**Les transformations des partis politiques**

Rémi Lefebvre

Le discours sur la « crise » voire le « déclin » des partis politiques rencontre un certain succès. La légitimité des partis serait mise en cause par la fin des « grands récits » idéologiques, la déconflictualisation de la société liée à l’affaiblissement des classes sociales et le déclin du militantisme traditionnel dont l’engagement partisan est le symbole. La forme « parti » qui a émergé au XIXème avec l’entrée des masses sur la scène politique serait en quelque vouée à l’obsolescence. L’heure serait désormais à la démocratie du « public » qui substituerait à la démocratie des partis un régime d’opinion fondé sur la personnalisation et la médiatisation de la vie politique, le poids des sondages et la volatilité électorale (Manin, 1996).

Les organisations partisanes sont liées à la sphère électorale et aux mécanismes de la représentation politique. La « crise de la représentation » affecte donc leur légitimité. La défiance à l’égard des hommes politiques rejaillit sur les organisations politiques qui font l’objet d’un large discrédit. La politique reste pourtant une « affaire de partis ». Les organisations partisanes demeurent les acteurs collectifs centraux du jeu politique. Ils gardent un rôle essentiel de structuration de l’offre politique, de sélection des candidats et de production des élites. La quasi-totalité des candidats à l’élection présidentielle de 2012 étaient portés par un parti. Il est quasi-impossible aujourd’hui pour un candidat de se présenter à une élection (y compris au niveau local) et d’avoir des chances d’être élu sans pouvoir se prévaloir d’une marque partisane. L’investiture partisane constitue un investissement indispensable pour tout prétendant à des mandats électifs. Dans la démocratie représentative, les électeurs départagent des candidats pré-sélectionnés par les partis. Les partis constituent donc toujours le principal cadre de la lutte politique et contribue, selon la formule constitutionnelle, à « l’expression du suffrage ». Cette position a été affermie et en quelque sorte institutionnalisée par les réformes de financement de la vie politique qui les transforment, selon les théories du parti cartel (Katz, Mair, 1995), en « véritables agences semi-publiques ». Selon ce modèle, les liens des partis politiques avec la société se sont affaiblis tandis que leurs relations avec l’Etat se sont renforcées (via le financement public et la pratique gouvernementale). Le parti cartel ne correspond ni au « parti de masses » ni au « parti attrape tout ». De moins en moins représentatifs de la société, les partis se seraient tournés vers l’Etat pour faire face à leurs dépenses et professionnaliser leurs dirigeants. Les partis établis s’appuieraient de plus en plus sur la rente de situation que leur procurent les subsides publiques pour verrouiller d’un commun accord le jeu politique. Ce « cartel » empêcherait l’émergence d’autres partis.

Ce modèle donne une cohérence discutable à des phénomènes très diverses qui renvoient à la fois au système de partis et à des transformations organisationnelles de nature hétérogène. Les relations causales établis entre les dimensions constitutives du modèle appellent de nombreuses critiques. Mais ce modèle d’analyse a pour vertu de systématiser les transformations des partis. L’objectif de cet article n’est pas d’en discuter la pertinence (voir Aucante, Dezé, 2008). On reviendra ici sur certaines dimensions construites en indicateurs centraux de la « cartellisation » des partis : l’affaiblissement de leur ancrage social, leur professionnalisation, leur place dans la compétition électorale et le débat public.

L’assise sociale des partis s’est incontestablement érodée. Leur « périmètre d’action» s’est rétréci (Offerlé, 2002). Leur capacité à mobiliser des segments de la société s’affaiblit et l’activisme militant s’est dévalué. Devenus des machines professionnalisées, les partis se concentrent de plus en plus sur leur fonction électorale.

**L’affaiblissement de l’ancrage social des partis**

Les partis sont le produit de clivages sociaux, souvent anciens et « congelés »[[1]](#footnote-1). Ils n’existent que parce qu’ils prennent appui et entretiennent des oppositions sociales et par-delà mobilisent des groupes sociaux plus ou moins spécifiques, à travers leur base militante notamment. Ils portent des intérêts sociaux qu’ils contribuent à traduire, à défendre et à structurer même si les contraintes du jeu électoral les incitent à s’adresser à un large public. L’approche sociétale des partis politiques, attentive à cette dimension, cherche ainsi à encastrer les partis dans leur environnement social en prenant en compte leur implantation entendue comme les réseaux locaux, familiaux, syndicaux, associatifs ou encore professionnels qui définissent leur milieu d’influence. Par milieu partisan, Frédéric Sawicki entend « l’ensemble des individus et des groupes –ainsi que les réseaux qui les lient- dont les activités contribuent, sans que cet objectif soit nécessairement visé, à faire exister un parti donné » (Sawicki, 1997).

