



berlusconi-tapie: de l'amalgame à la comparaison

Philippe Riutort

► **To cite this version:**

Philippe Riutort. berlusconi-tapie: de l'amalgame à la comparaison. X Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003, Oct 2003, 2003. <sic_00000724>

HAL Id: sic_00000724

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000724

Submitted on 15 Oct 2003

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Berlusconi-Tapie : de l'amalgame à la comparaison

L'établissement d'un parallèle entre Bernard Tapie et Silvio Berlusconi ne paraît guère se justifier à un moment où le premier, à l'issue d'un retour malencontreux dans le football paraît s'être (définitivement ?) reconverti en homme de médias (animateur de talk shows et/ou héros de série selon les circonstances et les audiences) alors que le second après un premier passage à la présidence du Conseil, a mené la coalition de droite qu'il dirigeait à la victoire en 2001 et fait désormais figure d'homme fort du régime, bien que controversé¹ tant pour sa conception de son rôle politique -guère dissocié de son activité à la tête de la *Fininvest*, groupe qu'il a fondé et qu'il contrôle toujours - que pour son « combat » à l'égard de la magistrature au sujet des diverses enquêtes judiciaires qui le concernent soit personnellement, soit indirectement, via les membres de son groupe.

Si les trajectoires du président du conseil italien et de l'ancien président de l'Olympique de Marseille ne semblent plus entretenir aujourd'hui de quelconque rapport, il n'en a pas toujours été ainsi. La comparaison entre les deux entrepreneurs politiques s'est imposée spontanément sous la plume de commentateurs politiques (éditorialistes, intellectuels de médias) mais également avec une certaine récurrence dans le monde scientifique au cours d'une circonstance particulière : l'année 1994, qui a vu, à quelques semaines d'intervalle, l'accession à la présidence du Conseil de S.Berlusconi et la réalisation d'un score inespéré de la liste Tapie aux élections européennes (12% des suffrages exprimés). S'interroger sur la comparaison effectuée « à chaud » constitue un moyen de comprendre les usages pratiques du rapprochement opéré et sa dimension symbolique, fruits de la concomitance de ces deux succès électoraux.

UN PARALLELE MEDIATIQUEMENT FONDE

Des analogies qui font sens

Dans le cadre de cette étude, les comparaisons Tapie-Berlusconi, et plus particulièrement leurs usages, sont principalement envisagées à partir de l'espace politique français². Un premier enjeu à souligner, qui s'impose aux commentateurs de la vie politique, porte sur les définitions de ce qui prend alors les traits de nouvelles marques politiques. Contraints par leur rôle de traducteur³, destiné à s'adresser à un vaste public possédant des intérêts et des compétences politiques nécessairement variables, les commentateurs politiques sont amenés à faire usage d'analogies plus ou moins bien contrôlées visant à ramener de l'inconnu vers du connu⁴. Les tentatives d'explication de la carrière politique de Bernard Tapie n'ont pas dérogé à la règle, mobilisant pléthore d'illustres prédécesseurs qui pour principal trait commun possédaient une forte notoriété et, ce point sera développé par la suite, un statut de marginal

¹ Marco Oberti, « La reconquête de l'espace public : les mobilisations anti-Berlusconi », *Mouvements*, n°21/22, 2002, p.144-147.

² C'est en effet celui sur lequel nous disposons le plus d'informations. La comparaison avec S.Berlusconi s'inscrit dans le cadre d'une thèse en cours consacrée au « phénomène Bernard Tapie » abordé en tant que révélateur de mutation des règles du jeu politique à partir des années 1980.

³ Sur les postures empruntées par les commentateurs politiques et notamment par les éditorialistes, Philippe Riutort, « Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste », *Réseaux*, n°76, 1996, p.61-81.

⁴ La « première » guerre du Golfe a ainsi permis aux éditorialistes de se livrer au rapprochement Hitler-S.Husseïn. *ibid.*

dans l'espace politique : « Tapie, c'est Montand candidat au bon moment »⁵ ; « Jean-Jacques Servan-Schreiber que tant de traits- l'ambition, l'allant, l'aplomb, le charme, l'imagination et un rien de mégalomanie- rapprochent de Bernard Tapie »⁶ ; « Sur ce terrain présidentiel [...] il y a déjà eu Coluche »⁷. Au fur et à mesure que l'insertion de Bernard Tapie dans le jeu politique devenait plausible et constituait ainsi une menace électorale évidente –notamment en vue des présidentielles de 1995- les comparaisons se font moins plaisantes : « Le Front populaire enfanta Jacques Doriot ; le miterrandisme vient d'accoucher de Bernard Tapie »⁸ ; « Tapie, c'est le général Boulanger »⁹ ; « Tapie, c'est Doriot »¹⁰.

Tapie-Berlusconi : la rencontre de deux indignités

C'est dans ce contexte surchargé d'analogies que se fait jour la comparaison Tapie-Berlusconi. La promiscuité des deux événements l'inscrit presque comme évidence sur l'agenda médiatique¹¹ à tel point que les commentateurs se livrent à une lutte d'interprétation, qui ne peut longtemps laisser les protagonistes indifférents, sur la signification à accorder à ce parallèle. La prééminence de S.Berlusconi sur B. Tapie, dans le monde des affaires comme dans la politique, est généralement rappelée afin d'instaurer une petite réserve sur l'analogie : la presse conservatrice française, tout en manifestant une certaine gêne exprimée sur la constitution de la fortune du *cavaliere* n'oublie pas de mentionner qu'il s'agit d'un « véritable » chef d'entreprise et d'un homme politique de premier plan, qualités déniées à Bernard Tapie : outre le différentiel de ressources possédées par les deux « entrepreneurs politiques », leur appartenance à un camp politique suscite bien évidemment des commentaires lisibles à partir des lignes rédactionnelles des journaux¹². Un commentaire « politologique » davantage tourné vers l'expertise que vers le moralisme¹³ tente d'analyser objectivement les deux phénomènes en en dégageant nécessairement une signification commune. Affleurent ainsi sous la plume d'Alain Duhamel l'ensemble des schèmes de perception mobilisés pour rendre compte de l'émergence de ces *outsiders* du jeu politique : si la reconnaissance du primat du capital politique du leader italien (qui permet d'ailleurs d'expliquer que ce soit surtout de ce côté des Alpes que la comparaison s'impose spontanément)¹⁴ ne saurait être omise (l'article s'intitule justement : « l'aventurier et son modèle »), des tendances lourdes justifient le parallèle puisé aussi bien dans la trajectoire des

⁵ Gérard Longuet, entretien au *Quotidien de Paris*, 31/1/1989. On peut remarquer au passage qu'une capacité d'expertise est prêtée aux hommes politiques « traditionnels » dans le décryptage de leurs « nouveaux collègues ».

