

IN Magazine N° 174 - Juillet / Août 2017

10 juillet 2017

Le marketing politique grand vainqueur de l'élection présidentielle

Le mouvement En Marche a lancé sa campagne présidentielle très précocement, bien avant les primaires. En se revendiquant ni de droite, ni de gauche, il a jeté le trouble parmi les électeurs. Mais, nous le savons, ce mouvement est en fait intégralement ultra libéral.

Sa rhétorique est une machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits. Derrière les campagnes électorales victorieuses se cachent les techniciens sophistiqués du storytelling management. Macron, avec l'appui des milieux financiers et leurs réseaux politiques, a su capter à son profit l'exaspération devant la dégradation des conditions de vie sociale, devant les inégalités indécentes, devant les mensonges politiques à répétition, devant les gâchis d'une société qui ne ménage ni les humains ni la planète.

Le candidat Macron a été élu avec seulement 24 % des voix au premier tour, avec des scores très serrés entre les quatre principales formations. Au second tour il a bénéficié du vote des citoyens qui refusaient l'accession possible au pouvoir de Marine Le Pen.

Aux élections législatives, Macron a bénéficié au maximum de l'effet de levier du quinquennat et l'inversion du calendrier. Une abstention massive a réduit cet impact.

Le modèle ultra libéral se confirme, où la casse sociale et la paupérisation de toute une partie de la société, se profilent...et particulièrement pour les retraités. Plus rapide qu'un débat à l'Assemblée, plus facile qu'une négociation avec les syndicats et plus pratique que le 49-3 : les ordonnances.

Le président qui se veut « jupitérien » entend faire passer par ordonnances, en pleine période estivale, un programme de réformes bouleversant le droit du travail et aggravant encore la « loi travail », pour une adoption de ses décisions

avant la fin de l'été, et sans débat au Parlement.

Nous aurons à conduire la bataille contre la transcription des dispositions de l'état d'urgence dans la loi commune, qui ferait de la législation française la plus restrictive d'Europe.

Avec la mise en place du gouvernement Edouard Philippe, nous avons pu constater que nous n'avions plus de secrétaire d'état dédié, pourtant le consommateur a besoin et aura besoin, d'être défendu.

La protection des consommateurs nécessite un service public, apte à exercer les missions essentielles de contrôle et de sanction dans les domaines de la concurrence, de la consommation, de la loyauté des pratiques et des transactions, de la sécurité des produits et des services.

Dernière minute : nous apprenons que la « pensée complexe » du président ne se prête pas aux interviews et que par conséquent cette tradition sera supprimée le 14 juillet.

L'hyper présidence est en marche, la démocratie, elle, est en déclin.

Christian Méchain, rédacteur en chef