



HAL
open science

**Du couple diplomatique à la relation bromantique :
étude de l’ethos macronien à travers la “ bromance ”**

Macron-Trudeau

Clément Borowczyk

► **To cite this version:**

Clément Borowczyk. Du couple diplomatique à la relation bromantique : étude de l’ethos macronien à travers la “ bromance ” Macron-Trudeau. Sciences de l’information et de la communication. 2018. dumas-02931596

HAL Id: dumas-02931596

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02931596>

Submitted on 7 Sep 2020

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et politique

Du couple diplomatique à la relation bromantique Étude de l'ethos macronien à travers la « *bromance* » Macron- Trudeau

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Thierry Devars

Nom, prénom : BOROWCZYK Clément

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 25/06/2018

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

En premier lieu, je remercie Madame la Professeure Karine BERTHELOT-GUIET, directrice du CELSA, ma directrice de master Madame Isabelle LEBRETON et le CELSA dans son ensemble, pour m'avoir permis de conduire ce travail de recherche passionnant.

Je remercie Madame Nicole D'ALMEIDA, Présidente du jury de ma soutenance, pour son temps et son regard précieux sur mon travail.

Je tiens à remercier chaleureusement Monsieur Thierry DEVARS, mon rapporteur universitaire, ainsi que Monsieur Julien MASSIAT, mon rapporteur professionnel, de leur suivi tout au long de la réalisation de ce mémoire et de leur soutien qui m'ont permis de mener à bien ce travail de recherche.

Je remercie tout particulièrement Madame Juliette CHARBONNEAUX, ainsi que Messieurs Brice TEINTURIER, Marc ENDEWELD et Camille LOUIS du temps qu'ils m'ont accordé et des informations qu'ils m'ont délivrées lors d'entretiens à la fois riches et passionnants.

Enfin, je remercie l'ensemble des personnes qui m'ont apporté leur regard et leurs conseils dans le cadre de ce travail, dont mes amis et ma famille.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
INTRODUCTION.....	5
<u>PARTIE 1 : Emmanuel Macron et Justin Trudeau : une relation diplomatique qui vient incarner une stratégie de branding politique</u> 15	
A. Du « couple diplomatique » à la relation « bromantique »	16
1. Le « couple diplomatique et ses codes.....	16
2. Le couple franco-canadien et ses enjeux.....	18
3. Le dépassement du « couple diplomatique » par une relation codée unique : la « <i>bromance</i> ».....	19
B. Une « bromance » qui incarne la stratégie de branding politique d'Emmanuel Macron	23
1. Justin Trudeau, un partenaire de choix pour Emmanuel Macron.....	23
2. La « bromance », un ressort de la séduction politique macronienne.....	25
3. La « bromance » est une image du positionnement politique d'Emmanuel Macron.....	28
C. Analyse critique de la « bromance » Macron-Trudeau	32
1. Un « jeu de communication » ?.....	32
2. Une triple erreur.....	35
3. Pour quels résultats ?.....	36
Conclusion de partie.....	37
<u>PARTIE 2 : La « bromance » Macron-Trudeau, une série médiagénique collaborative</u> 38	
A. La « bromance », une série	38
1. La « bromance » est un média sériel.....	38
2. Une série déclinée en épisodes.....	40
3. La suite ? Analyse critique de la « bromance » en tant que média.....	42
B. La « bromance », symbole d'une stratégie médiatique	42
1. Emmanuel Macron, « un agent de la médiasphère » créateur de contenus singuliers.....	42
2. Le choix du canal digital et ses implications stratégiques.....	44
3. Analyse critique de la stratégie médiatique de la « bromance ».....	45

C. La réception de la « <i>bromance</i> » : un « corps-à-corps » médiagénique.....	46
1. Etude des acteurs médiatiques de la « <i>bromance</i> ».....	46
2. Les différentes médiations de la « <i>bromance</i> ».....	48
3. La « <i>bromance</i> » en réactions : une série clivante.....	53
 Conclusion de partie.....	 56
 <u>PARTIE 3 : La « <i>bromance</i> » met en lumière la construction d'un ethos « jupitérien »</u>	
<u>chez Emmanuel Macron</u>.....	57
A. Quand la « <i>bromance</i> » fait parler Jupiter.....	57
1. Une figure mythologique ambiguë.....	57
2. Les caractéristiques de Jupiter au prisme de la « <i>bromance</i> ».....	58
3. La médiation jupitérienne par la photographie.....	59
B. La « <i>bromance</i> », caractéristique du rapport jupitérien face aux mortels.....	63
1. Le désir panique de contrôle.....	63
2. Un rapport vertical à la presse.....	66
3. Un rapport à la plèbe particulier.....	67
C. L'ethos jupitérien en question.....	68
1. Un bouleversement des métiers et des pratiques de médiation.....	68
2. Un président contraint de descendre de l'Olympe.....	69
3. Les perspectives de métamorphoses de Jupiter.....	70
 Conclusion de partie.....	 72
 CONCLUSION.....	 73
BIBLIOGRAPHIE ET RECHERCHE DOCUMENTAIRE.....	78
SOMMAIRE DES ANNEXES.....	80
RÉSUMÉ.....	150
MOTS-CLÉS.....	151

INTRODUCTION

Mercredi 6 avril 2016. Emmanuel Macron se rend initialement à Amiens pour visiter le site de l'usine de Procter&Gamble, et rencontrer les salariés de l'entreprise Goodyear. Il terminera ses visites par une « rencontre citoyenne » dans le Palais des Congrès de la ville. A la fin de sa conférence, le ministre de l'Economie de François Hollande annonce le lancement de son mouvement « En Marche ! »¹.

« J'ai décidé qu'on allait créer un mouvement politique nouveau. C'est-à-dire un mouvement politique ni à droite, ni à gauche. L'idée de ce mouvement politique c'est une dynamique face aux blocages de la société, c'est essayer d'avancer. Ce mouvement à un nom : En Marche ! »²

Un mouvement politique, « ni à droite, ni à gauche ». Il n'en fallait pas moins pour désarçonner les journalistes et éditorialistes politiques, et déboussoler l'opinion publique. Emmanuel Macron est un homme parfois ambigu. A ce propos le grand reporter de *Marianne* Marc Endeweld lui a consacré une biographie entièrement écrite sous cet angle. *L'ambigu Monsieur Macron*³, c'est d'abord des ambiguïtés politiques et démocratiques : ce dépassement du « clivage droite-gauche », qui a été l'un de ses arguments de campagne durant l'élection présidentielle de 2017, lui a valu un manque de lisibilité politique. Dans un sondage Ipsos pour la Journée du Livre Politique⁴, « 70% des Français estiment que le clivage droite-gauche ne veut plus dire grand-chose »⁵, mais pour autant « plus de deux tiers des Français (71%) ne renvoient pas la gauche et la droite dos-à-dos »⁶ et « il existe de vraies différences entre la gauche et la droite » pour 62% des Français⁷. Le 19 août 2016 au Puy-du-Fou, Emmanuel Macron, aux côtés de Philippe de Villiers dira aux journalistes que « l'honnêteté m'oblige à vous dire que je ne suis pas socialiste »⁸. Cette petite phrase va également raisonner au sein même du gouvernement et du Parti socialiste, et va être contrebalancée par une déclaration antérieure au *Monde* du 29 septembre 2015 quand le ministre de l'Economie disait alors que le « libéralisme est de gauche ».

¹ HADDAD Marie-Pierre, « Emmanuel Macron : retour sur le lancement millimétré du mouvement politique "En Marche" », *rtl.fr*, 7 avril 2016, consulté le 18 avril 2018

² Voir la vidéo en ligne sur <https://en-marche.fr/le-mouvement>, consulté le 18 avril 2018

³ ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, Points, 2018

⁴ « Les nouveaux enjeux de la République », Ipsos Public Affairs pour Lire la politique, Avril 2018

⁵ *Ibid.* slide 18

⁶ *Ibid.* slide 19

⁷ *Ibid.*

⁸ Voir la vidéo en ligne sur <https://www.bfmtv.com/mediaplayer/video/emmanuel-macron-je-ne-suis-pas-socialiste-850229.html>, consulté le 18 avril 2018

Alors qu'il occupait ses fonctions à Bercy, puis en campagne, Emmanuel Macron est un adepte des petites phrases ambiguës qui règlent l'agenda médiatique pour lui. Et les exemples ne manquent pas. A la Une des *Echos* du 7 janvier 2015 on trouvera la citation suivante : « les jeunes français doivent avoir envie de devenir milliardaires »⁹. Si l'interview va beaucoup plus dans le détail du contexte qui amène le ministre à faire cette déclaration, dans tous les cas selon Marc Endeweld, « le mal est fait ». Le 15 juillet 2015, alors qu'il reçoit à Bercy ses « amis » Facebook pour une conférence sur le numérique, Emmanuel Macron contrebalancera ses propos tenus en début d'année : « se sachant critiqué à gauche sur ses envolées "pro business", le ministre [Macron] ajoute tout de même que "le milliardaire n'est pas l'archétype de la réussite individuelle" »¹⁰. Mais pour Marc Endeweld, « la grande ambiguïté d'Emmanuel Macron » est de n'avoir aucun mandat représentatif et d'aller directement au-devant des Français pour devenir président : « Voilà toute l'ambiguïté d'Emmanuel Macron : en appeler à la démocratie, tout en croyant à une avant-garde éclairée. Un "gouvernement des meilleurs", un "cercle de la raison" représenté par le passé par la Fondation Saint-Simon, ou par l'idée de l'Europe des "petits pas" de Jean Monnet »¹¹.

Emmanuel Macron c'est également des ambiguïtés sémantiques, comme sa formule du « en même temps », restée gravée dans l'esprit de tous les Français, journalistes, chercheurs et intellectuels. Une petite phrase qui est selon nous une révélation de cette ambiguïté permanente sur laquelle joue Emmanuel Macron : celle de la recherche d'un compromis, plus ou moins vérifiable selon ses alliés ou ses détracteurs.

