

Les élections municipales 2014 à Cannes : du processus de désignation du candidat au sein d'un parti au moment militant, esquisse d'une compétition politique fermée

Christophe Ortega

► **To cite this version:**

Christophe Ortega. Les élections municipales 2014 à Cannes : du processus de désignation du candidat au sein d'un parti au moment militant, esquisse d'une compétition politique fermée. Science politique. 2014. dumas-01084952

HAL Id: dumas-01084952

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01084952>

Submitted on 1 Dec 2014

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.

UNIVERSITÉ PARIS 1 PANTHÉON SORBONNE

Département de Science Politique

Master Recherche Sociologie et Institutions du Politique

2013/2014

Christophe ORTEGA

Les élections municipales 2014 à Cannes

*« Du processus de désignation du candidat au sein d'un parti au moment
militant, esquisse d'une compétition politique fermée »*

Sous la direction de Jean-Louis Briquet

TABLE DES MATIÈRES

I. La Décision : le processus de désignation du candidat officiel de l'UMP et les prémisses d'une campagne électorale locale perturbée	15
1. L'état du parti	15
2. Une campagne électorale cannoise centrée sur l'UMP	21
3. L'engagement des jeunes dans ces élections municipales	24
4. Cadre ou Héritier, le statut des candidats	26
II. La Campagne : le moment militant	34
1. Les outils de campagne : Du meeting à l'utilisation des réseaux sociaux et des jeunes	34
2. La campagne de David Lisnard, portraits de militants	50
3. Le débat du premier tour et le bilan des réunions publiques	56
4. Quelle place accorder aux sondages ?	60
III. L'Après élection, l'anti campagne ?	64
1. Les premiers mois d'essai de la « Méthode Lisnard »	64
2. L'usage de la presse quotidienne régionale par les hommes politiques locaux	67
3. Quelle opposition face au nouveau maire ?	70
Annexes :	77
Bibliographie :	79

Le 9 janvier 2014 s'est tenue la première assemblée de la Communauté d'Agglomération des Pays de Lérins (CAPL). Cette toute nouvelle communauté de communes des Alpes Maritimes rassemble 5 villes de l'ouest du département : Cannes, le Cannet, Mandelieu-la-Napoule, Théoule sur mer et Mougins. Ces cinq villes ont à leur tête des maires qui disposent depuis au moins une élection de l'étiquette de l'Union pour un Mouvement Populaire (UMP). À ma droite, Bernard Brochand, Richard Galy, et Daniel Mansanti, maires UMP respectivement de Cannes, Mougins et Théoule sur mer depuis 2001. À mon autre droite, Michèle Tabarot et Henri Leroy sont élus du Cannet et de Mandelieu-la-Napoule depuis 1995 sous cette même couleur politique. Cette communauté d'agglomération a donc tout pour fonctionner au mieux : des maires d'une même famille politique, des ressources publiques, des communes attractives. La situation n'est pourtant pas si calme que cela entre certaines de ces municipalités. En effet, Bernard Brochand et Henri Leroy sont d'ex-ennemis qui ont pour le moment enterré la hache de guerre et ce même Bernard Brochand connaît de très fortes disparités d'opinions avec sa collègue du Cannet Michèle Tabarot qui était aux absentes lors de cette première assemblée de la CAPL, afin d'en contester le fonctionnement. Cette absence renferme une autre querelle entre la famille Tabarot et le camp Brochand.

En effet, ce dernier ne se représente pas en première position sur sa liste pour les élections municipales de 2014 à Cannes. Il a laissé la place de « futur maire » à son premier adjoint et héritier David Lisnard. Ce quadragénaire, issu d'une vieille famille cannoise, est, entre autre, actuellement premier adjoint à la mairie de Cannes, Vice-Président du Conseil Général des Alpes Maritimes ainsi que Président du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes, centre névralgique de l'attractivité et de l'économie municipale et azurienne. Il aura face à lui, une liste menée par Philippe Tabarot, Vice-Président du Conseil Général UMP des Alpes Maritimes, conseiller municipal de Cannes depuis l'âge de 18 ans, chef de file de l'opposition, et frère de. Il est en effet le frère cadet

de Michèle Tabarot, qui est, il est important de le rappeler, secrétaire générale de l'UMP et fidèle compagnon de route de Jean-François Copé.

L'année 2014 est une année riche en élections. Celles qui me paraissent les plus intéressantes sont les élections municipales. Elles sont l'illustration de la représentation directe des citoyens, des français. Les maires sont les élus locaux qui ont le plus de contacts avec leurs administrés, à la différence des élections européennes qui se sont déroulées cette année, mais qui semblent encore bien trop éloignées de l'intérêt des électeurs français comme nous le montrent les taux de participations aux précédentes échéances (40,6% pour les élections européennes de 2009 contre 66% pour les municipales de 2008). Les élections municipales seront aussi, comme le souhaitent bon nombre d'acteurs et commentateurs de la vie politique, une première prise de température de la population concernant les deux premières années du quinquennat de François Hollande. Le contexte politique est aussi intéressant à étudier du fait de la contestation à l'extrême gauche ainsi qu'à l'extrême droite des modes de gouvernement « classiques », voire « routiniers », des habituels partis de gouvernement que sont le PS et l'UMP.

Mon travail consiste donc ici à étudier une élection locale marquée par un contexte qui n'est pas nouveau, mais toujours intéressant, celui d'un « héritier » face à un « cadre » local du même parti, lorsque le maire décide de ne pas se représenter. Il sera alors nécessaire d'élaborer une analyse de ce profil du « cadre » local d'une formation politique à travers l'étude de son parcours professionnel, personnel et politique. Il est important aussi d'étudier ces trois aspects concernant la figure de « l'héritier ».

Voici la distribution des rôles : Le « cadre » est ici Philippe Tabarot, né à Cannes, frère de Michèle Tabarot, conseiller municipal de Cannes depuis ses 18 ans, vice président du conseil général des Alpes Maritimes depuis 2003 en charge de la solidarité, président du

conseil portuaire de Cannes, et enfin secrétaire national de l'UMP en charge des solidarités intergénérationnelles. C'est donc une figure incontournable de la scène publique cannoise et azurée. Mais encore, la position de sa sœur, secrétaire générale de l'UMP lui permet un appui certain des dirigeants locaux et nationaux du parti. David Lisnard est quant à lui « l'héritier ». Issu d'une vieille famille cannoise, diplômé de l'Institut d'Etudes Politiques de Bordeaux, il rejoint l'UMP et devient directeur de cabinet et assistant parlementaire de Jacques Pélissard, alors vice-président de l'Association des Maires de France. Il sera ensuite reconnu pour ses réussites économiques à la présidence du syndicat azuréen de l'eau SICASIL, du cabinet de conseil Service Public 2000 ou encore à la tête de la SEMEC, société en charge de l'exploitation du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes depuis 2001. Il est depuis les dernières élections municipales de 2008, premier adjoint à la mairie de Cannes et conseiller général des Alpes Maritimes. Il reprend cette année le flambeau du maire sortant, Bernard Brochand, qui l'a adoubé comme son successeur.

Les élections municipales cannoises se déroulent en deux temps, sur deux scènes politiques différentes : obtenir l'investiture de l'UMP puis remporter les élections municipales. L'enjeu pour ces deux candidats, dans un premier temps, est donc d'obtenir l'investiture de leur parti politique, l'UMP, afin d'avoir une longueur d'avance certaine sur le futur candidat dissident. Ils disposent tous deux de bonnes relations avec les instances dirigeantes du parti, divisées en deux camps, les fillonistes et les copéistes. Philippe Tabarot soutient Jean-François Copé et David Lisnard François Fillon. La Commission d'Investiture pour les élections est co-présidée par Jean-François Copé et par François Fillon et ses membres sont divisés entre ces deux camps. Après de nombreux reports de votes et de séances, comme l'expliquent les journalistes qui suivent les élections municipales et l'UMP, ainsi que de nombreuses sessions très animées entre les deux camps, il est choisi de ne pas choisir. Comme il était d'usage dans ce parti politique depuis

deux ans de ne brusquer personne, il est alors décidé de ne donner l'investiture à aucun des candidats en lice.

La première étape étant terminée, sans pourtant donner satisfaction à l'un ou à l'autre des deux candidats, ceux-ci se tournent alors vers ce qui est sans aucun doute l'étape la plus importante de leur campagne, remporter les soutiens des électeurs cannois.

Pour cela, les deux candidats se mettent à l'écart des querelles nationales et cherchent à agréger le soutien de personnalités issues de la vie locale économique et sociale ou bien des personnalités politiques locales et nationales. On a donc pu observer que chacun a reçu la visite de pontes du parti afin de justifier leur ancrage dans celui-ci même sans investiture, mais aussi leur lien avec le pouvoir central parisien. Ensuite, ils se sont attachés à présenter les soutiens dont ils disposent, de la part de citoyens ordinaires de Cannes ou bien de figures emblématiques de la ville, des « personnalités ». Chaque jour, tel ou tel chef d'entreprise, médecin, entrepreneur, président d'association accordait son soutien et sa confiance, généralement sous forme de vidéo à son candidat préféré, qui était ensuite diffusé sur leurs sites officiels et les réseaux sociaux.

La campagne électorale a clairement pris un tournant local depuis la décision de la commission d'investiture de l'UMP. En effet, les deux équipes de campagnes multiplient rencontres et apparitions publiques auprès des citoyens, mais aussi lors de manifestations sportives ou culturelles. Les deux camps ont présenté leur projet pour la ville de façon plus ou moins élaborée lors des nombreux meetings électoraux et autres réunions publiques. Mais encore, comme précédemment lors de la campagne pour l'investiture auprès des instances nationales, les deux candidats se lancent de nombreuses attaques concernant leurs relations avec d'anciens élus jugés pour corruption ou encore concernant leurs programmes (ou manque de programme). Ces accusations semblent encore plus virulentes du fait de l'appartenance à la même famille politique. Les électeurs qu'ils

cherchent à conquérir sont les mêmes et donc chaque candidat essaye de montrer ses différences et de discréditer l'autre. Il sera intéressant d'étudier la façon dont les héritages politiques peuvent être un fardeau aussi bien qu'un avantage pour les candidats, plus on se rapproche des échéances du 23 et 30 mars. De la même façon, plus les élections approchent et plus les discours des deux candidats seront intéressants à étudier, notamment concernant les programmes spécifiques qu'ils souhaitent appliquer à la gestion de la ville.

Ce tournant local a entraîné le regain de force des comités de soutien des deux candidats. En effet, ces comités de soutiens sont à la base du militantisme et de l'occupation du terrain afin de conquérir des voix. Présents lors de chaque marché, chaque événement local, ces militants de tous âges utilisent leur temps libre pour défendre leur champion, et cela jusqu'à la fin mars. Il sera nécessaire de mobiliser les théories de la sociologie du militantisme. Il faudra aussi distinguer les différentes classes d'âges qui militent au sein de ces comités de soutien afin de comprendre leurs intentions, leurs motivations ainsi que leur parcours social. En effet, la ville de Cannes se distingue par le nombre élevé de personnes âgées mais aussi par l'importance de sa jeunesse. Il faudra donc étudier comment ces deux catégories de militants travaillent (ensemble) et se répartissent les actions militantes.

Comment mobiliser à l'intérieur du parti UMP et de la base militante afin d'être en tête au premier tour, le 23 mars 2014 ? Comment attirer le reste de l'électorat lors du second tour, le 30 mars 2014 ? Dans cette optique, il me faudra mobiliser une sociologie de la mobilisation politique et essayer de comprendre comment un ensemble de contraintes (de rôle) vont peser sur un homme politique à partir du moment où il se légitimise vis-à-vis de son électorat. Cette sociologie met en avant trois registres du professionnel politique :

- Le registre local, notabiliaire : l'élu est constamment sur le terrain, dans les assemblées générales des associations de la commune/circonscription, il a un discours qui valorise le terrain ainsi que l'identité de l'espace concerné.
- Le registre politique : rappel de certaines valeurs, pratiques, images, spécifiques à un parti ou une famille politique.
- Le registre de l'efficacité économique et politique : discours modernisateur, gestionnaire concernant les capacités économiques de l'espace concerné.

De la même façon, il sera intéressant d'étudier les mêmes ensembles de contraintes qui pèsent sur les équipes de campagnes et comités de soutien afin de comprendre leur rôle dans le processus de décision du vote pour les électeurs. L'étude de ces relations candidats, électeurs, militants passe par l'étude du phénomène de clientélisme. A quel moment les actions politiques peuvent être considérées comme clientélistes ? Où se situe la limite entre actions politiques, action publique et action clientéliste. Dans « Le rapport de clientèle : du phénomène social à l'analyse politique », Jean-François Médard¹ définit le clientélisme comme « un rapport de dépendance personnelle non lié à la parenté qui repose sur un échange réciproque de faveurs entre deux personnes, le patron et le client qui contrôlent des ressources inégales ». Il ajoute que « l'existence même d'une relation d'échange a pour condition que chaque partie y trouve son intérêt, non en ce qu'elle gagne plus que l'autre mais en ce que sa récompense est plus grande que son coût ». Les frontières sont donc minces entre actions légales et clientélisme. C'est ce que l'on verra en étudiant les affaires judiciaires qui touchent la municipalité Brochand/Lisnard. L'établissement de renom Baoli a reçu récemment une concession de 30 ans par la mairie

¹ Jean-François MÉDARD, « Le rapport de clientèle : du phénomène social à l'analyse politique », *Revue française de science politique*, 26^{ème} année, n°1, 1976. p. 103-131.

de Cannes. Il est apparu au cours de l'enquête du juge de Grasse que les propriétaires de ce restaurant, bar, boîte de nuit avaient fait des donations à l'association « Amis de Cannes » proche de l'ancien maire de Cannes et actuel président de la Communauté d'agglomération des Pays de Lérins, Bernard Brochand.

Plus encore que l'étude d'une compétition politique fermée, je tâcherai de comprendre les mécanismes d'une élection telle que celle-là, dans laquelle il est possible de retrouver les composantes d'une compétition fratricide au sein d'un parti politique qui ne gouverne plus sur le plan national et qui connaît de grandes tensions et divisions à sa tête. Quels enjeux mobilisent les candidats lors de la campagne ? Comment se démarquent-ils l'un de l'autre, étant du même bord politique ? Quel aspect des candidats semble plus à même de plaire aux électeurs : leur personnalité ou leur programme ? Quel sera le rôle joué par le statut du candidat ? Il est important d'analyser ces notions de « cadre » et d'« héritier », afin de comprendre les tenants et aboutissants de leurs propriétés, analyser leurs démarches lors de la campagne, leur travail quotidien dans leurs positions professionnelles et leur position d'élu. Que représente ce statut de « cadre » politique local ? Sans n'avoir remporté d'élections majeures, Philippe Tabarot est un « cadre » de l'UMP dans les Alpes Maritimes. Il n'a encore jamais conquis le siège de maire, mais est élu au Conseil Général et possède de nombreux soutiens au niveau de la fédération du département 06. Quelles sont alors les propriétés de ce statut, comment se forme cette notoriété locale ? Après avoir défini et étudié le statut de ce « cadre », il est important de connaître les aspects du statut de l'autre candidat, l'« héritier ». La spécificité de cette élection est que l'héritier n'est pas de la même famille que le maire sortant, il reprend le flambeau en ayant été adoubé par celui-ci, après avoir gravi une à une les marches de la représentation locale.

Afin d'étudier au mieux l'ensemble de ces questions, la stratégie empirique à mettre en place contient plusieurs étapes. Tout d'abord, il est indispensable de rassembler l'ensemble des coupures de presse concernant les élections, que ce soit au niveau de la presse régionale comme nationale. En effet, un grand nombre de dossiers ont été rédigés sur les enjeux de l'UMP dans cette compétition électorale fratricide dans le département des Alpes Maritimes et surtout à Cannes où les enjeux dépassent les frontières de la ville. Mais encore, le terrain est propice pour comprendre au mieux les enjeux de cette campagne. Je serai amené à me rendre auprès des militants d'une des listes en présence afin de partager leur élan militant et le pourquoi de leur engagement auprès d'un candidat.

Je suis donc, avant mon retour dans le sud de la France entré en contact avec la « Team Lisnard », comité de soutien « jeune » de David Lisnard qui s'est créé en 2012 pour soutenir l'action du premier adjoint d'alors et candidat à la mairie. Je leur explique que je suis étudiant en science politique et que je souhaite m'investir dans la campagne municipale auprès d'eux. Il me semblait alors qu'ils étaient l'équipe la mieux organisée par rapport au comité de soutien de Philippe Tabarot. J'étais donc persuadé d'avoir plus de chances d'expérimenter une campagne sur plusieurs tableaux, aussi bien dans les marchés et lors des meetings que sur internet et les réseaux sociaux, place importante pour deux jeunes « loups » de la politique cannoise, départementale et peut-être plus tard nationale. Ce choix étant fait, j'ai décidé de ne pas partager le sujet de mon mémoire avec les militants qui composaient notre groupe afin de ne pas couper toute possibilité de conversation personnelle concernant leur engagement ou leurs espoirs sur la campagne et le futur si leur candidat venait à être élu à la mairie. Je voulais qu'ils me considèrent comme l'un d'eux et non comme un observateur en quête de bonnes informations, surtout dans le contexte de tensions que l'on ressentait durant toute la campagne. C'est aussi pour cette raison que j'ai décidé de m'engager auprès d'un seul candidat plutôt que de

faire la « navette » entre les deux candidats UMP, au risque de n'être accepté dans aucun des deux camps. Je me suis cependant rendu à des meetings et réunions des deux candidats, afin de pouvoir observer les pratiques de chacun des candidats et de chacun des comités de soutiens, et des équipes de jeunes. La différence est que je me suis rendu dans les réunions de David Lisnard en tant que membre de la « Team Lisnard » alors que je me rendais aux réunions de Philippe Tabarot en tant que cannois qui veut s'informer sur la campagne en cours et dont le choix n'est pas encore déterminé pour les 23 et 30 mars 2014.

L'enquête de terrain est donc primordiale dans le déroulement de ma recherche étant donné l'importance du contact local et personnalisé au sein d'élections municipales. Lors de ces études de terrain, il m'a été amené à rencontrer les militants et sympathisants avec lesquels j'ai établi des liens et qui ont partagé avec moi leur expérience politique et citoyenne. Je souhaite comprendre pourquoi ces militants se mobilisent-ils, en tenant compte des différentes classes d'âge en présence. En effet, des générations très différentes sont représentées au sein des équipes de campagnes et comités de soutien des deux candidats et il est alors intéressant de connaître leur parcours personnel afin de comprendre leur engagement politique.

Alors que l'UMP connaît la pire période de sa courte histoire, en quoi le déroulement d'une campagne électorale municipale déjà acquise, à la cause des deux candidats que le parti présente aux suffrages des cannois, est-il impacté?

Mon étude de ces élections municipales 2014 à Cannes peut alors être pensée en trois temps forts. Tout d'abord le moment de la décision du parti de choisir ou non un candidat pour l'investiture. Quels sont les enjeux, les forces en présence. Le deuxième

temps correspond à l'étude de terrain, l'observation participante afin de connaître les moyens ainsi que les habitudes du militantisme local, municipal. Il a donc fallu étudier les personnalités en présence, l'engagement partisan de ces cannois pour leur candidat. Enfin, que s'est-il passé lors de la proclamation des résultats des premier et second tours ? Il sera intéressant d'observer et de comprendre les réactions des candidats suite aux résultats et au choix qu'auront pris les cannois.