⁶ Jacques Julliard, *Le Nouvel Observateur*, 2/2/1989.

⁷ Philippe Boucher, *Le Monde*, 16/6/1990.

⁸ Jean Bothorel, *Le Figaro*, 30/4/1994.

⁹ Alain Minc, entretien à *l'Événement du Jeudi*, 16/6/1994.

¹⁰ Alain Minc, *Globe-Hebdo*, 11/5/1994. On peut ici souligner la nécessité de renouvellement des référents mobilisés d'une tribune à l'autre par un même auteur.

¹¹ L'Express (16/6/1994) titre « le Front populiste » ; Le Point encore plus explicitement « Le danger démagogique » insérant deux photos côte-à-côte de S.Berlusconi et B. Tapie, installés sur une tribune les bras levés devant une foule en liesse.

¹² « L'un a bâti un empire, l'autre s'est constitué une cagnotte personnelle » tranche Alain Griotteray (*Le Figaro magazine*, 23/4/1994) ; « La comparaison avec Tapie est trop flatteuse pour ce dernier. Ni comme entrepreneur, ni comme gestionnaire d'un club de ballon rond, ni en politique Tapie n'arrive à la cheville de Berlusconi » ajoute Jean-François Revel (*Le Point*, 30/4/1994).

¹³ Pour une tentative de typologie, P.Riutort, « Au nom du nom ou comment investir son poste. Le cas des éditorialistes d'*Europe 1* », *Scalpel*, 2/3, 1997, p.79-105.

¹⁴ « L'analogie est bien entendu trop flatteuse. Bernard Tapie n'a jamais démontré, jusqu'ici, une envergure comparable à celle de Silvio Berlusconi [...] Silvio Berlusconi a du pouvoir, Bernard Tapie n'a pour l'instant que du talent », *Le Point*, 98/4/1994.

deux hommes¹⁵, leur instrumentalisation des médias, leur mépris affiché de l'*establishment* confinant à l'expression d'un air du temps qu'ils incarneraient parfaitement : « Tous deux sont des explorateurs de la récupération cathodique et électorale des troubles de l'inconscient collectif en période de crise ».

Le populisme : du concept au slogan

Les intellectuels de médias se saisissent à leur tour de la comparaison en opérant, conformément à leur rôle surplombant l'actualité dans la division du travail journalistique, une montée en généralité en s'attachant à mettre en lumière les menaces pour la démocratie et, en thérapeutes, les symptômes des « maladies » dont ils seraient les révélateurs¹⁶. Fort de l'inquiétude manifestée par l'arrivée de Berlusconi au pouvoir en Italie –particulièrement chez les intellectuels de gauche- il s'agit par l'établissement d'une sorte de convention d'équivalence de souligner la gravité du « phénomène Tapie » et conjurer ce que l'expérience transalpine pourrait laisser présager¹⁷. Une entreprise morale de disqualification autour de la prétention de Bernard Tapie à faire de la politique se constitue alors¹⁸, dont la comparaison avec S.Berlusconi pourra servir à l'occasion de ressort cautionnant l'opération de scandalisation¹⁹ en cours. Le principal argument de cette mobilisation morale est constitué par l'usage d'une notion en phase d'importation dans le commentaire politique –ce qui permet de comprendre que les intellectuels de médias (éditorialistes de presse, essayistes à gros tirages, juristes et politologues...) jouent ici le tout premier rôle - : le populisme. A la manière d'Olivier Duhamel, professeur de droit constitutionnel qui « saute le pas » en politique justement à l'occasion des élections européennes de 1994 en figurant sur la liste Rocard afin selon ses dires, de barrer la route à Bernard Tapie, il est important de souligner la multipositionnalité²⁰ dont bénéficient les intellectuels de média (O.Duhamel,éditorialiste à *l'Express* a collaboré à diverses émissions politique sur *France 3* et sa qualité de constitutionnaliste l'autorise à prendre position sur diverses questions politiques en tant qu'expert), atout qui leur permet d'intervenir dans le débat au nom de leur compétence²¹ : « La principale différence entre Berlusconi et Tapie est que l'un est un populiste de droite, tandis que l'autre est un populiste de gauche »²². Le schème du populisme s'impose très vite comme une évidence dans les stratégies de marquage symbolique des candidatures Tapie et Berlusconi. L'apparition, dans divers pays européens depuis la fin des années 1980 de forces politiques « hors ou anti-système », particulièrement d'extrême-droite, a conduit à un certain renouvellement du vocabulaire de la science politique²³ : sans prétendre à l'exhaustivité, sont

¹⁵ « Ne se trouvent-ils pas, l'un comme l'autre, au confluent des affaires, du football, de la politique, de la télévision et... de la justice ? », *ibid.*

¹⁶ Un dossier d'un numéro de la revue (n°14, 1994) créée et dirigée par Bernard-Henri Lévy est consacré à « Tapie le symptôme ».

¹⁷ Guy Konopnicki prévient dans *La règle du jeu* : « Berlusconi, patron de gauche, victime de la chasse aux sorcières... C'était en 1987. Le même, aujourd'hui, en champion du nationalisme italien », *ibid.*, p.31.

¹⁸ Philippe Riutort, « Bernard Tapie au prisme des intellectuels médiatiques : quelques éléments d'une disqualification morale », à paraître.

¹⁹ Michel Offerlé, *Sociologie des groupes d'intérêt*, Paris, Montchrestien, 1994, p.125-127.

²⁰ Luc Boltanski, « L'espace positionnel. Multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », *Revue Française de Sociologie*, vol.14 (1), 1973.

²¹ Sans avoir aucune de raison de douter de la sincérité de son intervention, Il est permis de constater que les commentaires d'O.Duhamel lors des européennes de 1994 peuvent aussi se lire comme un discours émanant d'un concurrent politique de B.Tapie, tous deux rivaux dans une joute électorale.

²² Entretien d'Olivier Duhamel, *Le Figaro*, 15/4/1994.