Enfin, Emmanuel Macron connaît des ambiguïtés sur sa vie privée et sa sexualité. Loin de nous l'idée de tomber dans le déterminisme de l'orientation sexuelle présumée d'Emmanuel Macron, mais force est de constater que les rumeurs d'une relation extraconjugale homosexuelle avec Mathieu Gallet, et avec un de ses gardes du corps, avaient secoué la campagne présidentielle du candidat En Marche !¹². Face aux rumeurs de cette prétendue relation qui avaient débuté sur les réseaux sociaux – Internet est le « média de la rumeur » par excellence selon Jamil Dakhli – Emmanuel Macron dément cette dernière au théâtre Bobino en février 2017 devant une centaine de personnes par le biais de l'humour : « d'abord, [ces rumeurs] c'est désagréable pour Brigitte [...]. Elle se demande comment physiquement je pourrais »¹³ puis, pour changer de sujet, le candidat fait des allusions au « PenelopeGate » et à l'hologramme de Mélenchon pour réfuter un possible don d'ubiquité, et donc une potentielle double vie. Le personnage de Brigitte

⁹ Ibid. p.268

¹⁰ ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, Points, 2018, p.222

¹¹ Ibid. p.304

¹² Ibid. chapitre « Face aux rumeurs », pp.321-331

¹³ Ibid. p.322

Macron a ceci d'intéressant qu'il brouille déjà en lui-même les figures des traditionnelles premières dames : une femme bien plus âgée que son mari. Leur couple sera par ailleurs vivement commenté, allant jusqu'au registre intime, et critiqué dans un certain type de presse et sur certains comptes sur les réseaux sociaux, se moquant d'Emmanuel Macron ou le suspectant d'être attiré par « une cougar ». Ces éléments contextuels, bien qu'annexes à notre sujet, doivent toutefois être notés.

Dès lors, Emmanuel Macron, depuis son arrivée à Bercy, semble s'être construit une image autour d'un mystère politico-médiatique, que les médias tout comme l'opinion essayent de percer à jour. Ces ambiguïtés, qui entachent parfois la réputation du candidat, ont au moins le mérite d'occuper l'espace médiatique à une époque où le personnage n'est pas encore connu de tous les Français.

Cette trajectoire politico-médiatique de la figure macronienne s'accompagne également d'une érotisation progressive de sa personne. Au départ, « les médias tentent de réduire la liberté du choix en infantilisation (Emmanuel Macron resterait sous la coupe de son ancien professeur : sa femme) » selon Anne Guérin¹⁴. Puis, progressivement, les médias s'intéressent à son physique de « gendre parfait »¹⁵, à son couple. Les médias consacrent des sujets entiers sur cette question comme *Madame Figaro* avec un article d'avril 2016 intitulé « Pourquoi Emmanuel Macron plaît aux femmes ? »¹⁶ ou encore « "Vous avez de très beaux yeux bleus" : Emmanuel Macron le séducteur a encore frappé ! »¹⁷, article de *Closer* du 9 mai 2016. Cette érotisation s'accompagne au fil des mois par une re-politisation de la séduction macronienne avec l'exemple de la radio *RTL* qui titre « Emmanuel Macron, l'ovni politique séducteur et "insaisissable" »¹⁸.

Dans son mémoire, Anne Guérin livre une analyse sur la « boucle autoréalisatrice » de la médiatisation macronienne¹⁹. Cette médiatisation suppose en effet une « boucle autoréalisatrice » dans la stratégie d'Emmanuel Macron entre médias et électorat lors de la campagne présidentielle de 2017 : « à partir du moment où les médias considèrent Emmanuel Macron comme présidentiable, ce dernier apparaît dans les sondages et le nombre des contenus dans les médias dédiés augmente. Une partie de l'opinion se

¹⁴ GUÉRIN Anne, « Emmanuel Macron ou la mythologie du politique », Mémoire de Master en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA Paris-Sorbonne, septembre 2016

¹⁵ ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, Points, 2018, p.23

¹⁶ QUILLET Lucile, « Pourquoi Emmanuel Macron plaît aux femmes ? », *madame.lefigaro.fr*, 17 avril 2016, consulté le 18 avril 2018

¹⁷ REMI Charles, « "Vous avez de très beaux yeux bleus" : Emmanuel Macron le séducteur a encore frappé ! », *closermag.fr*, 9 mai 2016, consulté le 18 avril 2018

¹⁸ HADDAD Marie-Pierre, « Emmanuel Macron, l'ovni politique séducteur et "insaisissable" », *rtl.fr*, 7 avril 2017, consulté le 18 avril 2018

¹⁹ GUÉRIN Anne, « Emmanuel Macron ou la mythologie du politique », Mémoire de Master en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA Paris-Sorbonne, septembre 2016

retrouve alors en Emmanuel Macron, augmentant sa cote de popularité et le rendant d'autant plus présidentiable »²⁰.

Cette communication érotique de Macron s'inscrit en vérité dans un mouvement plus large de peopolisation politique. Pour l'historien Christian Delporte, « le dévoilement du corps s'inscrit dans une stratégie de conquête de l'opinion »²¹. Selon Juliette Charbonneaux, « on assiste à une multiplication des espaces dans lesquels le corps présidentiel est offert à la vue »²². Même si la chercheuse parle du corps présidentiel, nous pouvons dire que d'une manière générale c'est le corps du politique qui s'offre à la vue. Ces représentations du corps politique participent de l'affirmation d'un charisme politique et d'émotions via un corps individuel.

Cette communication érotique se fait également par une séduction verbale, comme le montre Christian Delporte : interrogé sur sa campagne présidentielle en 1974 par un journaliste (« ferez-vous une campagne de charme ? »), Valéry Giscard d'Estaing répond qu'il veut faire « une campagne d'idées, mais si le charme joue tant mieux »²³. Le 22 mars 1974, devant une caméra de télévision, Valéry Giscard d'Estaing déclare que « dans cette campagne, j'ai dit que je voulais regarder la France au fond des yeux, mais je voudrais aussi atteindre son cœur ». Selon Christian Delporte, l'homme politique assume pleinement une stratégie de séduction politique, au service d'un argumentaire politique.

Ces rapports de séduction, entre le politique et le peuple, ont longtemps été étudiés. Mais on parle peu des rapports de séduction ambigus entre politiques : dans un entretien au *Point* du 29 septembre 2017, Christophe Castaner, alors porte-parole du gouvernement d'Edouard Philippe, ne cachera pas son admiration pour le nouveau président de la République : « J'assume cette dimension amoureuse. Mon niveau d'exigence envers moi-même est tel que si je dois avoir un chef, je dois avoir de l'admiration pour lui, affirme Christophe Castaner. Et Emmanuel est fascinant. Tout l'est chez lui : son parcours, son intelligence sa vivacité, sa puissance physique même »²⁴.

D'une certaine manière, les propos délivrés par le Porte-Parolat du gouvernement nous laissent perplexes et nous interrogent sur une certaine dérive presque « poutinienne » de la séduction macronienne, avec une admiration pour un chef d'Etat qui va jusqu'à l'adoration ou la vénération. Nous pouvons dès lors nous interroger sur une forme de névrose des institutions de la Vème République. Est-ce qu'un porte-parole « devrait dire ça » ? Cette posture d'admiration ou d'adoration, outre le fait de rapporter une adoration

²⁰ Ibid. p.37

²¹ DELPORTE Christian, *Une histoire de la séduction politique*, Flammarion, 2011, p.264

²² CHARBONNEAUX Juliette, *Les deux corps du Président*, Les Petits Matins, 2015, p.19

²³ DELPORTE Christian, *Une histoire de la séduction politique*, Flammarion, 2011, p.188

²⁴ « Christophe Castaner s'amuse d'une "dimension amoureuse" dans sa relation avec Emmanuel Macron », *franceinfo.fr*, 30 septembre 2017, consulté le 18 avril 2018

d'un homme vers un autre homme, permet-elle finalement d'asseoir la figure et l'autorité présidentielle ou vient-elle au contraire la fragiliser ?

Depuis l'ascension politique d'Emmanuel Macron, les exemples de ses techniques de séduction politique ne manquent pas. Si le chef de l'Etat est un séducteur sur le sol national, il semble exporter cette séduction à l'étranger, comme l'attestent certaines de ses relations avec ses homologues étrangers.

Dans ce travail de recherche, nous nous consacrerons en effet à l'étude de l'une d'entre elles : celle entre Emmanuel Macron et le Premier Ministre canadien Justin Trudeau. Cette relation diplomatique entre le président de la République française et le Premier Ministre du Canada, a été très rapidement qualifiée de « *bromance* », par l'opinion publique comme par les médias.

Arrêtons-nous quelques instants sur ce mot composé d'origine anglaise. « *Bromance* » est en réalité la somme de deux mots : d'une part le mot *brother* (frère) et d'autre part le mot *romance* (romance). Ce mot désigne littéralement une romance fraternelle. Mais pris dans son acception littérale, nous voyons dans ce mot une forme de relation bien particulière, qui entre en résonance avec l'interdit de l'inceste théorisé par Claude Levi-Strauss²⁵. Grâce à la lecture de *Reading the bromance*²⁶, un groupe de chercheurs américains a étudié ce type de relation inter-masculine à travers les séries et le cinéma américain. Ils reviennent en préambule sur la genèse de ce mot. En effet, pour les chercheurs, le terme apparaît dans une culture de masse à la sortie du film *The-40-Year-Old-Virgin* de Judd Apatow en 2008, dans lequel deux hommes hétérosexuels ont une relation extrêmement forte et profonde, au-delà de la simple amitié mais qui n'est nullement sexuelle. Puis en août 2011, une application mobile du nom de *Bromance*, qui permet à des hommes hétérosexuels de se rencontrer et de réseauter, est développée aux Etats-Unis. En résumé, pour Micheal DeAngelis qui a dirigé ce travail de recherche, la « *bromance* décrit finalement un lien émotionnel intense entre deux hommes supposément hétérosexuels qui font preuve d'une ouverture à l'intimité qui ne concerne pas, ne reconnaît pas, n'avoue, ni n'exprime une relation sexuelle »²⁷. La « *bromance* » implique pour Michael DeAngelis deux éléments : d'une part une démonstration obligatoire de l'intimité entre les deux hommes, et d'autre part « à la condition que d'autres choses n'arrivent pas

²⁵ LEVI-STRAUSS Claude, *Les structures élémentaires de la parenté*, Essai, septembre 2017

²⁶ DEANGELIS Michael, *Reading the bromance : homosocial relationships in film and television*, Wayne State University Press Detroit, 2014

²⁷ Ibid, p.1 : « *Bromance has come to denote an emotionally intense bond between presumably straight males who demonstrate an openness to intimacy that neither regard, acknowledge, avow, nor express sexually* »

(l'aveu ou l'expression d'un désir sexuel entre deux hommes hétérosexuels) »²⁸. Ainsi la « *bromance* » apporte « une intimité qui amène souvent ses protagonistes aux frontières de territoires "interdits" de l'interaction inter-masculine »²⁹, à savoir la rencontre sexuelle.