*La rétraction des milieux partisans*

Force est de constater que les milieux partisans qui fondent l’assise sociale des partis se sont affaiblis. Michel Offerlé s’interroge ainsi : « les partis sont-ils toujours ces ‘affleurements de réalités profondes et ramifiées’ dont parlait Georges Lavau[[2]](#footnote-2) en 1953 ou seulement des partis *politiques* ? ». Les partis ne vivent certes pas en apesanteur sociale. Ils sont encastrés dans des territoires marqués par de fortes spécificités. Ils maintiennent des relations privilégiées avec certains groupes sociaux et font l’objet d’investissements socialement situés. Le PS recrute ses militants plutôt dans la fonction publique (près de 60%) quand 62% des adhérents UMP appartiennent au secteur privé[[3]](#footnote-3). Les militants centristes restent proches de la nébuleuse catholique (Fretel, 2004). Mais leur ancrage dans la société s’est affaibli pour des raisons qui tiennent à la fois à l’évolution de la société et aux transformations endogènes des partis. Les clivages traditionnels (de classes sociales notamment) ont perdu de leur force dans la société. Les partis politiques ont contribué eux-mêmes à ce phénomène, notamment à gauche, en déconflictualisant leur discours. Les formations partisanes ont en quelque sorte perdu leur fonction « expressive »  en raison de leur faible réceptivité sociale.

La « fonction » d’intégration sociale et d’encadrement des catégories populaires dévolue aux partis de gauche apparaît largement en crise. La formation de l’opinion politique des milieux populaires doit sans doute moins que dans les années 1960 ou 1970 au travail de politisation des organisations de gauche. Les liens développés avec les syndicats et la « société civile » se sont relâchés. Les associations qui fonctionnent souvent comme des structures professionnalisées adoptent une rhétorique d’indépendance de plus en plus marquée à l’égard du pouvoir politique.

Le déclin du PCF est emblématique de la décomposition des partis de masses. On observe à partir des années 1980 un déclin organisationnel du parti communiste et la désagrégation des divers dispositifs qui assuraient l’assise du PC *dans* et *sur* la population ouvrière[[4]](#footnote-4). Le nombre des adhérents chute à 200000 en 1999 (80 000 sans doute en 2010). Les organisations « satellites » déclinent ou s’autonomisent. Les liens entre PC et CGT se défont partiellement à partir de la fin des années 1990 même si les leaders successifs de la confédération sont toujours membres du parti[[5]](#footnote-5). Le tirage de *L’Humanité* est aujourd’hui inférieur à 50 000 exemplaires (350000 en 1937). Le système de formation qui jouait un rôle central dans la promotion d’élites d’origine populaire s’est délité (Ethuin, 2003). La base militante vieillit et se désouvriéarise. Un quart des adhérents sont âgés de 60 ans et plus en 1998. Il n’y a plus que 30% d’ouvriers chez les adhérents. Le parti communiste avait modelé en profondeur les milieux populaires. Il était parvenu à se greffer sur un certain nombre de communautés sociales et territoriales, leur proposant un principe d’affiliation. A partir des années 1970, se sont progressivement érodées les bases sociales et culturelles de l’hégémonie communiste : le sentiment d’appartenance ouvrière se dilue, la classe ouvrière tend à éclater et à se fragmenter et le parti communiste se désagrège avec elle. L’organisation contribue elle-même par son déclin à la déconstruction d’une catégorie sociale qui constituait son assise principale. Les corporations professionnelles, pépinières de l’influence communiste, sont démantelées dans les années 1980 avec la désindustrialisation : mineurs du Nord, sidérurgistes lorrains, ouvriers des chantiers navals… La sociabilité ouvrière se désagrège et la vie ouvrière se décollectivise avec le développement de la société de consommation et la « montée de l’individualisme »… Les dispositifs fondateurs de l’identité communiste se sont ainsi désarticulés. « Les mécanismes de dissociation propres au monde communiste » (Pudal, 2009) sont difficiles à isoler de mécanismes plus généraux (désouvriérisation de la société, présidentialisation, professionnalisation de la politique, effondrement de l’union soviétique…).

Le PCF se rétracte sur ses derniers bastions locaux. Aux élections législatives de 2012, le PCF a perdu au profit du PS à Ivry sur Seine une circonscription à qui fut un symbole de la banlieue rouge (elle était communiste depuis la candidature de Maurice Thorez en 1932). Dans l’ex-banlieue industrielle qui fut sa fierté, le PCF n’est pas parvenu à faire face aux transformations sociologiques profondes qui ont affecté Il n’a pas su plus généralement inventer un nouveau modèle d’affiliation socio-politique.

