

COMBAT

Numéro 153

RÉPUBLICAIN

« Le Socialisme, c'est la République poussée jusqu'au bout. » Jean Jaurès

A savoir

GAUCHE ALLEMANDE EN PROGRES.

Die Linke, le parti de la gauche allemande qui regroupe d'anciens communistes et sociaux-démocrates ainsi que des syndicalistes et des altermondialistes, a réalisé un score spectaculaire aux trois scrutins régionaux partiels (Saxe, Thuringe et Sarre) du 30 août. Dans les trois Länder, il dépasse 20% des suffrages exprimés, et par deux fois devance le SPD, tandis que la CDU, même si elle remporte la 1^{ère} place aux trois scrutins, recule sévèrement en pourcentage. Les élections législatives du 27 septembre confirmeront-elles l'avancée de *Die Linke* ?

SALE TEMPS POUR LA PRESSE.

Alors que l'agence de photojournalisme Gamma est menacée de disparition, *Le Parisien-Aujourd'hui en France* est sur le point de procéder à la suppression de 50 postes de journalistes, soit 15% de sa rédaction. Un plan de départs volontaires serait aussi envisagé à *L'Equipe*, propriété du groupe Amaury comme *Le Parisien*. En un an, les ventes du quotidien de la capitale ont baissé de 7,2%, ses recettes publicitaires ont chuté de 20%.

C'EST LE FINANCIAL TIMES QUI LE DIT.

Dans une chronique publiée par *Le Monde* du 1^{er} septembre, l'éditorialiste du *Financial Times*, Martin Wolf, ne mâche pas ses mots : « *Ce qui émerge aujourd'hui de la crise est un système financier encore pire que celui qui l'avait provoquée. Les survivants forment un oligopole de monstres financiers trop gros et trop interconnectés pour sombrer. Et ils ont gagné. Non pas parce qu'ils sont nécessairement les établissements les plus sains, mais parce que ce sont eux qui ont reçu les soutiens les plus importants. On imagine sans peine comment ils vont se comporter quand on considère tous les dispositifs qui incitent à la prise de risque.* »

Edito: LA GAUCHE, GRAND CORPS MALADE

C'est la photo de l'été. Marielle (de Sarnez), Vincent (Peillon), Robert (Hue) et Dany (Cohn-Bendit) posent à Marseille pour la postérité. En panne de propositions pour sortir le pays de la crise où la finance et la droite continuent de l'enfoncer, une partie de la gauche a trouvé un Bayrou de secours...Et troque la politique contre une très élémentaire arithmétique : additionner les voix écologues, socialistes, ex-cocos à celles du Modem, n'est-ce pas la martingale pour battre Sarko ? Quitte à verser beaucoup d'eau centriste dans son vin, à mettre la plateforme (?) de cette virtuelle coalition résolument au diapason de la commission de Bruxelles et du banquier Peyrelevade, inspirateur économique du Béarnais.

Entendons nous bien : François Bayrou n'est pas le personnage le plus antipathique de la vie politique française et sa résistance au rouleau compresseur élyséen ne manque pas de panache. Converger sur tel ou tel point avec le Modem n'est ni impossible ni honteux, surtout à l'heure où certains responsables socialistes en font beaucoup moins contre Sarkozy que le leader centriste... Mais prétendre co-gouverner avec le Modem est incompatible avec la mise en place d'une alternative populaire à la crise, dès lors que cette formation se refuse à rompre avec l'hégémonie du capital financier et demeure prosternée devant ses représentations supranationales, à commencer par l'UE. Ce n'est pas la gauche qui attirerait le Modem dans son camp, mais le Modem qui pousserait la gauche vers la droite. Comme si elle en avait besoin...

Une partie croissante de la population française est saisie d'une juste colère devant le scandale permanent orchestré par le capital financier. Là réside le potentiel électoral de la gauche, encore largement inexprimé faute de perspectives. Ces Français veulent des solutions concrètes - nullement des demi-mesures ou autres ravalements de façade -, lesquelles entraînent nécessairement un nouveau partage des richesses. Et la définition d'un nouveau mode de développement. Faute de réponses sérieuses à leurs attentes et à l'urgence économique et sociale que vit notre pays, ils se détourneront de la représentation politique traditionnelle, comme ils l'ont déjà fait, en masse, aux élections européennes. Loin de devenir la martingale anti-sarkozyste, l'axe gauche libérale-Modem serait alors une machine à perdre.