²³ Sans pouvoir ici s'étendre trop longuement sur la question (voir les travaux en cours d'Annie Collovald) , il suffit de noter que l'émergence dans l'espace politique français du Front National au début des années 1980 a été, très tôt baptisé « national-populisme » par un historien, qui a consacré de nombreuses études à l'extrême-

alors présents à l'esprit des analystes politiques (ce terme désignant aussi bien le commentaire érudit émanant de politologues, sondeurs... que celui destiné au grand public émanant des intellectuels de médias et des éditorialistes politiques) des « succès » politiques aussi divers et jugés « à chaud » incompréhensibles que la « poussée » électorale de Vladimir Jironivski en Russie dont le parti « libéral-démocrate », à connotation nationaliste et xénophobe obtient 22, 79% des voix aux législatives de 1994 contre 13,7% pour celui de Boris Eltsine, le relatif succès du milliardaire américain Ross Perot crédité de 19% des suffrages aux présidentielles de 1992, la percée de Stanislaw Tyminski en Pologne, industriel ayant fait fortune au Canada et obtenu 23% des voix à l'élection présidentielle de 1990, éliminant ainsi le premier ministre sortant Tadeuz Mazowiescki, l'élection au Brésil de Fernando Collor en décembre 1989 avec 52, 9% des voix en faisant campagne contre la corruption, et celle de Carlos Menem en Argentine, en mai 1989, renouant avec le péronisme²⁴. L'irruption soudaine de ces phénomènes politiques inédits et pour lesquels les analystes ne disposent guère de grilles d'interprétation valides conduit à ressusciter une notion « vieillie » de la science politique, dont l'usage avec le temps s'était fait rare et semblait revêtir le statut de curiosité exotique, en étant réservé aux problèmes de « modernisation »²⁵ rencontrés par les pays en développement²⁶. L'ambiguïté quasiment consubstantielle de la notion de populisme est généralement admise par ailleurs, y compris par les auteurs qui lui reconnaissent une certaine fécondité heuristique²⁷, dans la mesure où elle constitue toujours –au moins implicitement– une insulte et agit ainsi comme un stigmate dans le jeu politique²⁸. La labilité de cette notion –qui, en dépit de l'inflation récente de la littérature qui lui est consacrée– ne renvoie pas à un courant politique stabilisé agissant comme marque politique et idéologique ancienne (à la différence du socialisme, du libéralisme...) explique que même dans l'espace académique une tentative d'objectivation de la notion prend souvent l'aspect d'un inventaire à la Prévert recensant les diverses manifestations du populisme à travers le monde : du populisme russe de la fin du XIXe siècle au populisme des fermiers nord-américains du début du XXe siècle, dans oublier les multiples variantes latino-américaines (dont le Péronisme constituerait une sorte d'idéal-type), africaines ou asiatiques qui prospèrent depuis la décolonisation²⁹. Le « flou »³⁰ inhérent à la notion de populisme comme son insertion relativement précaire dans l'espace académique rend possible des opérations d'import-export³¹ émanant d'individus situés au carrefour des univers « savants » et « médiatiques », prédisposés d'une certaine façon, à se saisir d'un terme en voie d'émergence, c'est-à-dire, vu de l'espace médiatique,

droite, Michel Winock et par un politologue, philosophe de formation, auteur d'un ouvrage remarqué sur le racisme, Pierre-André Taguieff.

²⁴ Pour une analyse détaillée de ces diverses expériences politiques, Guy Hermet, *Les populismes dans le monde. Une histoire sociologique : XIXe – XXe siècle*, Paris, Fayard, 2001.

²⁵ Michel Dobry, « Les avatars de la modernisation : anatomie d'un échec exemplaire » in Gérard Duprat (sous la dir. de), *Connaissance du politique*, Paris, Puf, 1990, p.223-279.

²⁶ Robert Bosc, « Un enfant perdu de la science politique : le populisme », *Projet*, n°96, juin 1975, p.627-638.

²⁷ Parmi les auteurs français, on peut citer, entre autres, outre Guy Hermet et Pierre-André Taguieff, Yves Mény et Yves Surel (*Par le peuple, pour le peuple*, Paris, Fayard, 2000) et à l'étranger, parmi une longue liste, Ghita Ionescu et Ernst Gellener (sous la dir. de, *Populism : Its Meanings and National Characteristics*, Londres, Weidenfeld and Nicolson, 1969), Margaret Canovan (*Populism*, Londres, Junction, 1981), Paul Taggart (*Populism*, Buckingham and Philadelphie, Open University Press, 2000).

²⁸ Quelques rares analyses du populisme –émanant de journalistes– ont mis cet aspect en lumière : Serge Halimi, « Le populisme, voilà l'ennemi », *Mots*, n°55, juin 1998, p.115-127 et Elisabeth Lévy, « Le populisme, une arme de guerre idéologique », *Cités*, n° Hors-série, 2002, p.205-212.

²⁹ L'ouvrage fondateur dirigé par Ghita Ionescu et Ernst Gellner, en dépit de son réel intérêt, ne déroge pas à la règle, pas moins d'ailleurs que ceux de leurs successeurs.

³⁰ Sur le « flou » comme facteur de réussite d'une mobilisation, Luc Boltanski, *Les cadres. La formation d'un groupe social*, Paris, Minuit, 1982.

³¹ Politix, « usages sociaux des sciences sociales », n°36, 1996 et Pierre Bourdieu, *Les usages sociaux de la science*, Paris, Inra, 1997.

« en vogue », et d'en faire usage, ne serait-ce que pour faire montre de l'étendue de leur « culture politologique » et de leur parfaite connaissance des derniers débats « savants ». L'emploi de la notion de populisme opère à son tour un glissement (on pourrait d'ailleurs s'interroger sur ses éventuels effets produits en retour sur le monde académique, généralement négligés) et ne se préoccupant plus guère de précautions ou de mise en garde méthodologiques, se donne à voir pour ce qu'il est : une entreprise de disqualification morale, dissimulée (plus ou moins bien, il faut l'admettre) par la caution scientifique dont il peut se réclamer. Les écrits de Bernard-Henri Lévy et Alain Minc, « passeurs » de par la position qu'ils occupent aux confins de plusieurs univers³², en constituent, à leur manière des idéaux-types : « Le populisme est, en démocratie, une forme de l'intégrisme. Le populisme est, à la lettre, l'intégrisme des démocrates »³³ conclut le premier ; « avec l'irrésistible affirmation de la démocratie d'opinion, au moment où les démocraties représentative et sociale classiques s'éloignent, elles, à l'horizon, la raison perd pied et le populisme entre en scène »³⁴ surenchérit le second. Les intellectuels de médias en étimologues recherchent les causes de l'irruption du phénomène et ne tardent pas à « découvrir » la crise de la démocratie représentative³⁵, phénomène suffisamment grave pour légitimer qu'ils puissent avoir à évoquer un sujet en tout point indigne³⁶ et qu'ils y consacrent dans divers supports (livres, articles de presse, entretiens...) autant d'attention. Un véritable schème interprétatif s'impose explicitement ou implicitement : l'opposition entre la raison et les aspirations « dévoyées » du « peuple » qu'il faut endiguer, prévenir et, pourquoi pas, convaincre de ses errements³⁷. Le parallèle Berlusconi-Tapie n'a alors de sens ici que parmi le spectre de menaces issues de divers horizons visant à remettre en question le socle démocratique³⁸. Elles prennent sens dans l'espace politique français en 1994 autour de l'enjeu constitué par les élections européennes et les scores réalisés, à gauche par B.Tapie (12% des suffrages exprimés) conduisant à une déstabilisation du Parti Socialiste et de son premier secrétaire, Michel Rocard, dont la candidature à l'élection présidentielle de l'année suivante est remise en question en raison de son médiocre et inattendu score (14,5%) et à droite, par Philippe de Villiers (12,3% des voix) susceptible de brouiller les pistes et de s'introduire dans le jeu présidentiel dominé par Edouard Balladur et Jacques Chirac. Les résultats des élections européennes font ainsi l'objet de divers commentaires marqués par la surprise de l'avancée

³² Louis Pinto, « La doxa intellectuelle », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°90, 1991, p.97-100.