Le PS n’a jamais été un « parti de masses » à l’image du PC. Il a pu s’en rapprocher dans les années 1970 qui marquent une « parenthèse militante » (Lefebvre, Sawicki, 2006). Le renouvellement du PS repose alors sur sa capacité à drainer les militants associatifs et syndicaux qui ont été autant de ponts vers des groupes sociaux qui en étaient jusque-là éloignés (les ouvriers notamment). La revalorisation du militantisme et la proximité avec les nouvelles causes féministe, écologiste, urbaine ont permis au PS d’élargir son périmètre d’influence. Les viviers qui avaient contribué à revitaliser l’organisation (enseignants attachés à la laïcité, catholicisme de gauche, mouvance étudiante trotskyste…) apparaissent cependant aujourd’hui asséchés. Les militants issus du syndicalisme ou d’associations revendicatives sont de moins en moins nombreux à accéder aux postes de direction du parti ou aux mandats électifs. Les relations avec le monde enseignant et la nébuleuse laïque déterminaient la capacité de rayonnement du parti au-delà de ses frontières stricto sensu (les enseignants permettaient de toucher une multiplicité de groupes sociaux). Si ces liens restent privilégiés, ils n’en sont pas moins affaiblis (18% des adhérents sont enseignants en 2011). Les réseaux ouvriers dans les fédérations populaires se sont souvent décomposés (l’évolution des fédérations socialistes du Nord et surtout du Pas de Calais est à ce titre édifiante). Le recrutement militant apparaît de plus en plus endogène, familial et local. Près de 40% des encartés socialistes ont en 2011 60 ans ou plus. On observe un déclin du polyengagement qui contribue à l’affaiblissement de l’ancrage social du parti. Etre adhérent socialiste implique moins que par le passé d’être syndiqué (les statuts l’exigent pourtant toujours), membre d’une association de parents d’élèves, de militer dans l’éducation populaire. 38% des adhérents sont syndiqués en 2011 (avec une nette préférence pour la CFDT) contre 64% en 1998 et 71% en 1985 (Dargent, Rey, 2011). Les liens qui ont tissé les milieux partisans socialistes tendent ainsi à se défaire.

*La dévaluation de l’activisme militant*

Le déclin du militantisme est le « symptôme » le plus communément avancé pour établir l’affaiblissement des partis. Depuis les années 1970, les effectifs militants ont fortement baissé. Selon Pierre Bréchon, on recensait autour de 450 000 adhérents dans les partis politiques au début de la Cinquième République, autour de 900 000 au début des années 1980. On peut estimer le nombre total d’adhérents autour de 500 000 aujourd’hui (le chiffre est très indicatif, la notion d’adhérent a beaucoup évolué et recouvre des réalités différentes selon les types d’organisation). Selon Florence Haegel, les adhérents représentent en 2006 1,87% de l’électorat (Burkhardt, Haegel, 2009). Les partis politiques sont peu attractifs. L’image sociale dominante du militantisme partisan reste celui de l’embrigadement. Les nouvelles formes d’engagement ne se développent pas en leur sein mais dans le monde associatif, l’humanitaire, le caritatif, l’altermondialisme… La France est en Europe reléguée au bas de l’échelle de mobilisation partisane. Les ratios électeurs/militants restent nettement plus importants en Allemagne, en Espagne ou dans les pays scandinaves (Burkhardt, Haegel, 2009)[[6]](#footnote-6).

Il convient néanmoins de relativiser ce déclin. Les partis politiques français n’ont jamais été historiquement de réels partis de militants (hormis le PCF). Par ailleurs, les partis cherchent-ils véritablement à élargir leur base militante ? On peut en douter. A l’heure du financement public des organisations, les cotisations des adhérents ne constituent plus une ressource essentielle (elles excèdent rarement 15% des ressources). La tendance au déclin du militantisme n’est pas linéaire. On observe des « logiques périodiques de production et d’activation d’une offre partisane de militantisme » (Bargel, Petitfils, 2009)[[7]](#footnote-7). Les deux partis dominants UMP et PS se sont lancés ainsi au même moment (quelques mois avant l’élection présidentielle de 2007) dans des campagnes de recrutement qui ont permis d’étoffer leurs effectifs.

Au moment de sa fondation en 2002, l’UMP annonce 164 500 adhérents. 47 621 d’entre eux participent à l’élection du président du parti en 2002. En 2004, Nicolas Sarkozy prend la tête du parti (sur 132 922 adhérents déclarés, 70 830 participent à la consultation qui conduit à son élection en novembre 2004). Il cherche à faire de l’UMP un instrument de victoire pour l’élection présidentielle de 2007. Le nouveau président lance une campagne de recrutement qui rencontre un grand succès puisque les effectifs atteignent 338 520 adhérents au moment du congrès d’investiture de janvier 2007. Comment expliquer cette valorisation du militantisme à l’UMP à partir de 2007 ? Il s’agit à la fois d’assurer sa désignation comme candidat, de renouveler les dirigeants de l’organisation (« déchiraquiser » le parti) et de créer les conditions d’une forte mobilisation militante. On peut alors parler d’une « mobilisation intra-partisane puis électorale conjoncturelle » (Bargel, Petitfils, 2009).

On assiste moins à un déclin du militantisme qu’à une dévaluation de leur activisme. Se développe la croyance chez les élites partisanes que les médias font l’élection plus que la mobilisation militante. Les dirigeants ont intériorisé l’idée que les médias se sont substitués aux partis dans le rôle de médiation entre l’opinion, le public et les gouvernants. Aussi les partis pratiquent une forme d’« autorestriction des répertoires d’action » qu’ils mobilisent (Offerlé, 2002). La revalorisation ponctuelle du porte à porte au PS lors des élections présidentielles de 2012 ne saurait occulter une dévaluation plus générale des ressources militantes. Les partis politiques tolèrent voire encouragent un militantisme de faible intensité, entérinant leur faible attractivité. Le modèle de « l’engagement distancié » (Ion, 1997) a été intégré comme l’horizon indépassable du militantisme. Il conditionne fortement l’offre d’engagement.  Les partis encouragent un engagement intermittent, par internet (Greffet, 2011), valorisant fortement le débat et la prise de parole (Lefebvre, Roger, 2009). Même si la définition de l’adhérent (droit et devoirs) demeure variable selon les partis, on observe une tendance générale à l’assouplissement de l’engagement partisan (moins onéreux et contraignant) qui rend plus poreuse les frontières entre militants et sympathisants.