Les élections municipales étant au moment de la rédaction terminées, j'ai fait figurer dans le Tableau 1 les résultats officiels donnés par le Ministère de l'Intérieur. Comme annoncé dans tous les sondages depuis maintenant presque un an (voir Tableau 2 avec les trois derniers sondages de la campagne), David Lisnard, dauphin de Bernard Brochand a remporté les élections devant le deuxième candidat UMP Philippe Tabarot. La candidate du Front National Catherine Dorten a elle réussi à se maintenir pour le second tour grâce à un score de 14,77% alors que les deux candidats de la gauche, Anne Majri (PS-EELV) et Dominique Henrot (FdG) n'ont à eux deux pas atteint les 10% (respectivement 6,24% et 3,45%) ce qui montre la pauvreté du vote de gauche dans la ville de Cannes, et cela malgré la campagne violente menée par les deux candidats de la droite dite « républicaine ». Ce maigre score peut aussi se comprendre dans les résultats économiques et politiques plus que contestés du Président Hollande et des différents gouvernements Ayrault et Valls. C'est dire que la tâche était de taille pour ces deux candidats dans une ville déjà acquise à l'UMP depuis de nombreuses années déjà. Un tel rapport de force entre la droite élargie (UMP et FN) qui rassemble 90,3% des votes exprimés et la gauche dans son ensemble (PS, EELV et FdG) qui doit se contenter de 9,7% des suffrages. Ce cas de figure a sûrement peu de précédents en France et est réservé à certaines villes au contexte particulier.

Le score du premier tour a pourtant été inattendu pour certains, étant donné la différence plus que remarquable entre les deux candidats de l'UMP qui lors de la campagne, selon les sondages, n'étaient séparés que de 10 petits points. C'est ici bien un écart de plus de 20 points (48,80% contre 26,73%) qui s'est dessiné au soir du 23 mars et l'étonnement a gagné les deux camps. Philippe Tabarot ne pensait sûrement pas être si loin derrière David Lisnard, lui qui n'avait perdu que de seulement 1000 voix lors des précédentes élections municipales en 2008 et qui comptait bien créer la surprise cette année. On peut avancer que le bilan, les qualités intellectuelles et le profil de travailleur acharné notamment du premier adjoint sortant ont eu raison de la jovialité, la proximité, les réseaux et la volonté de Philippe Tabarot. Le second tour a malheureusement pour lui confirmé et même agrandi l'écart entre les deux candidats. David Lisnard recueillant la majorité absolue avec 58,97% et en amassant 2000 voix supplémentaires par rapport au premier tour et cela malgré une abstention et un vote nul/blanc en hausse. Dans le même temps, Philippe Tabarot perdait quelques 600 voix pour terminer cette campagne électorale à 26,08%. Il comptait notamment sur le vote des habitants de Cannes la Bocca, grand quartier plutôt populaire de Cannes où il avait installé sa permanence depuis plusieurs années déjà et où il se rendait régulièrement pour se faire connaître auprès de la population. Il n'a remporté aucun des 56 bureaux de vote, et à quelques exceptions près, n'a jamais réussi à talonner ou égaler son adversaire direct en nombre de voix.

J'ai de plus eu l'opportunité de m'investir personnellement dans la campagne municipale de la ville où j'ai grandi, la Roquette sur Siagne. Petite commune de cinq mille habitants des Alpes Maritimes, directement voisine de Cannes, elle n'a cependant cessé de croître ces dix dernières années. Mon père, Christian Ortega est investi dans la vie politique de la commune depuis déjà trois mandats et a décidé cette année de mener une liste « divers droite » de 29 personnes, dont je fais parti en 25ème position.

Notre liste, « Unis pour la Roquette » sans investiture de parti, est étiquetée Divers droite, bien qu'une partie des colistiers aient leur carte dans un parti de droite, comme l'UMP. Une grande partie de l'équipe est composée de personnes ayant déjà occupé un poste de conseiller municipal par le passé ou font partie d'associations roquettannes. Pour certains comme moi, c'est la première expérience au sein d'une liste. En effet, mon engagement à Cannes ne me permettait pas de me présenter sur une liste, n'ayant pas d'adresse à Cannes.

Bien plus qu'un numéro sur une liste, j'ai eu l'opportunité d'apprendre le « métier politique » et d'observer le déroulement d'une élection au plus proche du candidat au poste de maire. J'ai pu participer aux réunions publiques, privées, au tractage, prises de décisions, négociations, rendez vous administratifs, et plus encore qui se sont déroulés durant les quelques mois de campagne.

Alors que je n'avais accès qu'aux contours de la machine électorale à Cannes, cette expérience roquettanne m'a ouvert toutes les portes du processus électif depuis la désignation des listes, à la campagne en elle-même jusqu'au dépouillement des bulletins de vote et la proclamation des résultats. Bien entendu, les enjeux cannois sont au centre de ce travail et il m'a semblé qu'étudier ces deux villes permettait de comprendre de façon plus élaborée les forces en présence à Cannes ainsi que l'engagement militant et citoyen. Cela m'a aussi permis d'accumuler de l'expérience dans l'optique de ma future carrière professionnelle.

I. La Décision : le processus de désignation du candidat officiel de l'UMP et les prémisses d'une campagne électorale locale perturbée

1. *L'état du parti*

La situation de l'UMP est en quelque sorte inédite. L'UMP n'a jamais perdu une élection nationale depuis sa création en 2002 avant les élections présidentielles de 2012. Cela représente tout de même deux élections présidentielles en 2002 et 2007, deux élections législatives les mêmes années et enfin deux élections sénatoriales en 2004 et 2008. La défaite lors de l'élection présidentielle de 2012, a été suivie dans la foulée par la défaite attendue aux élections législatives. L'année précédente avait déjà vu la droite être en difficulté lors des élections sénatoriales et la gauche dans son ensemble avait pour la première fois de son histoire eu la majorité dans la Chambre Haute. Depuis lors, l'UMP n'a cessé de tenter de se reconstruire sur les bases du parti laissé par Nicolas Sarkozy après la défaite du 6 mai 2012. Cependant, Jean-François Copé, qui avait déjà réfléchi à sa trajectoire politique depuis de nombreuses années se retrouve alors face à problème de leadership. En effet, il n'est plus le seul à avoir des ambitions présidentielles et pas seulement concernant le parti de droite républicaine. Lui qui pensait aux élections présidentielles de 2017 en se rasant le matin depuis maintenant plusieurs années a du partager le pouvoir puis s'est trouvé dans une impasse politique suite à sa démission de la présidence de l'UMP. Le parti est secoué par différentes affaires politico-judiciaires, les caisses sont vides, les comptes de campagne de Nicolas Sarkozy n'ont pas été validés et le fait d'être retourné dans l'opposition après autant de temps au pouvoir empêche le parti de se reconstruire sur de nouvelles bases solides, et de se consacrer sereinement aux prochaines échéances.

François Fillon, qui a été à la tête de tous les gouvernements qui se sont succédés de 2007 à 2012 estime être le plus à même de gagner les présidentielles de 2017 et cela passe par le rassemblement du parti autour de son projet en devenant Président de l'UMP en 2012. Tout le monde connaît la suite de cette affaire, le vote ne se fait pas dans de bonnes conditions et chaque camp estime que la victoire est sienne. L'UMP propose alors un piètre spectacle qui permet de voir éclater au grand jour les très importantes dissensions au sein du mouvement créé par Jacques Chirac dans un souci de rassemblement dix ans plus tôt. A partir de ces élections, les fillonistes représentent 50% de la direction de l'UMP et les copéistes représentent l'autre moitié, autant dire que la cohabitation est difficile et cela se ressent jusque dans les fédérations locales. Les Alpes Maritimes, troisième plus grande fédération de l'UMP est elle aussi très divisée, entre les fillonistes Eric Ciotti et Christian Estrosi d'un côté et Michèle Tabarot de l'autre, bras droit de Jean-François Copé. Cette querelle est donc arrivée jusqu'à Cannes, sujet de ce mémoire. Les deux candidats, membres de l'UMP depuis leur jeunesse, fidèles du parti, se déchirent pour obtenir le sésame de l'investiture pour les élections municipales dans leur ville d'origine. Mauvais timing pour eux, leurs affinités avec des ennemis politiques les empêchent d'entamer leur campagne sereinement, sous les bonnes hospices de l'appareil, et de la machine de leur parti politique. David Lisnard soutient François Fillon dans la course à la présidence de l'UMP et l'inverse est aussi juste dans la course à la mairie de Cannes. L'équation est la même concernant Philippe Tabarot et Jean-François Copé.

L'organe interne du parti chargé des investitures aux élections est la Commission Nationale d'Investiture, présidée par le même duo Copé Fillon et elle est composée de soutiens des deux hommes politiques de façon égale plus quelques indépendants. Alors que d'autres investitures se déroulent sereinement, que la règle du « sortant UMP reçoit

l'investiture » s'applique partout, Cannes fait elle, exception. Dans la commune de La Roquette sur siagne, il n'y a pas eu de problèmes d'investiture pour l'UMP car le maire sortant André Roatta se représente et que son principal concurrent, Christian Ortega ne fait pas partie d'une formation politique, à la différence de quelques uns de ses colistiers.

La ville de Cannes est le parfait exemple des conséquences d'une querelle nationale interférant dans un contexte local d'élections. Il est reporté dans les quotidiens et auprès des journalistes le fait que les réunions de la CNI se déroulent donc dans un climat exécrationnel lorsque la situation de Cannes est évoquée dans les discussions. Le débat est passionné, « les noms d'oiseaux volaient »² et les deux camps ne lâchent surtout pas le morceau, afin de ne pas paraître affaibli au sein du parti. La décision est plusieurs fois repoussée, un vote est proposé, notamment par Laurent Wauquiez et Xavier Bertrand. Au final, Christian Estrosi, président de la fédération des Alpes Maritimes propose de ne pas choisir et de laisser ce rôle aux cannois, en espérant que le second du premier tour se range derrière le gagnant. Il est en sera décidé ainsi, car cela permet aux deux candidats de faire campagne et de se revendiquer de leur parti. D'ailleurs, aucun des deux candidats n'a décidé de s'épancher sur ces péripéties de l'investiture. En effet, mentionner les résultats de la Commission Nationale d'Investiture lors de la campagne cannoise n'aurait pas profité aux deux candidats. Rappeler aux électeurs que leur parti connaît des dysfonctionnements importants n'est psychologiquement pas fédérateur. Il était donc indispensable pour les deux camps de reléguer ces quelques mois de tractations et de déchirement au placard afin de lancer la campagne sur des sujets locaux, cannois, hors de toute influence nationale et partisane.

² « Municipales : Deux candidats UMP à Cannes, plus aucun à Grenoble », Jean-Baptiste Garat, *Le Figaro*, 26/11/2013 : <http://bit.ly/1tL9LRN>

On peut prendre appui sur Annie Laurent et Christian-Marie Wallon-Leducq dans « Les candidats aux élections législatives de 1997 sélection et dissidence »³ pour analyser le choix de l'UMP. Les auteurs définissent l'investiture comme un « choix légitime et exclusif » et « les électeurs arbitrent entre les choix opérés ailleurs » (à Paris). Le parti a donc décidé de se déresponsabiliser dans la sélection de leur candidat, considérant qu'un choix serait trop risqué pour la stabilité du parti au niveau national mais aussi et surtout au niveau local. Il est important de préciser que la fédération UMP des Alpes Maritimes est l'une des plus importantes en terme d'effectif et de moyens du fait d'un contrôle de la quasi-totalité des municipalités du département, mais aussi des Communautés de communes et du Conseil Général. Il convient donc d'étudier les conséquences de ce choix politique de la part de la commission nationale d'investiture sur les stratégies de mobilisation des candidats.

Il est nécessaire de relever le caractère spécifique de Cannes qui est une ville disposant d'un électorat clairement de droite et qui ne désignera pas un maire d'une autre couleur politique aux prochaines élections municipales. Les deux candidats de l'UMP n'ont donc pas de souci à se faire concernant les autres candidats, sauf peut être du côté du Front National qui petit à petit depuis quelques années perce dans la politique azurée et dont le jeune candidat Adrien Grosjean avait dépassé les 30% lors du second tour des élections législatives de 2012 dans la ville de Cannes, derrière le député maire sortant Bernard Brochand. C'est donc dans un climat de tension nationale au sein du parti mais de sérénité dans la victoire de la droite dans tous les cas de figure que s'entame alors la campagne dans la cité des festivals. On pourrait par exemple comparer la situation de la ville de Cannes à celle de Neuilly sur Seine qui a aussi connu des tensions au sein de la

³ Annie LAURENT et Christian-Marie WALLON-LEDUCQ, « Chapitre 6 : Les candidats aux élections législatives de 1997 sélection et dissidence », in Pascal Perrineau et Colette Ysmal, *Le vote surprise*, Paris, Presses de Sciences Po « Chroniques électorales », 1998 p. 119-138.

droite locale ces dernières années mais qui n'a jamais été inquiétée par la gauche ou par une autre formation politique et qui avait donc le temps de régler ses différents internes sans se soucier des conséquences que cela aurait sur leur électorat. Pour mesure de comparaison, ces deux villes sont de taille équivalente (60 000 à Neuilly sur Seine et 70 000 à Cannes), ce sont deux des plus gros bastions de l'UMP. Lors des élections 2014, la gauche est restée bloquée à des scores très bas, 9,7% à Cannes et seulement 7,32% à Neuilly. C'est dire le peu de concurrence à la gauche de l'échiquier politique existant dans ces deux communes.

A la Roquette sur Siagne, village clairement à droite, il n'y a pas de liste de gauche qui se présente aux élections. Lors des dernières élections municipales, la liste d'Union de la gauche avait réalisé le score de 9,03% au second tour alors que les deux listes de droite atteignaient 44% et 46% des voix. De la même façon, François Hollande y avait réalisé en 2012, 31,31% des bulletins exprimés au second tour.

Pour en revenir à la décision de la commission nationale d'investiture de l'UMP, *Nice Matin* relève le 30 octobre 2013 l'énervement du député maire d'alors Bernard Brochand qui a intronisé David Lisnard candidat à sa succession. La pilule ne passe pas, lui qui a été désigné en 2001 pour redresser la ville de Cannes, et qui estime avoir décemment rempli son contrat, souhaite que cela soit reconnu et qu'il soit traité lui et son poulain comme étant les dignes représentants de leur parti pour la ville. Alors qu'il dénonce une « séance violente et honteuse » et un favoritisme envers le candidat Tabarot, qui selon lui tiendrait sa seule légitimité de son nom de famille, qui est le même que la secrétaire générale copéiste de l'UMP Michèle Tabarot. En effet, elle se bat pour que son frère puisse briguer la mairie de Cannes dans de bonnes conditions afin de pouvoir établir avec lui une main mise sur l'ouest du département des Alpes Maritimes face aux fillonistes Estrosi et Ciotti à l'Est. Le camp Tabarot dégage rapidement face à Bernard Brochand en

avançant les enquêtes judiciaires qui touchent des proches de l'administration de la commune et une association « Les amis de Cannes » qui oeuvrerait aux bonnes relations entretenus par le maire avec de généreux donateurs. D'ailleurs, en 2002, un an après l'élection de Bernard Brochand à la mairie de Cannes, *Le Point* publiait un article le concernant intitulé « La Galaxie Brochand à Cannes »⁴ qui présentait les principaux proches du nouveau maire d'alors. Dans les noms cités, on retrouve notamment Daniel Alessio qui était alors Conseiller technique du Maire et ancien Président du syndicat des restaurateurs et limonadiers cannois mais aussi Christophe Santell-Estrany, adjoint aux affaires juridiques. Ces deux personnalités cannoises très proches de Bernard Brochand sont aujourd'hui mises en examen dans le cadre d'affaires juridiques liées à des prises illégales d'intérêts, complicité de détournements de fonds publics, trafic d'influence passif et abus de confiance.

C'est le cas de cet établissement cannois, le Baoli qui est au coeur de ce scandale. En effet, ils ont bénéficié récemment de l'attribution d'une concession de 30 ans après un appel d'offre qui avait vu trois dossiers être retirés, mais un seul déposé, celui des actuels propriétaires du Baoli. Les dirigeants de cette entreprise auraient fait des dons à l'association « Amis de Cannes » qui est liée à Bernard Brochand. On retrouve alors un cas classique de clientélisme entre des entrepreneurs et une municipalité. L'échange ne se fait pas directement, mais le favoritisme apparaît ici pour certains, comme le juge d'instruction en charge de l'affaire, évident et répréhensible. Certains y verront une coïncidence ou un coup de pouce financier d'une entreprise à une association cannoise. Au sein de l'administration cannoise, on se défend en exprimant le fait que cette concession de 30 ans a été décidée étant donné l'importance du chantier qui allait débiter sur cet emplacement prisé du Port Canto, il était indispensable de concéder la parcelle de terrain pour une durée suffisante pour que les investissements soient rentables. Ce ne

⁴ « La Galaxie Brochand à Cannes », Raphaël Perrot, *Le Point*, 29/11/2002: <http://bit.ly/1In3bzA>

serait donc pas du favoritisme mais une façon d'encourager la prise de risque des investisseurs dans la ville de Cannes en les mettant dans les meilleures conditions pour apporter à la ville des infrastructures de qualité et de standing pour satisfaire la population ainsi que tous les visiteurs qui se pressent été comme hiver dans les établissements de luxe de la commune.

Les ennuis judiciaires du camp Brochand/Lisnard arrivent donc à temps pour le « clan » Tabarot qui compte bien en profiter dans les urnes en mars 2014. Philippe Tabarot prend donc sa chance et ne cesse de mettre en avant les problèmes judiciaires de ses concurrents dans les médias, ou lors de ses meetings. Lui-même n'est pas lavé de tout soupçon, son frère aîné ayant des ennuis judiciaires en Espagne pour une affaire d'escroquerie immobilière et lui-même faisait aussi partie de la municipalité et de la majorité lorsque le maire de Cannes Michel Mouillot (de 1989 à 1997) avait été condamné à de la prison ferme pour « corruption, prise illégale d'intérêt, abus de biens sociaux, faux et usage de faux, et emplois fictifs ».

2. Une campagne électorale cannoise centrée sur l'UMP

Le processus de désignation du candidat au sein du parti a donc eu pour effet de voir s'intensifier la déjà « hargneuse » campagne cannoise. Philippe Tabarot explique par exemple que son concurrent David Lisnard est « un élu virtuel spécialiste des réseaux sociaux »⁵. Il fustige l'habitude prise par le Président du Palais des Festivals et des Congrès de poster chaque matin (ou presque) une photo de la vue de la baie de

⁵ « Cannes : un duel fratricide UMP pour les municipales de 2014 », *Le Point*, 14/04/2013 : <http://bit.ly/1wRHHzU>

Cannes depuis son bureau. Il estime aussi que « l'investiture ne change rien, j'espère rassembler au delà de l'UMP ». Mais voilà, même si Philippe Tabarot dispose du vote pied noir grâce à l'aura de son père Robert Tabarot figure emblématique de l'OAS (Lisnard mettant en avant le fait que lui n'est pas « un fils à papa de la politique » dans le même article du Point) et de sa soeur qui fait des pieds et des mains auprès des sympathisants UMP pour faire élire son frère cadet, c'est David Lisnard qui aura réussi à attirer vers lui la grande majorité des électeurs cannois de l'UMP, mais aussi des électeurs de droite et de façon plus large encore des autres partis politiques (Apolline Crapiz, ancienne leader de l'opposition socialiste de Cannes avait tenté de se rallier au candidat Lisnard). Enfin, à l'opposé de Philippe Tabarot qui ne peut revendiquer que l'étiquette UMP, David Lisnard peut se targuer lui, d'avoir reçu le soutien de l'UDI avec la présence sur sa liste de Gilles Cima, figure du centrisme cannois à la 9ème place de la liste et du MODEM avec la présence de Pascale Vaillant en 14ème position. Le rassemblement de la droite et du centre s'est alors fait autour de la candidature de l'adjoint au maire sortant.

