exercent ce travail difficile, dans des conditions précaires, avec peu de moyens et un rythme de l'information sans cesse plus rapide. Et il ne faut pas

---

7. Députée Modem du Pas-de-Calais.

---

s'arrêter aux quelques chroniqueurs ou interviewers stars qu'on voit à la télévision ou à la radio ; je parle de ceux qui quotidiennement dans la presse régionale font vivre leurs rubriques et l'information locale.

Il n'en est pas moins vrai que la presse quotidienne régionale, ou hebdomadaire, est de moins en moins lue, même si elle l'est plus que la presse quotidienne nationale. Plus grave, elle est toujours lue par les mêmes. La presse est de moins en moins lue et de plus en plus par les mêmes personnes. Il faut donc soigner la presse locale, mais vous savez parfaitement qu'une grande partie de vos électeurs ne le lit pas. Un jeune de 18 ans ne lit pas *La Voix du Nord*...

**Frédéric Desnard <sup>x</sup>** : *Comment réenchanter la politique et faire en sorte que les jeunes s'y intéressent ?*

**Gaspard Gantzer** : Le réenchantement de la vie politique est une question très difficile et personne ne peut prétendre avoir la réponse. Mais en ce qui concerne la jeunesse, celle-ci se mobilise bien sur certains sujets. La question environnementale, en particulier. Les jeunes manifestent pour le climat, avec comme figure de proue Greta Thunberg, qui a beaucoup de courage et se fait vertement critiquer par l'intelligentsia française qui ne supporte pas le miroir qu'elle tend à la France et au monde. Mes enfants, qui ont entre 5 et 10 ans, ne veulent quasiment plus manger de viande, ils nous sermonnent si

---

X. PDG et CEO de The iOShi World Company & Co.

---

nous voulons prendre l'avion et ne veulent pas entendre parler du Nutella ou de McDonald's. Tous les jours, nous recevons une leçon de nos propres enfants qui nous adressent un certain nombre d'injonctions relativement à la façon de faire évoluer le monde dans lequel eux vivront plus tard. Il me semble donc que les jeunes ne sont pas si désenchantés de la politique que ça, mais ils attendent autre chose que de la communication. Ils attendent des décisions, or ils ont l'impression que les responsables politiques sont dans la simple communication.

**Simon Richardot** <sup>8</sup> : *Vous avez parlé de problèmes avec les vidéos tournées lors des attentats de novembre 2015, de quoi s'agissait-il ? Vous avez aussi évoqué Trump et le Brexit, en disant notamment que la communication était pour beaucoup dans la victoire de Trump et dans le succès du leave lors du référendum. N'est-ce pas une facilité de présenter cela uniquement comme le résultat d'une bonne communication ?*

**Gaspard Gantzer** : Sur le premier point, je me suis à l'évidence mal exprimé. Je voulais simplement souligner deux choses. Tout d'abord, ce fait, inédit, que les gens sont désormais les premiers reporters de ce qui se passe. Ensuite, que cela peut être source de difficultés parce que les terroristes interagissent avec cela et instrumentalisent ou suivent en temps réel les réseaux sociaux.

En ce qui concerne l'élection de Trump et le Brexit, il y a

---

8. Collaborateur parlementaire de Barbara Bessot-Ballot, Députée de Haute-Saône.

---

bien évidemment d'autres causes à ces faits, mais le thème de la matinée étant la communication politique, je me suis donc concentré sur ce sujet. Ainsi, indépendamment des raisons plus profondes qui peuvent expliquer le succès du Brexit, il est indubitable que ses partisans ont su parfaitement manier les techniques contemporaines de communication. C'est à cette occasion par exemple qu'ont été utilisés pour la première fois de façon massive les services de Cambridge Analytica, en vue d'adresser des messages ciblés aux électeurs. Les partisans du Brexit d'autre part, ont utilisé avec une redoutable efficacité les fausses informations et se sont même trouvés embarrassés quand, ensuite, il leur a fallu avouer que la fin de la contribution au budget européen n'allait pas nécessairement profiter au système de santé britannique. Les choses sont un peu différentes dans le cas de Donald Trump, parce que celui-ci a construit son élection sur un diagnostic très efficace de la société américaine, quand bien même il nous déplairait. Trump a néanmoins lui aussi utilisé le profilage des électeurs de façon très intelligente et a misé sur une campagne outrancière dont le mot d'ordre contre Hillary Clinton était, je vous le rappelle : « Mettez-là en prison ».