La capacité de mobilisation des partis ne leur permet plus d’entretenir la loyauté de leurs groupes sociaux de référence et explique, parmi d’autres facteurs, la progression de la volatilité. « Si une des vocations des partis politiques est de produire, plus que du sens, de la politisation, on peut légitimement se demander s’ils ne façonnent pas moins bien que dans le passé l’univers cognitif et symbolique des citoyens » (Haegel, 2002). L’identification partisane, allégeance durable à une organisation, s’érode. Les partis politiques se structurent pourtant de plus en plus autour de leur fonction électorale.

**La professionnalisation des organisations politiques**

L’activité des partis politiques est de plus en plus orientée vers la maximisation de leurs résultats électoraux. Le fait n’est pas nouveau bien sûr : les partis politiques sont depuis leur émergence des groupements en concurrence sur le marché des postes. L’analyse entrepreneuriale des partis les définit en fonction de leur *ultima ratio*: la conquête de positions de pouvoir. La nouveauté est sans doute qu’ils constituent désormais des entreprises financées sur fonds publics et que leur rationalité électorale prend le pas sur d’autres logiques (intégration sociale, sociabilité, construction idéologique, politisation de la société). Les partis réunissent désormais surtout des agents directement « intéressés » à l’obtention de profits électoraux ou professionnels. L’objectif partagé est d’accroître la valeur de marque partisane sur le marché électoral. De nombreuses analyses se sont attachées à ces phénomènes. Angelo Panebianco (1988) analyse l’avènement du « parti électoral professionnel ». Pour Katz et Mair (1995), les objectifs des partis sont devenus de plus en plus auto-référentiels et la compétition entre partis repose sur de fortes revendications d’efficience et d’efficacité. Certains auteurs évoquent même la perspective d’un « parti sans partisans », centralisé, professionnalisé, s’appuyant sur les techniques de communication et les sondages (Dalton, Wattenberg, 2000). On portera ici notre attention sur deux dynamiques, parmi d’autres, de professionnalisation des partis politiques : la rationalisation et la managérialisation du travail partisan et la place centrale prise par les professionnels de la politique et les élus locaux.

*Avènement du parti-entreprise ?*

La dimension économique de l’activité politique a été analysée dès la fin du XIXe par Max Weber. Elle tend à prendre une importance centrale avec le financement public des partis politiques. Les élections sont devenu un enjeu autant économique que politique (les élections législatives tout particulièrement dans la mesure où elles déterminent le niveau de financement). En 2008, l’UMP a touché 34,5 millions d’euros de l’Etat contre 22,7 pour le PS. A partir de 2012, l’UMP touchera 22,13 millions d’euros par an tandis que le PS s’appuiera sur une manne de près de 30 millions d’euros[[8]](#footnote-8). Les dotations publiques sont devenues indispensables au fonctionnement et à la survie des organisations[[9]](#footnote-9). Les partis et les dirigeants cherchent encore à accroître ces financements en sollicitant des dons ou en créant de micro-partis pour drainer un peu plus l’aide publique. En 2008, l’UMP a collecté 7,4 millions d’euros de dons de personnes physiques contre seulement 1,7 million pour le PS. L’UMP dispose entre 2007 et 2012 de 40 000 contributeurs annuels dont 500 (le « premier cercle ») donne au-delà de 3000 euros. L’UMP a professionnalisé cette collecte de fonds auprès des particuliers. Elle utilise comme les associations humanitaires les techniques du *fundraising* et s’appuie sur une agence de marketing (Optimum) qui sollicite les sympathisants. Au 30 juin 2009, la commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP) dénombre 283 partis (dix fois plus qu’en 1990). La quasi-totalité des membres du gouvernement de François Fillon ont alors un parti qui leur permet d’accroître leur autonomie financière. La création de ces partis assure la multiplication des ressources. Si une personne n’a pas le droit en effet de donner plus de 7500 euros à un parti, elle peut donner à sa guise 7500 euros à chaque parti.

Ces moyens permettent de financer les permanents de l’organisation (une centaine au PS et à l’UMP), le recours à des agences de communication et la commande de sondages qui tendent à se substituer aux militants dans le travail de mobilisation de « l’opinion ».