Parallèlement à la tentative de « *modémisation* » de la gauche, prospère la mode des primaires. Tarte à la crème d'une brochette d'ambitieux, ce système de désignation du candidat présidentiel est désormais entériné par le PS, sans que les modalités pratiques d'un tel exercice ne soient abordées. Mais l'essentiel est ailleurs : l'instauration des primaires ferait franchir un pas de plus vers la « *peoplisation* » de la politique, au détriment de son contenu. Et renforcerait le diktat de l'Audimat et des sondages au mépris des orientations programmatiques. Et la gauche conséquente serait assez sotte pour passer sous ces fourches caudines ? Allons Messieurs, ne rêvez pas...

Jean-Luc Mélenchon n'a pas tort d'enfoncer le clou, dans *Le Monde* du 27 août : « *On a vu le résultat tragique de cette méthode en Italie : toute la gauche officielle a rendu les armes au centre-gauche, qui les a rendues à la droite. Résultat, il n'y a plus un élu de gauche au Parlement* ». Rappelons, par ailleurs, que sans attendre l'invention des primaires, la gauche a su présenter un candidat unique dès le premier tour aux présidentielles de 1965 et 1974 ; puis se rassembler et vaincre au second

tour en 1981. Mais priorité était alors donnée au programme, seul apte à soulever l'enthousiasme et à créer la dynamique nécessaire à la victoire.

A propos de clarté programmatique, les élections régionales doivent fournir l'occasion à la gauche de gauche – autour du trinôme PG, PCF, NPA – d'affirmer son identité. En proposant notamment des mesures de défense de l'emploi : pas un euro de subventions aux entreprises qui licencient et qui font des profits, contrôle de l'aide à l'emploi par les comités d'entreprise, refus de la suppression de la taxe professionnelle, qui menace non seulement les finances des

collectivités territoriales mais aussi l'investissement en biens d'équipement, etc.

Le moment que nous vivons est paradoxal. La crise favorise les idées de changement et de justice sociale. Dans le même temps, la gauche connaît, elle aussi, une crise sans précédent. Allons vers la droite, clament certains bons esprits, persuadés qu'on ne gagne qu'en épousant les positions de l'adversaire. Eh bien allez-y, mais ne cherchez pas à nous entraîner dans ces eaux troubles, car même si elle est plus ardue, nous préférons la navigation en haute mer !

HUMEUR. « Les rouages de l'info-communication », extraits d'un article de Marie Bénilde publié sur le site Internet du Monde Diplomatique.

Est-elle tout à fait terminée cette affaire de figurants à Intermarché appuyant, en vue de la rentrée scolaire, la communication du ministre de l'Éducation Nationale, Luc Chatel ? C'est à craindre. Malgré les propos du porte-parole du Parti socialiste, Benoît Hamon, le 23 août à Frangy-en-Bresse, accusant Intermarché et Luc Chatel de « complicité » et de « magouilles », la page semble bel et bien tournée pour la plupart des médias. Ne saura-t-on donc jamais la réalité à propos de cette claque organisée de toute pièce par une douzaine de figurants arrivant ensemble en voiture à l'hypermarché et repartant de la même façon ? Tout, pourtant, inviterait à enquête et à reportage.

Mais, non, il faudrait sans doute se contenter d'une vérité de façade, d'une info-communication en quelque sorte.

Rappelons brièvement les faits : le 17 août, le porte-parole du gouvernement qui se trouve être aussi ministre de l'Éducation, se rend dans un Intermarché de Villeneuve-le-Roi (94) en compagnie d'Hervé Novelli, secrétaire d'État au commerce, pour mettre en avant « *Les essentiels de la rentrée* ». Si vous n'avez jamais entendu parler de cette opération, rassurez-vous, vous n'êtes pas seul(e). Il s'agit d'une pure manœuvre de communication montée par le ministère pour tenter de faire passer dans l'opinion l'idée que le gouvernement contrôle les prix, mieux qu'il agit pour faire baisser ceux des articles essentiels au cartable de l'écolier. Ça ne vous dire toujours rien ?