**Thomas Ferenczy**<sup>9</sup> : *Vous avez fait référence à Greta Thunberg. Voilà une opération de communication efficace. Pourriez-vous nous en décrire les ressorts et la méthode ?*

---

9. Journaliste.

---

**Gaspard Gantzer :** Je dirais, pour ce que je peux en savoir, que trois éléments ont joué. Greta Thunberg a tout d'abord dit tout haut ce que les gens pensent tout bas ; elle a réussi à porter une cause déjà très présente dans l'esprit des citoyens. Il y a aussi évidemment eu une iconisation : il s'agit d'une adolescente, une femme, jeune. Enfin, troisième point, elle a, certes, parfaitement utilisé les réseaux sociaux, mais elle a aussi très bien su provoquer des mobilisations citoyennes, sous forme de débats ou de manifestations. Si l'on parle de Greta Thunberg, c'est parce que des millions de gens se sont mobilisés dans la rue. Il en a été de même pour les Gilets jaunes : ceux-ci sont devenus importants non parce qu'ils utilisaient bien Facebook, même si c'est le cas, mais parce qu'ils ont occupé physiquement les ronds-points.

---

# Les publications de l'Institut Diderot

## Dans la même collection

- L'avenir de l'automobile - Louis Schweitzer
- Les nanotechnologies & l'avenir de l'homme - Etienne Klein
- L'avenir de la croissance - Bernard Stiegler
- L'avenir de la régénération cérébrale - Alain Prochiantz
- L'avenir de l'Europe - Franck Debié
- L'avenir de la cybersécurité - Nicolas Arpagian
- L'avenir de la population française - François Héran
- L'avenir de la cancérologie - François Goldwasser
- L'avenir de la prédiction - Henri Atlan
- L'avenir de l'aménagement des territoires - Jérôme Monod
- L'avenir de la démocratie - Dominique Schnapper
- L'avenir du capitalisme - Bernard Maris
- L'avenir de la dépendance - Florence Lustman
- L'avenir de l'alimentation - Marion Guillou
- L'avenir des humanités - Jean-François Pradeau
- L'avenir des villes - Thierry Paquot
- L'avenir du droit international - Monique Chemillier-Gendreau
- L'avenir de la famille - Boris Cyrulnik
- L'avenir du populisme - Dominique Reynié
- L'avenir de la puissance chinoise - Jean-Luc Domenach
- L'avenir de l'économie sociale - Jean-Claude Seys
- L'avenir de la vie privée dans la société numérique - Alex Türk
- L'avenir de l'hôpital public - Bernard Granger
- L'avenir de la guerre - Henri Bentegeat & Rony Brauman
- L'avenir de la politique industrielle française - Louis Gallois
- L'avenir de la politique énergétique française - Pierre Papon
- L'avenir du pétrole - Claude Mandil
- L'avenir de l'euro et de la BCE - Henri Guaino & Denis Kessler
- L'avenir de la propriété intellectuelle - Denis Olivennes
- L'avenir du travail - Dominique Méda
- L'avenir de l'anti-science - Alexandre Moatti
- L'avenir du logement - Olivier Mitterand
- L'avenir de la mondialisation - Jean-Pierre Chevènement
- L'avenir de la lutte contre la pauvreté - François Chérèque



- 
- L'avenir du climat - Jean Jouzel
  - L'avenir de la nouvelle Russie - Alexandre Adler
  - L'avenir de la politique - Alain Juppé
  - L'avenir des Big-Data - Kenneth Cukier & Dominique Leglu
  - L'avenir de l'organisation des Entreprises - Guillaume Poitrinal
  - L'avenir de l'enseignement du fait religieux dans l'École laïque - Régis Debray
  - L'avenir des inégalités - Hervé Le Bras
  - L'avenir de la diplomatie - Pierre Grosser
  - L'avenir des relations Franco-Russes - S.E Alexandre Orlov
  - L'avenir du Parlement - François Cornut-Gentille
  - L'avenir du terrorisme - Alain Bauer
  - L'avenir du politiquement correct - André Comte-Sponville & Dominique Lecourt
  - L'avenir de la zone euro - Michel Aglietta & Jacques Sapir
  - L'avenir du conflit entre chiite et sunnites - Anne-Clémentine Larroque
  - L'Iran et son avenir - S.E Ali Ahani
  - L'avenir de l'enseignement - François-Xavier Bellamy
  - L'avenir du travail à l'âge du numérique - Bruno Mettling
  - L'avenir de la géopolitique - Hubert Védrine
  - L'avenir des armées françaises - Vincent Desportes
  - L'avenir de la paix - Dominique de Villepin
  - L'avenir des relations franco-chinoises - S.E. Zhai Jun
  - Le défi de l'islam de France - Jean-Pierre Chevènement
  - L'avenir de l'humanitaire - Olivier Berthe - Rony Brauman - Xavier Emmanuelli
  - L'avenir de la crise du Golfe entre le Qatar et ses voisins - Georges Malbrunot
  - L'avenir du Grand Paris - Philippe Yvin
  - Entre autonomie et Interdit : comment lutter contre l'obésité ?  
Nicolas Bouzou & Alain Coulomb
  - L'avenir de la Corée du Nord - Juliette Morillot & Antoine Bondaz
  - L'avenir de la justice sociale - Laurent Berger
  - Quelles menaces numériques dans un monde hyperconnecté ?  
Nicolas Arpagian
  - L'avenir de la Bioéthique - Jean Leonetti
  - Données personnelles : pour un droit de propriété ?  
Pierre Bellanger et Gaspard Koenig
  - Quels défis pour l'Algérie d'aujourd'hui ? - Pierre Vermeren
  - Turquie : perspectives européennes et régionales - S.E. Ismail Hakki Musa
  - Burn-out - le mal du siècle ? - Philippe Fossati & François Marchand
  - L'avenir de la loi de 1905 sur la séparation des Églises et de l'État.  
Jean-Philippe Hubsch
  - L'avenir du bitcoin et du blockchain - Georges Gonthier & Ivan Odonnat