Une tendance à la managéralisation des partis se fait jour qui a suscité quelques travaux encore trop peu nombreux. Les écologistes ont fait appel à plusieurs reprises ces dernières années à des audits externes pour optimiser leur fonctionnement organisationnel. Anne-Sophie Petitfils (2007) a analysé la diffusion à l’UMP d’une rhétorique modernisatrice et de pratiques managériales. Elles sont notamment mobilisées dans la politique de recrutement lancée par Nicolas Sarkozy en 2004 (établissement de « contrats d’objectif », classement des fédérations en fonction de leurs « résultats », promotion de la « responsabilisation », usage du webmarketing...). L’usage de ces techniques a constitué une ressource essentielle pour des élites en lutte pour la succession de l’ancienne équipe dirigeante et soucieuses de mettre en scène leurs compétences gestionnaires et modernisatrices. L’affichage récurrent de la modernisation de l’UMP s’insère ainsi dans une double stratégie de légitimation et de disqualification des « anciennes » pratiques partisanes et par extension des « anciens » cadres du parti. L’importation des pratiques managériales doit moins être analysée comme le résultat d’un processus univoque de managérialisation des partis politiques que comme le produit d’une configuration partisane (la prise du pouvoir par Nicolas Sarkozy et son travail de légitimation dans la perspective de l’élection présidentielle). A partir d’une enquête sur les permanents du siège national du Parti socialiste français, Philippe Aldrin (2007) cherche à savoir jusqu’où un parti politique peut-il être « managé » comme une entreprise économique ? Il analyse l’importation du management d’entreprise à travers différents projets de modernisation de l’administration centrale du PS (rationalisation et externalisation du travail) et la délégitimation du modèle du permanent-militant. Une partie des permanents s’opposent aux transformations que les réorganisations successives provoquent sur leurs conditions de travail et de promotion. Ils tentent de résister mais ils ne parviennent pas à freiner le processus d’« entreprenarisation » et la dépolitisation du travail partisan qui en découle. On observe ainsi une forme de banalisation organisationnelle des partis.

*Le poids des élus locaux et des intérêts électoraux*

Une autre manière de saisir la professionnalisation des organisations politiques est d’analyser la place que les élus locaux ont pris en leur sein. Là encore le phénomène n’est pas nouveau, mais il s’est accentué. La décentralisation a démultiplié les opportunités pour faire carrière. La part des élus et des semi-professionnels de la politique (assistants, collaborateurs d’élus, membres de cabinets…) dans la population des adhérents s’est accrue.

Le PS est devenu une « société d’élus », locaux principalement. Depuis 2002, les élections intermédiaires ont été favorables au PS qui a accru considérablement son implantation locale (il capitalise avec la conquête du Sénat en 2011 dix ans de victoires locales). Le parti dirige en 2012 21 des 22 régions et 60 des 101 départements. Aux élections municipales de 2008, dans les villes de plus de 15000 habitants, 250 ont un maire socialiste et 209 un maire à l’UMP. Les grandes métropoles sont sous domination socialiste (sauf Nice, Bordeaux et Marseille). Le poids des élus dans les instances s’accroît. Seul 10% des membres de la direction (bureau national et secrétariat national) entre 1993 et 2003 n’ont jamais été élu (Bachelot, 2011). Même si les mandats appartiennent officiellement au parti, les élus « tiennent » de fait les sections (Juhem, 2006) et oscillent dans le recrutement militant entre deux stratégies, le malthusianisme ou le clientélisme : ou ils ne cherchent pas à développer le militantisme pour consolider leurs réseaux personnels et éviter que de nouveaux adhérents remettent en cause les équilibres établies ou ils recrutent des adhérents « sûrs » et captifs (salariés des collectivités locales, collaborateurs…). La professionnalisation du PS ne renvoie pas à ses seuls élus. Elle « travaille » aussi le militantisme. Les intérêts professionnels et militants se confondent souvent. De nombreux militants dépendent très directement (professionnellement la plupart du temps) des élus en raison de la transformation de la fonction publique locale, de la multiplication des structures de cabinet à tous les niveaux des collectivités locales et des structures dépendants du parti. En 2011, 8 % des élus collaborent professionnellement avec des élus (le chiffre n’inclut pas les salariés des collectivités locales).

La place numérique et stratégique occupée par les professionnels de la politique dans le PS, croissante depuis une vingtaine d’années, en a ainsi bouleversé progressivement l’économie interne et l’économie morale. Les intérêts électoraux sont devenus prépondérants à tous les niveaux du parti, ce qui cantonne les tâches d’élaboration programmatique et le travail militant le plus quotidien (en dehors des phases de mobilisation électorale) au plus bas de l’échelle des pratiques. Les rapports de force des congrès se construisent principalement autour du ralliement des grands élus et des fédérations à tel ou tel camp en présence. Martine Aubry a très largement fondé son assise lors du congrès de Reims de 2008 sur les puissantes fédérations du Nord tandis que Ségolène Royal s’appuyait sur celles des Bouches du Rhône et de l’Hérault. Les courants, désidéologisés, ne sont plus que des coalitions fragiles d’intérêts contradictoires et des conglomérats de notables locaux. Aussi se révèlent-ils incapables de structurer durablement des rapports de force.