Qu'en est-il alors des ténors du parti. Lors des élections, ils effectuent toujours un tour de France des villes pour soutenir le candidat du parti. Mais pour Cannes, si un membre du parti se déplace, c'est parce qu'il prend position et s'affiche avec Tabarot ou Lisnard et se positionne de la même façon dans le débat national pour Jean François Copé ou François Fillon. Du côté de David Lisnard il a reçu le soutien vidéo sous forme de lettre de la part de François Baroin, Alain Juppé, Bernard Accoyer, Bruno Le Maire. Du côté des personnes qui se sont déplacées, on retient Patrick Devedjian, Eric Ciotti et Bernard Debré. De plus, le maire de la commune voisine de Mandelieu, Henri Leroy a toujours été un fervent opposant de Bernard Brochand. Il a subitement changé d'avis lors de cette campagne, ce qui a notamment été visible lors des réunions de la Communauté d'Agglomération des Pays de Lérins où les relations entre les deux maires étaient au beau

fixe. Ce soutien a été très mal perçu pour des amis de longue date, les Tabarot qui ont maintes fois exprimé leur étonnement. Il est néanmoins facile à comprendre que ce ralliement de dernière minute a permis à Henri Leroy d'être positionné en position éligible sur la liste UMP pour les sénatoriales dans les Alpes Maritimes à la place du sénateur sortant Jean-Pierre Leleux. Cette entente était donc un choix politique clair. On peut souligner qu'il a aussi été nommé début Avril 2014⁶ Président du Conseil Portuaire de Cannes, poste qu'occupait depuis 2001 Philippe Tabarot. Enfin, il est important de noter le soutien implicite de Nicolas Sarkozy qui a rencontré David Lisnard et dîné en petit comité pendant la campagne, accompagné notamment d'Eric Ciotti.

Du côté de Philippe Tabarot, porté par Jean-François Copé et sa soeur Michèle Tabarot, il a accueilli lors de diners-débat Charles Beigbeder ainsi que le membre de la « Droite Forte » Geoffroy Didier qui lui a apporté son soutien « par amitié et par conviction »⁷. Hélène Masson-Maret, sénatrice des Alpes Maritimes lui a aussi apporté son soutien dans une vidéo, Renaud Muselier est venu à l'un de ses meetings, de même que l'avocat Francis Szpiner, présent sur sa liste et fervent pourfendeur de l'équipe Brochand/Lisnard. Lors de la cérémonie des voeux, l'équipe de Philippe Tabarot a projeté des vidéos de députés, et maires comme Elie Aboud, député de l'Hérault, Michel Herbillon, maire de Maisons-Alfort et Daniel Gibbs, député de Saint Barthélemy et Saint Martin, qui ne sont pas des ténors de l'UMP national, mais des élus locaux reconnus. Les deux candidats affichent ensuite leurs soutiens locaux, les membres de la communauté cannoise. David Lisnard et Philippe Tabarot vont donc s'appuyer sur leur comité de soutien qui rassemblent des témoignages de présidents d'associations, de commerçants, de figures locales, de médecins de sportifs et anciennes gloires locales reconnues.

⁶ « Philippe Tabarot débarqué du conseil portuaire de Cannes par Eric Ciotti », *Nice Matin*, 18/04/2014 : <http://bit.ly/1nMWnXs>

⁷ « Municipales à Cannes: Philippe Tabarot (UMP) reçoit le soutien de la Droite forte », Gaëtan Peyrebesse, *Nice Matin*, 11/10/2013 : <http://bit.ly/1qdKWNi>

3. *L'engagement des jeunes dans ces élections municipales*

Il a aussi été beaucoup question des jeunes durant cette campagne. Et c'est donc tout naturellement que l'on peut se demander quel candidat cannois avait les faveurs des jeunes pop' des Alpes Maritimes. Si l'on se penche sur les comités de soutiens, on se rend compte que Stephane Shazad, le créateur de la « Team Lisnard », l'équipe des jeunes soutiens de David Lisnard est membre des jeunes populaires des Alpes Maritimes. Cependant, cela a été compliqué de savoir quel candidat était officiellement soutenu par les jeunes pop' des Alpes maritimes. Lorsque j'ai posé cette question à des jeunes présents dans la « Team Lisnard » ils me répondaient que la consigne officielle était que chaque militant pouvait choisir en fonction de ses convictions. En cherchant un peu plus, sur les différents sites internet des jeunes populaires, sur les moteurs de recherche et sur les réseaux sociaux, j'ai finalement trouvé sur la page facebook de la section cannoise des jeunes populaires⁸ qu'ils se mobilisaient en faveur de David Lisnard. La dernière activité de la page, cependant, date du 16 Septembre 2012, alors que la campagne ne commençait que timidement après la fin des élections législatives et la victoire du tandem Brochand-Lisnard dans la 8ème circonscription des Alpes Maritimes. On peut donc se demander s'il a été la règle pour les sections locales de l'UMP de ne pas prendre partie, d'où la création de la « Team Lisnard » par un membre des Jeunes Populaires des Alpes Maritimes et des « Jeunes cannois avec Philippe Tabarot », qui n'était par contre qu'une appellation pour réunir les jeunes (voire très jeunes) soutiens de leur candidat afin de faire le nombre et la diversité sur les photos de campagne, sur les scènes de meetings et de répandre le projet de Philippe Tabarot auprès des camarades de classe. On verra plus tard la façon très différente de fonctionner de ces deux organisations.

⁸ Jeunes Populaires Mdm Cannes : <https://www.facebook.com/jeunespopulairescannes8eme>

Lucie Bargel, dans « *Jeunes socialistes, Jeunes UMP. Lieux et processus de socialisation politique* »⁹, met en avant l'idée que la catégorie des jeunes en politique a tendance à idéaliser un dirigeant, une personnalité de leur parti et lui sont donc très fidèles. C'est ici le cas, notamment pour la « Team Lisnard » qui a été créée pour soutenir un élu, qui représente en quelques sortes un futur « maire idéal » pour ces jeunes. David Lisnard est encore lui-même jeune politiquement, et à 45 ans il représente un nouveau type de personnel politique, plus technique, moins politisé (même s'il a fait toutes ses classes auprès d'élus). Il a su gérer des organisations, notamment le Palais des Festivals et des Congrès qui est un mastodonte économique à Cannes et qui a vu sa dette diminuer en dix ans grâce à une bonne gestion. Les jeunes cannois qui soutiennent David Lisnard voient en lui un renouveau de la classe politique qui peut les avoir déçus auparavant. C'est notamment le cas de deux personnes que j'ai été amené à rencontrer dont une de la « Team Lisnard » en question qui a décidé de s'engager pour un candidat « plus citoyen et professionnel que politique ». C'est en effet cela que les gens semblent chercher dans la désignation de leurs dirigeants politique. Ils votent pour une personne dynamique, fière de ses racines.

Il est important de rappeler que, dans le contexte cannois, la base électorale est composée en grande partie de personnes âgées et David Lisnard présente un certain profil de gendre ou de fils idéal, travailleur, sportif accompli, enraciné, père... Il dispose de capitaux social, économique et politique très élevés dans la mesure où sa réputation de gestionnaire et de travailleur le précède. Bien évidemment certains de ces critères ne s'appliquent pas pour les jeunes supporters, même s'ils voient leur candidat comme un mentor, un patron ferme mais juste, entreprenant, qui travaille pour les autres. Toutes ces caractéristiques ont été proposées par des membres de la « Team Lisnard » ou par des électeurs rencontrés lors de tractages et de réunions publiques. Cette idée du culte de la

⁹ Lucie BARGEL , *Jeunes socialistes, Jeunes UMP. Lieux et processus de socialisation politique*, Paris, Dalloz, 2009, 782 pages.

personnalité des dirigeants n'a donc rien de mythologique et se vérifie dans les faits, sur le terrain tous les jours.

4. *Cadre ou Héritier, le statut des candidats*

D'ailleurs, les deux candidats ont la chance de se présenter dans un département qui compte parmi les plus fournis en effectifs de jeunes de l'UMP, qui sont eux-mêmes prêts et impatients de militer pour leur champion et de faire leurs classes auprès de ces élites politiques locales. Il faut dire que les deux candidats qui se battent pour les mêmes électeurs ont tous deux des arguments de poids en leur faveur. S'il faudrait leur accoler des étiquettes, David Lisnard serait un « héritier » alors que Philippe Tabarot serait lui un « notable » ou un « cadre » local.

Tout d'abord, après avoir dirigé la campagne de Bernard Brochand pour la mairie de Cannes en 2001, David Lisnard devient second adjoint délégué au tourisme, au développement économique, aux questions de proximité et aux cultes mais aussi député suppléant en 2002. Il est aussi élu président du Conseil d'Administration du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes (SEMEC), coeur névralgique de l'attractivité cannoise été comme hiver. Il devient aussi président du SICASIL, le syndicat intercommunal pour l'eau potable. Il va donc se créer un profil de travailleur acharné, de travailleur qui obtient des résultats aussi bien à la mairie qu'à la SEMEC ou encore au SICASIL. Il est remarqué par son travail, sa rigueur, aussi bien par ses supporters que ses opposants. Il devient alors une personnalité très importante de la vie politique, économique et sociale cannoise. Bernard Brochand a donc placé aux endroits stratégiques son poulain et héritier désigné. Ses bons résultats l'ont ensuite légitimé dans cette posture de futur candidat avec la

bénédition, de l'homme providentiel qu'est à Cannes, Bernard Brochand. La passation de pouvoir s'est donc effectuée tout au long du mandat, David Lisnard devenant de plus en plus omniprésent et attisant donc à la fois l'impatience de ses soutiens mais aussi l'exaspération de ses opposants qui estiment que son tour n'est pas encore arrivé et qu'il devra patienter avant d'exercer son pouvoir. Ce tandem Brochand-Lisnard est très critiqué par Philippe Tabarot notamment, qui juge qu'ils considèrent la mairie comme étant leur bien. Cet accaparement des instances liées à la mairie par David Lisnard lui a permis de disposer d'un bilan très complet dans tous les domaines qui touchent les cannois « dans leur portefeuille », mais aussi l'attractivité du bassin cannois. Il annonce dans son programme que sous sa présidence du SICASIL et de la SEMEC, le prix de l'eau pour les cannois a baissé de 23%, et qu'il a réussi à désendetter le Palais des Festivals et des Congrès de 97% en 10 ans. Il met aussi en avant l'obtention d'un grand nombre de financement, de l'ordre de 4,8 millions d'euros de la part du Conseil Général par son activité au sein de cette assemblée, et aussi peut être grâce à ses très bon rapports avec le Président du Conseil Général Eric Ciotti qui l'a soutenu du début à la fin de la campagne. Comme on a vu, il réussit à mobiliser autour de son bilan et de son programme, mais aussi autour de sa personnalité. C'est donc à la fois son capital politique, l'héritage de la bonne gestion de la ville par Bernard Brochand (et lui-même), son profil travailleur qui lui permettent de faire une bonne campagne. Il détient en quelques sortes une double ressource, à la fois professionnelle vis-à-vis de son travail à la mairie mais aussi une ressource personnelle, par sa position dans le parti mais aussi au travers de sa place dans la société cannoise dans laquelle il a grandi et où il est revenu après avoir fait ses classes politiques auprès de Jacques Pelissard actuel Président de l'Association des Maires de France.

Philippe Tabarot est un cadre politique local. J'ai avancé un peu plus haut la possibilité de le définir comme un « notable » local, cependant, même s'il est depuis son plus jeune âge engagé dans la politique cannoise, sa seule victoire de rang a été d'être élu conseiller général des Alpes maritimes. Bien évidemment tout le monde dans le département et dans la ville de Cannes le connaît, connaît sa soeur Michèle (Députée maire du Cannet et Secrétaire Nationale de l'UMP), mais il est toujours vu comme un jeune premier, un outsider. Il a été élu pour la première fois à 18 ans, alors qu'il se présentait sur la liste de Michel Mouillot en 1989. Il a ensuite enchaîné les conseils municipaux jusqu'à cette élection municipale de 2008 où il perd contre le maire sortant d'à peine 1000 voix. Il apparaît alors à ce moment-là comme un candidat sérieux à la mandature de maire pour les prochaines élections mais aussi comme un potentiel opposant sérieux et constructif à la mairie pendant les 6 prochaines années. Ce ne fut malheureusement pas le cas et on a pu voir que lors de toute cette campagne en 2013 et 2014 qu'il a fustigé sans commune mesure le bilan des 12 années de Bernard Brochand. Il est donc présent depuis maintenant vingt ans sur la scène politique cannoise, qu'avait aussi connu son père, Robert Tabarot, ancien de l'OAS repentini mais fervent défenseur de l'Algérie française auprès de la grande communauté pied noir azurienne et cannoise. Il dispose donc du réseau que son père a tissé depuis son retour en France, un réseau associatif mais aussi politique. Sa grande soeur Michèle est elle maire de la commune voisine du Cannet depuis 1995 et il travaille dans son cabinet depuis lors. Il bénéficie alors d'une double casquette, au Cannet comme collaborateur de Madame le maire et à Cannes comme conseiller municipal et conseiller général. Il s'est construit depuis 1989 un réseau politique large mais rassemblé autour de sa famille et de lui-même. Il dispose donc de cette ressource patrimoniale pour développer son projet et pouvoir un jour être élu à la Mairie de Cannes en tant que maire cette fois. Il devra alors aussi s'appuyer sur ses ressources communes, qu'il partage bien évidemment avec David Lisnard et qui ont tant

fait débat lors de la première partie de la campagne en 2013. Il s'agit de leurs ressources politiques et de leur appartenance au même parti. Tous deux disposent de soutiens de poids à la direction du parti politique et chacun a tenté de faire prévaloir leurs ressources politiques par rapport à celles de leur adversaire. Il en a résulté comme on l'a vu plus tôt à la décision prise par la Commission Nationale d'Investiture de ne pas choisir entre les deux « jeunes loups » cannois. Philippe Tabarot disposait de soutiens de choix en la personne de sa soeur, bras droit de Jean François Copé à la tête de l'UMP. Cependant cela n'a pas suffi et il va donc s'attacher à utiliser ses ressources patrimoniales et personnelles pour obtenir les suffrages des cannois. Il est décrit comme un personnage très amical et jovial, qui a passé beaucoup de temps ces six dernières années à parcourir les rues, quartiers et commerces cannois et boccassiens pour préparer les futures échéances électorales et en tant que conseiller municipal se constituer une clientèle politique. Dans la mesure où il est présent sur la scène politique cannoise depuis maintenant 25 ans, qu'il s'est présenté en tête de liste à des élections municipales deux fois, qu'il est conseiller général, mais aussi que son père et sa soeur sont ou ont été des élus locaux permet d'affirmer qu'il est un cadre politique local. Il est connu et reconnu par les cannois, souvent défini par eux comme un fervent défenseur de Cannes, mais aussi comme un homme dédié à sa ville. Cela n'aura pas suffi cette fois non plus pour être élu. Alors qu'il avait réussi à créer la surprise en 2008, cette fois sa personnalité, son caractère et ses liens locaux ne lui auront permis que de faire de la figuration dans les résultats finaux comparé à son principal adversaire alors qu'ils avaient été seuls tous les deux au centre de la campagne avec David Lisnard.

Une chose est certaine est qu'il faut appréhender le parcours de ces deux candidats en terme de métier politique, définit par Jean-Louis Briquet¹⁰, plutôt qu'en terme de profession politique. Il est important de comprendre la différence entre ces deux façons de traiter les « professionnels » de la politique. Tout d'abord, lorsque l'on définit l'activité des politiques en terme de profession, on

« rend compte des caractéristiques générales d'un groupe professionnel, de ce qui constitue son homogénéité et des principes de sa cohésion. » On va alors s'intéresser aux « rapports entre la détention d'un savoir et l'exercice d'un monopole sur certaines activités sociales, aux modèles de conduites légitimes imposés aux membres de la profession et aux processus d'institutionnalisation enfin, qui sont au principe de la création d'une profession. »

Le métier politique est au contraire définit comme « l'ensemble des pratiques concrètes qui recouvrent l'exercice d'une activité professionnalisée ainsi que les représentations spontanées que les professionnels produisent ».

En effet, il semble, dans le cas de figure de Cannes, que l'approche en tant que métier politique soit plus satisfaisante. Le profil des deux candidats est déterminé par leur activité quotidienne dans le secteur dans lequel ils ont décidé de s'investir, le secteur publique, politique. David Lisnard n'a cessé d'insister sur son expérience à la mairie de Cannes, ainsi qu'à la SEMEC et au SICASIL. Ses activités quotidiennes à son poste lui ont permis de se présenter face aux électeurs en 2014 avec un bon bilan, aussi bien sur le plan économique, social, politique que culturel. Il raconte souvent sa journée de travail « typique » qui débute à « 06h30 au bureau » pour y enchaîner réunions, prises de décision, conciliations, activités d'élus à l'écoute des cannois ou encore promotion de la

¹⁰ Jean-Louis BRIQUET, « Communiquer en actes. Prescriptions de rôle et exercice quotidien du métier politique », *Politix*, Vol. 7, n°28, Quatrième trimestre 1994, p.16-26

ville aux investisseurs étrangers et nationaux. Il n'oublie jamais d'y inclure un peu de sport, lui le marathonien chevronné et sa famille, étant donné qu'il est père divorcé de trois enfants « tous nés à Cannes ». Tout cela est bien évidemment relayé sur internet et les réseaux sociaux, à la fois par lui-même, son équipe de campagne et ses soutiens. Ses activités quotidiennes le qualifient donc pour pouvoir postuler au dernier poste qu'il n'a pas encore obtenu dans sa ville au moment de la campagne électorale, celui de maire de Cannes (qu'il a finalement conquis le 30 mars 2014). Il veut ensuite créer une « représentation » du métier politique, à son image. Il a imposé un rythme de travail à son équipe à la mairie et à ses différents autres postes et il compte bien en faire la « norme » pour ses concurrents, il veut prouver que sa façon de travailler, d'exercer le « métier » politique est la meilleure et celle qui plait le plus aux électeurs.

Philippe Tabarot a une vision différente du « métier » politique, de la façon de faire de la politique locale, municipale. Il estime que ce métier se fait auprès des électeurs, chaque jour, comme il l'a fait pendant la dernière mandature. Cependant, la situation est différente pour lui qui est élu de l'opposition et qui doit donc rassembler autour de son nom sans véritable bilan municipal. Certes, il peut avancer ce qu'il a effectué au conseil général, cependant, les cannois ne se sentiraient pas autant concernés. Il cherche alors à se présenter comme un homme politique local, qui a grandi avec ses électeurs et qui a su rester proche d'eux. Il se pose en figure paternelle des cannois, en figure protectrice là où David Lisnard souhaite être le maître d'œuvre de « l'entreprise Cannes » et dont tous les électeurs seraient les actionnaires. C'est le match du « père de famille » contre le « chef d'entreprise ».