³³ Bernard-Henri Lévy, *La pureté dangereuse*, Paris, Grasset, 1994, p. 234.

³⁴ Alain Minc, *L'ivresse démocratique*, Paris, Grasset, 1995, p.155.

³⁵ Pour une déconstruction sociologique, Bernard Lacroix, « La « crise de la démocratie représentative en France ». Eléments pour une discussion sociologique du problème », *Scalpel*, n°1, 1994, p.6-29 et Erik Neveu, « Médias et construction de la « crise de la représentation » : le cas français », *Communication*, vol.14, n°1, p.21-54.

³⁶ Il serait assez facile de démontrer que les points de vue portés par les intellectuels de médias sur les « populistes » ressortissent à une sorte de « réflexe » de condescendance et de mépris à l'égard du populaire—les écrits d'A.Minc fournissant matière à penser les réactions indignées et inquiètes d'un membre de l'élite (comme il se nomme lui-même) sentant, d'une certaine façon, la légitimité remise en question -, stigmatisé par l'ignominieuse appellation, selon eux, de populiste. Sur les « pièges » dans l'analyse du populaire, Claude Grignon, Jean-Claude Passeron, *Le savant et le populaire*, Paris, Seuil-EHESS, 1989 et Annie Collovald, Frédéric Sawicki, « Le populaire et le politique », *Politix*, n°13, 1991, p.7-19.

³⁷ Pour un exemple : « Aucune force politique structurée ne pourrait marier les discours extrêmes et les propos contradictoires sans y perdre son crédit : le populisme y parvient. Parce qu'il représente avant tout une réaction viscérale, il se protège du tri parmi les idées que la raison n'hésiterait pas à faire », A.Minc, *L'ivresse démocratique*, *op. cit.*, p.171.

³⁸ On peut également ajouter qu'elles investissent pleinement l'espace militant, y compris critique, qui reprend le parallèle à son compte sans l'interroger plus avant. Pour deux exemples : un dossier de *Croissance* (n°390, Février 1996) consacré au « malaise populiste » et celui de M (Mensuel Marxisme Mouvement) intitulé « Populisme, populismes et crise de la représentation politique » et où l'article consacré à B.Tapie rapproche « Gagner », l'ouvrage autobiographique de B.Tapie, publié en 1986, de « Mein Kampf ».

des « forces populistes »³⁹. Il est ainsi permis d'affirmer que le parallèle Tapie-Berlusconi se produit à un moment, où l'une des comparaisons les plus usitées -Tapie-le Pen- semble s'essouffler⁴⁰, et qu'il renouvelle ainsi la production du stigmatisme visant les *outsiders* du jeu politique, suspects de ne pas se conformer à ses règles et plus encore, de prétendre les renverser : l'amalgame visant, en rapprochant des personnages honnis, à les confondre mutuellement d'opprobre, souillés par leur simple voisinage, n'a jamais aussi bien fonctionné que sous la plume de Bernard Sichère⁴¹, dans *La Règle du jeu* qui, titrant son papier « Tapie la peste », rivalise d'analogies dispensant d'étayer une éventuelle démonstration, évoquant tour à tour l'« illustre Gaudissart » personnage de Balzac, Séraphin Lampion et Rastapopoulos empruntés à l'univers d'Hergé, Le Pen (cette référence devenue banale ne fait l'objet que d'une courte mention), Al Capone et (enfin) Berlusconi, qui justifie, en faisant preuve du désintéressement et de la portée de la cause, son grandissement⁴² : « Au fond, je me soucie assez peu de savoir ce que peut devenir l'homme Bernard Tapie : c'est du destin de la république et de la démocratie dont je me soucie »⁴³.

Effets et usages des stigmates

Le « succès » relatif du parallèle⁴⁴ –puisque le retrait forcé de la vie politique de B.Tapie et la démission de S.Berlusconi de la présidence du Conseil en 1996 vont rapidement le rendre obsolète- produit un effet non négligeable sur les acteurs politiques eux-mêmes, en l'occurrence sur B.Tapie, sommé de se prononcer sur la « nature » du leader de la droite italienne. Ayant effectué son entrée politique à gauche et figurant comme tête de liste du MRG (Mouvement des Radicaux de Gauche) aux élections européennes, B.Tapie se doit de taire les relations qu'il pu par le passé entretenir avec S.Berlusconi⁴⁵ : « ça aurait pu être moi, si j'étais passé directement des trois premières places du hit-parade des Français « IFOP-JDD » [*Journal du Dimanche*], que je ne quittais pas quand je faisais du football et des émissions télé, et si j'avais transformé ça directement en voix, en disant : « Les politiques, ce sont tous des cons ! ». Si j'avais été une espèce de mélange de Berlusconi et de Poujade »⁴⁶.

³⁹ *Le Nouvel Observateur* (16/6/1994), commentant les percées de Tapie et Villiers, s'inquiète : « Ces hommes sont-ils dangereux ? » en titrant « La France populiste » ; Alain Duhamel dans *Le Point* (18/6/1994) évoque « Le temps des tribuns » en se livrant au parallèle Tapie-Villiers auquel il adjoint un Jean-Marie Le Pen qui a pourtant enregistré un score relativement décevant (10%) et fait ainsi l'objet d'un investissement médiatique moindre : « (...) En cette période de doutes et de peurs, de frustrations et de rancœurs, ils savent mettre en scène des idées simples, faire vibrer des passions, agiter des fantasmes, récupérer des mythes. Tous trois s'en prennent aux élites classiques et au système en place avec des mots qui parlent et des sentiments qui vivent ».

⁴⁰ Le conseiller en communication Thierry Saussez l'a explicitement défendue tout au long d'un ouvrage, *Tapie-Le Pen. Les jumeaux du populisme*, Paris, Editions n°1, 1992. Sur la trajectoire de T.Saussez voir Jean-Baptiste Legavre, *Eléments d'analyse du champ des professionnels de la persuasion politique, l'exemple de T.Saussez*, mémoire de DESS de communication politique et sociale, Université Paris-1, 1987, 94 p.