Finalement, la « *bromance* » peut être appréhendée comme un dispositif médiatique d'intensification des relations entre hommes hétérosexuels : cette forme de relation inter-masculine deviendra un discours médiatique culturel avec l'avènement de l'émission de télé-réalité éponyme aux Etats-Unis, dans les années 2010, à la mode du *Bachelor*. Ce « discours de la *bromance* » s'inscrit pour les chercheurs dans un contexte de dépenalisation de l'homosexualité aux Etats-Unis, l'augmentation des *coming out*, et l'acceptation sociale progressive de l'homosexualité dans la société américaine. Nous le verrons plus loin, cette forme de relation est également un bouclier qui permet de bloquer une prétendue relation homosexuelle : les chercheurs font notamment référence à la rumeur entre Lance Armstrong et Matthew McConaughey, démentie publiquement par les deux hommes grâce à l'utilisation de ce terme. La « *bromance* » devient ainsi une forme de caution sémantique qui fait barrage à la rumeur, et souligne l'« innocence » d'une telle relation. Pour Michael DeAngelis, « une culture qui parle est une culture qui reconnaît également ce qui est dit [...]. Une culture qui ouvre aux hommes hétérosexuels de nouvelles possibilités de relations face aux autres hommes teste activement les limites du niveau d'acceptation de la différence sexuelle de cette même culture »³⁰. Cette forme de relation interroge non seulement les relations inter-masculines, mais également la place des femmes, qui souvent sont « en arrière-plan » de ces relations, puisque la majorité des dirigeants politiques affichent publiquement, et de façon officielle, des relations hétérosexuelles.

Si la « *bromance* » est une forme de relation inter-masculine qui est apparue dans la culture de masse américaine à la fin des années 2000, elle avait jusqu'à présent été éloignée du champ politique. Si certains chefs d'Etat ont eu des relations amicales durant l'histoire, il apparaît toutefois que le terme de « *bromance* » est employé depuis peu pour illustrer cette forme de relation entre deux hommes politiques. Ainsi, des dirigeants comme Barack Obama ou Justin Trudeau ont, par leur relation diplomatique, investi le terrain de

²⁸ Ibid, p.1 : « *bromance involves something that must happen (the demonstration of intimacy itself) on the condition that other things not happen (the avowal or expression of sexual desire between straight males)* »

²⁹ Ibid, pp.23-24 : *Bromance gives « an intimacy that often brings its protagonists close to 'forbidden' territories of intermale interaction »*

³⁰ Ibid, p.10 : « *A culture that speaks is a culture that must also acknowledge what is being spoken [...]. A culture that opens up to straight males new possibilities of relating to other men actively tests the limits of that same culture's level of acceptance of sexual difference* »

la « *bromance* », comme le montre un reportage d'ABC³¹. Selon nous cette relation est le point de départ de la « *bromance* » en politique.

Quand on associe Emmanuel Macron et Justin Trudeau, le mot « *bromance* » apparaît comme le troisième résultat de recherche sur Google, et dégage 61 900 résultats de recherche³². Ambiguïtés et érotisation macronienne, ajoutées à une « *bromance* » politique avec Justin Trudeau, interrogent non seulement la communication des deux chefs d'Etat, mais aussi leur positionnement politique, leur stratégie de marketing politique, ainsi que leur storytelling.

Ainsi, dans quelle mesure la « *bromance* » entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau permet-elle de comprendre les ressorts politico-diplomatiques, médiatiques et symboliques de la stratégie de communication mise en œuvre par le chef de l'État ? Pour répondre à cette problématique, nous avons formulé trois hypothèses de recherche.

La première se concentrera sur les ressorts politiques mais aussi diplomatiques d'une relation « bromantique » entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau, et permettra de voir en quoi la mise en scène du couple diplomatique formé par Emmanuel Macron et Justin Trudeau s'inscrit dans le cadre d'une relation « bromantique », qui contribue à la stratégie de branding politique du chef de l'État.

La seconde quant à elle, s'intéressera à la dimension médiatique de cette relation diplomatique singulière. Elle permettra ainsi de voir si la fabrique de la « *bromance* » entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau s'inscrit dans le cadre médiatique d'une logique sérielle et collaborative.

Pour finir, une troisième hypothèse de recherche se focalisera sur l'ethos macronien, lu à travers le prisme de la « *bromance* » Macron-Trudeau. Alors, nous verrons en quoi la bromance s'insère dans la construction et l'affirmation d'un ethos « jupitérien ».

Afin de répondre et de vérifier ses hypothèses, nous avons constitué un corpus qui se compose de plusieurs matériaux et méthodologies de recherche :

- Une sélection de photographies : d'une part des photographies d'Emmanuel Macron et Justin Trudeau lors du G7 de Taormine en Sicile du 26 et 27 mai 2017, et d'autre part des photographies d'Emmanuel Macron depuis son arrivée à l'Élysée le 14 mai 2017, qui mettent en signe son ethos dit « jupitérien ». De ces photographies découleront des analyses sémiotiques distinctes : nous avons en effet choisi d'opérer des

³¹ HANSLER Jennifer, « *Obama and Trudeau: 5 Bromantic Moments* », *abcnews.go.com*, 29 juin 2017, consulté le 18 avril 2018

³² Recherche effectuée le 28 mai 2018

sélections dans les photographies les plus pertinentes, qui nous permettent de livrer une analyse de qualité.

- Une sélection de retombées médiatiques : avec d'une part une étude sur les médias français dits « traditionnels » (principalement presse écrite, web et télévisuelle), puis des retombées sur Twitter, à la suite de chaque épisode « bromantique » étudié. Ces retombées médiatiques seront analysées dans ce travail de recherche à travers des analyses sémantiques et discursives. Les retombées Twitter ont été sélectionnées en fonction des commentaires attachés aux publications conjointes d'Emmanuel Macron et de Soazig de la Moissonnière en fonction des bornes temporelles fixées. En complément nous avons effectué des recherches par hashtag et par tag sur les personnalités.

- Une série de quatre entretiens semi-directifs, d'une demi-heure à une heure, répartis selon quatre catégories de professionnels : une chercheuse (Juliette Charbonneaux, maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne), un journaliste (Marc Endeweld, grand reporter chez *Marianne*), un communicant politique (Camille Louis, chargé de communication du groupe Union Centriste au Sénat) et un expert de l'opinion (Brice Teinturier, directeur général délégué d'Ipsos France). A noter par ailleurs que nous avons tenté de prendre d'autres contacts, avec Soazig de la Moissonnière, photographe officielle d'Emmanuel Macron, Hugues Renson, Vice-Président de l'Assemblée Nationale ou encore d'autres journalistes politiques qui ont été amenés à traiter ou avoir connaissance de la « *bromance* » Macron-Trudeau.

Ce corpus de recherche s'accompagne d'une bibliographie qui recoupe une quinzaine d'ouvrages de communication politique et de sémiotique, d'une recherche documentaire complémentaire qui comporte nombre d'articles de presse politique ainsi que des études d'opinion et des sondages.

Ce travail de recherche, commencé dès le mois de décembre 2017, a été le fruit d'une longue réflexion et d'entretiens avec Madame Isabelle Lebreton, notre directrice de master, ainsi que nos deux tuteurs, Thierry Devars et Julien Massiat. Ce mémoire a fait l'objet de choix méthodologiques et de recherche.

Tout au long de ce mémoire, nous avons en effet essayé, sur les conseils de Juliette Charbonneaux, de mettre le plus possible à distance les « catégories médiatiques » qui englobent notre sujet. Ainsi, par l'utilisation de signes méta-énonciatifs que sont les guillemets, nous avons choisi de systématiquement d'écrire le terme « *bromance* » de cette façon (l'italique étant appliqué puisqu'il s'agit d'un mot d'origine anglophone). Cette mise à distance concerne également les nombreuses métaphores qui parcourent ce mémoire (comme le « couple diplomatique » ou l'ethos « jupitérien »). Par ailleurs, les

références théoriques américaines sur la « *bromance* » ont fait l'objet d'une traduction de notre part, pour une lecture plus fluide de ce travail.

Il convient ici de livrer et justifier certains de nos partis-pris méthodologiques et théoriques. D'abord, nous avons fait le choix de nous concentrer sur Emmanuel Macron et les médias français, non seulement parce que sa culture de l'ambiguïté nous semble plus intéressante à étudier et parce qu'une analyse trop vaste nous aurait conduit à balayer de manière superficielle une partie de ce corpus de recherche. Ensuite, nous avons procédé à des choix temporels, qui correspondent aux différents moments de rencontres entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau : le soir du 7 mai 2017, les 26 et 27 juin 2017 (G7 de Taormine en Sicile), les 7 et 8 juillet 2017 (G20 à Hambourg en Allemagne) et le 16 avril 2018 (première rencontre bilatérale à Paris). Les retombées médiatiques étudiées, si elles existent, entourent chacune de ces bornes temporelles de trois jours avant la date de rencontre, et de trois jours après la date de rencontre. Les médias étudiés sont en effet principalement des sites web, des pure-players comme des titres de presse quotidienne nationale comme régionale, des reportages télévisuels, ainsi que des retombées sur Twitter. Nous vous livrons ici les retombées les plus signifiantes et significatives, notamment en termes d'impact médiatique.

En outre, nous avons également des partis-pris théoriques : nous avons en effet choisi de ne pas rentrer dans l'étude du « genre macronien », les questions de genres étant un pan de recherche que nous jugeons incomplet et ici inapproprié. Nous avons également fait le choix de ne pas tomber dans le déterminisme de l'orientation sexuelle de l'homme politique, qui nous semble tout à fait hors de propos.

Nous le disions plus haut, ce travail de recherche a fait l'objet d'une longue réflexion passionnante. Tout d'abord, nous avons hésité entre un sujet autour du rapport des ministres du gouvernement d'Edouard Philippe (I) et le sujet finalement retenu, puisqu'il traitait finalement des techniques de séduction politique chez Emmanuel Macron. Force était de constater que le sujet de la « *bromance* » Macron-Trudeau, qui pouvait de prime abord apparaître comme exotique, dit en réalité énormément sur le positionnement politique du chef de l'Etat, son marketing politique, sa stratégie de communication et son ethos. Ce travail a été pour nous l'occasion d'interroger la doxa, ainsi que nos propres préjugés liés justement à des catégories médiatiques et des formules infraordinaires qui parcourent notre quotidien. Il nous a par ailleurs extrêmement enrichi.