Les candidats se sont donc forgés une image du « métier » politique à laquelle ils doivent se conformer sous peine d'être moins compréhensif pour les militants et les électeurs mais

aussi moins légitime dans leurs discours et leurs actes. Ces deux candidats sont des experts politiques et ils vont chacun chercher à faire triompher leur expertise.

C'est Frédéric Sawicki dans « *L'homme politique en campagne* »¹¹ qui analyse la standardisation du métier d'élu local et explique comment l'expertise politique triomphe lors des élections, mais aussi lors des mandats politiques. Il faut comprendre l'expertise politique dans le cadre d'une professionnalisation du métier politique. En effet, la politique s'envisage comme une carrière et il est donc nécessaire pour les élus de mobiliser des propriétés du monde professionnel dans le cadre d'élections politiques puis de gestion de communes ou de dossiers politiques. Il va s'intéresser aux techniques de mobilisation des candidats et observer si elles sont en adéquation avec les groupes mobilisés et avec les propriétés sociales et politiques de ce même candidat. Frédéric Sawicki explique comment la position qu'occupent les candidats dans l'arène politique, (dans le cas de figure de Cannes, on a un héritier contre un cadre) définit leur stratégie de campagne. Les candidats sont bloqués dans la façon de mener leur campagne du fait de leur légitimité très spécifique. Ils ont chacun une image, une trajectoire connue, et lorsqu'ils tentent de marcher sur les terrains de leur adversaire, cela se transforme en échecs. Frédéric Sawicki rappelle alors que « l'art de l'homme politique est non seulement d'adapter sa présentation de soi aux différents publics (...) et surtout de prévoir les conflits qui risquent d'occasionner le chevauchement de ces différentes facettes ». En effet, lorsqu'il s'agissait de proposer des réformes et actions chiffrées et précises, Philippe Tabarot semblait bien moins préparé que David Lisnard qui disposait lui de tous les chiffres de la mairie. Cela a notamment été perceptible lors du débat du premier tour qui s'est déroulé le 3 mars 2014.

¹¹ Frédéric SAWICKI, « L'homme politique en campagne. L'élection municipale de Dunkerque en mars 1989 » *Politix*, Vol. 7, N°28. Quatrième trimestre 1994. p. 127-139

A l'inverse, lorsqu'ils s'agissait d'aller serrer les mains sur les marchés, dans le quartier de la Bocca notamment, Philippe Tabarot était bien plus confiant que son challenger.

Enfin, il élabore deux définitions « professionnalisantes » de la campagne électorale : « entreprise de conquête de postes politiques par des professionnels » et « conjoncture qui redéfinit les liens tissés par les hommes politiques avec leurs soutiens et les groupes composant la société locale dont ceux-ci doivent gérer l'équilibre ». Les candidats doivent avoir gagné ou conserver la confiance des acteurs de la vie locale cannoise afin d'obtenir des soutiens qui pourront par la suite propager leur message. C'est dans cette optique que les groupes de soutien des candidats ont partagé sur internet un grand nombre de vidéos de soutien de la part de membres connus et reconnus de la société cannoise.

II. La Campagne : le moment militant

1. Les outils de campagne : Du meeting à l'utilisation des réseaux sociaux et des jeunes

La nouvelle année 2014 a commencé avec le bal des voeux, et notamment ceux des deux principaux candidats cannois, à quatre jours d'intervalle et dans la même salle. Philippe Tabarot ouvre donc les « hostilités » avec sa cérémonie des voeux qui se tient le 27 Janvier 2014 dans la salle du Palm Beach, haut lieu de l'évènementiel cannois. La salle est comble, il est difficile de se faire un chemin pour trouver une bonne place. Les chaises, sont évidemment prises d'assaut, par les élus et invités et soutiens de la commune mais aussi des communes voisines, et enfin par les nombreuses personnes âgées présentes dans la salle. La présence de soutiens jeunes est plus limitée que pour les voeux de David Lisnard comme on le verra plus tard. Cette présence se limite à deux tables de jeunes qui proposent de participer au Comité de soutien du candidat et à quelques autres près de l'estrade. Ceux-là vont ensuite être dirigés pour faire une haie d'honneur lors de l'entrée en scène de leur champion. Juste avant l'arrivée du candidat à la tribune, le comité de soutien propose une compilation de vidéos qu'ils avaient partagés les jours auparavant sur les réseaux sociaux et qui montrent des cannois, connus ou anonymes exprimant leur soutien à Philippe Tabarot. Après cette introduction, le candidat arrive par l'allée centrale face à la scène et même si la foule se presse autour de lui, il reste visible grâce à sa taille. Il s'installe ensuite derrière un petit pupitre au milieu de la scène, seul devant un grand drapeau tricolore projeté contre le mur.

Après un hommage aux « personnalités qui nous ont quittées en 2013 » et notamment Nelson Mandela, le candidat rend hommage au nouveau Pape François 1er, salue son action puis fustige les extrémismes de toute sorte, antisémitisme et islamisme.

Comme pour ne pas perdre de temps, il s'attaque au bilan de la mairie et notamment l'année 2013 qui a été marquée par des incidents violents (casses et autres braquages) qui détériorent l'image de Cannes dans le monde. Il va ensuite avoir à coeur de se défendre des attaques qui sont lancées contre sa famille (sa soeur étant maire de la commune voisine du Cannet et son frère mis en examen en Espagne pour une escroquerie immobilière), et non contre lui même :

« Pourtant, les attaques de ces adversaires et de leurs complices ne me sont pas directement destinées, ce qui est plus pernicieux, car ils n'osent pas m'affronter sur le terrain politique »¹²

Il s'applique par la suite à mettre en avant son bilan au sein du Conseil Général mais aussi au Conseil Municipal de Cannes, lui qui est élu dans sa ville depuis l'âge de 18 ans. On peut noter qu'il n'a cependant pas un programme aussi élaboré que David Lisnard, ce dernier ayant l'avantage de disposer des services municipaux pour mettre en place un projet solide et chiffré. En effet ce sont surtout des propositions chiffrées qui manquent à Philippe Tabarot, des estimations réelles des économies qu'il souhaite réaliser et des projets qu'il veut lancer. Il est alors important de noter les différences de moyens dont disposent les candidats. Pas seulement les moyens financiers car ils disposent tous deux de financements, mais surtout de moyens matériels pour mettre en place leur programme. David Lisnard a avec lui les services de la mairie ainsi que les données du Palais des Festivals et des Congrès dont il est le Président. Au niveau des moyens physiques purs, les meetings et réunions des deux candidats sont autant remplis, les pages sur les réseaux sociaux sont autant suivis. Il est important de noter cependant une différence de poids concernant les comités de soutiens, et notamment ceux concernant les jeunes,

¹² Discours intégral : <http://www.tabarot-philippe.fr/index.php/pr-cannes/185-voeux>

catégorie qui est maintes fois mise en avant pendant la campagne par les deux candidats. Si l'on compare l'équipe des jeunes de la « Team Lisnard » (Twitter: 523 abonnés et leur compte est toujours actif; Facebook : 348 likes), « Les jeunes cannois avec Philippe Tabarot » ne disposent pas de compte sur les réseaux sociaux et ne semblent uniquement faire sens lors des meetings et tractages sur les marchés.

Les réseaux sociaux sont bien souvent un exutoire pour anonymes ou personnalités, et les campagnes électorales ne dérogent pas à cette règle. Elles canalisent les ressentiments et frustrations des internautes. Les débats naissent très rapidement et mettent parfois beaucoup plus de temps à s'éteindre. Des comptes anonymes¹³ sont créés afin de dénoncer affaires judiciaires ou conflit d'intérêts connus ou supposés, de lancer des attaques fondées ou non, ou tout simplement de faire des blagues sur l'un ou l'autre des candidats.

Malgré le caractère particulier des réseaux sociaux en temps de campagne électorale, il a été intéressant de suivre quelques comptes clé sur twitter, facebook ou instagram. C'est même très pratique pour suivre les faits et gestes des candidats jour après jour dans cette longue campagne. D'ailleurs les candidats en sont friands puisqu'ils postent quotidiennement photos sur facebook ou statuts sur twitter. La communication digitale est maniée avec aisance. Entre photos de sport, paysages cannois, réunions publiques ou rencontres dans les rues, tout est partagé. D'ailleurs les jeunes militants, spécialistes des réseaux sociaux étant donné qu'ils baignent dedans depuis de nombreuses années, sont très mobilisés. C'est surtout notable pour l'équipe de jeunes de la « Team Lisnard » qui, disposant de ses propres comptes sur les réseaux sociaux, peut se targuer d'un quasi-monopole d'expression organisée de la jeunesse cannoise militante. En effet, les

¹³ Des comptes twitter étaient alimentés quotidiennement de rumeurs, blagues et autres. Les principaux semblent avoir été supprimés car je n'en retrouve plus la trace au moment de la rédaction de ce mémoire. L'un des plus suivis s'appelait « La blague du Cannet » et se moquait de Philippe Tabarot et de sa soeur Michèle, maire du Cannet.

messages de leur « candidat leader » sont activement relayés à la fois par les comptes officiels de campagne, le compte personnel du candidat, le compte de la « Team » mais aussi par les membres de celle-ci. A la différence du candidat Tabarot, son équipe ne dispose elle « que » du compte personnel du candidat et du comité de soutien (regroupant jeunes et moins jeunes). Les codes des réseaux sociaux sont donc moins connus, les soutiens individuels de Tabarot sont plus diffus sur la toile, moins compréhensifs. Ils ont tendance à se noyer dans la masse des tweets et autres statuts facebook en référence aux élections alors que les messages, photos et autres posts des soutiens de David Lisnard sont plus organisés et le relai entre eux se fait de manière quasi-automatique. Le message est alors largement diffusé à la communauté internet.

J'en ai d'ailleurs fait l'expérience en utilisant mon compte twitter personnel pour interpeller ou commenter la campagne cannoise. Les réactions de mes camarades ne se faisaient pas attendre. D'ailleurs, lors du débat de premier tour avec tous les candidats présents, alors que la salle était partagée entre partisans des deux camps UMP, les réseaux sociaux et surtout twitter étaient monopolisés par les jeunes militants pro-Lisnard. De l'utilisation des « hashtags » ou « mots-dièse » créés pour l'évènement par le quotidien *Nice Matin* et par la « Team Lisnard » au « fact-checking » en direct des déclarations des candidats, tout y passe et je me suis prêté à ce jeu-là avec les militants présents et ceux qui suivaient ce débat à la radio. En effet, ceux qui n'avaient pas pu se déplacer avaient la possibilité de suivre le débat sur France Bleu Côte d'Azur. Sur ce point, la présence est presque inexistante pour les autres candidats, alors que tous les adeptes de twitter du candidat Lisnard se sont donnés rendez vous pour inonder la toile cannoise de citations, bons mots et remarques sur le débat.

Le comité de soutien officiel de Philippe Tabarot n'a pas choisi la diversité des outils des réseaux sociaux. Il dispose d'une page facebook suivie (aimée) par 1300 personnes, et

poste régulièrement les moments de campagne de leur candidat, partage les photos qui avaient été précédemment postées sur la page officielle du candidat. Le relai se fait bien entre ces deux pages facebook¹⁴ et le nombre de personnes suivant ces deux comptes est plutôt important: 1300 personnes aiment la page du comité de soutien et plus de 3000 comptes suivent la page officielle du candidat. On peut observer sur la page des « cannois avec Philippe Tabarot » beaucoup de témoignages sous forme vidéo de personnalités de la vie cannoise. Ce procédé est aussi utilisé par l'équipe de David Lisnard. Les vidéos, qui comptent pour la plupart une centaine de vues ont pour objectif de montrer la proximité de Philippe Tabarot avec les cannois, son implication dans la vie, les problèmes et le développement de la cité, mais aussi son influence dans les différentes sphères associatives, politiques, sportives de la ville, du département ou plus largement du pays avec le témoignage de personnalités connues hors des frontières de la ville (de l'ancien footballeur Luis Fernandez, au patron de l'UMP Jean-François Copé ou l'avocat Francis Szpiner).

Ces vidéos, postées depuis la plateforme Youtube sont très accessibles, leur format est court (pas plus de deux minutes), permettent un partage rapide et étendu, et une unification des moyens de communication sur la campagne. Les personnes suivant la campagne sur internet savent que chaque semaine, ils pourront connaître un nouveau soutien du candidat. Il est intéressant de noter que pour les vidéos de soutiens de Philippe Tabarot, celle qui est la plus visionnée n'est pas celle d'une célébrité nationale mais bien celle d'une figure connue du milieu associatif cannois. La vidéo en question présente « Sosso » qui affiche son soutien sans faille au candidat et qui entonne un chant de ralliement¹⁵. Elle a été vue 450 fois, juste devant la vidéo de l'ancien footballeur et

¹⁴ La page du comité de soutien « Les cannois avec Philippe Tabarot » et le profil officiel de Philippe Tabarot

¹⁵ Lien de la vidéo de soutien de Sosso: <http://bit.ly/1pd4zWp>

chroniqueur de la chaîne de radio RMC info Luis Fernandez¹⁶ avec 410 vues et enfin, pour compléter le podium, les encouragements de Gilles Cornut-Gentille, fils d'un ancien maire gaulliste de Cannes dans les années 1960-1970 et qui avait lui-même dans le passé été élu au Conseil Municipal¹⁷, avec 330 vues. Ces chiffres ne paraissent pas très importants par rapport à la population de la ville (70 000 habitants), cependant, si l'on prend en compte la répartition des âges à Cannes en 2009¹⁸, on se rend compte que 35% sont retraités et donc peu enclins à utiliser à la fois internet et les réseaux sociaux.

Mais encore, l'équipe de campagne a compilé les premières vidéos, qui avaient été tournées en début de campagne, dans un petit film pour présenter Philippe Tabarot, son parcours et ses soutiens en introduction de son discours du 27 janvier 2014. On observe donc une dualité de l'utilisation d'un matériel, à la fois en ligne sur les plateformes de partage social et en direct, face aux militants lors de discours et meetings. Il est en effet important de maximiser tous les produits et supports dont disposent les équipes de campagne. Lors du meeting des vœux, pour inciter les militants à exprimer leur soutien sur les réseaux sociaux, le comité de soutien de Philippe Tabarot avait créé un « hashtag », ou « mot dièse », afin que tous les messages, photos, vidéos postés sur twitter, facebook et instagram¹⁹ puissent être retrouvés et attirer de l'audience. Cependant, étant inscrits sur ces 3 réseaux, et connaissant leur fonctionnement, je me suis très rapidement aperçu que le hashtag n'était pas du tout ou presque pas utilisé par les militants dans la salle. Soit le message n'avait pas circulé et donc les responsables de la communication n'avaient pas fait leur travail convenablement, soit les sympathisants présents dans la salle n'étaient pas au fait du fonctionnement de ces réseaux sociaux en

¹⁶ Lien de la vidéo de soutien de Luis Fernandez : <http://bit.ly/1nxW3fi>

¹⁷ Lien de la vidéo de soutien de Gilles Cornut-Gentille : <http://bit.ly/1p6Zf0O>

¹⁸ Chiffres de l'INSEE en 2009 : <http://bit.ly/YWjYj9>

¹⁹ Réseau social où il est possible de poster photos et vidéos depuis un téléphone portable uniquement.

question. Il est important de préciser que la moyenne d'âge dans la salle était proche de 60 ans, d'où le fait que la connaissance des codes des réseaux sociaux ne soit pas acquise par cette classe d'âge.

Le principe a été le même lors des vœux de David Lisnard, cependant, l'annonce du « mot dièse » à utiliser avait été fait sur les réseaux sociaux et non en salle. La « Team Lisnard » s'était chargée de l'annonce et ses membres n'hésitaient pas à interpeller leurs « followers²⁰ » pour connaître leurs pensées concernant la soirée en cours. Il manquait donc clairement à l'équipe de Philippe Tabarot des personnes désignées, pourquoi pas des membres des « Jeunes cannois avec Philippe Tabarot » pour relayer le discours et les faits de la soirée sur ces réseaux sociaux.

Les militants, sympathisants mais aussi les « blasés » de la campagne se sont donnés à cœur joie sur les réseaux sociaux pendant la campagne. On a déjà étudié comment pour les sympathisants et les militants. Cependant, une autre pratique s'est largement développée avec les outils internet, la délation. Comme annoncé plus tôt, des comptes twitter, des pages facebook, des blogs se sont créés pendant la campagne pour soutenir un candidat ou pour en critiquer un autre. Il est intéressant d'observer la différence entre les outils et de se rendre compte de la catégorie de personnes qui s'y cachent derrière. Par exemple, un site internet comme le « Cannois vérité »²¹ se moque de la candidature de Philippe Tabarot et tourne sa famille en dérision. Il est dépeint comme un Pinocchio qui serait une marionnette articulée par sa soeur Gepetta. Le parallèle est donc très vite compris, Michèle Tabarot serait une donneuse d'ordres et son frère Philippe ne serait qu'un pantin placé à la mairie de Cannes. Un autre site, le

²⁰ Les internautes qui suivent ou sont abonnés à leurs pages.

²¹ <http://cannoisverite.over-blog.com>

« Cannois déchainé »²² caricature David Lisnard en personnage d'Iznogoud, en reprenant la célèbre phrase, il veut être « calife à la place du calife » et pour cela, noue des alliances qui n'ont pas de sens, comme celle avec le maire de Mandelieu, Henri Leroy, malgré les très mauvaises relations qu'ils entretenaient auparavant. Les comptes twitter qui faisaient les choux gras et les bons mots de cette campagne ont eux été supprimés (@humourducannet, @lablagueducannet), sûrement suite aux plaintes des personnes visées. Toutes ces pages internet et comptes sur les réseaux sociaux peuvent être le produit de personnes de tout âge, les connaissances informatiques requises ainsi que les formules utilisées dans les textes publiés en sont une preuve.

Il existe néanmoins un autre blog, un « Tumblr » qui vise encore une fois Philippe Tabarot et dont les créateurs sont sans hésiter plus jeunes. Cette plateforme est très prisée par les jeunes internautes dans la mesure où le site n'exclue pas de contenu implicite, grossier ou autre. Le contenu de ce « Tumblr »²³, donc, est avant tout humoristique. Chaque article est composé d'un court texte résumant une situation dans laquelle Philippe Tabarot peut se trouver ou s'est trouvé et est ensuite illustré par un gif (très courte vidéo sans son) issu d'un film ou d'une série télé. Par exemple, un article datant du 6 février 2013 a pour titre « Quand on explique à Philippe Tabarot qu'il n'est que l'instrument de sa soeur... » et ce texte est illustré par une séquence du film d'animation Toy Story dans laquelle le cowboy Woody lance un très fort « You are a toy! » (Tu es un jouet) à son compagnon de route Buzz l'éclair. Cela fait son effet, en un clic le message est passé et cet article est très facilement partageable sur n'importe quelle plateforme, ou réseau social. Ces sites internet et comptes sur les réseaux sociaux fonctionnent tellement bien que j'ai plusieurs fois entendu des militants en parler entre eux lors de réunions et de meetings. Le

²² <http://lecannoisdechaine.com/>

²³ <http://quandphilippetabarot.tumblr.com>

quotidien régional *Nice Matin* en a même fait une page complète dans son édition du 17 février 2014.