## Les Notes de l'Institut Diderot

- L'euthanasie, à travers le cas de Vincent Humbert - Emmanuel Halais
- Le futur de la procréation - Pascal Nouvel
- La République à l'épreuve du communautarisme - Eric Keslassy

- 
- Proposition pour la Chine - Pierre-Louis Ménard
  - L'habitat en utopie - Thierry Paquot
  - Une Assemblée nationale plus représentative - Eric Keslassy
  - Où va l'Égypte ? - Ismaïl Serageldin
  - Sur le service civique - Jean-Pierre Gualezzi
  - La recherche en France et en Allemagne - Michèle Vallenthini
  - Le fanatisme - Texte d'Alexandre Deleyre présenté par Dominique Lecourt
  - De l'antisémitisme en France - Eric Keslassy
  - Je suis Charlie. Un an après... - Patrick Autréaux
  - Attachement, trauma et résilience - Boris Cyrulnik
  - La droite est-elle prête pour 2017 ? - Alexis Feertchak
  - Réinventer le travail sans l'emploi - Ariel Kyrrou
  - Crise de l'École française - Jean-Hugues Barthélémy
  - À propos du revenu universel - Alexis Feertchak & Gaspard Koenig
  - Une Assemblée nationale plus représentative - *Mandature 2017-2022* - Eric Keslassy
  - L'avenir de notre modèle social français - Jacky Bontems & Aude de Castet
  - Handicap et République - Pierre Gallix
  - Réflexions sur la recherche française... - Raymond Piccoli
  - Le système de santé privé en Espagne : quels enseignements pour la France ? Didier Bazzocchi & Arnaud Chneiweiss
  - Le maquis des aides sociales - Jean-Pierre Gualezzi
  - Réformer les retraites, c'est transformer la société Jacky Bontems & Aude de Castet
  - Le droit du travail 3.0 - Nicolas Dulac
  - L'assurance santé privée en Allemagne : quels enseignements pour la France ? Arnaud Chneiweiss & Nadia Desmaris

## Les Dîners de l'Institut Diderot

- La Prospective, de demain à aujourd'hui - Nathalie Kosciusko-Morizet
- Politique de santé : répondre aux défis de demain - Claude Evin
- La réforme de la santé aux États-Unis : quels enseignements pour l'assurance maladie française ? - Victor Rodwin
- La question du médicament - Philippe Even
- La décision en droit de santé - Didier Truchet
- Le corps ce grand oublié de la parité - Claudine Junien
- Des guerres à venir ? - Philippe Fabry
- Les traitements de la maladie de Parkinson - Alim-Louis Benabib
- La Souveraineté numérique - Pierre Bellanger
- Le Royaume-Uni après le Brexit Annabelle Mourougane - Frédéric de Brouwer & Pierre Beynet

## Les Entretiens de l'Institut Diderot

- L'avenir du progrès (actes des Entretiens 2011)
- Les 18-24 ans et l'avenir de la politique

# L'avenir de la communication politique

La communication politique n'a pas bonne presse. On la réduit le plus souvent à de la poudre aux yeux, des « coups de com' », de la publicité. Les professionnels de la communication politique ne seraient que des truqueurs, des *spin doctors* manipulateurs tapis dans l'ombre.

Gaspard Gantzer ne partage pas cette vision. À ses yeux, la communication est indissociable de la politique et ne se réduit pas à de la simple propagande.

La démocratie suppose, en effet, un espace public où les citoyens communiquent les uns avec les autres. La communication sert ainsi la démocratie en ce qu'elle permet au pouvoir politique d'expliquer ce qu'il fait, de décrire comment il remplit ou corrige ses engagements, de mettre en valeur ses réussites et même, quelquefois, de reconnaître ses échecs.

Autrement dit, la communication politique est liée à l'obligation démocratique de devoir rendre des comptes et retourner devant le suffrage universel.

**Dominique Lecourt**  
Directeur général de l'Institut Diderot



## **Gaspard GANTZER,**

Président du Mouvement « Parisiennes, Parisiens », candidat aux élections municipales à Paris. Il a été notamment conseiller en communication à la Mairie de Paris (2010 à 2012), porte-parole du maire de Paris Bertrand Delanoë (2012-2013), conseiller en communication et presse de Laurent Fabius au Ministère des Affaires étrangères (2013-2014), directeur du pôle communication de la Présidence de la République (2014-2017) et ancien responsable de la communication de François Hollande à l'Élysée.