La professionnalisation des Verts est un processus plus récent mais tout aussi significatif. Les écologistes se sont longtemps identifiés au slogan de « la politique autrement » et ont cherché à subvertir le jeu politique professionnel. Ils ont un temps expérimenté des formes alternatives d’exercice des mandats (refus du cumul, pratique du tourniquet…). Ces velléités n’existent plus. Les Verts, convertis au « réalisme » électoral, se sont normalisés et ont pleinement intériorisé les règles du jeu de la démocratie représentative. Le négociateur du parti, Jean-Yves Placé, sénateur, symbolise ce tournant électoraliste. Le cumul des mandats est toléré et largement pratiqué même si les statuts du parti, non respectés, le réglementent toujours. Les Verts ont acquis une culture de gestion mais aussi des savoir faire de négociation qu’ils cherchent à mobiliser pour accroître leur « compétitivité électorale » (Villalba, 2011). 2000 élus toutes catégories confondues sont dénombrés en 2008 (ce qui est considérable sur un effectif d’adhérents inférieur à 10 000). En 2012, Europe Ecologie-Les Verts peut s’appuyer sur un groupe de 10 sénateurs, 8 députés européens et un groupe parlementaire constitués de 18 députés à l’Assemblée nationale. La professionnalisation du parti, selon Bruno Vilalba, tient aussi à l’absence d’investissement de nombreux adhérents qui ne prennent pas part à la gestion quotidienne du parti. Ce poids des élus a un impact financier : en 2009, les cotisations des élus constituent près d’un tiers des ressources du parti.

**Les partis politiques et le jeu électoral**

La vie des partis semble de plus en plus rythmée par les échéances électorales (nationales ou locales[[10]](#footnote-10)) alors même que leur capacité à peser sur l’opinion et à structurer le débat public semble s’affaiblir. Devenues des machines professionnalisées vouées à l’efficacité électorale, les partis ne structurent plus de la même manière le jeu politique. Il s’agit moins de promouvoir une identité idéologique distinctive et d’ « administrer » un sens politique (Hastings, 2002) que de construire une offre politique (programme et candidat) qui soit crédible, ajustée au contexte et aux préoccupations des électeurs. Les partis sont devenus dépendants « des médias pour leur communication, des réseaux de politique publique pour l’application de leurs programmes, concurrencés, voire minorisés, pour la production d’une offre politique » (Offerlé, 2002). Si les idéologies partisanes ne pèsent plus fortement dans le débat public, les partis conservent une emprise forte sur la sélection du personnel politique et la production des candidatures.

*Désidéologisation et fonction programmatique*

Les partis politiques à vocation gouvernementale n’apparaissent plus porteurs de visions du monde clivantes et réellement discriminantes. Le bagage idéologique des partis professionnalisés s’est considérablement réduit. La tendance à l’indifférenciation idéologique et au rapprochement programmatique est soulignée par la théorie du parti cartel qui s’inscrit sur ce point dans la continuité du « catch all party ». La capacité des partis à mettre en forme de véritables alternatives politiques devient problématique. Le clivage gauche/droite garde certes une partie de sa pertinence. Les candidats des différentes familles politiques s’inscrivent dans des traditions politiques identifiantes, activent des symboles et des emblèmes partisans et mobilisent des mots marqueurs (assistanat, responsabilité, travail, mérite… pour l’UMP, justice sociale, égalité, solidarité… pour le PS). Des options économiques divergentes, de plus en plus subtiles, distinguent toujours gauche et droite (notamment en matière fiscale). Mais les rhétoriques de campagne ne s’enchâssent plus dans de réelles constructions idéologiques. Les questions de doctrine ne sont plus objets de controverses internes. Un désinvestissement idéologique se produit dans les partis de gauche qui ne fonctionnent plus comme des intellectuels collectifs. Les partis cherchent désormais à toucher le plus grand public, ce qui les amène à mettre l’accent sur des enjeux consensuels. Il s’agit moins de produire des visions du monde que de construire des programmes d’action publique crédibles dont la dimension technique devient centrale (d’où l’externalisation de plus en plus courante de la fonction programmatique à des think tanks).

Les partis se démarquent les uns des autres en produisant des positions distinctes mais aussi en cherchant à imposer leurs enjeux de prédilection sur l’agenda électoral et à être « propriétaire » de questions données (stratégie d’« issue ownsership »). Ces stratégies se heurtent à celles des adversaires qui l’entendent pas laisser le monopole de certains thèmes à leurs concurrents. Des travaux récents sur l’évolution des programmes des partis dominants (PS, RPR, UDF, UMP) ont montré qu’ils partagent une majorité des thèmes et opèrent des hiérarchisations relativement similaires d’une élection sur l’autre. Les thématiques des partis majoritaires tendent bien à s’uniformiser (voir Brouard, Grossman, Guinaudeau, 2012).

Mais s’ils cherchent à structurer et animer le débat politique, les partis ont perdu le monopole (relatif) qu’ils pouvaient exercer sur la définition de l’agenda et des problèmes publics. Les partis parviennent difficilement à faire entendre leurs positions dans un espace public qu’ils ne sont plus les seuls à structurer. Ils sont confrontés à la concurrence des médias, des groupes d’intérêt et des think tank qui jouent souvent des partitions autonomes. Les médias et internet deviennent en lieu et place des partis politiques, les espaces autour desquels se structure le débat public et se déploient les controverses les plus saillantes.