C'est avec certitude que l'on peut affirmer que les moins de 35 ans sont les plus représentés sur les réseaux sociaux pour défendre leur équipe. Ils ont un attachement fort à leur candidat et les réseaux sociaux leur permettent de le montrer. Les jeunes ont comme le propose Lucie Bargel « un rôle central dans la campagne et actions militantes »²⁴. Non seulement ils sont en première ligne sur les marchés, mais aussi à l'entrée de la gare de Cannes. Bien souvent aussi, des binômes sont constitués, un jeune et une personne plus âgée afin de pouvoir toucher toutes les catégories d'âges et de pouvoir « discuter avec tout le monde » comme me le disait un militant. Bien au delà du tractage et de la présence sur les réseaux sociaux, les jeunes sont toujours au coeur du débat et de l'image du politique. Ils sont sur les photos officielles, sur les estrades pendant les discours, mais aussi dans le contenu des discours...

Lucie Bargel met aussi en avant la volonté d'autonomie des organisations de jeunesse des partis politiques notamment. C'est aussi ici le cas avec la « Team Lisnard » qui bien avant le début de la campagne officielle était sur le terrain pour des actions « citoyennes », solidaires. Ils veulent se faire connaître comme véritables acteurs dans la campagne mais aussi dans la vie de la cité. Ils veulent exister avant, pendant et surtout après les élections. Leur action ne veut pas se limiter à faire de la publicité pour leur candidat. Ils cherchent à mettre en avant l'engagement de la jeunesse pour le développement et le bon vivre de leur ville. Bien entendu cela passe par le politique et l'engagement auprès d'un candidat. D'ailleurs, plusieurs membres de la « Team Lisnard » étaient sur la liste candidate aux élections et sont aujourd'hui élus au Conseil Municipal avec des portefeuilles n'ayant ou pas un lien avec la jeunesse. Par exemple, Stéphane

²⁴ Lucie BARGEL, « “La jeunesse qui bouge a changé de camp!” », Des usages partisans de la catégorie jeunesse », *Mouvements*, Vol. 59, 2009, p. 83-89.

Shazad, président de la « Team Lisnard » est depuis mars conseiller municipal subdélégué au développement artisanal, au commerce et artisanat, aux sports et loisirs, au projet « Cannes, capitale des sports en plein air », aux associations sportives et aux anciens combattants. Charlotte Siguier, aussi membre de la « Team » et très présente sur Twitter est devenue conseillère municipale subdéléguée aux sports et loisirs, au projet « Cannes, capitale des sports en plein air », aux associations sportives, à la culture, à la jeunesse et aux centres de loisirs. Un autre pilier de la « Team », Max Eraerts, âgé de 21 ans était lui en fin de liste et n'a donc pas été élu mais sa présence sur la liste au milieu de cannois bien plus âgés et donc peut être plus expérimentés montre à quel point les jeunes membres du comité de soutien sont remerciés, et leur travail pendant la campagne valorisé. David Lisnard a longtemps mis en avant l'engagement de la jeunesse pour sa campagne. Lucie Bargel, accompagnée cette fois d'Anne Sophie Petitfils²⁵ mettent en avant le discours de valorisation de la base qui devient une ressource dans la compétition électorale. Ici le rôle des jeunes en tant que base des actions militantes et électorales est valorisé et récompensé. En effet, les tâches et activités militantes de « base » les moins valorisantes, qui prennent peut être le plus de temps sont effectuées par les jeunes militants. Il ne faut pas oublier cependant la mise en place de binômes avec des personnes plus âgées mais aussi des femmes au foyer, qui profitent de leur temps libre pour apporter leur pierre à la campagne de leur candidat. Cela permet de montrer le lien entre les générations qui est fait au sein de cette équipe de campagne. Il est important de pouvoir adresser un message dirigé vers toutes les classes d'âges et surtout diffusé par toutes les classes d'âges.

²⁵ Lucie BARGEL et Anne Sophie PETITFILS, « “Militants et Populaires!” Une organisation de jeunesse sarkozyste en campagne. L'activation périodique d'une offre organisationnelle de militantisme et ses appropriations pratiques et symboliques », *Revue française de science politique*, Vol. 59, n°1, 2009, p. 51-75.

Philippe Tabarot a décidé de concentrer ses efforts lors de rencontres de terrain, lui qui arpente les rues cannoises et boccassiennes en tant qu'élu depuis plus de vingt ans. C'est dans cette optique-là qu'il a décidé au lendemain des élections de 2008 d'installer sa permanence à Cannes la Bocca, car il y avait obtenu ses meilleurs scores. Mais encore, il organisa pendant la campagne de 2014 chaque semaine des réunions publiques baptisées « +1 » qui incitaient ses militants et sympathisants qui se déplaçaient à amener un ami, un membre de leur famille, un collègue ou toute autre connaissance votant à Cannes et qui était encore indécise concernant le choix de vote des 23 et 30 mars. C'est une opération qui semble avoir été un succès car m'y étant rendu plusieurs fois, je peux dire que les rangs grandissaient semaine après semaine. Bien évidemment la taille du rassemblement ne présage pas d'un résultat mais permet un regain de confiance pour le candidat, son équipe et les militants présents.

C'est lors d'une de ces opérations « +1 » que j'ai fait la connaissance de Jeanine, commerçante à Cannes la Bocca qui y avait emménagé dans sa jeunesse avec ses parents après leur départ d'Algérie en 1963. Elle y a donc passé son enfance, mais aussi et surtout sa vie professionnelle et compte bien y passer une « retraite paisible ». Le but de ces réunions est bien évidemment d'écouter et de rencontrer le candidat Tabarot et amener ses amis cannois indécis. Ce que j'ai pu observer cependant, est que cela permet aux personnes qui se déplacent de discuter, de rencontrer d'autres cannois qui ne seraient peut être jamais adressés la parole à l'extérieur d'une de ces réunions. D'ailleurs, les trois fois où je me suis rendu à ces réunions, j'y ai souvent vu les mêmes visages. C'est un moyen de rencontrer des gens, qui ont généralement les mêmes idées que soi mais aussi qui veulent s'engager pour un candidat. C'est en effet pour eux un acte fort d'engagement de se rendre à ces réunions. Plusieurs personnes me disaient qu'ils se déplaçaient pour tous « les meetings de Philippe » afin de lui « porter chance » et de « montrer qu'on est avec lui ». C'est notamment le cas de Jeanine qui est encartée à l'UMP et qui bien qu'un

peu décontenancée par les affaires qui touchent le parti en ce moment, ne songe pas à le quitter ni à rejoindre une autre formation politique, en précisant que l'UDI est un parti de « vieux mous » et que les partis de la droite de l'UMP étaient des « partis racistes ». Elle est pied noir mais explique que ce n'est pas cette similarité avec la famille Tabarot qui l'a amené à en apprécier le fils cadet. C'est la présence quasi hebdomadaire du candidat dans ce quartier qui a accueilli sa famille il y a 50 ans qui l'a convaincue de le suivre dans cette campagne. En effet, après avoir installé sa permanence dans le quartier de la Bocca en 2008, il y a fait « campagne », en quelque sorte, certain de sa future candidature en 2014. Elle l'a rencontré dans l'un des nombreux déplacements que le candidat a fait dans les rues de la Bocca pour y rencontrer les électeurs et raconter son parcours et ses futures ambitions. En focalisant son action militante sur le quartier de la Bocca pendant ces années c'est pour attirer vers lui le vote plus populaire que celui du centre ville de Cannes. C'est aussi dans les bureaux de vote de ce quartier qu'il avait obtenu les meilleurs scores en 2008 alors que les bureaux de vote du centre ville étaient en général acquis à Bernard Brochand et son équipe.

Étant donné son emplacement en périphérie du centre ville, la Bocca se définit comme un quartier très animé, avec ses marchés, nombreux commerces, ses zones industrielles et commerciales périurbaines et sa population hétérogène. La Bocca a toutes les caractéristiques sociales qui font que se sont enchainés bonds économiques mais aussi problèmes sociaux suite à la fermeture d'entreprises et d'usines. Jeanine est commerçante dans ce quartier, elle travaille dans un tabac/presse et entend donc quotidiennement les gens discuter de Cannes, de la Bocca et de ce qu'ils aimeraient que leur ville devienne. Elle m'explique qu'elle a rencontré plusieurs fois Philippe Tabarot dans son quartier et que depuis il l'appelait par son prénom lorsqu'ils se croisaient. Elle apprécie ce côté enraciné du candidat, sa proximité avec les gens des quartiers et son

écoute des cannois et boccassiens. C'est d'ailleurs ce qu'il met en avant lors de chaque discours, cet attachement à la ville dans laquelle il a passé toute sa vie. Ce qui a décidé Jeanine à soutenir Philippe Tabarot c'est son engagement contre le BHNS (Bus à Haut Niveau de Service). En effet, la mise en place de couloirs de bus depuis Cannes, jusqu'à Mandelieu en passant par la Bocca a entraîné des travaux très longs et selon Jeanine et Philippe Tabarot, ont créé des nuisances et des baisses de chiffre d'affaires pour les commerçants situés aux abords de ces travaux sur l'avenue Francis Tonner à Cannes la Bocca et sur le boulevard Carnot entre Cannes et Le Cannet. Philippe Tabarot s'est en quelque sorte érigé en porte parole de ces commerçants, et notamment Jeanine, qui se sont sentis lésés par ces constructions, à cause de la non information dont ils disposaient mais aussi car ils n'auraient pas été consultés par la mairie d'alors (Brochand et Lisnard). La concertation fait partie prenante de son programme, son slogan par exemple est « Cannes c'est vous ». S'il est élu, il créera notamment un comité de quartier pour la Bocca qui sera composé « d'élus et de représentants des forces vives boccassiennes », et chaque projet qui touchera ce quartier sera soumis à la délibération de ce comité. Il a une page dédiée sur son site internet²⁶ à son projet pour Cannes la Bocca alors que tous les autres quartiers de Cannes sont inclus dans un même projet global. Stratégiquement, cela permet de cibler les voix de ce quartier, cependant, il semble oublier toutes les autres parties de la ville qui veulent elles aussi être écoutées. David Lisnard a, lui, développé un programme spécifique pour chaque zone de Cannes qui est proposé sur son site internet et distribué lors des tractages²⁷. De plus, il se déplaçait chaque semaine dans un quartier différent pour y rencontrer les cannois et discuter de leurs attentes personnelles.

²⁶ Lien vers le projet de Philippe Tabarot pour Cannes la Bocca : <http://bit.ly/W1uGDb>

²⁷ Lien vers le programme quartier par quartier de David Lisnard : <http://www.lisnard2014.fr/mon-projet-par-quartier/>

Les réunions publiques de quartier tendent à attirer un public plus âgé, de cannois de plus de 40 voire 50 ans. J'y ait observé très peu de jeunes de mon âge. Les caractéristiques de ces réunions tendent à favoriser les retraités ou les personnes n'exerçant pas de profession, comme les femmes au foyer par exemple. En effet, une partie de ces réunions de quartier se tiennent dans l'après midi, devant un petit groupe d'une vingtaine de personnes dans un endroit clé d'un quartier. Selon l'endroit, cela permet aussi d'aller à la rencontre des commerçants et de prendre quelques photos avec eux. J'ai notamment assisté à une petite réunion de David Lisnard dans le quartier Alexandre III qui est l'un des plus résidentiels de la ville. Seuls trois moins de 30 ans étaient présents, Stéphane Shazad, président de la « Team Lisnard » avec un autre jeune qui l'accompagnait et moi-même. Le reste de la petite audience était entièrement composé de personnes à la retraite qui habitent autour du square où David Lisnard a récité une partie de son programme. Ces sympathisants voulaient avant tout avoir l'opportunité de serrer la main de leur candidat favori et de lui glisser quelques mots d'encouragement pour la suite de la campagne. Plusieurs personnes discutaient entre elles et comparaient les évènements de la campagne auxquels elles s'étaient rendues. Le candidat avait bien évidemment adapté son discours à son audience et avait notamment détaillé son programme concernant l'aide aux personnes âgées, la sécurité et les nuisances sonores et visuelles.

J'ai aussi assisté à quelques réunions publiques de Philippe Tabarot et notamment une qui s'est déroulée près d'un boulo-drome tout neuf à Cannes la Bocca. De la même façon que pour la réunion de David Lisnard, la majorité des gens présents sont des retraités, et il y a une poignée de femmes un peu plus jeunes, d'une quarantaine d'années, avec quelques enfants. Le discours est aussi très orienté vers l'aide aux retraités. Philippe Tabarot semble connaître toutes les personnes présentes, il les appelle par leur prénom. On peut

donc se rendre compte qu'il a passé du temps dans ce quartier pour y conquérir les voix des électeurs.

Lors de ces réunions sont distribués flyers et autres documents à l'assistance afin que les militants sympathisants ou juste curieux puissent garder en mémoire le programme du candidat qu'ils viennent d'écouter. A la Roquette sur Siagne, la spécificité de notre liste qui n'était pas soutenue par un parti entraînait l'obligation de tout créer de nous mêmes, du texte, aux photos, à la présentation du flyer. Les coûts d'impression, en partie financés par l'Etat, restent tout de même financés majoritairement par le candidat et sa liste. J'ai donc moi-même mis en forme le texte avec d'autres membres de la listes avant de définir une typographie pour le document que l'on souhaitait distribuer. À la différence de la campagne à Cannes où j'ai tracté à plusieurs occasions, les flyers nous été livrés prêts à être distribués sur les marchés et dans les boites aux lettres cannoises. Nous ne faisons pas partie du processus de création des prospectus qui se faisait en interne par les équipes professionnelles de communication du candidat. En quelque sorte, le fait de participer pleinement à la création d'outils de campagne permet une implication plus grande dans celle-ci. J'ai aussi été amené à créer des présentations et discours pour les réunions publiques, une vidéo pour présenter le village et j'ai animé la page facebook de notre liste afin de permettre une présence sur les réseaux sociaux pour attirer et informer les internautes roquettans. Il est donc important d'impliquer les colistiers ainsi que les militants dans le processus de création de matériel électoral afin qu'ils se sentent encore plus concernés par les enjeux de la campagne.

Philippe Tabarot vise un public plus âgé, cela se ressent dans son programme avec par exemple la gratuité des transports en communs pour les plus de 65 ans et le renforcement de la sécurité avec la création de 50 postes supplémentaires au sein de la Police Municipale et le transfert de 50 policiers municipaux affectés aux tâches

administratives vers le terrain. C'est l'une des raisons pour lesquelles les réseaux sociaux sont utilisés de façon limitée par le camp Tabarot, il souhaite avoir l'image d'un candidat de proximité, qui écoute et discute « en direct » avec les cannois et les boccassiens. Les deux candidats ont donc cet objectif d'être proche des électeurs et le nombre de meetings et réunions publiques s'est accru dans les dernières semaines de février et dans le courant du mois de mars. Il faut « ratisser le terrain », rassembler et répandre son message. Il a été souligné, à la fois par les journalistes et certains cannois que j'ai pu interroger une différence entre les deux candidats de l'UMP. David Lisnard est présenté comme un homme politique, travailleur, connaissant ses sujets et parfois même un peu autoritaire dans la gestion de ses projets aussi bien au Palais des Festivals et des Congrès qu'à la Mairie en tant que premier adjoint. A l'inverse, Philippe Tabarot apparaît comme quelqu'un de plus détendu, confiant dans sa relation avec les cannois il plaisante volontiers même lors du débat de premier tour, et surtout proche des électeurs étant donné son engagement depuis 1989 en tant qu'élu de la ville de Cannes et du Conseil Général. Cela est notamment souligné par le quotidien *Nice Matin* suite au débat qui s'est déroulé le 3 mars avec tous les candidats présents.

Les études sur le militantisme de droite sont malheureusement plutôt rares comme le précise Florence Haegel²⁸ et il n'est donc pas aisé d'établir des catégories de militants lorsqu'on les étudie et passe du temps en leur compagnie. La plupart des membres de la « Team Lisnard » que j'ai rencontrés sont étudiants ou ont terminé leurs études et ont des emplois stables, de cadres, sont entrepreneurs... Quelques uns ont un parcours plus différent, c'est le cas de Sofiane, qui n'a pas fait d'études supérieures et qui travaille dans le restaurant de ses parents, cas que l'on étudiera un peu plus loin.

²⁸ Florence HAEGEL, « La mobilisation partisane de droite. Les logiques organisationnelles et sociales d'adhésion à l'UMP », *Revue française de science politique*, Vol. 59, n°1, 2009, p.7-27.

2. La campagne de David Lisnard, portraits de militants

Après avoir assisté aux traditionnels voeux du candidat Tabarot le 27 janvier, je me rends cette fois aux voeux de David Lisnard dans la même salle, au Palm Beach, haut lieu des évènements, soirées et cocktails cannois. La salle est comme pour Mr Tabarot, comble, même si la disposition n'est pas la même. Il a été préféré plus de places assises au rassemblement de Philippe Tabarot. Je m'assois donc au deuxième rang, où les places sont réservées aux élus des villes alentours. Petite introduction sur l'expérience du candidat Lisnard, puis s'en suit un bain de foule pour le candidat depuis le fond de la salle jusqu'à l'estrade. La disposition de celle-ci est assez classique, le candidat fait les cent pas sur le devant de la scène, il ne dispose pas de pupitre, alors que derrière lui sur deux lignes de chaises sont assis au premier rang des personnes du troisième âge qui le soutiennent et derrière eux des jeunes issus de la « Team Lisnard », le comité de soutien officiel des jeunes cannois pour le candidat. La parité fille/garçon est bien évidemment de rigueur sur la scène. Enfin, au dessus des drapeaux de la ville et du pays, se tient un écran géant sur lequel a été projeté une vidéo « surprise » sur la campagne et le candidat.