⁴¹ L'auteur se présente dans la revue de Bernard-Henri Lévy comme un romancier, philosophe.

⁴² Luc Boltanski et alii, « La dénonciation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°51, 1984.

⁴³ Bernard Sichère, « Tapie la peste », *La règle du jeu*, *art.cit.*, p.22.

⁴⁴ Il est à un moment tellement naturalisé qu'il est invoqué spontanément par les professionnels de la politique : interrogé par *Libération* (10/5/1994) sur le « populisme » de B.Tapie, François d'Aubert (député UDF de Mayenne) répond : « Oui, populiste est un terme qui lui convient bien. C'est un populiste dangereux comme Berlusconi ».

⁴⁵ Ne serait-ce qu'en tant que présidents de club de football prestigieux (l'Olympique de Marseille pour B.Tapie et le Milan A.C. pour S.Berlusconi) dont les équipes se sont affrontées l'année précédente dans une mémorable finale de coupe d'Europe des clubs champions. On pourrait également souligner que Bernard Tapie a été un acteur de la reprise de TF1, dont il est devenu actionnaire, par Francis Bouygues en 1986 alors qu'au même moment S.Berlusconi était l'associé de Robert Hersant dans la 5).

⁴⁶ Entretien de B.Tapie, *Le Quotidien de Paris*, 4/5/1994. Tout se passe comme si, il fallait, pour se défaire d'un amalgame jugé infamant, en pratiquer soi-même un autre.

L'imposition d'un stigmaté peut, à l'occasion, lorsque certaines situations sont réunies, se retourner contre leurs initiateurs, ainsi que le souligne joliment Erving Goffman, évoquant celui qui troque sa béquille contre un club de golf⁴⁷ : la réussite d'un S.Berlusconi, atteignant la présidence du Conseil, quelques semaines après avoir fondé son parti politique *Forza Italia* alors qu'il faisait figure de novice en matière électorale, intéresse grandement un Jean-François Hory, leader du MRG et principal « associé » de B.Tapie –qu'il a fait adhérer à sa formation- dans la liste des Européennes, qui croit déceler des raisons d'espérer dans ce parallèle et y voit une légitimation de sa propre démarche : « C'est pour cela [l'hostilité à l'establishment] que Berlusconi et Tapie ont des points communs. Ce sont tous deux des hommes d'affaires qui ont réussi, et je ne trouve pas illégitime qu'ils se sentent qualifiés pour gérer les affaires publiques [...] Tous les deux sont également à la tête de grands clubs de foot. Ils ont compris qu'il y avait autour du sport un puissant mouvement d'adhésion populaire [...] Enfin ils ont tous les deux compris que le débat public passe désormais par la télé. Ils maîtrisent les techniques audiovisuelles »⁴⁸.

Un « télépopulisme » ?

Le dernier point évoqué par Jean-François Hory a fait l'objet de multiples commentaires « explicatifs » des « phénomènes » Tapie et Berlusconi : leur principal atout résiderait dans leur « charisme »⁴⁹ et particulièrement par leurs prouesses médiatiques à un moment où la télévision tend à occuper un rôle croissant dans l'univers politique⁵⁰. Ces analyses trouvent une certaine légitimation dans des travaux érudits soulignant généralement l'émergence d'une nouvelle ère de la politique symbolisée par la montée en puissance des médias, particulièrement audiovisuels. Il est ainsi permis de décrire l'émergence d'un « vidéopouvoir »⁵¹ transformant totalement la sphère politique et vidant de sa substance la démocratie représentative « classique », le triomphe de la « démocratie d'opinion » ou du

47 Erving Goffman, *Stigmates. Les usages sociaux des handicaps*, Paris, Minuit, 1975[1963].

⁴⁸ Entretien de Jean-François Hory, *Le Nouvel Observateur* (16/6/1994 ?) titré « Un Berlusconi de gauche ».

⁴⁹ Une certaine filiation pourrait être établie entre l'analyse du charisme et celle du populisme. Un même auteur, Alexandre Dorna, psychologue de profession (ce qui permet de souligner la dimension pathologique de ces phénomènes) et par ailleurs membre du MRG consacre un ouvrage, à quelques temps de distance, aux deux thèmes : *Le leader charismatique*, Paris, Desclée de Brouwer, 1998 et *Le populisme*, Paris, Puf, 1999.

⁵⁰ Pour une analyse en contrepoint soulignant la faible marge d'initiative des médias dans la sélection du personnel politique, Eric Darras, « Le pouvoir « médiocratique » ? », *Politix*, n°30, 1995, p.183-198.

⁵¹ Giovanni Sartori, « Video-power », *Government and opposition*, vol.24, n°1,1989, p.39-53 et «Repenser la démocratie : mauvais régimes et mauvaises politiques », *Revue Internationale des Sciences Sociales*, n°129, 1991, p.463-480.

« public »⁵² court-circuitant les diverses médiations sociales et politiques et laissant face à face, par exemple, un « peuple » et son « leader ». Ce mythe⁵³ peut se présenter sous différentes variantes : enchantée, célébrant la « démocratie continue » constituée par un forum permanent où les coûts de participation s'abaisseraient fortement (Internet est convoqué comme triomphe de l'interactivité) et où élus et électeurs seraient enfin reliés –sans intermédiaires inutiles- les uns aux autres ; mais également « critique », dénonçant par delà les méfaits de la « communication », l'essor d'une société de surveillance réduisant les libertés individuelles. L'avènement de la « technopolitique » (néologisme chargé d'évoquer le politique à l'âge technologique)⁵⁴ est ainsi énoncée comme un fait, dont les dérives peuvent certes être combattues mais qu'il serait illusoire de vouloir endiguer⁵⁵. Il n'est guère surprenant de constater que ce sont les auteurs les plus intéressés par les phénomènes de communication (et souvent ceux qui à la frontière de plusieurs univers exercent conjointement une activité académique et un rôle de praticien, généralement conseiller en communication), qui, sur le mode de la prophétie auto-réalisatrice, énoncent comme un fait ce en quoi ils croient⁵⁶. La « reconnaissance » de l'inexorable progression des médias dans l'espace politique requérant des qualités particulières (en termes d'élocution, de simplification du discours, mais également d'ordre « physique » en séduisant le public) entretiendrait ainsi une affinité avec le « populisme », courant politique généralement perçu comme l'incarnation d'un chef exerçant une certaine capacité d'attraction sur les « foules ». Il trouve un prolongement dans les « nouvelles » notions forgées pour la circonstance : « télépopulisme », « néopopulisme », « cyberpopulisme », selon les cas⁵⁷. Les intellectuels de médias qui, de par leur position ambivalente au sein de l'univers médiatique- à la fois au-dedans et au-dehors- propices à rendre public les analyses témoignant de leur insertion dans cet univers⁵⁸ ne peuvent guère se dispenser de s'interroger sur la contribution de l'outil télévisuel, par exemple, aux succès de B.Tapie et de S.Berlusconi. L'usage « stratégique » de la télévision est ainsi systématiquement mobilisé comme clé explicative et la « communication » le plus souvent dénoncée : « Lorsque les gourous règnent à l'Elysée, le phénomène Tapie a le vent en poupe : c'est l'effet de leur conception de la politique-spectacle »⁵⁹ ; « Le médiatisme de Tapie répond au tapisme des médias. Beau gosse et beau parleur, il a le dernier mot et imprime son point de vue dans des cervelles pressées et imbibées d'images »⁶⁰. Les intellectuels de média peuvent ainsi tancer la télévision –et témoignent ainsi d'une sorte d'éthos aristocratique envers un média « populaire » faisant fi des hiérarchies culturelles⁶¹-