Eh bien, ça évoque quelque chose à cette cliente apparemment hélée au passage par le ministre :

Luc Chatel : « *Est-ce que vous connaissez l'opération les Essentiels de la rentrée ?* »

La cliente : « *Il y a les essentiels et aussi les avantages de la carte au niveau d'Intermarché... C'est vrai que l'ensemble fait des prix intéressants.* » ([voir la vidéo sur Rue 89](#))

Au passage, le téléspectateur peut constater que cette séquence s'apparente à une double publicité clandestine : pour le gouvernement et pour Intermarché.

On connaît la suite. Libération a révélé que la cliente en question était en réalité une conseillère municipale d'une commune UMP de Vulaines-sur Seine, située à 47 kilomètres de là et qui se trouve être parallèlement comptable à Intermarché. Le groupe de distribution s'est donc empressé de venir au secours du ministre ou de son cabinet accusés d'avoir organisé de toute pièce cette opération de manipulation de l'information (une opération de recours à figurants du même type avait coûté son poste à Olivier Stirn, le ministre du tourisme en 1990). Dès le 19 août,

Intermarché affirmait donc publiquement par voie de communiqué « *avoir pris l'initiative d'inviter un certain nombre de (ses) salariés à l'occasion de la venue des ministres dans l'un de ses magasins à Villeneuve-le-Roi* ». Ce qui permit aussitôt à Luc Chatel de se dédouaner en « *condamnant fermement* » le « *procédé* » du distributeur. Une initiative qui, ajoutait-il, « *me choque car elle est à l'opposé de mes convictions et de mes pratiques* ».

Dont acte. On se retrouve donc avec un ministre outragé, une enseigne de distribution penaude et des médias se satisfaisant, pour la plupart, de cette version.

La démission du reporter devant le communicant

Il reste pourtant à relever que cette histoire soulève encore pas mal de questions. Pourquoi d'abord, pas un média audiovisuel privé n'a pointé les cafouillages de cette opération de communication sur les prix qui sautaient pourtant aux yeux des reporters (des figurantes bien habillées investissant le rayon « *fournitures scolaires* » avant de repartir aussi sec en remettant en place les articles) ? Peur de déplaire à l'annonceur Intermarché ? De déjouer les rouages d'une communication politique ? Panurgisme devant le prêt-à-communicer ? Pourquoi ensuite prendre la version d'Intermarché, fruit d'une contre-offensive sans doute conjointe entre le ministre et le distributeur, pour argent comptant ? Le *New York Times* qui a consacré la Une de son site et [un article](#) à cette affaire semble plus circonspect.

Pourquoi *in fine* accepter qu'on ensevelisse cette opération de communication clandestine démasquée par quelques reporters de France Inter et de France Info sous une autre forme de manipulation assurée par Intermarché ? Pourquoi exclure la piste politique alors que tout porte à croire qu'Intermarché et le cabinet de Luc Chatel ont agi main dans la main pour cette entreprise médiatisation des « *Essentiels de la rentrée* » ?

D'autant que le recours à des militants UMP n'est pas exceptionnel chez Nicolas Sarkozy. Le 6 juin, à l'occasion de la commémoration du débarquement avec Barack Obama, le public scandait devant les caméras "Nicolas, Nicolas" et conspuait le maire socialiste de Caen, Philippe Duron. Normal : il avait été drastiquement sélectionné dans un espace sécurisé auquel donnait accès... la carte de l'UMP. En atteste un [tract](#) de la Fédération du Calvados qui remercie 500 militants qui s'étaient déplacés ce jour-là.

On connaît la propension du Président à maîtriser l'agenda médiatique. Elle consiste le plus souvent à mettre en scène son action en réagissant à l'actualité. Ce qu'on ne savait pas encore, c'est que cette super-production incessante nécessite désormais le recours à des figurants.