*La sélection des candidats*

Les partis conservent néanmoins une certaine maîtrise des processus de sélection des candidats même si, là encore, les logiques médiatiques et d’opinion tendent à mettre en cause leur monopole. L’investiture partisane est une dimension essentielle de la construction de la légitimité des candidats. Les labels partisans confèrent ressources identitaires, organisationnelles et financières aux candidats qui s’en réclament. Lors des élections présidentielles de 2007 comme de 2012, la plupart des candidats étaient les dirigeants de leur parti politique ou leur candidat désigné. Les ressources partisanes demeurent centrales dans la construction des succès électoraux. La prise de pouvoir de l’UMP par Nicolas Sarkozy a joué un rôle central dans sa victoire en 2007.

La production des candidatures s’organise selon de nouvelles modalités. Les formes de cooptation partisane (à droite) ou la logique des « courants » (au PS) semblent disqualifiées. L’affaiblissement du militantisme dans les partis politiques les a conduits à développer de nouvelles modalités de désignation fondées sur l’individualisation du vote (« directisation ») ou l’élargissement de la base électorale militante traditionnelle (développement du système des primaires). Dans le processus de sélection des candidats, les partis ne font parfois qu’entériner les choix de l’opinion mesurée par les sondages. La démocratisation des procédures de choix qui donne aux adhérents un nouveau pouvoir (vote des militants au PS comme à l’UMP aux présidentielles de 2007) peut s’avèrer trompeuse : elle occulte dans une certaine mesure la perte d’autonomie des partis par rapport aux logiques de l’opinion.

Consacrée comme « présidentiable » par les médias, Ségolène Royal a largement contourné en 2006 le PS, disqualifiant son « appareil » et s’imposant dans l’opinion avant d’être investie par les militants qui ont d’un certain point de vue entériné le verdict des sondages. Les militants choisissent la porte-parole qui optimise le mieux leurs chances collectives de victoire et non celle qui incarnait leur préférence programmatique ou idéologique. La formule des « primaires ouvertes » s’est imposée comme nouvelle règle au PS pour les élections présidentielles de 2012 (Lefebvre, 2011). Cette nouvelle règle s’inscrit dans un processus de dévaluation des ressources militantes. Le parti socialiste est l’héritier lointain d’une tradition partisane issue du mouvement ouvrier qui valorise la légitimité militante. Cette légitimité militante renvoyait à l’idée d’avant-garde théorisée par le marxisme qui fut longtemps une des matrices idéologiques du socialisme français. Le parti est un outil d’émancipation aux avant-postes de la société (ce modèle partisan, le PS ne l’a jamais historiquement pleinement incarné). C’est cette conception du parti comme creuset politique, lieu de délibération, d’éducation de mobilisation qui est aujourd’hui démonétisée. Le militant est en quelque sorte dépossédé de ses prérogatives traditionnelles.

La représentation « crisologique » des partis politiques mérite au final d’être nuancée. Les partis ne sont qu’une des formes historiquement déterminées d’entreprise politique. Le rôle croissant des médias conduit les partis à se redéfinir. La professionnalisation politique, les transformations du militantisme, la médiatisation de la vie politique modifient les formes du phénomène partisan. Les partis politiques se transforment donc plus qu’ils ne déclinent. Ils conservent une forme de monopole sur la structuration de la compétition politique mais leur ancrage social et leur capacité de mobilisation s’affaiblissent. Le périmètre de leur action se rétrécit. Il ne faut sans doute plus penser les partis politiques selon le modèle partisan, historiquement situé, des partis de gauche de la fin du XIXème siècle.

Bibliographie :

Philippe Aldrin, « Si près, si loin du politique. L’univers professionnel des permanents socialistes à l’épreuve de la managérialisation », *Politix*, 3, 79, 2007.

Aucante (Y.), Dezé (A.), dir., *Les systèmes de partis dans les démocraties occidentales. Le modèle du parti-cartel en question,* Paris, Presses de sciences po, 2008.

Carole Bachelot, « Le parti socialiste, la longue marche vers la présidentialisation » in Pierre Bréchon, dir., *Les partis politiques français*, Paris, La documentation française, 2011.

ÉSUMÉ

Sylvain Brouard, Emiliano Grossman, Isabelle Guinaudeau, « La compétition française au prisme des priorités électorales. Compétition sur enjeux et appropriations thématiques », *Revue Française de science politique*, vol 62, 2, 2012.

Sophie Burkhardt, Florence Haegel, « La mobilisation partisane », in Claire Demesnay, Manuela Glaab, dir., *L’avenir des partis politiques en France et en Allemagne,* Lille, Septentrion, 2009.

Russel J. Dalton, Martin P. Wattenberg, eds ., *Parties without partisans : political change in advanced industrial democracies,* Oxford/New York, Oxford University Press, 2000.

Dargent (Claude) et Rey (Henri), « Les adhérents socialistes en 2011 : renouvellement  social et ancrages idéologiques », *La Revue socialiste,* 42, 2011.