⁵² Pour une tentative de discussion des conditions de possibilité de cette notion, Bernard Manin, *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Calmann-Lévy, 1995.

⁵³ Pour sa déconstruction, Erik Neveu, *Une société de communication ?*, Paris, Montchrestien, 1994.

⁵⁴ Stephano Rodotà, *La démocratie électronique*, Paris, Apogée, 1999.

⁵⁵ Des éléments nuanciant fortement cette thèse se trouvent dans Grégory Derville, *Le pouvoir des médias*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1997.

⁵⁶ Le domaine de la communication, plus qu'un autre parce qu'il constitue un débouché professionnel important et un marché considérable est propice à générer un discours mi-savant mi-prophétique formulé par des « professionnels ». Rémy Rieffel, Erik Neveu, « Les effets de réalité des sciences de la communication », *Réseaux*, n°50, 199, p.12-39. Pour une illustration, Didier Georgakakis, « Un prophète construit par ses censeurs ? Bernard Cathelat et les « socio-styles » », *Politix*, n°19, 1992, p.159-174.

⁵⁷ Pour une revue de littérature, Pierre-André Taguieff, *L'illusion populiste*, Paris, Berg International, 2002.

⁵⁸ Pour un cas exemplaire, Alain Finkielkraut, *La défaite de la pensée*, Paris, Gallimard, 1987.

⁵⁹ A.Minc, *Le média-choc*, Paris, Grasset, 1993, p.159. Le thème de l'omniprésence de la communication dans le jeu politique et des dévoiements dont elle serait responsable ont fait l'objet d'une abondante littérature parfois émanant des professionnels de la politique, à l'image d'un précurseur, également professeur de science politique, Roger-Gérard Schwartzenberg, auteur de *L'Etat-spectacle*, Paris, Flammarion, 1977. Elle témoigne également des enjeux de concurrence entre différents professionnels (journalistes, conseillers en communication, publicitaires, sondeurs, essayistes...).

⁶⁰ Olivier Duhamel, *L'Express*, 7/7/1994.

⁶¹ Les divers écrits d'A.Finkielkraut pourraient être mobilisés ici.

coupable de servir de caisse de résonance aux « populistes » et célébrer par opposition la presse écrite, gage de sérieux et de réflexion : « D'où Tapie tient –il son *apparence* ? Est-il fils de ses œuvres Nanard ? Non : il est le produit d'un système. Sans les télévisions, jamais Tapie n'aurait fait surface [...] Cet abîme coupe en deux l'univers des médias . D'un côté, la télé. De l'autre la « presse écrite ». L'une cherche à épater. L'autre à comprendre »⁶².

BERLUSCONI-TAPIE : QUELQUES PISTES POUR UN COMPARATISME EN ACTES

Retour sur le populisme

Le parallèle Berlusconi-Tapie inscrit à l'ordre du jour médiatique et politique en 1994 finit par s'évanouir avec les trajectoires contrastées des deux personnages et, fidèle en cela aux discours médiatiques, laisse place à d'autres schèmes interprétatifs. Si on a insisté sur les conditions d'apparition de la comparaison et sur ses enjeux taxinomiques qui paraissent, en définitive, bien davantage pratiques qu'heuristiques, il n'est toutefois pas interdit de se demander si, au-delà des rapprochements de circonstance, le plus souvent intéressés, le parallèle Tapie-Berlusconi, cette fois-ci réellement construit, n'était pas susceptible de faire jaillir certains problèmes d'analyse politique.

Le populisme prêté aux deux personnages mériterait certainement d'être interrogé et déplacé vers les conditions sociales de son emploi : à quel type d'entrepreneurs politique peut-il être attribué sans peine, sans susciter de rejet ? La piste suggérée par Yves Surel⁶³, à propos de S.Berlusconi, paraît ici suggestive : le populisme pourrait en fait prosaïquement signifier une stratégie d'entrée dans le monde politique pour certains *outsiders* du jeu politique éprouvant des difficultés à entreprendre une carrière « classique » et tendrait à s'évanouir – du moins, et cela n'est pas rien, dans les commentaires sont ils sont l'objet- lorsque leurs positions se normalisent et qu'ils s'ancrent dans le jeu. Plutôt que d'attribuer les déclarations intempestives et parfois contradictoires à leur prétendue manque de cohérence idéologique –il ne serait guère difficile de démontrer que les prises de position publiques de S.Berlusconi s'inscrivent pleinement « à droite » et celles de B.Tapie « à gauche », ce que les commentateurs retraduisent d'ailleurs en « populisme de droite » et « populisme de gauche »-, elles témoignent peut-être davantage de leur distance à l'égard de la centralité du pouvoir et de ses lieux institutionnels (leurs propos tendent ainsi à évoluer lorsqu'ils s'en rapprochent) et de leur volonté d'imposer leurs termes, fût-ce par la provocation qu'ils peuvent susciter dans l'espace politique et par ricochet, par l'intérêt manifesté par les journalistes, y compris dans l'indignation⁶⁴.

Des homologies biographiques

⁶² Patrice de Plunkett, *Le Figaro magazine*, 28/5/1994.

⁶³ Yves Surel, « Berlusconi, leader populiste ? » in Olivier Ihl, Janine Chêne, Eric Vial, Ghislain Waterlot, *La tentation populiste au cœur de l'Europe*, Paris, La Découverte, 2003. Il est à noter que les contributions de cet ouvrage collectif manifestent souvent des réserves envers un emploi un peu trop systématique du vocable « populiste ».