Ce travail de recherche n'a pas été sans difficultés : ce travail nous a permis de constater que la recherche en communication politique s'est encore peu emparée du sujet « bromantique ». Cette pauvreté intellectuelle peut être vue au contraire comme une richesse du point de vue de la recherche dans le sens où ce travail n'avait apparemment

pas été conduit. Une deuxième difficulté, que nous aborderons plus bas, est la question de l'intentionnalité : nous ne pouvons émettre que des hypothèses et en aucun cas attribuer aux individus une intentionnalité particulière, tant que celle-ci n'a pas été rendue publique par les intéressés. Et c'est toute la difficulté d'étudier des relations humaines : l'intention n'est véritablement connue, ou pas, que de l'individu lui-même. Enfin, ce travail de recherche aurait mérité des recherches et des entretiens complémentaires, du temps supplémentaire. Synthétiser sa pensée en 80 pages n'est pas chose aisée et pourtant, nous avons essayé de vous en livrer le principal. Cependant, ce travail nous a passionné durant des mois et nous sommes heureux de pouvoir vous livrer nos résultats de recherche.

Ces quelques remarques méthodologiques et réflexives sur ce travail nous amènent à vous présenter notre plan.

Dans une première partie, il nous apparaît en effet indispensable de montrer en quoi cette relation diplomatique singulière entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau vient incarner une stratégie de branding politique, en effectuant un glissement entre le « couple diplomatique », pour arriver à une « relation bromantique ».

Dans une deuxième partie, nous penserons la « *bromance* » Macron-Trudeau comme un média, et plus particulièrement une série qui fait l'objet d'un « corps-à-corps » médiagénique entre Emmanuel Macron, les médias français et la twittosphère.

Enfin, dans une troisième partie, nous verrons dans quelles mesures cette « *bromance* » participe à la construction et à l'affirmation d'un ethos « jupitérien », en revenant notamment sur la figure de Jupiter, qui parle et répond à la « *bromance* ».

I. Emmanuel Macron et Justin Trudeau : une « relation bromantique » qui vient incarner une stratégie de branding politique

Comme nous l'avons vu en introduction, l'objet de cette partie est de voir dans quelles mesures la « relation bromantique », au cœur du partenariat diplomatique franco-canadien, est une représentation en tant que telle de la stratégie de branding politique d'Emmanuel Macron. Tout d'abord, l'expression du « couple diplomatique » ne va pas de soi : c'est en effet une métaphore qu'il nous convient d'interroger. Un détour par la notion même de « couple » s'avère ainsi nécessaire.

Selon le Trésor de la Langue Française³³, l'étymologie du mot « couple » provient du latin classique *copula*, désignant « un lien, une chaîne ; groupe de deux personnes liées d'amitié, d'amour ». La première acceptation du mot « couple » renvoie ainsi à un « ensemble de deux personnes unies par les liens de l'amour et du mariage ». On voit bien qu'appliquée au terrain diplomatique, cette définition ne correspond pas au statut des différentes relations tissées à travers l'Histoire. Il faut par ailleurs rappeler que traditionnellement - même si les législations et représentations culturelles changent - la notion de couple et sa représentation sont majoritairement associées au couple hétérosexuel, formé à l'origine dans un but reproductif (*copula* a donné « copuler » en français). Dans le cas présent la paire Macron-Trudeau, comme la majorité des partenariats diplomatiques, ne peut renvoyer à une dimension hétérosexuelle du couple. On peut supposer que c'est surtout la faible proportion de femmes à la tête d'Etats qui explique que ces « couples » soient majoritairement constitués d'hommes.

Toutefois, c'est la deuxième acceptation de la définition du mot « couple » qui attire notre attention : le couple peut aussi désigner « un ensemble de deux personnes liées par un sentiment » – qui renvoie encore au sentiment amoureux – « ou un intérêt quelconque ». D'une certaine manière, on peut considérer que le lien diplomatique peut constituer cet intérêt. Ainsi, la métaphore du « couple diplomatique » n'est pas totalement désuète si l'on observe ses racines. Toutefois, force est de constater que la doxa et la majorité des représentations liées au couple renvoient à ce lien qui unit deux personnes par un sentiment amoureux.

³³ Site internet du TLF, <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/saveregass.exe?33;s=4278239550;r=1>, consulté le 19 mai 2018

Ce préalable, indispensable, pourrait lui-même faire l'objet d'un autre mémoire et mériterait d'être exploré plus avant. Avant de nous intéresser au lien diplomatique entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau, il convient d'effectuer ce glissement entre le « couple diplomatique » et la « relation bromantique ».

A. Du « couple diplomatique » à la « relation bromantique »

1. Les caractéristiques du « couple diplomatique » et ses codes

Nous l'avons vu, la notion de couple est une métaphore à mettre à distance et à interroger. En ce sens nous avons mené un entretien semi-directif avec Juliette Charbonneaux, maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne et doctorante au GRIPIC. C'est cette mise à distance que Juliette Charbonneaux a immédiatement soulignée : « *un couple diplomatique c'est donc une figure de style, en premier lieu, et ce qui amène en deuxième lieu à considérer les canaux, les circuits, qui sont propices à l'épanouissement de cette métaphore et qui permettent de penser la vie sociale et la vie communicationnelle de cette métaphore et son succès* »³⁴. Tout d'abord, cette notion de « couple diplomatique » renvoie à un caractère heureux et bienveillant de la relation diplomatique, sans quoi les échanges et les négociations éventuels ne pourraient aboutir.

Grâce à la lecture de sa thèse sur le franco-allemand³⁵ et à ses pistes théoriques, nous avons pu en tirer un certain nombre de conclusions sur le paradigme du « couple diplomatique ». Dans le cas de sa thèse de recherche, Juliette Charbonneaux indique en effet que le « couple franco-allemand », en particulier, est un syntagme utilisé comme formule, au sens de la chercheuse Alice Krieg-Planque qui définit le procédé formulaire comme « un moment du débat public, une séquence verbale, formellement repérable et relativement stable du point de vue de la description linguistique qu'on peut en faire, [qui] se met à fonctionner dans les discours produits dans l'espace public comme une séquence conjointement partagée et problématique »³⁶. Cet emprunt théorique s'applique non seulement au « couple franco-allemand », mais aussi à l'ensemble des « couples diplomatiques ».

Ainsi, le « couple franco-allemand » est selon nous l'un des mythes fondateurs des « couples diplomatiques » occidentaux. Tout au long de son travail de thèse, Juliette Charbonneaux revient sur ce mythe à travers une étude sémantique autour de l'émergence du mot « couple »,

³⁴ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, 11 mai 2018 au Fluctuat Nec Mergitur (Paris), annexe n°5

³⁵ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, Institut Universitaire Varenne – Collection de Thèses, 2015

³⁶ Emprunt à KRIEG-PLANQUE Alice, *Purification ethnique : une formule et son histoire*, p.14, voir p.178 de la thèse de Juliette CHARBONNEAUX

fruit d'une évolution dans ses emplois, dans les récits journalistiques qui en sont faits pour traiter du franco-allemand.

Dans ses recherches, la doctorante constate alors un phénomène de naturalisation de la métaphore qui se matérialise par un processus de renvoi vers d'autres articles ou publications. La formule acquiert ainsi un caractère générique, qui peut ensuite être déclinée par l'emploi de l'expression « les couples franco-allemands ». « A la fois métaphore et formule, "le couple franco-allemand" est doublement agissant, doublement ontologisant. Aussi, en contribuant dans le temps long et au quotidien à rendre cette formule métaphorique non seulement "acceptable" mais incontournable, et même indiscutable, le journal [*Le Monde*] participe pleinement à l'enjeu politique décrit ici et qui consiste, dans notre cas, non seulement à prendre clairement partie pour une relation bilatérale franco-allemande singulière et exclusive mais à faire croire, par le poids des mots, en son effectivité et à encourager l'action politique dans cette voie »³⁷. Ainsi, les canaux de circulation de cette métaphore, ici médiatiques, participent pleinement de son « acceptabilité ». La métaphore du « couple franco-canadien » est alors déjà en elle-même porteuse d'une histoire métaphorique du « couple diplomatique », qui atteste de son authenticité ainsi que de la légitimité sémantique et symbolique de la métaphore liée au couple.

Comme a pu le constater Juliette Charbonneaux, la métaphore peut connaître des perturbations dans son évolution. Dans le cadre du couple franco-allemand, la chercheuse observe que c'est lorsque Angela Merkel arrive à la chancellerie que la métaphore du couple devient pleinement opérante dans ses représentations, comme l'atteste la caricature de Plantu dans *Le Monde* du 14-15 août 2011 en première page : « Qui c'est celle-là ? – C'est pour L'Europe ! ». Cette première différence de genre dans le « couple diplomatique » bouleverse les codes métaphoriques : « *de ce point de vue-là la rencontre [Chirac-Merkel] est un tournant puisque là la rencontre va être lue par la métaphore à travers le prisme du genre, ce qui va redonner vigueur – en tout cas dans le discours français – à la métaphore du couple. Pour la première fois on a un homme et une femme, ce qui relève d'un couple traditionnel, dans la relation franco-allemande* »³⁸. Dans le cas qui nous intéresse, la métaphore du « couple diplomatique » restera tout de même opérante même s'il s'agit de deux hommes.

Un « couple diplomatique » s'inscrit également dans des temporalités hautement symboliques. La relation diplomatique est en effet marquée par différents *punctums* comme « *la première rencontre, la dernière rencontre, entre un président et un chancelier/une chancelière* »³⁹. Ces moments rituels puissants s'inscrivent « *dans la lignée de ces moments*

³⁷ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, op. cit.

³⁸ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

³⁹ Ibid

du “deux”, où l’on va essayer de dépasser symboliquement, par des gestes et des inscriptions dans des espace-temps très forts symboliquement, essayer de faire mieux ou de se différencier, s’inscrire dans un héritage instituant »⁴⁰. Nous le verrons plus bas, c’est cette première rencontre entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau, chargée de symboles, qui a constitué le point de départ de ce mémoire. Nous en étudierons les procédés qui en font une rencontre singulière.