Ethuin (N.), « De l’idéologisation de l’engagement communiste. Fragments d’un enquête sur les écoles du PCF (1970-1990) », *Politix,* 63, 2003.

Julien Fretel, « Quand les catholiques vont au parti. De la constitution d'une illusio paradoxale et du passage à l'acte chez les ‘militants’ de l'UDF », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 155, 2004.

Greffet (Fabienne), dir., *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le Web*, Paris, Presses de sciences Po, 2011.

Hastings (Michel), « Partis politiques et administration de sens », dans Andolfatto Dominique, Greffet Fabienne, Olivier Laurent, dir., *Les partis politiques : quelles perspectives ?,* L’Harmattan, 2002.

Florence Haegel, « La mobilisation partisane de droite. Les logiques organisationnelles et sociales d’adhésion à l’UMP », *Revue Française de science politique*, vol 59, 1, 2009.

KaTz R., Mair P., « Changing models of party organization and party democracy. The emergence of the cartel party », *Party Politics*, 1(1), 1995

Philippe Juhem, «La production notabiliaire du militantisme au Parti socialiste », *Revue française de science politique*, 6, vol 56, 2006.

Manin (B.), *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Flammarion, 1996.

Mischi (J.), *Servir la cause ouvrière,* Rennes, PUR, 2009.

Georges Lavau, *Partis politiques et réalités sociales,* Paris, Armand Colin, 1953.

Lefebvre (R.), Roger (A.), dir., *Les partis politiques à l’épreuve des procédures délibératives,* Rennes, Presses universitaires, 2009.

Lefebvre (R.), Sawicki (F.), *La société des socialistes,* Editions du Croquant, 2006.

Lefebvre Rémi, Les primaires socialistes. La fin du parti militant, Paris, Raisons d’agir, 2011.

Patrick Lehingue, « Les déterminants matériels de l’activité politique. Ce que nous disent les comptes publics des partis » in Bertrand Geay, Laurent Willemez, *Pour une gauche de gauche*, Editions du croquant, 2008.

Mischi (J.), « Travail partisan et sociabilités populaires. Observations localisées de la politisation communiste », *Politix,* 63, 2003.

Offerlé (M.), *Les partis politiques*, PUF, coll. Que-Sais-Je ?, 2002, nouvelle édition.

Angelo Panebianco : *Political parties : organization and Power,* Cambridge, Cambridge University press, 1988.

Anne-Sophie Petitfils, « L’institution partisane à l’épreuve du management. Rhétorique et pratiques managériales dans le recrutement des ‘nouveaux adhérents’ au sein de l’Union pour un mouvement populaire », *Politix*, 3, 79, 2007.

Bernard Pudal, *Un monde défait. Les communistes français de 1956 à nos jours,* Editions du Croquant, 2009.

Sawicki (F.), *Les réseaux du Parti socialiste. Sociologie d’un milieu partisan*, Paris, Belin, 1997.

Bruno Villalba*,* « La transmutation d’Europe Écologie-Les Verts » inPierre Bréchon, dir., *Les partis politiques français*, Paris, La documentation française, 2011.

1. Les partis ne se perpétuent pas pour les raisons qui ont présidé à leur naissance. [↑](#footnote-ref-1)
2. Georges Lavau avait esquissé dans un ouvrage publié en 1953 l’approche sociétale des partis. [↑](#footnote-ref-2)
3. Voir les dernières enquêtes sur les militants socialistes (Dargent, Rey, 2011) et sur l’UMP (Haegel, 2009). [↑](#footnote-ref-3)
4. Emprise qu’il ne faut certes pas surestimer rétrospectivement (Mischi, 2009). Le PC contrairement à une mythologie qu’il a lui-même entretenue n’a jamais été un parti « contre-société ». [↑](#footnote-ref-4)
5. Bernard Thibault quitte le conseil national du PCF en 2001. En 2003, 80% des secrétaires des unions départementales sont toujours membres du PCF (Bréchon, 2011). [↑](#footnote-ref-5)
6. En juin 2008, le SPD et la CDU rassemblent chacun un nombre équivalent d’adhérents (un peu plus de 540000). Mais seule l’Espagne a été épargnée en Europe ces dernières années par la tendance à la baisse des adhérents. [↑](#footnote-ref-6)
7. Les vagues d’adhésion sont souvent ponctuelles et suivies de fortes hémorragies. On observe un fort turnover de la population militante. [↑](#footnote-ref-7)
8. Le Front national voit s’accroître de manière considérable son financement public puisqu’il passe à partir de 2012 de 1,8 à 5,9 millions d’euros. Les ressources du MODEM baissent de 2,5 millions (de 4,05 millions à 1,42.) [↑](#footnote-ref-8)
9. Pour le PS, elles représentaient 45% des recettes entre 1993 et 1997, 53% entre 1997 et 2002 et 85% en 2003 (suite à la baisse très forte des cotisations d’adhérents et d’élus). [↑](#footnote-ref-9)
10. Les élections locales sont de plus en plus construites en tests nationaux par les médias ou l’opposition. [↑](#footnote-ref-10)