⁶⁴ On pourrait comprendre ainsi le « projet » abondamment commenté de B.Tapie de rendre le chômage des jeunes « illégal » lors des Européennes de 1994 et toute une série de déclarations qui s'avèreraient incohérentes, prises isolément : « Cresson doit être une Thatcher française » (*Libération*, 28/6/1991) ; « La voix des exclus » (article publié par B.Tapie à la une du *Monde*, 21/12/1994) ou encore, alors qu'il tente une percée au sein d'une formation politique largement remaniée visant à déplacer les alignements politiques traditionnels, « Les blocs uniformes, c'est fini » (*Le Figaro*, 25/12/1992) ; « Le système de l'élite qui sait et du peuple qui sait pas, ça ne marche plus » (*La Tribune Desfossés*, 11/5/1994).

Autre élément, les trajectoires biographiques des deux protagonistes invitent nécessairement à la comparaison, ce que la plupart des commentaires ont par ailleurs mentionné : des homologies sont perceptibles dans leur entrée comme dans leur parcours dans le monde des affaires. Après avoir amorcé tous deux une éphémère carrière de chanteur, ils possèdent -lors de leur entrée en politique- l'image de *self made men* issus de milieux modestes ayant rencontré des réussites exceptionnelles : S.Berlusconi, au départ entrepreneur immobilier, innove en fournissant des services attendant au bien et, le premier en Italie, une offre d'abonnement à un réseau de chaînes privées, à l'origine de la constitution de son groupe audiovisuel⁶⁵ ; B.Tapie, après des débuts de vendeur de télévision à domicile dans les années 1960, se spécialise dans la reprise d'entreprises en difficultés durant les années 1970 et obtient, alors que sa notoriété est encore faible, que lui soient confiées des entreprises hautement symboliques comme Manufrance; la diversification de leurs activités passe par le sport à grand spectacle⁶⁶ (dirigeants tous deux avec le Milan A.C. et l'O.M. de deux grands clubs de football européens) et par un intérêt précoce pour la médiatisation rarement recherchée par les chefs d'entreprise avant les années 1980⁶⁷. Leur entrée en politique repose en grande partie sur une notoriété⁶⁸ acquise hors du monde politique : elle s'apparente ainsi à une conversion de ressources visant notamment à importer dans le jeu politique des recettes éprouvées –notamment de marketing- au sein de la sphère économique, dans une conjoncture de transformation idéologique redéfinissant les rapports entre sphère publique et privée, au profit de cette dernière (ce que l'on a communément appelé la « réhabilitation de l'entreprise »⁶⁹).

Structuration du jeu politique et usage des ressources

Cela étant dit, la plupart des analyses médiacentrées⁷⁰ présentent le défaut d'envisager le passage « automatique » d'une sphère d'activités à une autre⁷¹ sans s'interroger sur ce qui la rend possible (ou d'ailleurs impossible). Il est ainsi nécessaire de souligner –à l'encontre des approches dites « économiques » de la politique pour lesquelles les concepts économiques

⁶⁵ Guillaume Sainteny, « Radioscopie du groupe Berlusconi : histoire et stratégie », *Communication et langages*, n°96, 1993, p.92-100.

⁶⁶ Ils contribuent également par les investissements financiers réalisés à transformer de l'intérieur l'espace sportif. Jean-Michel Faure, Charles Suaud, *Le football professionnel à la française*, Paris, Puf, 1999. Sur l'usage du football comme ressource chez S.Berlusconi qui affuble son parti politique du surnom de l'équipe nationale, *Forza Italia*, Elena Semino, Michela Masci, « Politics is football : metaphor in the discourse of Silvio Berlusconi in Italy », *Discourse & Society*, vol.7, 2, 1996, p.243-269. On peut d'ailleurs remarquer que l'un des premiers ouvrages consacrés au Cavaliere en Français, après son entrée en politique, est l'œuvre d'un journaliste sportif, Eugène Saccomano, *Berlusconi. Le dossier vérité*, Paris, Editions n°1, 1994.

⁶⁷ P.Riutort, « Le journalisme au service de l'économie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°131/132, 2000, p.41-55. On peut souligner que sur les listes « majorité présidentielle » des élections régionales de 1992, dirigées par B.Tapie figurent, entre autres, le couturier Daniel Hechter, la comédienne Mylène Demongeot et le chanteur Enrico Macias.

⁶⁸ Rémy Rieffel, « Du vedettariat médiatique », *Hermès*, n°4, 1989, p.215-222 et Jörg Seisselberg : « Conditions of success and political problems of a « media-mediated personality-party » : the case of Forza Italia », *West European Politics*, vol.19, 4, 1996, p.715-743.

⁶⁹ Bruno Jobert (sous la dir. de), *Le tournant néo-libéral en Europe*, Paris, L'Harmattan, 1994 et Jean-Pierre Le Goff, *Le mythe de l'entreprise*, Paris, La Découverte, 1992.

⁷⁰ Philip Schlesinger, « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme », *Réseaux*, n°51, 1992.

⁷¹ Sur les défauts de cette approche et la nécessité de contextualiser les ressources, Michel Dobry, *Sociologie des crises politiques*, Paris, Presses de Sciences-Po, 1986.

sont directement applicables dans l'analyse politique ⁷²- que les ressources individuelles ou collectives n'opèrent jamais en elles-mêmes mais qu'elles requièrent une conjoncture (i.e. une configuration du jeu) spécifique pour produire tous leurs effets. C'est peut-être à ce dernier niveau que la comparaison Berlusconi-Tapie est la plus intéressante, une fois restituée, la structure du jeu politique au sein duquel ces carrières se déroulent. Si, dans un contexte de profond discrédit de la « gauche de gouvernement » (le Parti Socialiste qui s'est effondré aux élections législatives de 1993 possède en Michel Rocard un leader contesté), l'entreprise de transformation du MRG conduite à l'initiative de Jean-François Hory, à laquelle participe comme figure emblématique B.Tapie, se veut ambitieuse, souhaitant capitaliser la « marque » électorale de ce dernier, lors des présidentielles de 1995 et bousculer ainsi le rapport de forces à gauche au détriment du PS, elle n'atteint pas, ne serait-ce que parce qu'elle est contestée de l'intérieur par les « barons » du parti soucieux du maintien des alliances électorales avec le PS, la dimension spectaculaire de celle de S.Berlusconi. Il faut, en effet, souligner contre les approches spontanées des « effets télévisuels » que S.Berlusconi se présente pour la première fois aux élections comme leader de la droite en 1994 (après avoir été très proche du leader du Parti Socialiste Italien Bettino Craxi), quelques semaines après avoir constitué, de toutes pièces, à partir des ressources et du personnel de la *Fininvest*, son parti politique *Forza Italia*⁷³ et accède du même coup à la présidence du Conseil tandis que Bernard Tapie a déjà été candidat à de multiples reprises, depuis 1988 (à des élections législatives, cantonales, régionales, et enfin européenne) sous le même sigle « majorité présidentielle », ministre de la ville sous le gouvernement Bérégovoy (1992-1993) et fait ainsi presque figure de personnalité politique « habituelle », du moins des soirées de résultats d'élections. Cerner la « réussite » de S.Berlusconi et l'« échec » de B.Tapie ⁷⁴ revient ainsi à saisir qu'en dépit des soutiens dont ce dernier a pu bénéficier –et en premier lieu celui du président de la République- et de la figure qu'il a pu –provisoirement- représenter dans l'incursion de la « société civile » en politique⁷⁵ susceptible de provoquer, dans un contexte favorable une redistribution des cartes, ce dernier est demeuré un *outsider* d'un jeu politique structuré par des clivages politiques constitués de longue date –parmi lesquels, bien évidemment le clivage droite-gauche – et des formations partisans aisément identifiables. Il en va tout autrement d'une Italie dont le système politique vacille au sommet, au rythme des inculpations de la classe politique, mettant hors-jeu la plupart de ses protagonistes⁷⁶. On saisit alors tout ce que les explications entièrement focalisées sur la thématique populiste – mobilisée, en outre, de manière sensiblement différente chez les deux personnages-, comme