Au sein des jeunes choisis pour être sur l'estrade, je reconnais un ami que j'avais connu il y a une dizaine d'années, lorsque je faisais du football à l'Association Sportive de Cannes (AS Cannes). Il s'appelle Sofiane et je suis étonné de le voir assis au milieu de ces jeunes. Venant d'un milieu modeste, mes préjugés et souvenirs de notre période à l'AS Cannes ne me laissaient pas penser à un engagement politique de sa part. A la fin du meeting, je me suis alors dirigé vers lui afin de le saluer et de lui demander comment il a décidé de s'engager. Je n'ai pas d'entretien retranscrit car je ne trouvais pas cet exercice important dans ce cas de figure. Je voulais garder la conversation informelle et personnelle afin de

mieux comprendre son engagement. Je n'avais plus eu de contacts avec lui depuis presque dix ans et beaucoup de choses ont changé. Ses parents avaient repris un petit restaurant dans le centre ville de Cannes la Bocca et les aidant depuis plusieurs années, il avait été témoin de l'administration communale et du développement du secteur dans lequel ses parents et lui travaillent. De plus, l'été, il travaille depuis maintenant trois ans sur les plages de Cannes. Je pouvais donc sentir dans ses paroles qu'il aimait l'idée de participer à l'attractivité de la ville été comme hiver. C'est dans ce cadre là, notamment le travail saisonnier estival qu'il a rencontré quelques uns des membres de la « Team Lisnard ». Il m'a raconté alors s'être rendu à plusieurs rencontres avec cette équipe qui se tenaient généralement dans des pubs du centre ville. À l'une d'elles est venu David Lisnard, au tout début de sa campagne afin de mobiliser ses jeunes troupes et Sofiane a eu un bon « feeling », comme il le dit lui même, après cette première rencontre. Sportif comme lui, ils ont un point commun dans « l'amour du maillot » de l'AS Cannes, club dans lequel le père du candidat a joué professionnellement pendant plusieurs années, évènement qu'il met souvent en avant dans ses prospectus, rencontres et discours. Sofiane me raconte par la suite les diverses activités auxquelles il a participé, de la collecte de cadeaux à Noël pour les « enfants dans le besoin » de la ville. Il me raconte avoir connu cela dans son quartier lorsqu'il était petit et se mettre au service des personnes dans le besoin avait été une vraie « fierté ». Il avait ensuite tracté plusieurs fois et comptait bien continuer pendant la suite de la campagne. Je lui ai alors demandé s'il comptait s'impliquer plus en politique après les élections. Il m'a plutôt sèchement répondu qu'il ne faisait pas de la politique, qu'il voulait aider son quartier, sa ville. Ça ne l'intéresse pas de s'engager à l'UMP, l'UDI ou le MODEM (les trois partis qui soutiennent David Lisnard), et il n'est donc encarté à aucun de ces partis, ni à un autre. Il a d'ailleurs plutôt mauvaise opinion des politiques « en général », surtout de droite qu'il trouve souvent racistes.

Il estime qu'il fait juste le nécessaire pour que sa ville continue de se développer et pour aider les pauvres et les enfants de la ville. Il compte passer son Bafa et d'autres diplômes pour pouvoir travailler dans les centres de jeunesse de la ville dans les prochaines années.

Ce jeune engagé dans la campagne semble avoir un profil plus d'associatif que de militant politique. Il ne soutient pas de parti en particulier, n'a jamais voté (même s'il est encore jeune, 23 ans) et s'est enregistré sur les listes électorales pour la première fois l'année dernière. Il s'est engagé avec la Team Lisnard car les idées du candidat lui plaisaient mais aussi et surtout car c'était un moyen de rencontrer d'autres jeunes et d'autres générations autour de projets « d'entraide » et aussi pour « faire la fête ». Comme le résume Stéphane Shazad, qui a lancé la « Team Lisnard », en parlant des activités mises en place, « ce n'est pas de la politique, c'est de la citoyenneté ». Il ne faut pas oublier que nous sommes dans un contexte général de rejet du politique, à droite comme à gauche, suite aux échecs des présidents Sarkozy et Hollande à faire rebondir l'économie du pays mais aussi à cause des nombreuses affaires judiciaires, Sarkozy, Balkany, Cahuzac...

Stéphane Shazad²⁹ a lui un parcours complètement différent, peut être plus classique pour un militant de droite. Issu d'une famille « confortable », ingénieur de formation, il dirige avec son père une société de construction BTP. Créée par son père, la société est « prospère » selon ses dires. Stéphane travaille donc dans l'entreprise familiale depuis quelques années déjà et compte bien en prendre les rênes par la suite. Il a rencontré David Lisnard lors des élections présidentielles de 2012 et il me raconte la façon dont il a été « impressionné par le caractère » de la personne dont il écoutait le discours en faveur de Nicolas Sarkozy. Ils avaient ensuite échangé pendant quelques

²⁹ Je n'ai pas retranscrit cette conversation ainsi que celle avec Sofiane car elles se sont tenues dans un cadre informel et n'étaient donc pas enregistrées.

minutes, sur l'avenir de la ville de Cannes et les prochaines élections municipales. Stephane était attentif à ce qui se faisait en mairie et il souhaitait se rapprocher encore plus du centre de décision pour mieux connaître et comprendre son fonctionnement et pourquoi pas y participer. Il a donc rencontré David Lisnard plusieurs fois après cela dans le cadre de réunions de quartiers, ou de militants et l'idée de la « Team Lisnard » a germé petit à petit au cours de l'été 2012. Cette « équipe » devait être plus qu'un simple relais des idées d'un candidat lors d'une campagne municipale mais devait représenter un véritable « mouvement citoyen au service de la communauté cannoise ». C'est en quelque sorte une association de cannois qui effectuent des actions de solidarité dans leur ville et qui soutiennent officiellement un candidat. Ils cherchent par leur action à refléter le caractère et l'engagement de leur candidat pour la ville, pour les cannois. C'est en quelque sorte prouver aux électeurs que leurs actions au sein de la « Team » reflètent les actions de David Lisnard pour Cannes. Être dynamique, présent sur le terrain, solidaire, que les membres aient des profils de jeunes cannois actifs et entrepreneurs. C'était en effet le cas pour une majorité des jeunes que j'ai rencontré lors des différentes manifestations organisées par la « Team ». Etudiants, jeunes actifs, la plupart présentent un CV intéressant et ne semblent pas être touchés par les maux français actuels. Il est important de rappeler que l'attrait des jeunes pour le candidat Lisnard, bien plus notable que pour le candidat Tabarot peut s'expliquer par son attitude très dynamique, c'est un sportif mais aussi par la position de David Lisnard en tant que Président du Palais des Festivals et des Congrès de 2001 à 2014. Il a lancé ou aidé à lancer un grand nombre d'évènements pour la jeunesse de la ville, des Plages électroniques qui est un festival musical qui rencontre un franc succès chaque année depuis sa création en 2006. Il a aussi favorisé le développement, au sein de la mairie précédente, du sport et de l'accès aux sports toute l'année. Une compétition de Break Dance (Break the Floor) se tient aussi chaque année au Palais des Festivals et des Congrès.

Lui-même homme politique « jeune », David Lisnard a compris que même si les moins de 30 ans ne représentent qu'un petit pourcentage des votants à Cannes, ils ont une grande capacité mobilisatrice auprès de toutes les autres classes d'âge. Cela s'est vérifié plus d'une fois lors des tractages de weekend sur les marchés. Les personnes de plus 70 ans répondaient très amicalement aux sollicitations des jeunes militants de la « Team Lisnard » et la conversation était très rapidement engagée entre les deux générations.

Enfin, Stéphane Shazad tient à « l'indépendance » de sa « Team ». Bien que celle-ci porte le nom d'un candidat, ils ont une volonté d'autonomie³⁰ par rapport à leur parti et par rapport à la classe politique « plus âgée ». La plupart de leurs actions bénévoles ne sont pas directement liées au candidat. Ils ont pris l'initiative d'organiser des opérations pour laver la plage, vendre des calendriers pour soutenir la lutte contre le cancer ou faire un appel aux dons de cadeaux pour les offrir à Noël aux enfants dans le besoin. Le candidat a alors la possibilité de venir donner un « coup de main » ou d'être pris en photo avec ses jeunes supporters. C'est avant tout une stratégie de renvoi d'ascenseur. A la fois les jeunes aident la communauté et se construisent donc un réseau associatif à Cannes et cela en recevant le soutien de l'adjoint au maire (et maintenant maire) de la ville. Pour le candidat, c'est une façon de montrer que ses militants sont investis dans la vie, pas uniquement politique, de la ville.

Pour revenir au discours de David Lisnard, il a été très long, c'est sa marque de fabrique. Il a pris le temps de détailler son projet, qui est aussi distribué dans la salle et qui a été déposé sur les chaises, mais aussi son bilan et le bilan du maire Bernard Brochand qu'il associe à son propos. Il souhaite prouver que son programme a été travaillé, et est réalisable. Le stationnement, les nuisances sonores, les impôts locaux, l'incivisme, le sport, le candidat est à l'aise sur scène. Il répond aussi aux attaques du clan Tabarot qui

³⁰ Lucie BARGEL, « “La jeunesse qui bouge a changé de camp!” ». Des usages partisans de la catégorie jeunesse », *Mouvements*, Vol. 59, 2009, p. 83-89.

pointait quelques jours auparavant les conflits d'intérêts, et autres affaires judiciaires qui effleuraient la majorité actuelle à la mairie de Cannes dont fait partie David Lisnard.

Le meeting se termine en chanson et le second bain de foule commence alors que certains se dirigent vers les stands disséminés à chaque sortie de salle pour que les jeunes de la « Team Lisnard » attachent des petits rubans bleus ciels à leurs poignets. Ce petit ruban bleu sera par la suite mis en avant tout au long de la campagne, et utilisé comme un signe de ralliement.

Le procédé de tels discours dont les sujets sont le bilan suivi du programme est assez classique et on retrouve cette structure de discours dans les réunions publiques organisées par le maire sortant de La Roquette sur Siagne, André Roatta. Accompagné de son premier adjoint, il va chercher à démontrer qu'ils ont hérité d'un village dans une situation de « faillite » et de délabrement. Ils se sont même mis à dos les services techniques de la ville en les accusant d'avoir utilisé les locaux de la municipalité comme garage clandestin pour les deux roues lors de la précédente mandature. Ils démontrent, photo à l'appui la façon dont ils ont amélioré les infrastructures de la ville, les routes, écoles, etc... Cependant, ils ne s'expriment pas au départ sur les dépenses de la municipalité qui ont augmenté et qui ont entraîné avec elles les impôts locaux, taxe foncière et taxe d'habitation. Les principaux sujets de la campagne étaient notamment l'augmentation des impôts locaux couplés avec la multiplication par quatre du taux d'endettement par habitant de la municipalité, que le maire et son équipe ont nié pendant toute la campagne avant de s'incliner face aux chiffres peu avant le vote, mais aussi la situation du village historique où la circulation y est difficile et où le maire veut construire de nouveaux logements. Le maire sortant a notamment été sanctionné dans les bureaux de vote du village historique mais a au contraire capitalisé un grand nombre de voix là où il avait construit de nouveaux logements. La campagne à La Roquette sur Siagne

ressemblait donc à la situation à Cannes où l'opposition dénonçait un grand nombre de constructions, de dépenses engendrées par la mairie et donc d'une mauvaise gestion des finances locales alors que l'équipe du maire sortant mettait en avant le développement de leur commune.

3. Le débat du premier tour et le bilan des réunions publiques

La prochaine étape de l'affrontement cannois ne se déroulera cette fois pas « à distance » car *Nice Matin* et *France Bleu Côte d'Azur* organisaient le 3 mars 2014 le premier (et seul) débat de ces élections municipales dans une salle de la Licorne pleine, qui est une salle de spectacle de Cannes la Bocca. Je suis moi même debout à l'arrière de la salle entouré de quelques uns des jeunes et moins jeunes militants des deux camps qui sont arrivés dans les derniers retardataires. Malgré la bonne volonté des journalistes qui tentent de rendre le débat audible et compréhensible par tous, celui-ci se déroule dans un climat de compétition acharnée. La scène du théâtre semble s'être transformée en un ring de boxe sur lequel David Lisnard et Philippe Tabarot se rendent coup sur coup sous l'oeil et les commentaires de leurs adversaires politiques qui n'ont existé à aucun moment de la campagne et qui ont recueilli que peu de voix lors des consultations des 23 et 30 mars. La seule candidate qui s'est démarquée en dépassant les 10% de voix exprimées au premier tour (mis à part les deux candidats de l'UMP) est Catherine Dorten du Front National, avec 14,77%³¹. Les deux listes de gauche n'ont même pas rassemblé 10% à elles deux (Parti Socialiste 6,24% et Parti de Gauche 3,44%) et le débat du 3 mars ne présageait pas meilleur avenir pour ces listes tant leurs interventions étaient mal accueillies par une salle

³¹ Résultats officiels : [http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Les-resultats/Municipales/elecresult_MN2014/\(path\)/MN2014/006/006029.html](http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Les-resultats/Municipales/elecresult_MN2014/(path)/MN2014/006/006029.html)

acquise aux deux candidats de la droite et à la candidate du Front National. Ce débat n'a donc pas apporté nombre d'éclaircissements sur les programmes des candidats. Lorsque l'on suit de près une campagne, il faut s'habituer à entendre des répétitions de programme et à écouter les mêmes discours plusieurs fois par semaine lors des réunions publiques. C'était donc le cas ici, les programmes (ou le manque de programme) sont connus depuis plusieurs semaines déjà. Ce débat n'a malheureusement que peu « d'intérêt » concernant cet aspect là, mais est très intéressant pour cibler les caractères et les tactiques des candidats.

La tension est très vite montée, aussi bien sur la scène que dans la salle ou sur twitter, et elle n'est jamais retombée. Les noms d'oiseaux fusent dans la salle et les candidats ne veulent pas décevoir leurs soutiens et restent incisifs contre les attaques dirigées contre eux. Les pauses publicitaires toutes les 15 minutes ont pour effet de rendre les spectateurs impatients des joutes à venir. Il est intéressant d'être sur place pour ressentir les tensions au sein de l'audience. Les spectateurs et spectatrices n'hésitent pas à partager leur expérience entre eux, à s'invectiver sur tel ou tel sujet, sur un point de bilan de la mairie actuelle, un point de programme ou une affaire judiciaire qui touche l'une ou l'autre des équipes.

Le candidat du Front de Gauche cherche lui à dénoncer les grandes surfaces qui s'implantent en périphérie de Cannes et qui selon lui font perdre de la clientèle aux marchés locaux ou aux petits commerçants. Il est immédiatement coupé et invectivé par un quadragénaire assis dans la salle. Il est issu de l'immigration maghrébine et habite en logement social. A priori il ne dispose pas du profil type du soutien de candidat UMP et pourtant il va s'en prendre au candidat du Front de Gauche en utilisant l'argument de l'emploi, que ces grandes surfaces permettaient aux gens « des quartiers » de trouver un emploi plus facilement et de pouvoir se nourrir à prix raisonnable.

En s'installant près de ces quartiers périphériques, ces grands ensembles commerciaux et résidentiels apportent de l'attractivité tant architecturale qu'économique. Le centre en question, baptisé « Coeur de Ranguin », qui a ouvert ses portes en 2012 a pris la place d'une station service hors d'usage et d'un terrain vague en mauvais état. Aujourd'hui, ce petit centre commercial est devenu un espace de vie économique et social pour les habitants du quartier. Il a permis la création de quelques 200 emplois, dispose d'une station service, d'un hypermarché, d'une galerie de boutiques, de logements modernes en étage, avec un quota de logements sociaux comme le veut la loi.

L'intervenant est applaudi par une grande partie de la salle. C'est intéressant dans la mesure où on peut se rendre compte dans les paroles, et dans les programmes des candidats, mais aussi dans les témoignages des cannois qu'ils sont très attachés à l'authenticité de leur ville. Ils veulent conserver ou relancer des traditions locales, favoriser le retour vers les produits, marchandises locales et petites boutiques du centre ville. Mais ils sont aussi attachés à ces grandes surfaces (à distance raisonnable du centre historique) qui permettent notamment de lutter contre le chômage et relancent l'attractivité du quartier dans lequel se fait l'implantation. La cohabitation de ces deux idées semble alors être la règle pour les cannois et boccassiens. Après la fin du débat, je suis allé discuter de façon informelle avec cette personne qui a interpellé le candidat du Front de Gauche pour connaître son ressenti sur ces élections. Il m'a expliqué son parcours, ses parents avaient déménagé en France à la fin des années soixante et il était né à Cannes quelques années après. Il m'a expliqué qu'il n'avait pas fait d'études supérieures et qu'il avait donc toujours eu beaucoup de mal à trouver un emploi stable. Il travaille depuis maintenant quelques années dans une grande surface d'outillage et de bricolage de Cannes (Balitrand) et sa femme travaille dans le centre Leclerc qui a ouvert il y a deux ans dans le quartier de Ranguin où ils habitent. De plus, musulman pratiquant, il m'a expliqué la difficulté de trouver un lieu approprié pour effectuer les prières et écouter des

prêches. En effet, la municipalité de Cannes essayait depuis presque dix ans de construire une mosquée pour les musulmans de la ville mais s'était confrontée à un grand nombre de barrières administratives et financières. Cette mosquée a finalement vu le jour cette année et les musulmans peuvent y prier depuis février 2014. Elle a ensuite été inaugurée en Avril par l'ancien maire Bernard Brochand et le maire récemment élu David Lisnard. Ce cannois interrogé a donc apprécié le fait que la mairie précédente (dont le maire actuel faisait partie) ait tant oeuvré pour la communauté musulmane cannoise. Il ne s'est jamais identifié comme étant de droite, il n'a d'ailleurs jamais voté à droite lors d'élections nationales ou locales, mais cette fois-ci il comptait voter pour le candidat UMP-UDI-MODEM, David Lisnard étant le seul candidat qui se soit vraiment prononcé en faveur de la construction de ce lieu de culte depuis plusieurs années déjà, alors que son opposant principal, Philippe Tabarot dénonçait lui en 2011 des « zones d'ombre sur les motivations des futurs dirigeants de l'association et la provenance du financement »³². Enfin, il ne votera pas pour le candidat du Front de Gauche, qu'il dénonce comme « ennemi de l'emploi » ni pour la candidate du Parti Socialiste qui a été complètement éclipsée de la campagne à partir du moment où la principale figure du Parti Socialiste à Cannes, Apolline Crapiz s'est retirée de la course et sans vraiment l'annoncer, s'est rangée derrière David Lisnard pour les élections.

Comme expliqué précédemment, les candidats ont organisé de nombreuses rencontres entre leurs cérémonies des voeux respectives et la date butoir du 21 mars, date de fin de la campagne du premier tour. Meetings, réunions publiques, rencontres dans les quartiers de Cannes et de Cannes la Bocca, ils ont chaque semaine animé les quelques mois de campagne. Le candidat Lisnard a organisé pas moins de quatre grands

³² « Cannes : la gestion de la Mosquée divise le Conseil Municipal », Gaëtan PEYREBESSE, *Nice Matin*, 24/10/2011 <http://www.nicematin.com/article/cote-dazur/cannes-la-gestion-de-la-mosquee-divise-le-conseil-municipal.668075.html>

meetings, deux dans la salle du Palm Beach qui peut accueillir près de deux mille personnes, un dans la salle de la Licorne à Cannes la Bocca pour présenter son programme et enfin son dernier avant le premier tour s'est déroulé sous les arcades du Marché historique de Forville, qui aurait rassemblé pas moins de trois mille personnes et qui a été construit par son arrière grand père dans les années 1930. Il faut ajouter à cela au moins cinq réunions publiques dans des petites salles cannoises et bon nombres de tournées de quartiers, et autres réunions privées. De son côté, Philippe Tabarot a organisé deux grands meetings au Palm Beach, un pour ses vœux et un la semaine avant le premier tour, un autre meeting sur le boulodrome de Troncy à Cannes la Bocca, deux diners-débat avec des personnalités (Charles Beigbeder et Francis Szpiner) et enfin un grand nombre de réunions « +1 » organisés dans ses permanences et qui recueillaient un grand succès et mobilisaient une centaine de personnes à chaque fois.