Si le « couple diplomatique » s’inscrit dans une histoire et un espace-temps particulier, le modèle de la première rencontre diplomatique s’inscrit dans un système de codes. En effet, force est de constater que les protocoles entre les deux chefs d’Etat qui se rencontrent peuvent être chargés de symboles, de rituels, en fonction des cultures des uns et des autres. Mais le caractère universel de la rencontre diplomatique est notamment la règle des trois unités théâtrales, à savoir l’unité de temps, de lieu et d’action, comme l’a soulignée Juliette Charbonneaux durant notre entretien. Ce sont ces systèmes de codes et de rituels que nous allons étudier et analyser durant de ce travail de recherche.

2. Le « couple franco-canadien » et ses enjeux actuels

Toute relation diplomatique s’inscrit dans un cadre historique instituant. La province du Québec, le partage de la langue française, la participation à des guerres communes, l’appartenance à des organismes internationaux (OTAN, G7, G20) sont autant d’exemples et de faits historiques, politiques et culturels qui lient la France et le Canada.

Depuis quelques années, et notamment depuis novembre 2015 lorsque Justin Trudeau devient Premier Ministre, le Canada s’est rapproché de l’Europe, par le biais de rencontres bilatérales, de sommets politiques et diplomatiques, ou de traités (signature de l’accord de Paris sur le climat en décembre 2015). Le 16 février 2017, Justin Trudeau s’est ainsi rendu personnellement devant le Parlement européen pour défendre le CETA, cet accord de libre-échange entre le Canada et l’Europe qui a été adopté en septembre 2017 par l’Union Européenne. Cet accord, qui a suscité des réactions politiques nombreuses, avait par ailleurs le soutien d’Emmanuel Macron, qui lors de la campagne présidentielle, était « le seul candidat à la présidentielle ouvertement favorable au CETA » comme le titre un article du *Monde*⁴¹. Dès lors, le Canada peut s’appuyer sur un allié français, l’un des principaux rouages européens. Nous pouvons également supposer que l’un des enjeux politiques et diplomatiques d’Emmanuel Macron et de Justin Trudeau, est de se rapprocher en s’éloignant du partenaire américain Donald Trump, qui suscite lui-même de vives critiques de la part des pays

⁴⁰ Ibid

⁴¹ AUDUREAU William, « Emmanuel Macron, seul candidat à la présidentielle ouvertement favorable au CETA », *lemonde.fr*, 13 février 2017, consulté le 19 mai 2018

européens. Comme le souligne Juliette Charbonneaux, « *le paradigme des relations franco-canadiennes est moins connu, moins importé aussi, moins mis en exergue par les dirigeants des deux côtés. C'est aussi peut-être une manière de se montrer novateur dans ce sens-là : il y a un terrain à jouer en dehors des Etats-Unis* »⁴².

Ainsi, outre l'histoire commune partagée, le CETA et les Etats-Unis sont pour nous deux éléments majeurs qui chargent symboliquement la relation diplomatique franco-canadienne. Nous verrons plus bas que cette relation se fonde également sur des stratégies de branding politique communes.

3. Le dépassement du « couple diplomatique » par une relation codée unique : la « bromance »

a) La « bromance », un objet culturel singulier

Nous l'avons définie en introduction, la « bromance » est une forme de relation singulière, apparue d'abord dans la culture américaine. Grâce à la mobilisation de l'ouvrage *Reading the Bromance*⁴³, nous avons observé par le prisme de la culture cinématographique américaine que cette relation particulière, que l'on retrouve principalement entre hommes hétérosexuels, est plus qu'une simple relation amicale classique. D'après une étude du chercheur américain Adam White, le journaliste Alan Moes tire la conclusion suivante : « Dans les faits, certains considèrent la bromance comme une meilleure option, étant donné que les bénéfices émotionnels sont supérieurs dans une bromance [que dans une relation amoureuse] »⁴⁴. Dans cet article, le journaliste montre que les « bromances semblent offrir un espace sûr qui est supposé être exempt de tout ridicule, jugement ou embarras qu'ils [les répondants] associent avec l'intimité romantique »⁴⁵. Dans ce même article, Cassandra Alexopoulos, assistante de recherche du College of Liberal Arts de l'université du Massachusetts, estime que les relations que nous qualifierons de « bromantiques » sont « un bénéfice pour la société, surtout dans un moment dans lequel nous voulons promouvoir une masculinité inclusive et permettre aux hommes de se sentir à l'aise dans l'expression de leurs propres sentiments »⁴⁶. Dès lors, on voit ce qui culturellement se joue lorsque l'on parle de

⁴² Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

⁴³ DEANGELIS Michael, *Reading the bromance : homosocial relationships in film and television*, Wayne State University Press Detroit, 2014

⁴⁴ MOZES Alan, « *Men often happier with their 'bromance' than their romance* », *health.usnews.com*, 13 octobre 2017, consulté le 16 avril 2018 : « *In fact, some may consider the bromance a better option, as many of the emotional benefits are superior in a bromance* »

⁴⁵ Ibid, « *Bromances appeared to offer a safe space that was presumed to be free of the kind of ridicule, judgment or embarrassment they associated with romantic intimacy* »

⁴⁶ Ibid, « *a benefit for society, especially during a time in which we want to promote inclusive masculinity and allow men to feel comfortable expressing themselves emotionally* »

« *bromance* » : une relation singulière inter-masculine qui n'est en rien vouée à devenir sexuelle, et qui soulève nombre d'enjeux sur la masculinité contemporaine.

La « relation bromantique » est elle-même le fruit de représentations culturelles et d'un discours médiatique propre, en faisant notamment référence à la culture gay. Dans un des chapitres du livre *Reading the Bromance*, le chercheur Ron Becker explique que les références régulières au film *Brokeback Mountain* (2005), un des mythes fondateurs de la culture gay, est un exemple éclairant qui « cadre » la relation (il utilise le verbe « *frame* ») et montre « comment les codes culturels, et ceux spécifiquement connectés à la romance gay, sont appropriés pour communiquer une forme distincte d'amitié hétérosexuelle masculine »⁴⁷. Ron Becker indique qu'un épisode entier de la télé-réalité *Bromance*, que nous évoquions en introduction, faisait explicitement référence à ce film, avec tout un jeu de décors et de sons qui évoquent le film (guitare, bruits de chevaux). Autant d'allusions implicites qui résonnent dans les oreilles et aux yeux des connaisseurs. Ainsi, le discours « bromantique » recourt à l'analogie avec des éléments constitutifs de la culture gay « pour cadrer le lien homosexuel dans le but de reconnaître et, parfois, valider une relation entre hommes qui peut transgresser les normes de la masculinité traditionnelle »⁴⁸. Les codes culturels gays liés à l'expression de l'homosexualité deviennent ainsi une analogie signifiante et appropriée pour exprimer une forme d'intimité « homosociale », comme le conceptualisent Michael DeAngelis et Ron Becker.

Nous verrons plus tard que cette appropriation culturelle participe en réalité d'une forme de peopolisation politique. Pour le chercheur Jamil Dakhli, « la peopolisation de la politique participe pleinement de ce “décloisonnement généralisé” entre les royaumes de la politique et de la culture »⁴⁹. Dans le cas présent, nous avons pu observer ce « décloisonnement généralisé » entre politique et culturel, en termes de formats mais aussi en termes de codes et de discours.

b) La « *bromance* » Macron-Trudeau : une appropriation culturelle singulière

Plus qu'un « couple diplomatique classique », afin de vérifier l'hypothèse d'une « relation bromantique » entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau, il nous semble indispensable de procéder à une analyse sémiotique des images fondatrices du mythe de leur « *bromance* », lors du G7 de Taormine des 26 et 27 juin 2017. Avant de rentrer plus à même dans les images sélectionnées, il convient de rappeler que les photos officielles du Président

⁴⁷ BECKER Ron dans *Reading the bromance : homosocial relationships in film and television*, Wayne State University Press Detroit, 2014, p.241 : « *how cultural codes specifically connected to gay romance get appropriated to communicate a distinct kind of straight male friendship* »

⁴⁸ Ibid, p. 249 : « *to frame homosexual bonding in ways to acknowledge and, at times, validate relationship between men that might transgress norms of traditional masculinity* »

⁴⁹ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, Bréal, 2008, p.94

de la République sont prises par sa photographe Soazig de la Moissonnière, et que toutes ces photos sont accessibles gratuitement sur le site de l'Élysée. Mais force est de constater que les photos officielles de la photographe, mises en archives sur Twitter, sont toutes en noir et blanc : nous pouvons y voir des marqueurs sémiotiques de l'authenticité, de la mise de l'histoire qui participent à la mise en signe des « grands hommes » comme pouvait le théoriser Hegel. Si cette stratégie médiatique sera analysée dans une seconde partie, il est important d'opérer une double distinction : il faut d'abord distinguer ces photos d'archive, de la photo officielle en couleurs également prise par la photographe, diffusée sur le compte Twitter d'Emmanuel Macron le 26 mai. Il convient ensuite d'opérer une distinction entre les photos diffusées par l'Élysée et les autres photos de presse qui ont constitué ce moment médiatique.

Quelles sont les grandes conclusions de cette analyse sémiotique⁵⁰ ? Si l'on analyse le jeu de quatre photos en noir et blanc de la première rencontre entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau, on constate plusieurs choses. Déjà on ne retrouve pas de sémiotisation particulière de la « *bromance* » : les deux hommes sont à chaque fois représentés proches l'un de l'autre, dans des moments d'aparté, que ce soit en intérieur ou en extérieur. « *Ce qui me frappe c'est l'effet de cadrage* » nous disait Juliette Charbonneaux⁵¹. Le cadrage, opéré par Soazig de la Moissonnière, est un élément constitutif de son point de vue, comme le théorise Bernard Lamizet : « le point de vue, c'est-à-dire le regard du photographe, qui instaure, par conséquent, une médiation d'identification symbolique entre lui et le lecteur de l'image »⁵². Soazig de la Moissonnière nous donne ainsi à voir ces moments d'aparté, ces moments du « deux » diplomatique. Par ailleurs, les représentations photographiques des couples franco-allemands, comme le décrit par Juliette Charbonneaux dans sa thèse, font usage de la symétrie par l'analogie, pour « donner à voir la ressemblance de personnages qui ne se ressemblent nullement »⁵³, et la représentation de la proximité affective par la captation du toucher entre les deux chefs d'Etat : ici la poignée de main chaleureuse de la quatrième photographie. On sait que la poignée de main est une métaphore de l'accord politique et de la diplomatie, comme le décrit Juliette Charbonneaux dans ses écrits.