⁷² Pour une illustration, Jean-Patrice Lacam, « Le politicien investisseur », *Revue Française de Science Politique*, vol.38, 1, 1998. A contrario, Schumpeter soulignait bien (*Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Payot, 1950 [1942]) les spécificités du « marché politique ».

⁷³ Jonathan Hopkin et Caterina Paolucci, « The business firm model of party organisation : cases from Spain and Italy », *European Journal of Political Research*, n°35, 1999, p.307-339 et Caterina Paolucci, « Forza Italia: un non-parti aux portes de la victoire », *Critique internationale*, n°10, 2001, p.12-20.

⁷⁴ La dimension judiciaire des « affaires » de l'un et de l'autre, comme leur interférence sur leurs carrières politiques respectives, mériterait une attention particulière impossible à développer ici. Pour le cas français : Violaine Roussel, *Affaires de juges*, Paris, La Découverte, 2002 ; italien : Jean-Louis Briquet, « Italie : un système de pouvoir en procès », *Critique internationale*, n°3, 1999, p.141-154 et « « Juges rouges » ou « mains propres ? » », *Critique internationale*, n°15, 2002, p.45-53 ; Hervé Rayner, *Tangentopoli et le basculement du jeu politique italien*, Thèse de science politique, Université Paris X-Nanterre, 2001.

⁷⁵ Au sein de laquelle des « communicants » comme le publicitaire Jacques Séguéla ou le journaliste André Bercoff ont occupé une place de choix, incitant fortement B.Tapie à sauter le pas en politique, voire à créer son parti .

⁷⁶ Pour de stimulantes analyses écrites « à chaud » réunissant politistes français et italiens, *Politix*, « Incertitudes italiennes », n°30, 1995.

sur leurs prouesses médiatiques, méconnaissent⁷⁷ : l'effondrement soudain du régime (la « Première République ») –qui au passage a nécessité un travail de mobilisation non concerté, victorieux en faisant de sa « chute » une évidence partagée⁷⁸ - rend alors possible l'émergence d'une entreprise politique inédite, alors qu'à droite la DCI, ciment du régime est emportée par la tourmente judiciaire ; qu'à gauche, le PSI et son principal leader apparaissent discrédités au même titre que la DCI, et que le Parti Communiste Italien, longtemps principale force d'opposition est en pleine mutation. Si l'offre politique de Berlusconi était loin de ne comporter aucun risque –comme l'atteste la dislocation de la coalition gagnante de 1994 en 1996 qui le plonge dans l'opposition jusqu'à 2001⁷⁹, sans anticiper l'issue du bras de fer engagé par l'exécutif et le pouvoir judiciaire⁸⁰ - elle devient alors plausible et fournit un véritable modèle de rechange à la droite italienne en construisant, à partir de son expérience personnelle, un exemple de transposition d'une réussite privée sur la sphère publique susceptible de résoudre les problèmes de l'heure⁸¹. C'est alors, et seulement, dans ce contexte que ses ressources économiques (la possession tant d'un puissant groupe financier que du plus important réseau de communication du pays) s'avèrent déterminantes à l'égard de ses rivaux et concurrents, notamment pour construire la virginité d'une figure discrète, mais éminente du précédent régime.

Sur ce dernier point encore, le parallèle Tapie-Berlusconi n'est pas inutile puisque, au-delà des ressemblances formelles, il souligne, - contre un essentialisme toujours prompt à resurgir quand il s'agit d'étudier des « personnages », et tout particulièrement lorsqu'ils paraissent « honnis »⁸² - les spécificités des ressources de chacun et principalement les contextes, fort dissemblables, dans lesquels elles opèrent. Dans ces conditions, et sans verser dans un optimisme démesuré, l'abandon de l'amalgame, et notamment des appellations « attrape-tout » au profit de la comparaison, se profile à l'horizon.

⁷⁷ Pour une critique convergente, Pierre Musso, « Silvio Berlusconi, figure symbolique du « commanagement », *Quaderni*, n°32, 1997, p.137-162.

⁷⁸ Alfio Mastropaolo, « Italie : quand la politique invente la société civile », *Revue Française de Science Politique*, vol.51, n°4, 2001, p.621-636 et plus largement Brigitte Gaiti, *De Gaulle, prophète de la Cinquième République*, Paris, Presses de Sciences Po, 1998.

⁷⁹ Gianfranco Pasquino, « The Italian national elections of 13 Mai 2001 », *Journal of Modern Italian Studies*, 6 (3), 2001, p.371-387.

⁸⁰ Antoine Vauchez, « Justice et politique. Quelques leçons tirées de la « parabole judiciaire » italienne », *Pouvoirs*, n°103, 2002, p.93-104.

⁸¹ Maurizio Lazzarato, « Berlusconi, l'entrepreneur politique », *Peuples méditerranéens*, n°67, 1994, p.13-22. Il faut cependant noter que Berlusconi reprend à son compte très vite les thématiques de la démocratie-chrétienne (la famille, la défense de l'Eglise, l'ordre moral...), Alisa del Ré, « Le Welfare berlusconien. Le privé c'est beau, surtout en famille », *ibid*, p.23-37.

⁸² Pour un magistral contre-exemple, Ian Kershaw, *Hitler*, Paris, Gallimard, 1995 [1991].