4. Quelle place accorder aux sondages ?

Dans la perspective d'élections très disputées comme cela a été le cas à Cannes entre les deux candidats de l'UMP, il est toujours intéressant d'aller se renseigner du côté des sondages, et notamment ceux qui ont suivis les prises de parole des candidats lors des vœux aux cannois, jusqu'au dernier avant le premier tour³³. Premièrement, on peut affirmer que tous les sondages exprimés dans les journaux, chaîne de télévision et radios locales ont présenté le même tiercé. Lisnard arrivant en tête, suivi de plus ou moins près par Philippe Tabarot qui lui-même devançait Madame Dorten du Front National d'une quinzaine de points. Le premier que j'ai relevé date du 7 février et a été publié dans le *Nice Matin*. David Lisnard dispose de 43% d'intentions de vote, Philippe

³³ Voir Tableau 1: Trois sondages lors de la campagne des élections municipales 2014 à Cannes.

Tabarot 33%, Catherine Dorten 10%, de même pour la candidate du PS Anne Majri et enfin le candidat du Front de Gauche Dominique Henrot recueille 3% d'intentions de vote de la part des personnes interrogées. Lors du second tour, les résultats sont équivalents pour le duo de tête, avec dans le même ordre 46%, 34% et une petite différence sur le podium car Anne Majri dépasserait Catherine Dorten avec 12% contre 8% d'intentions de vote. Le report des voix du candidat du Front de Gauche se ferait alors naturellement alors que la candidate du FN perdrait des voix à priori au profit des deux candidats UMP. A ce moment-là, en février, les deux candidats principaux de ces élections peuvent encore postuler au poste de maire et leur marge de manoeuvre est très grande par rapport aux trois autres candidats en lice. Cette différence entre ces deux groupes ne se réduira pas lors des autres sondages et du scrutin à la fin du mois de mars.

Le second sondage étudié, publié par *Nice Matin* le 8 mars donne dans le même ordre David Lisnard à 40%, Philippe Tabarot à 30%, Catherine Dorten a gagné elle 6 points et est maintenant à 16%. Du côté gauche de l'échiquier politique, Anne Majri pour le Parti Socialiste perd 1 point à 9% et Dominique Henrot stagne à 3%. Première leçon à quinze jours du premier tour, la gauche cannoise se désintègre et aucune des listes présentes ne pourra aller au deuxième tour et provoquer une quadrangulaire. Ce sondage ayant été réalisé quelques jours après le débat de premier tour avec tous les candidats, on peut être amené à penser que la maigre prestation des candidats de gauche ainsi que l'attention qui est focalisée sur les deux candidats UMP a clairement diminué les chances du Parti Socialiste et du Front de Gauche d'établir un score correct le 23 mars. Le candidat de l'Alliance Ecologiste Indépendante, Jean-Pierre Villon, présent lors du débat, ayant même décidé de renoncer à la course à la mairie pour se ranger derrière la candidature de Philippe Tabarot. L'institut de sondage propose ensuite pour le second tour deux alternatives, une sans le Parti Socialiste. La hiérarchie reste la même dans les deux cas de figures, quadrangulaire et triangulaire avec David Lisnard à 43% ou 50%, Philippe

Tabarot à 32% ou 36%, Catherine Dorten à 14% dans les deux cas et Anne Majri serait à un maigre 11% si elle était en mesure de se maintenir dans une quadrangulaire. On peut donc observer que l'écart entre les deux candidats UMP n'a pas changé, il est de 10 points alors que la candidate du FN a elle gagné 6 points. Tabarot et Lisnard ont perdu 3 points chacun, le report des voix vers Catherine Dorten commencerait donc à se faire, car les électeurs commencent à être agacés par les joutes verbales entre les deux frères ennemis. De plus, la candidate FN n'était, avant sa désignation par le parti, que peu connue, elle a donc du faire ses preuves auprès des cannois pendant les derniers mois de la campagne.

Enfin, le dernier sondage étudié avant le premier tour date du 14 mars et a été présenté par France 3 Côte d'Azur dans un contexte d'intensification des affaires juridiques, et autres gros mots lancés entre candidats. David Lisnard gagne 2 points à 42%, Philippe Tabarot se rapproche du leader de la course avec 35% d'intentions de vote, Catherine Dorten retombe à 12% tandis que Anne Majri s'effondre à 7% et que Dominique Henrot augmente d'un petit point à 4%. Le contexte juridique tendrait donc à privilégier Tabarot dans la mesure où l'écart entre lui et Lisnard se ressert (même si les deux progressent). La candidate du Front National ne semble étrangement pas profiter de cet embourbement de la campagne dans les invectives et dénonciations des deux candidats UMP, et les scores des candidats de gauche n'évoluent quasiment pas, à l'image de leur campagne qui est plus que discrète, tout du moins dans les médias locaux. Dans ce sondage-ci, le second tour est proposé en deux formes, une quadrangulaire avec les deux candidats de l'UMP, la candidate du FN et la candidate du PS et une triangulaire sans la candidate du FN. Dans les deux cas David Lisnard sort gagnant (44% et 49%), Philippe Tabarot gagne quelques précieux points (38% et 40%) alors que la candidate du FN perd 4 points dans la quadrangulaire (8%) et que la candidate du PS, créditée au premier tour de 7% stagne à 10% et 11% d'intentions de vote au second tour.

Comme l'explique Yves-Marie Cann, directeur adjoint du CSA, dans son commentaire concernant le sondage du 8 mars dans *Nice Matin*, le rapport de force est resté le même tout au long de la campagne, les rôles ne se sont jamais inversés. La seule incertitude concernant la capacité des candidates Dorten et Majri à se maintenir au second tour, ce qui au final a été possible pour la première et non pour la seconde. La grande surprise a été aussi le score de Philippe Tabarot qui a perdu 10 points par rapport à ce que les sondages prédisaient et David Lisnard a lui été presque élu au premier tour.

Il est donc intéressant de noter encore une fois le caractère si spécifique des élections municipales dans la mesure où les candidats ne sont que peu « affectés » par les affaires et querelles nationales. Les électeurs locaux oublient l'espace d'un instant la bataille qui se déroule au sein de l'UMP pour connaître le candidat officiel du parti pour la ville de Cannes, dans le spectre du conflit Copé/Fillon. Les électeurs voient les candidats comme des cannois avant tout qui veulent représenter leur ville. Ils se sentent concernés par les enjeux des élections car ils concernent leur quartier, leur emploi, leur communauté.

III. L'Après élection, l'anti campagne ?

1. Les premiers mois d'essai de la « Méthode Lisnard »

Les élections sont maintenant terminées, le score a été annoncé, les résultats sont clairs et le vainqueur, David Lisnard a largement devancé ses opposants. Celui qui selon ses détracteurs « ne sait pas faire avec les gens » a réussi à faire apprécier son profil de travailleur acharné aux cannois.

Pour rappel, Il a obtenu au second tour un score de 58,97% des voix, contre Philippe Tabarot à 26,08% et Catherine Dorten avec 14,94% des voix. Les deux candidats perdant n'obtiennent à eux deux que 41,02% des bulletins exprimés. La victoire a été nette pour le candidat représentant la mairie sortante, et il dispose alors d'une très grande marge de manœuvre pour mettre en place son programme et pour continuer l'action commencée sous les mandatures de Bernard Brochand. L'après élection a été dure à avaler pour le camp Tabarot qui ne s'attendait pas à une défaite de telle ampleur. Selon *Le Figaro*³⁴, Jean-François Copé et son bras droit à la présidence de l'UMP, Michèle Tabarot, semblent en effet avoir oublié d'inviter le nouvellement élu maire de Cannes à un buffet organisé au siège du parti à Paris pour féliciter les nouveaux élus, et cela malgré le score sans appel et le plébiscite des sympathisants de droite et donc de l'UMP cannois.

De la relance d'évènements culturels locaux au développement des projets économiques, les dossiers sont nombreux pour le nouveau maire et certains ont déjà été mis en place. En effet, soucieux de redonner un souffle nouveau aux traditions, David Lisnard a relancé les joutes provençales qui n'avaient plus lieu à Cannes depuis 20 ans.

³⁴ « Copé ne veut pas voir le maire de Cannes », Sophie Huet, *Le Figaro*, 10/04/2014 : <http://bit.ly/1A2Mfj6>

Cette tradition provençale était dans le programme du candidat et cet évènement s'est déroulé pendant l'été, au bonheur des défenseurs des traditions locales cannoises et notamment des opposants Philippe Tabarot et Catherine Dorten. Autre promesse culturelle, celle de « concurrencer Montmartre ». David Lisnard souhaite favoriser la création artistique dans sa ville en créant notamment le festival « Suquet des Arts » qui a lieu sur la colline du Suquet et qui propose des animations le temps d'un weekend, pour tous les goûts et tous les âges.

Concernant la lutte contre les incivilités, la municipalité a lancé des opérations de sensibilisation contre la présence de mégots de cigarette dans les rues et sur les plages de Cannes. Les bénévoles ont notamment distribué des cendriers portables afin de permettre une meilleure conservation des plages azurées, de la faune et de la flore de la mer Méditerranée. David Lisnard a rencontré les policiers municipaux pour expliquer son projet de réorientation de leur mission vers la lutte contre l'incivisme. Il a ensuite effectué des rondes avec les agents afin de contrôler les véhicules bruyants et polluants mais aussi le respect des règles par les commerçants en matière de propreté et de place sur la chaussée. Il souhaite que toutes les règles, même les plus sommaires soient respectées afin d'être le maire d'une ville irréprochable pour les cannois mais aussi pour les nombreux touristes et congressistes qui s'y rendent chaque année.

Un des piliers de sa campagne, les transports en commun, ont connu des changements avec le développement des lignes de nuit « Palm Night » pour faciliter les sorties des cannois le soir et donc favoriser les commerçants, restaurateurs, bars et clubs de la ville. Il a aussi annoncé la création, avec l'assistance de la Communauté d'Agglomération du Pays de Lérins, de lignes de bus qui desserviront les nouveaux quartiers et nouvelles installations culturelles et sportives tels que le quartier Montfleury. Enfin, la mairie de Cannes a lancé la gratuité des transports en communs pour les jeunes

de 14 ans afin de favoriser le bus plutôt que le scooter, source de danger et de nuisance sonore. Il a aussi été mis en place une carte transports en commun pour les jeunes à 90€ par an, ce qui équivaut à 7,5€ par mois (l'équivalent de 5 trajets en bus par mois, ce qui rend donc très abordable le prix des transports en commun dans la ville).

Le programme du candidat Lisnard en matière de stationnement a aussi débuté avec la mise en place de stationnements « intelligents » qui enregistrent, grâce notamment à des capteurs, les temps et taux d'occupation de certaines zones de parkings en surface et avec la mise en place d'un système de paiement en ligne, depuis un smartphone, à distance.

Pour le quartier de la Bocca, qui a animé la campagne, le projet de réaménagement du « centre-ville » de ce quartier va débiter très prochainement avec la création d'une « place du village » face à la mer pour relancer l'attractivité de cette zone.

Mais encore, la mairie a décidé d'appliquer sereinement la réforme des rythmes scolaires, tout en rappelant la méfiance de la mairie face à cette réorganisation de l'école. Les activités seront payantes et le prix sera calculé selon le quotient familial (de 4,50€ à 30€ par enfant). Les parents pourront, dès la rentrée apporter leur témoignages, idées et commentaires sur le site de la ville de Cannes dans un espace dédié afin de faire évoluer l'offre pour les années à venir si la réforme est définitivement adoptée.

Avec toutes ces nouvelles mesures instaurées, autant dire que le nouveau maire est fidèle à lui même et à son profil de travailleur acharné. Cela a donc entraîné quelques tensions, notamment avec les associations, qui ont subi une baisse de leurs subventions, dans un souci, pour la mairie, de réduction des dépenses et frais de fonctionnement. Cela a surtout concerné les plus grosses associations cannoises comme le Festival International du Film ou les associations sportives.

Mais encore, dans ce même objectif de réduction des dépenses de la mairie, le conseil municipal avait décidé de réduire certains services municipaux ou même d'en fermer. C'était le cas du service des réceptions, traiteur et organisation de soirées qui devait être fermé et les prestations futures mises en place par des entreprises privées. J'ai côtoyé lors de la campagne à la Roquette sur Siagne une personne travaillant dans ce service à la mairie de Cannes (mais qui ne souhaite pas être identifié) et qui voyait d'un oeil réservé l'arrivée de David Lisnard à la mairie car il connaissait le caractère du candidat en l'ayant côtoyé en tant que premier adjoint. Ses réserves se sont avérées justes lorsque le nouveau maire a souhaité supprimer le service dans lequel il travaille. Il n'aurait pas été licencié, mais aurait du changer de poste au sein des services municipaux, de la même façon que ses collègues. Cependant, ce n'était pas pour eux une situation idéale et cela a entraîné quelques tensions en interne et la mairie a du renoncer et changer ses plans quant à la fermeture de ce service municipal. Pendant ces premiers mois à la tête de la mairie de Cannes, David Lisnard a donc commencé à imposer sa patte et sa façon de travailler, sans bien évidemment laisser tout le monde indifférent et en ayant connu des difficultés à certains moments.

2. L'usage de la presse quotidienne régionale par les hommes politiques locaux

David Lisnard veut être un « bon maire » pour sa ville, expression mise en avant par Virginie Auquetin³⁵. Cela nécessite comme le propose l'auteur, une « entente » tacite entre la mairie et la presse quotidienne régionale pour faciliter la diffusion des informations sur les réformes et projets, sans commencer ou promouvoir les éventuelles

³⁵ Virginie ANQUETIN, « Un "bon maire". La fabrication de la façade mayorale dans une grande ville », *Presses de Sciences Po*, n°88, 2012/4, p.99-124

dissensions ou polémiques qui pourraient naître à la mairie. En effet, le journal doit conserver une bonne relation avec la mairie afin de pouvoir bénéficier de reportages, articles, interview concernant les projets de la mairie. La porte aux événements organisés par une municipalité peut très vite se refermer si un journal ou un journaliste est trop virulent.

« Les journalistes sont ainsi en mesure de délimiter article après article une orientation rédactionnelle optimale, qui leur permette tout à la fois de préserver leurs relations avec leurs sources municipales, sans renoncer à l'usage de postures d'objectivité, et sans négliger les contraintes de mises en forme commercialement attractives. »³⁶

On peut revenir à la campagne afin d'observer certains événements qui permettent de mettre en valeur un candidat. Par exemple, la « Team Lisnard » avait organisé une collecte de cadeaux pour Noël afin de les distribuer aux enfants dans le besoin. David Lisnard n'a pas participé à l'organisation ni à la collecte des cadeaux mais était présent lors de la remise des cadeaux et de la présentation de l'évènement à la presse afin d'apparaître comme l'« instigateur » de cette opération solidaire. La « Team Lisnard » joue bien ce rôle d'organisateur afin d'aider leur candidat à développer son image de potentiel maire.

Les maires sont bien plus protégés par la presse quotidienne régionale par rapport aux hommes et femmes politiques sur le plan national tels que le président de la république, les ministres ou les députés. Ils maîtrisent mieux les informations, et les journalistes de la presse quotidienne régionale sont plus enclin à laisser le temps à des sujets. Par exemple,

³⁶ « Un "bon maire". La fabrication de la façade mayorale dans une grande ville », *art. cit.*, p.99-124.

si un journaliste sort une information sur un projet qui est encore en négociations ou en phase d'étude, cela va entraîner un débat dans la ville et cela risque de ralentir le processus. Si cela aide des intérêts, aussi bien au sein de la majorité du Conseil municipal que de l'opposition, les journalistes seraient incités à écrire sur le sujet. C'est une sorte de connivence qui se joue, de façon implicite, et qui fait partie du jeu politico-journalistique local.

Lors d'une campagne électorale par contre, tous les candidats, ou au moins les candidats ayant le plus de chance de remporter le scrutin profitent d'un traitement relativement conciliant dans la mesure où il ne faut pas sembler en privilégier un par rapport à l'autre. Il est possible de prendre l'exemple des élections à La Roquette sur Siagne dans laquelle j'étais engagé au sein d'une liste (d'opposition divers droite). Une seule et même journaliste s'est rendue à toutes les réunions publiques que les 3 listes en course avaient organisées. Chaque lendemain, son compte rendu était publié dans le *Nice Matin*. Chaque article relatait le remplissage de la petite salle (qui peut accueillir 200 personnes assises), le programme présenté et les attaques ou réponses d'attaques dirigées vers un autre candidat. L'exemple le plus marquant et le plus récurrent dans la campagne roquettanne est l'attaque d'André Roatta, maire sortant UMP contre Christian Ortega, candidat à la mairie et ancien premier adjoint de 2003 à 2008. Le maire accusait son opposant d'avoir laissé les finances de la mairie dans un état « de faillite » et que lui-même et son équipe avaient réussi à redresser les deniers de la commune. Le terme de « faillite » ne peut juridiquement pas être utilisé car la ville n'a jamais « déposé le bilan » et la seule solution juridique est qu'elle soit mise sous tutelle, ce qui avait été fait en 2001 lorsque le budget de la mairie n'avait pas été voté par le conseil municipal d'alors, dirigé par Catherine Giacomini, qui soutient aujourd'hui le Maire sortant. En passant rapidement sur cet imbroglio de dates et de chiffres, il est important de retenir qu'une commune ne peut légalement pas être « en faillite » et que c'était l'un des principaux arguments utilisés par

le maire sortant et son équipe. Cela a déchainé les passions, notamment dans les rangs de l'équipe d' « Unis pour la Roquette » de Christian Ortega dont une partie des colistiers étaient déjà membres du Conseil municipal entre 2003 et 2008. La journaliste, en faisant son travail avait alors à chaque fois relevé l'information comme quoi André Roatta attaquait la précédente municipalité sur les finances en utilisant le terme tant chargé de sens qu'est « faillite », surtout dans la période incertaine que connaît la France actuellement. Lorsque notre liste répondait à ces attaques, la journaliste retranscrivait la réponse. Ce jeu d'attaque réponse était donc retranscrit dans le journal de façon impartiale et les lecteurs devaient alors se forger une opinion par rapport à ces rapports de réunions s'ils ne s'étaient pas déplacés. Lors d'une réunion publique organisée par notre équipe, Colette Blanchard, qui figurait en seconde position sur la liste, a décidé d'intervenir auprès de la journaliste afin de lui expliquer que le terme de « faillite » n'était pas approprié et qu'elle devait donc arrêter de l'utiliser dans ses articles. C'est bien évidemment quelque chose qu'il ne faut pas faire si l'on ne veut pas se mettre à dos la seule journaliste qui couvre l'élection municipale dans notre petite commune. Christian Ortega a donc du, en quelque sorte, s'excuser afin de rectifier le tir auprès d'elle.

Les candidats doivent être en totale « coopération » avec les journalistes de la presse quotidienne régionale afin d'être garanti d'un traitement favorable ou au moins équitable et par la suite profiter d'un statut de « bon maire »³⁷.