Si à présent nous nous penchons sur les photos en couleur, et en particulier en intégrant également des photos de presse, l'analyse sémiotique diffère : « *l'effet qui intervient en supplément c'est le jeu sur le décor. Le cadrage, le zoom arrière, par rapport à ce qu'on a pu voir précédemment, incite déjà à qualifier cet aparté – ou en tout cas donne envie de le faire : puisqu'on a un arrière-plan assez idyllique avec les fleurs, la mer, le soleil. Le sommet*

⁵⁰ L'analyse sémiotique complète se situe en annexe du présent mémoire

⁵¹ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

⁵² LAMIZET Bernard, *Sémiotique de l'événement*, Lavoisier, 2006, p.138

⁵³ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, op. cit. p.328

géopolitique s'efface, s'éclipse, et tend une interprétation un peu différente et tend à privatiser ce moment-là »⁵⁴. En effet, le décor, ici en couleurs, est hautement signifiant : on voit bien plus distinctement la mer à laquelle les deux hommes font face, les fleurs et les végétations presque exotiques qui entourent les deux hommes. On constate un effet de « carte postale ». Cette interprétation de l'« idylle » est rendue possible par le cadrage des photos de presse, qui laisse à voir ce décor bucolique et exotique, qui laisse à voir Emmanuel Macron regarder d'un air presque « tendre » Justin Trudeau dans les jardins de Taormine. La photo du *Spiegel* opère même un zoom sur ce regard. Tous ces éléments de décor et de posture laissent entrevoir des signes de l'italianité, comme avait pu le constater Barthes dans ses *Mythologies* avec les publicités de la marque Panzani : cette carte postale italienne laisse une place importante au romantique, et ici au « bromantique ». Cette forme de relation, qui se veut intime – du moins au début – a été captée par les yeux des photographes et les caméras des journalistes. Les photos des deux hommes dans le jardin derrière les branchages donnent l'impression de photos volées, « comme le sont certaines photos people »⁵⁵.

La photo officielle diffusée sur le compte Twitter d'Emmanuel Macron le 26 juin 2017, est une photo signifiante, le *punctum* de la relation « bromantique » entre les deux chefs d'Etat. Appliquée à la thèse de Juliette Charbonneaux, cette photo est une véritable scène, comme l'était la photo officielle entre De Gaulle et Adenauer lors de la signature de l'accord de l'Élysée en 1963. « L'inscription de l'événement dans les mémoires est favorisée par l'imposition d'une image unique qui va encourager un processus de reconnaissance et de naturalisation »⁵⁶ écrit Juliette Charbonneaux. Les médias et Soazig de la Moissonnière « glorifient » l'acte de cette première rencontre diplomatique en la résumant « à ce seul geste de proximité euphorique »⁵⁷ : seule la quatrième photo de la photographie de Macron (la poignée de main de clôture de la conférence de presse commune des deux hommes) met en signe un acte politico-diplomatique par le biais de la métaphore de la poignée de main. Soazig de la Moissonnière choisit en réalité de représenter le « couple franco-canadien » naissant par des échanges verbaux, des moments d'aparté intimes, des mouvements dynamiques, deux hommes au travail.

Grâce à la captation vidéo de l'Élysée, nous avons pu analyser le discours et les images de cette conférence de presse commune entre les deux chefs d'Etat, le 26 juin 2017. Justin Trudeau prend la parole le premier et adresse des formules de protocole diplomatique classiques à Emmanuel Macron comme « je suis heureux de rencontrer le président de la France ». Toutefois, là où l'on peut déceler une autre mise en signe de la relation

⁵⁴ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

⁵⁵ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

⁵⁶ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, op. cit. p.363

⁵⁷ Ibid. p.366

« bromantique », à travers des éléments discursifs et sémantiques donc, c'est le moment où le Premier Ministre dit avoir « beaucoup en commun » avec le Président (à l'image d'un couple selon la doxa), ou lorsqu'il prononce les mots suivants : « je suis ravi que quelqu'un de plus jeune et de plus dynamique se soit joint à la table du G7 ». Nous verrons que cet argument politique de la jeunesse et du dynamisme qui en découle se retrouve dans les stratégies de branding politique des deux hommes, mais aussi dans la stratégie médiatique d'Emmanuel Macron, par le biais du média photographique dans lequel il est souvent représenté en mouvement.

Toutefois, le moment « bromantique » le plus signifiant de cette conférence de presse est un regard que l'on pourrait qualifier de « langoureux » d'Emmanuel Macron vers Justin Trudeau lorsque ce dernier s'exprime aux journalistes. En effet, un arrêt sur image à 44 secondes du début de la vidéo se focalise sur le visage du Président : ce regard singulier, ajouté à un mordillement des lèvres, soulève une ambiguïté, du moins une interrogation, sur la nature de la relation entre les deux hommes. Cette raison nous conforte dans l'idée de nous éloigner du « couple diplomatique » classique, pour nous installer de pied ferme dans la « relation bromantique ». Au début de son allocution, Emmanuel Macron bouscule les codes protocolaires diplomatiques instaurés par Justin Trudeau : « merci à toi Justin » dit le Président. Ce tutoiement direct, alors que Justin Trudeau l'avait nommé précédemment par son titre politique, signifie un autre état de la relation. « Merci encore pour cet appel ... amical [le soir du 7 mai 2017, élection d'Emmanuel Macron] » continue Emmanuel Macron en marquant une pose avant le mot « amical » : si le mot n'est pas signifiant du point de vue de la « *bromance* », qui tend justement à dépasser l'amitié, l'hésitation vient invalider l'authenticité et l'emploi de ce mot, qui devient alors un euphémisme. « Je crois que nous faisons partie d'une génération qui va beaucoup renouveler les pratiques » poursuit-il. En effet, du point de vue de la « *bromance* » en politique, on peut dire qu'Emmanuel Macron et Justin Trudeau ont dans ce sens renouvelé des codes de communication politico-diplomatique.

B. Une « *bromance* » qui incarne la stratégie de branding politique d'Emmanuel Macron

1. Justin Trudeau, un partenaire de choix pour Emmanuel Macron

Depuis novembre 2015, le branding politique de Justin Trudeau a été décrypté dans les médias : engagement féministe⁵⁸ et écologique, participation à la « Gay Pride » de Montréal, communications de célébration des différentes fêtes religieuses dans son pays, diplomatie dite « de la chaussette », emploi régulier des termes « libéral » et « progressiste »

⁵⁸ COJEAN Annick, « Justin Trudeau : 'je suis féministe et fier de l'être' », *lemonde.fr*, 22 avril 2018, consulté le 23 avril 2018

dans ses allocutions, « fuite » de photos de jeunesse dans la presse people, journée avec son fils Hadrien au Parlement (comme avait pu le faire Barack Obama à la Maison Blanche) ... les exemples ne manquent pas pour mettre en signe une stratégie de branding politique que l'on pourrait qualifier de « branding politique du cool ». En plus de ces éléments, Justin Trudeau est un homme qui possède une capacité de séduction érotique qu'il n'hésite pas à utiliser à son avantage. En 2015, le site *E! Online* qualifiait Justin Trudeau de « friandise au sirop d'érable dont on ferait bien son quatre heures »⁵⁹. Nous l'avons vue en introduction, cette érotisation se retrouve également en partie chez Emmanuel Macron, notamment lors de sa campagne.

Justin Trudeau ne manque pas, depuis l'élection d'Emmanuel Macron, de souligner les points communs politiques des deux hommes. En effet, lors de sa visite à Paris du 16 avril 2018, première rencontre bilatérale entre les deux chefs d'Etat, Justin Trudeau accordait une interview aux *Echos* : « Si l'on regarde les similarités entre sa campagne politique et la mienne, nous avons, tous les deux, cherché à rassembler, non pas à miser sur de vieux jeux de division et d'attaques personnelles. Nous avons mis l'accent sur la croissance pour tous. Nous sommes totalement alignés sur ces questions mais aussi sur les autres enjeux, que ce soit l'engagement positif envers le monde, que ce soient les changements climatiques, que ce soit l'ordre international, que ce soit le travail pour la paix et la sécurité. C'est toujours un grand plaisir de travailler avec Emmanuel »⁶⁰. On le voit bien, la relation « bromantique » entre les deux hommes est un terreau favorable à l'affirmation de la même stratégie de branding politique. En quelque sorte, Justin Trudeau permet de répondre partiellement à une ambiguïté politique macronienne, et de rééquilibrer les partenariats et « amitiés » politiques liés par le président sur tout l'échiquier politique : si Emmanuel Macron s'est affiché dans les médias par le passé avec des personnes comme Philippe de Villiers par exemple, placé à la droite de l'échiquier politique, Justin Trudeau, par ses valeurs et son branding politique, apparaît par le biais de la « *bromance* » comme un véritable jumeau politique qui rééquilibre cette ambiguïté et signifie qu'il ressemble « plus » à Justin Trudeau politiquement qu'à Philippe de Villiers ou Daniel Cohn-Bendit, également son ami et l'un de ses premiers soutiens. Par le biais de la « *bromance* », Emmanuel Macron cherche à « rassembler », comme le disait Justin Trudeau lors de son entretien dans *Les Echos*.

Pour Juliette Charbonneaux, « *on peut aussi y lire une envie de marketing politique des deux côtés : on a deux dirigeants qui sont de la même génération, qui incarnent un espoir de renouveau – c'est un discours très fort de la part de Trudeau qui a été exprimé [les photos de*

⁵⁹ CUMMINGS Jordy, « Justin Trudeau, l'envers d'une icône », *Le Monde Diplomatique*, février 2017, p.11

⁶⁰ HUBERT-RODIER Jacques, « Justin Trudeau : 'Je suis totalement aligné avec Emmanuel Macron sur les grands enjeux internationaux' », *lesechos.fr*, 15 avril 2018, consulté le 18 avril 2018

Taormine] – *chacun peut y trouver son compte en se mettant en scène aux côtés de l'autre, comme étant de la même génération, le renouveau de la politique internationale ... Je pense que ce message officiel c'est celui-ci aussi* »⁶¹.

Nous l'avons vu plus haut, ces similitudes de stratégie de branding politique s'insèrent dans un cadre politique particulier et des conceptions politiques particulières : le rapprochement Canada-France dans le cadre du CETA (et la philosophie libérale économique en son sein), la défense par les deux hommes du « progressisme » ... sont autant d'items politiques qui permettent de s'éloigner d'un Donald Trump, partenaire diplomatique incontournable mais qui ne partage pas certaines des positions politiques du « couple franco-canadien » (accord de Paris, position autour de l'Iran, droits LGBT, égalité femmes-hommes ...). Ce lien diplomatique s'insère dans une stratégie d'alliance politique : nous pouvons supposer que pour Justin Trudeau, Emmanuel Macron est une « porte d'entrée » sur l'Europe, notamment grâce à son soutien affiché pour le CETA. De son côté, nous pouvons considérer Justin Trudeau comme un allié d'Emmanuel Macron, qui, par ce partenariat singulier, développe son internationalisme, affirme ses valeurs progressistes à l'européenne et met en signe ses attributions régaliennes.

2. La « bromance », un ressort de la séduction politique macronienne

Nous l'avons rapidement vu en introduction, Macron est un adepte des techniques de séduction politique. L'utilisation de la « bromance » n'en est qu'une autre, plus novatrice. Dans son *Histoire de la séduction politique*⁶², Christian Delporte montre que dans son sens le plus fort, le mot séduction, du latin *seducere*, signifie « amener à soi », avec ou sans le consentement de l'autre impliqué dans la relation de séduction. Pour l'historien, le séducteur est « maître d'un espace symbolique » dans lequel il déploie une stratégie alimentée par une série d'apparences. « La séduction est plus qu'un instrument pour conquérir le pouvoir : c'est un état »⁶³ dit Christian Delporte. La séduction renvoie également à un instinct primaire presque sexuel, car l'opinion est une femme à soumettre. Les hommes politiques français ont par ailleurs été friands de cette métaphore en politique : « Je n'ai qu'une passion, qu'une maîtresse, la France. Je couche avec elle » disait Napoléon. Pour l'auteur, « la séduction est aujourd'hui devenue dominante dans le rapport du politique au citoyen »⁶⁴.

⁶¹ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

⁶² DELPORTE Christian, Une histoire de la séduction politique, Flammarion, 2011

⁶³ Ibid. p.15

⁶⁴ Ibid. p.17

a) Une opportunité politique en réponse à un fantasme numérique

Lors de nos recherches, nous avons pu constater que la « *bromance* » Macron-Trudeau fait en réalité l'objet d'un fantasme populaire, qui a démarré sur Twitter le soir de l'élection d'Emmanuel Macron. Si pour Philippe Legendre nous vivons dans une « société du fantasme », Twitter semble en être un terreau privilégié suite au tweet de Justin Trudeau le félicitant pour sa victoire. Dans les commentaires adossés au tweet on retrouve des messages d'internautes : « Personne n'a hâte de voir une #bromance entre @EmmanuelMacron et @JustinTrudeau ? (emoji clin d'œil) »⁶⁵ (dans le cas présent le tweet d'une femme) ou encore un montage Photoshop⁶⁶ explicite de deux hommes musclés torse-nus, avec les têtes des deux hommes, qui s'enlacent et font face à un lit qui laisse penser à une aventure sexuelle. L'image s'accompagne d'un texte humoristique : « Hé Manu ! Tu descends ? – Pourquoi faire ? – Ché pas ... Renforcer les liens de fraternité entre le Canada et la France »⁶⁷ (tweet d'un homme). Ces deux exemples, qui seront analysés avec l'ensemble des retombées médiatiques, reprennent les champs lexicaux de la « *bromance* » par leurs textes, comme la notion de « buddy » américaine, tournée en verbe dans le premier tweet – ce qui rend par ailleurs une éventuelle traduction française hasardeuse – ou les « liens de fraternité » qui renvoient au « bro- » de la formule. L'image suggestive accompagne ce fantasme numérique : d'une certaine manière l'internaute souhaiterait (sa)voir Macron et Trudeau avoir une relation sexuelle, pourtant il est obligé de faire un montage Photoshop, donc une représentation de sa réalité, de son fantasme, pour le voir advenir. La suggestion du lit est fantasmatique : il suggère un après, l'acte sexuel, que le fantasme veut révéler.

Tout en restant prudent sur l'intentionnalité des deux hommes politiques, on peut supposer que la vue de ces tweets a participé à la mise en signe de la « relation bromantique » que l'on connaît. Le fantasme des internautes, qui leur est propre, a été d'une certaine manière ré-approprié par Macron et Trudeau comme une technique de séduction politique dont le but est de « faire oublier que le message politique est une construction », comme le rappelle Jamil Dakhlija en reprenant les analyses de Philippe Breton⁶⁸. Selon Bernard Lamizet, un fantasme peut effectuer un glissement vers le mythe puisque « le fantasme renvoie à des angoisses, des désirs ou des peurs de nature à créer des événements dans l'imaginaire singulier du sujet, tandis que l'autre – le mythe – renvoie à un imaginaire culturel et collectif, fait, lui aussi, d'angoisse, de désirs ou de peurs, mais, cette fois, incarnés dans des personnages ou des

⁶⁵ Voir annexe 3 : « Is anyone else looking forward to budding #bromance between @EmmanuelMacron and @JustinTrudeau ? 😊 » (tweet original)

⁶⁶ Voir annexe 3, p.98

⁶⁷ Voir annexe n°3

⁶⁸ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.88

situations connues de tous »⁶⁹ : nous pouvons considérer que la « *bromance* » passe bien du stade de fantasme au stade de mythe, notamment par la peopolisation et la mise en signe qui en est faite par les deux hommes, et en particulier par Emmanuel Macron.

Recourir à des techniques de peopolisation politique pour représenter la bromance (par des photos, des discours et des signes), « revient en effet à se couler dans un discours de la séduction, proposant des modèles et des symboles censés provoquer sinon de la fascination, du moins l'admiration » pour Dakhli⁷⁰.

b) Les implications et significations de la « relation bromantique » dans la séduction macronienne

Nous pouvons considérer d'une part que l'utilisation d'un fantasme populaire pour construire la « *bromance* », est un moyen de signifier la proximité, comme nombre de stratégies de peopolisation : le chef d'Etat est un homme comme les autres, qui a également des relations amicales profondes, ici nous dirions « bromantiques », avec ses homologues politiques. Comme le montre Dakhli dans *Politique people*⁷¹, les techniques de peopolisation du politique permettent aux spectateurs, ici le citoyen, de s'identifier et de se projeter, en mieux selon l'auteur, par le politique. Aussi la mise en scène « bromantique » n'est pas tant une représentation de la relation Macron-Trudeau qu'une projection des potentielles « bromances » existantes. L'acte de communication « bromantique » vient incarner d'une certaine manière une partie des Français. Pour Juliette Charbonneaux, « *on est aussi dans une époque de méfiance par rapport à des élites, des discours qui seraient coupés du peuple, donc là on est dans un travail du "cool", du "friendly", à travers ce travail de la proximité, une grande stratégie politique qui a fondé la peopolisation à un niveau individuel* »⁷².

Par ailleurs, si nous nous référons aux travaux de Philippe Marion sur les photographies *people*⁷³, et notamment la notion d'« effet bourrelet », qui rapprochent les politiques des citoyens en donnant à voir leurs imperfections physiques, nous pouvons supposer qu'Emmanuel Macron se positionne sur le versant opposé : il nous donne à voir des corps séducteurs, aux physiques avantageux, objets de fantasmes. Si Marion distingue une « proximation par le rêve » d'une « proximation par la ressemblance » dans les photos *people*, nous pouvons affirmer qu'Emmanuel Macron, avec Justin Trudeau, semble vouloir utiliser ces deux formes de proximation, pour les raisons que nous avons évoquées plus haut.

⁶⁹ LAMIZET Bernard, *Sémiotique de l'événement*, op. cit. pp.262-263

⁷⁰ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.75

⁷¹ Ibid

⁷² Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

⁷³ MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo *people* » dans *Communications* 27/1, 2009, pp.160-178

c) La « *bromance* », objet communicationnel peu exploité

Nous le disions déjà en introduction, si très peu de chercheurs en communication politique européens ont théorisé la « *bromance* » appliquée à la communication politique, nous pouvons tout simplement supposer que c'est l'absence ou la rareté de « *bromance* » politique qui explique ce manque de recherches.

Si la « *bromance* » est peu théorisée, cela en fait un filon à exploiter, que ce soit pour les chercheurs comme pour les politiques : le sociologue Jean-Claude Kauffmann confiait dans une tribune dans *Le Monde* qu'il y a une « nécessité [pour les politiques] de proposer de nouvelles histoires » car « même la politique doit se plier à ce nouvel impératif, qui la contraint à se mettre en récit »⁷⁴. Par ailleurs, comme le montre Joëlle Desterbeck dans *La peopolisation politique*⁷⁵ grâce aux recherches de Marion Ballet, entre 1981 et 2012, « les politiques sont passés de l'inhibition des affects au dévoilement émotionnel »⁷⁶. Dès lors, nous pouvons constater que la « *bromance* », qui par essence fait appel à des registres émotionnels puissants, est un objet pertinent à exploiter comme technique de communication politique.

3. La « *bromance* » est une image du positionnement politique d'Emmanuel Macron

Si la « *bromance* » participe d'une stratégie de séduction politique de la part du chef de l'Etat, notre analyse nous a poussé à montrer que la mise en signe de la « relation bromantique », vecteur de la stratégie de branding politique de Macron, est au final une « image » du positionnement politique d'Emmanuel Macron. Il convient dès lors d'analyser le positionnement politique du candidat, puis du président Macron, vu par le prisme de la « *bromance* ».

Nombre d'études d'opinions se sont attachées à analyser les programmes et positionnements des candidats. Nous vous en livrons ici une sélection, issus d'institut d'études français.