3. *Quelle opposition face au nouveau maire ?*

Avec un tel résultat aux premier et deuxième tours des élections municipales, David Lisnard peut légitimement mettre en avant la domination de sa liste sur

³⁷ « Un "bon maire". La fabrication de la façade mayorale dans une grande ville », *art. cit.*, p. 99-124.

la vie politique cannoise des six prochaines années. L'opposition municipale ne sera composée que de 6 conseillers de la liste de Monsieur Tabarot de l'UMP et 3 de la liste de Madame Dorten du FN. La gauche sort pour la première fois de la salle du conseil municipal et risque donc d'être mis à l'écart du jeu politique cannois pour un bout de temps. Le candidat du Front de Gauche a même expliqué dans la presse qu'il avait demandé à être reçu par David Lisnard pour discuter sur d'éventuels points d'accords dans leurs programmes respectifs alors même qu'ils avaient vivement combattu le projet du candidat Lisnard. De son côté, la liste du Parti Socialiste et d'Europe Ecologie les Verts regrettent de ne pas avoir pu faire liste commune avec le Front de Gauche afin de pouvoir dépasser les 10% et d'avoir donc quelques sièges au Conseil municipal. Cependant, il suffit d'additionner leurs deux scores pour se rendre compte qu'à eux deux, ces listes n'atteignent pas les 10% obligatoires pour se maintenir au second tour. Bien évidemment, une liste d'union de la gauche aurait peut-être joué sur la motivation des électeurs de gauche qui se sont sentis laissés pour compte lors de cette campagne avec des candidats invisibles qui se mettaient mutuellement des bâtons dans les roues . Une alliance aurait peut être changé la donne et ils auraient pu même pourquoi pas espérer dépasser la liste du Front National qui est restée à un modeste score de 14,77% au premier tour s'ils avaient réussi à mobiliser leurs électeurs et à avoir plus de place dans la presse quotidienne régionale notamment. Cette désillusion de la gauche lors de ces élections municipales, dans le cas de Cannes, est bien évidemment à mettre en partie au discrédit du gouvernement actuel et aux difficultés de François Hollande, mais cela dit, cette défaite à une élection locale doit en priorité s'expliquer par des raisons locales. La section du Parti Socialiste de Cannes est en ruines, l'ancienne élue d'opposition PS Apolline Crapiz a elle, implicitement rejoint David Lisnard. Il faut ajouter que lors des précédentes élections

nationales, le PS n'a pas réalisé de score élevé dans cette commune, ni celles alentours³⁸. C'est un département traditionnellement acquis à la droite et il est très difficile pour les élus de gauche d'exister aussi bien sur la scène locale que nationale dans leur parti (s'ils sont effectivement liés à un parti). Malgré les regrets de ne pas avoir fait cette campagne ensemble, les candidats Anne Majri et Dominique Henrot ont très vite admis que la cohabitation aurait été difficile notamment du au fait que le candidat du Front de Gauche souhaitait conserver sa liberté de parole sur la politique du gouvernement actuel.

Quelle opposition propose Philippe Tabarot depuis qu'il a pour la seconde fois perdu les élections municipales? Cette fois-ci, malheureusement pour lui ce n'est pas une défaite de près de 1000 voix, mais bien de 9000 voix. La défaite a été cuisante et probablement difficile à comprendre, lui qui a pendant 6 ans entre 2008 et 2014 tout fait pour se faire connaître, se faire entendre et écouter les cannois. C'est un vote plébiscite pour David Lisnard et donc peut être aussi un vote de rejet contre Philippe Tabarot ou bien un vote d'incompréhension vis-à-vis de son projet.

Il est donc difficile d'appréhender le type de position dans lequel va se placer Philippe Tabarot. On peut notamment relever que l'affaire de l'association des « Amis de Cannes » continue après les élections et que de nouvelles perquisitions ont été effectuées à la mairie de Cannes. Cependant, Philippe Tabarot ne s'est pas exprimé par voie de presse alors qu'il avait fait de cette affaire un des arguments de sa campagne pour dénoncer la municipalité sortante. Il est vrai aussi que sa soeur au Cannet est prise dans l'affaire Bygmalion et qu'en tant que collaborateur, il risque d'être également inquiété.

³⁸ Le score de François Hollande au deuxième tour des élections présidentielles de 2012 était de 31,20%, celui d'Elisabeth Deborde candidate PS-EELV aux législatives qui ont suivies était de 21,13%, elle est arrivée en troisième position et ne s'est pas qualifié au second tour. La liste menée par Vincent Peillon aux élections européennes de 2014 n'a recueilli que 9,21% des voix à Cannes.

Mais encore, Philippe Tabarot, qui est Conseiller Général des Alpes Maritimes avait jusqu'alors la vice présidence en charge des solidarités dans le département, ce qui représentait l'aide aux personnes âgées, aux personnes handicapées et à l'enfance en danger et qui est donc doté d'un budget et d'une importance conséquente. Eric Ciotti, Président du Conseil Général et soutien indéfectible de David Lisnard semble avoir utilisé le déroulement et le résultat de cette élection pour l'évincer de ce poste ainsi que celui qu'il occupait comme Président du Conseil Portuaire de Cannes. Philippe Tabarot se retrouve alors esseulé avec sa soeur, au sein d'une fédération UMP des Alpes Maritimes dévolue au clan Fillon et avec en tête d'affiche le duo Ciotti/Lisnard. Il a perdu tous ses postes d'importance que ce soit à la ville de Cannes ou au sein du Conseil Général, sa position est alors très diminuée et son influence se réduit au minimum. Il ne fait d'ailleurs même plus partie du groupe majoritaire UMP au sein du Conseil Général « Alpes Maritimes ensemble », ce qui montre encore plus sa mise sur la touche dans une position esseulée. A l'inverse, David Lisnard a obtenu le poste de Vice Président général délégué au tourisme au sein du Conseil Général des Alpes Maritimes.

Quelle opposition présente le Front National qui avec sa troisième position le soir du 30 mars a positionné 3 colistiers au sein du conseil municipal, Catherine Dorten, tête de liste, Adrien Grosjean, jeune loup du parti qui avait réussi à faire un score honorable de 33,87% aux élections législatives dans la 8ème circonscription des Alpes Maritimes dont fait partie Cannes, et enfin Sylviane Marchand. Le Front National pouvait alors jouer les troubles fêtes et se faire remarquer lors des six prochaines années afin de récupérer des voix pour les prochaines échéances électorales. Cependant voilà, Adrien Grosjean, l'ambitieux élu frontiste a décidé lors du premier conseil municipal de Cannes de se présenter à la fonction de maire alors que Catherine Dorten devait se présenter, en tant que tête de liste pour le FN. Il a donc été suspendu par les instances nationales du parti

dès le 4 avril. C'est donc une première tension qui est apparue entre les deux colistiers FN. Cependant, cette suspension semble être mineure et temporaire car elle n'a pas empêché Adrien Grosjean de continuer à siéger au Conseil Municipal et est toujours en aout 2014 Secrétaire départemental des FNJ06 (Front National de la Jeunesse des Alpes Maritimes), selon le site du Front National des Alpes Maritimes. Il s'est donc fait gentiment taper sur les doigts suite à son geste lors du premier conseil municipal à Cannes, mais reste néanmoins un pilier de la nouvelle génération du Front National azuréen et national.

L'opposition avance en ordre dispersé à Cannes, le groupe majoritaire semble lui, avoir toutes les armes en main pour faire développer ses projets. Malgré l'affaire de l'association des « Amis de Cannes » et les mises en examens de proches de l'ancien maire (et toujours député) Bernard Brochand pour des affaires de « détournements de fonds publics, trafic d'influence passif ou abus de confiance », la municipalité actuelle semble être portée par l'engouement d'une campagne réussie, du résultat triomphal au soir du 30 mars 2014, d'un début de mandat idéal et d'une opposition en berne.

L'UMP connaît depuis maintenant deux ans une situation précaire, qu'elle n'avait jamais connue auparavant. Elle n'a pas de majorité ni à l'Assemblée Nationale ni au Sénat, est secouée par l'affaire Bygmalion, et elle ne peut même pas profiter des faux pas et des manqués du gouvernement. La situation de la fédération UMP des Alpes Maritimes est elle au beau fixe. Certes des tensions existent entre Christian Estrosi et son ex-protégé Eric Ciotti, ou entre eux et la famille Tabarot, pour des questions de leadership, mais les résultats sont là. Presque toutes les communes du département présentent un maire UMP ou apparenté et le Conseil Général est très majoritairement de couleur bleue. Cannes est une de ces villes de taille moyenne qui présentent la particularité d'avoir toujours été à droite (les plus centristes des cas fut un maire UDF, Michel Mouillot dans les années 1990 et Bernard Cornut-Gentille qui « farouchement » indépendant dans les années 1960 et 1970). Dans la conjoncture actuelle cannoise, la situation ne devait vraisemblablement pas changer, d'où la confiance des deux candidats Philippe Tabarot et David Lisnard dans leur victoire finale. Cette situation attire donc les convoitises des cadres locaux de l'UMP. C'est pour cette raison que le choix a été si compliqué pour la commission nationale d'investiture de l'UMP qui choisit de ne pas choisir pour le bien être et la bonne gestion du parti, déjà au plus mal. Cela a donc entraîné le développement de clans, qui se sont déplacés de la scène nationale vers la scène locale, municipale et départementale et qui ont mené une campagne virulente. D'ailleurs, les médias locaux ont, en grande majorité, focalisé leur attention sur ce duel entre frères ennemis de l'UMP. Entre les affaires judiciaires, les soupçons, les bilans et programmes respectifs, les profils des deux candidats, tout y est passé alors que les trois autres candidats semblent avoir été relégués au second plan médiatique.

Les deux clans ont alors déployés leurs outils de campagne, les jeunes militants, les meetings à répétition, les vidéos de soutien, les rencontres dans les quartiers, les annonces choques. D'ailleurs, il est difficile de connaître le réel chiffre des militants qui se

sont engagés dans la campagne derrière leur candidat. Les meetings étaient de taille égale. L'engagement des jeunes a par contre paru bien plus important du côté de David Lisnard qui disposait de sa « Team » pour tracter, militer sur les réseaux sociaux, faire le nombre lors de rassemblements et mettre en place des actions solidaires.

Le résultat final a récompensé la campagne menée à un rythme effréné par l'équipe de David Lisnard, lui qui est présenté comme un bourreau de travail. Son score a été bien au dessus des pronostiques des sondages et des résultats envisagés. Il est passé à quelques voix d'une élection au premier tour, ce qui l'a conforté dans son engagement entier au service des cannois. Au contraire, Philippe Tabarot n'a pas fait le poids les 23 et 30 mars, lui qui avait perdu d'un très court écart en 2008. Il a payé la pauvreté de son programme, qui manquait cruellement de données chiffrées concernant le financement de ses projets, mais aussi sa totale opposition avec le bilan des six années du tandem Bernard Brochand/David Lisnard. Il a critiqué toutes les réalisations auxquelles il n'était pas associé et a systématiquement pointé du doigt les affaires judiciaires de ses adversaires alors qu'il conspuait et rejetait les attaques de la même nature qui étaient faites contre lui. Aujourd'hui, Philippe Tabarot a perdu la majorité de ses délégations et de ses postes au sein des exécutifs locaux et il se retrouve bien esseulé avec sa soeur Michèle au sein de la très filloniste et lisnardiste fédération UMP des Alpes Maritimes. David Lisnard a quant à lui vu ses responsabilités augmenter, aussi bien dans la ville de Cannes qu'au Conseil Général. L'« héritier » a triomphé contre le « cadre », le parti est toujours divisé, mais cela n'aura pas eu d'importance à Cannes, qui plus que jamais, a voté pour l'UMP, à 85,05%.

Annexes :

Tableau 1 : Résultats des élections municipales 2014 à Cannes.

Source Ministère de l'Intérieur.

Candidats	1er Tour		2nd Tour	
	Pourcentage	Nombre de voix	Pourcentage	Nombre de voix
David Lisnard UMP-UDI-MODEM	48.80%	14458	58,97 %	16613
Philippe Tabarot UMP	26.73%	7918	26,08 %	7348
Catherine Dorten FN	14,77 %	4377	14,94 %	4209
Anne Majri PS-EELV	6,24 %	1850	—	—
Dominique Henrot FdG	3,45 %	1022	—	—
Abstentions	42,75 %	22548	44,59 %	23520
Suffrages exprimés	56,17 %	29625	53,41 %	28170
Votes Blancs et Nuls	1,08 %	572	2,00 %	1056
Votants	57,25 %	30197	55,41 %	29226

Tableau 2 : Trois sondages lors de la campagne des élections municipales 2014 à Cannes.

Candidats	Nice Matin 07/02/2014		Nice Matin 08/03/2014			France 3 Côte d'Azur 14/03/2014		
	1er Tour	2nd Tour	1er Tour	2nd Tour Quadran- gulaire	2nd Tour Triangul- aire	1er Tour	2nd Tour Quadran- gulaire	2nd Tour Triangul- aire
David Lisnard UMP-UDI- MODEM	43 %	46 %	40 %	43 %	50 %	42 %	44 %	49 %
Philippe Tabarot UMP	33 %	34 %	30 %	32 %	36 %	35 %	38 %	40 %
Catherine Dorten FN	10 %	8 %	16 %	14 %	14 %	12 %	8 %	—
Anne Majri PS-EELV	10 %	12 %	9 %	11 %	—	7 %	10 %	11 %
Dominique Henrot FdG	3 %	—	3 %	—	—	4 %	—	—

Bibliographie :

Ouvrages:

- BARGEL Lucie, *Jeunes socialistes, Jeunes UMP. Lieux et processus de socialisation politique*, Paris, Dalloz, 2009, 782 pages.
- LAURENT Annie et WALLON-LEDUCQ Christian-Marie, « Chapitre 6: Les candidats aux élections législatives de 1997, sélection et dissidence », in Pascal PERRINEAU et Colette YSMAL , « *Le vote surprise. Les élections législatives des 25 mai et 1er juin 1997* », Paris, Presses de Sciences Po « Chroniques électorales », 1998 p. 119-138.
- LEFEBVRE Rémi, « S'ouvrir les portes de la ville. Ethnographie des porte-à-porte de Martine Aubry à Lille », in LAGROYE Jacques, LEHINGUE Patrick, SAWICKI Frédéric, *Mobilisations électorales. Le cas des élections municipales de 2001*, Paris, Presses Universitaires de France, 2005.

Articles scientifiques :

- ANQUETIN Virginie, « Un "bon maire". La fabrication de ma façade mayorale dans une grande ville », *Presses de Sciences Po*, n°88, 2012/4, p.99-124.
- BARGEL Lucie, « "La jeunesse qui bouge a changé de camp!". Des usages partisans de la catégorie jeunesse », *Mouvements*, Vol. 59, 2009, p. 83-89.
- BARGEL Lucie et PETITFILS Anne Sophie, « "Militants et Populaires! " Une organisation de jeunesse sarkozyste en campagne. L'activation périodique d'une offre organisationnelle de militantisme et ses appropriations pratiques et symboliques », *Revue française de science politique*, Vol. 59, n°1, 2009, p. 51-75.
- BRIQUET Jean-Louis, « Communiquer en actes. Prescriptions de rôle et exercice quotidien du métier politique », *Politix*, Vol. 7, n°28, Quatrième trimestre 1994, p.16-26.

- HAEGEL Florence, « La mobilisation partisane de droite. Les logiques organisationnelles et sociales d'adhésion à l'UMP », *Revue française de science politique*, Vol. 59, n°1, 2009, p.7-27.
- LEFEBVRE Rémi, « Être maire à Roubaix. La prise de rôle d'un héritier », *Politix*. Vol. 10, n°38, Deuxième trimestre 1997, p. 63-87.
- MEDARD Jean-François, « Le rapport de clientèle: du phénomène social à l'analyse politique », *Revue française de science politique*, 26ème année, n°1, 1976, p.103-131.
- SAWICKI Frédéric, « L'homme politique en campagne. L'élection municipale de Dunkerque en mars 1989 », *Politix*, Vol. 7, n°28, Quatrième trimestre 1994, p. 127-139.

Revue de Presse :

[Liste non exhaustive, autres articles présents en version numérique dans le dossier Annexes - Revue de Presse]

- Lisnard-Tabarot, duel au soleil 31/03/2011 :

http://www.lepoint.fr/villes/lisnard-tabarot-duel-au-soleil-31-03-2011-1316719_27.php

- Municipales, tirs croisés sur la Croisette 05/12/2013 :

http://www.lemonde.fr/municipales/article/2013/12/05/municipales-tirs-croises-sur-la-croisette_3525553_1828682.html

- Municipales : à Cannes Sarkozy choisit son candidat 15/02/2014 :

http://abonnes.lemonde.fr/municipales/article/2014/02/15/municipales-a-cannes-sarkozy-choisit-son-candidat_4367441_1828682.html?xtmc=municipales_tirs_croises_sur_la_croisette&xtcr=2

- Les Tabarot, une saga politico-familiale 27/07/2013 :

http://www.lexpress.fr/actualite/politique/les-tabarot-une-saga-politico-familiale_1269224.html

- Municipales à Cannes, dans les coulisses de la succession du Maire 01/07/2013 :

http://www.lexpress.fr/actualite/politique/municipales-a-cannes-dans-les-coulisses-de-la-succession-du-maire_1292724.html

- Municipales à Cannes : un adjoint au Maire en garde à vue 21/01/2014 :

http://www.lexpress.fr/actualite/politique/elections/municipales-a-cannes-un-adjoint-au-maire-en-garde-a-vue_1316108.html

- Sondage 14/03 : http://www.lexpress.fr/actualite/politique/municipales-a-cannes-lisnard-donne-gagnant-dans-tous-les-cas-de-figure_1500257.html

- Sondage 07/02 : <http://www.nicematin.com/cannes/municipales-a-cannes-david-lisnard-donne-gagnant-dans-un-sondage.1610948.html>

- Municipales : Deux candidats à Cannes, aucun à Grenoble : <http://www.lefigaro.fr/politique/2013/10/16/01002-20131016ARTFIG00365-municipales-deux-candidats-ump-a-cannes-plus-aucun-a-grenoble.php>

- Municipales : Les Tabarot veulent Cannes à tout prix : http://www.lepoint.fr/municipales-2014/municipales-les-tabarot-veulent-cannes-a-tout-prix-20-01-2014-1782304_1966.php

- Cannes, un duel fratricide pour les municipales de 2014 : http://www.lepoint.fr/politique/cannes-un-duel-fratricide-ump-pour-les-municipales-de-2014-14-04-2013-1654828_20.php
- Cannes : David Lisnard et Philippe Tabarot renvoyés dos à dos, ou plutôt face à face : <http://france3-regions.francetvinfo.fr/cote-d-azur/2013/10/16/cannes-david-lisnard-et-philippe-tabarot-renvoyes-dos-dos-plutot-face-face-339467.html>
- La Galaxie Brochand à Cannes : <http://www.lepoint.fr/actualites-region/2007-01-19/la-galaxie-brochand-a-cannes/1556/0/50899>
- Cannes, un festival d'affaires : <http://www.parismatch.com/Actu/Societe/Un-festival-d-affaires-552050>
- A Cannes, Fillon demande le soutien de Copé pour son candidat : <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/coulisses/2014/03/25/25006-20140325ARTFIG00288-a-cannes-fillon-demande-le-soutien-de-cope-pour-son-candidat.php>
- Philippe Tabarot reçoit le soutien de la droite forte : <http://www.nicematin.com/cannes/municipales-a-cannes-philippe-tabarot-ump-recoit-le-soutien-de-la-droite-forte.1557829.html>
- Les vérités de David Lisnard : http://www.lepoint.fr/villes/les-verites-de-david-lisnard-15-05-2014-1829563_27.php
- Copé ne veut pas voir le maire de Cannes : <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/2014/04/10/25001-20140410ARTFIG00080-cope-ne-veut-pas-voir-le-maire-de-cannes.php>
- La gauche cannoise a-t-elle encore un avenir : <http://www.nicematin.com/cannes/la-gauche-cannoise-a-t-elle-encore-un-avenir.1725777.html>