Dans la « Boussole présidentielle 2017 » du Cevipof⁷⁷, une cartographie⁷⁸ place les différents candidats à la présidentielle en fonction de deux axes (l'axe des abscisses représentant le « libéralisme économique » et l'axe des ordonnées le « libéralisme culturel ») selon une méthodologie rigoureuse qui recoupe une sélection de critères idéologiques et politiques. Les résultats de cette étude montrent que le candidat Macron se situe à la fois à un

⁷⁴ KAUFMANN Jean-Claude, « François Hollande au piège du storytelling », *lemonde.fr*, 13 janvier 2014, consulté le 20 avril 2018

⁷⁵ DESTERBECK Joëlle, *La peopolisation politique*, De Boeck Supérieur, 2015

⁷⁶ Ibid. p.147

⁷⁷ « Boussole présidentielle 2017 », Cevipof avec 20Minutes et Kieskompas, avril 2017 (à partir de l'article de GOUGOU Florian et PERSICO Simon, « A new party system in the making ? The 2017 French presidential election », *The Conversation*, 6 avril 2017, consulté le 20 avril 2018)

⁷⁸ Voir annexe n°9

niveau élevé sur l'axe du libéralisme culturel, comme Benoît Hamon, et en même temps sur le libéralisme économique à la manière de François Fillon. Selon Thomas Vitiello, dans un article de *The Conversation* du 6 avril 2017⁷⁹, « ce [positionnement] lui assure une position médiane dans l'espace politique et un soutien important au sein de l'électorat ». Ainsi, on attribue à Emmanuel Macron un positionnement libéral, qui avait déjà été soulevé lors de plusieurs sondages : dans une étude sur « le libéralisme en France », l'institut Odoxa montrait qu'« au palmarès des hommes politiques jugés les plus libéraux c'est le ministre de gauche qui est le premier : Emmanuel Macron. Il devance Alain Juppé et Nicolas Sarkozy »⁸⁰. 56 % des Français jugent qu'il est le personnage politique le plus libéral du paysage politique français. Alors que « 58 % des Français ont une mauvaise image du libéralisme »⁸¹, on peut dire qu'Emmanuel Macron a réussi, par son élection, un pari politique et idéologique.

Ce positionnement libéral, et en particulier culturel, peut se lire dans la « *bromance* », de par sa dimension « homosociale » dont nous parlions plus haut. On connaît les engagements du ministre et du candidat Macron pour les droits des personnes LGBT+ (positionnement favorable au mariage pour tous, promesse électorale d'élargir la PMA à toutes les femmes...). Dans les « Dynamiques politiques 2014-2017 » du Cevipof⁸², on apprend que pour 52 % des Français il faudrait « augmenter les droits des homosexuels »⁸³, 45 % des Français considèrent ce sujet comme « important »⁸⁴, et 17 % d'entre eux pensent que LREM est le parti « le plus apte à mettre en œuvre » « les droits des homosexuels » (contre 12 % pour le PS et 11 % pour la France Insoumise, 13 % pour aucun parti). Cette dernière donnée d'opinion vient confirmer et encourager d'une certaine manière les engagements d'Emmanuel Macron en la matière. Ainsi, si nous observons la « *bromance* » comme un objet de communication politique qui s'insère dans une stratégie de branding politique pour affirmer un positionnement, nous pouvons considérer que la « *bromance* » est en partie une manifestation macronienne de la lutte pour la reconnaissance des droits LGBT, en s'affichant aux côtés de Justin Trudeau. Cette manifestation, peut se lire de manière plus globale comme un « appel » à un électorat plutôt de gauche, pour contrebalancer d'autres « amitiés » comme celle qu'Emmanuel Macron peut entretenir avec Philippe De Villiers. Comme nous le disait Brice Teinturier durant notre entretien, « si l'on considère que le succès du macronisme c'était aussi de marcher sur ses deux jambes, il peut avoir tout intérêt à rééquilibrer son volet social, avec

⁷⁹ GOUGOU Florian et PERSICO Simon, « A new party system in the making ? The 2017 French presidential election », *The Conversation*, 6 avril 2017, consulté le 20 avril 2018

⁸⁰ « Le libéralisme en France », Odoxa pour BFM Business/Challenges/Aviva Assurances, 21 avril 2016, slide 4

⁸¹ Ibid

⁸² « Dynamiques politiques 2014-2017 : baromètre des priorités politiques et des dynamiques électorales », Cevipof avec Kantar Public, Octobre 2017 – vague 11

⁸³ Ibid. p.52

⁸⁴ Ibid. p.45

les préoccupations qui montent en termes d'inégalité, la dimension de dialogue... »⁸⁵. Ainsi, un signe « progressiste » peut également être lu comme un « appel du pied » de la part du président, pour retrouver un équilibre macronien du « ni de droite ni de gauche » promis lors de la campagne de 2017.

Nous nous sommes également penchés sur les valeurs attribuées au candidat, qui guident l'action de Macron et participent de la construction de son positionnement politique. Pour se faire, nous nous sommes appuyés sur l'étude « Valeurs et politiques » de l'institut ViaVoice⁸⁶ : Emmanuel Macron semble porter en lui des valeurs singulières par rapport aux autres candidats à la présidentielle, que sont le « Travail » (35 %), la « Combativité » (31 %) et la « Performance » (30 %). Par ailleurs, dans l'émission « Vie Politique » de TF1 du 11 décembre 2017, Emmanuel Macron est l'invité de Gilles Bouleau. L'entretien avec le futur président débute par les résultats d'un sondage de l'institut Kantar-Sofres. Le candidat Macron avait les qualités suivantes pour les Français : « Dynamique » (70 %), « Moderne » (65 %), « Bon orateur » (64 %) et « Idées nouvelles » (49 % - 5^{ème} position). En parallèle, Gilles Bouleau revient également sur ses défauts : « Trop sûr de lui » (66 %), « Manque d'expérience » (63 %) et « Pressé » (57 %).

Les qualités de dynamisme et de modernité, qui sont reconnues à Emmanuel Macron, peuvent se lire à travers son branding politique : un jeune homme de moins de 40 ans qui a connu une carrière professionnelle et une ascension politique rapide. Sur la modernité, nous l'avons vu, Emmanuel Macron n'hésite pas à utiliser des techniques de séduction politique jusqu'à présent peu exploitées, comme la « *bromance* », et à se positionner sur la même ligne que Justin Trudeau au niveau du libéralisme culturel : le multiculturalisme, la défense et la promotion des minorités, l'égalité entre les femmes et les hommes.

Une fois le positionnement d'Emmanuel Macron établi à travers notre prisme « bromantique », on peut également analyser une partie de l'idéologie sur laquelle repose ce positionnement, l'idéologie libérale, et l'interprétation qui en est faite par l'homme politique. Tout d'abord, nous savons que la promesse électorale d'Emmanuel Macron est de sortir du traditionnel « clivage gauche-droite », en proposant un mouvement politique transpartisan. Toutefois au fil des mois le positionnement macronien bouge vers la droite, comme nous le montrait Brice Teinturier durant notre entretien : « entre le moment de la campagne où il est positionné sur la case 5 de l'échelle gauche-droite, puis le mois de novembre 2017 où déjà il est à 5-7, puis aujourd'hui [mai 2018] à 6-7 donc plus à droite que la moyenne des Français,

⁸⁵ Directeur général délégué d'Ipsos France, TEINTURIER Brice, 4 juin 2018, Ipsos France (Paris 13^{ème}), annexe n°7

⁸⁶ « Valeurs et politiques : l'opinion des Français sur les valeurs des courants politiques et des candidats à l'élection présidentielle de 2017 », ViaVoice pour Wellcom, Mars 2017 – vague 2

il s'est juste passé la nomination d'un Premier Ministre LR, mécaniquement ça le pousse vers la droite en termes de perception, [ajouté à] un certain nombre de mesures qui ont été prises sur le plan économique qui là aussi l'ont poussées plus à droite (la baisse des APL, la suppression de l'ISF etc.). Et puis troisième point, dans sa capacité à réformer qui est plutôt appréciée, mais la radicalité perçue de ses méthodes, puisqu'une partie de la population considère qu'il ne cale pas, qu'il passe en force. Et c'est plutôt un attribut qui est plutôt accolé à des gouvernements ou des présidents de droite. »⁸⁷.

Pour le journaliste Marc Endeweld, auteur de la biographie *L'ambigu Monsieur Macron*⁸⁸, « Emmanuel Macron aime affirmer sa "liberté" »⁸⁹. Pour l'éditorialiste Edith Fressoz, le libéralisme chez Macron c'est « faire entrer le pays dans la modernité »⁹⁰. Dans *Révolution*, Emmanuel Macron donne sa propre vision du libéralisme et déclare que « si par libéralisme on entend confiance en l'homme, je consens à être qualifié de libéral. Car ce que je défends, en retour, doit permettre à chacun de trouver dans son pays une vie conforme à ses espérances les plus profondes »⁹¹. Le candidat Macron propose dans son livre une lecture de la société française singulière : « le véritable clivage aujourd'hui est entre les conservateurs passésistes qui proposent aux Français de revenir à un ordre ancien, et les progressistes réformateurs qui croient que le destin français est d'embrasser la modernité »⁹². Le « progressisme », que l'on peut qualifier de « mot-valise » à la manière de Pierre Schaffer, est employé à la fois par Macron comme par Trudeau, pour asseoir leurs positionnements politiques. Pour la chercheuse Laetitia Strauch-Bonart, « en bon progressiste, il veut améliorer la condition humaine en "changeant" la société, et insiste sur le rôle de l'État en la matière, et en bon libéral, il veut aussi pour y parvenir utiliser les outils de l'économie de marché »⁹³. Pour la chercheuse, Emmanuel Macron aurait une lecture juste de ces deux courants de pensée, car si les progressistes « pensent pouvoir agir sur la société pour la rendre plus juste, les conservateurs refusent cette vision utilitaire » puisqu'ils considèrent que les relations entre individus peuvent arriver à un équilibre naturel, à l'image de la « main invisible » opérante sur les marchés économiques, théorisée par Adam Smith.

Toutefois, Marc Endeweld distingue les actions du chef de l'Etat de son positionnement politique : « défenseur de la planète et de l'écologie face à Trump, défenseur des homosexuels

⁸⁷ Directeur général délégué d'Ipsos France, TEINTURIER Brice, entretien précité

⁸⁸ ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, Points, 2018

⁸⁹ Ibid. p.349

⁹⁰ FRESSOZ Françoise, « Le syndrome Giscard », *lemonde.fr*, 9 octobre 2017, consulté le 16 avril 2018

⁹¹ MACRON Emmanuel, *Révolution*, Pocket, 2017, p.38

⁹² Ibid. p.42

⁹³ STRACH-BONART Laetitia, « Emmanuel Macron ou le progressisme pour les nuls », *lefigarovoix.fr*, 29 septembre 2016, consulté le 16 avril 2018

en Tchétchénie face à Poutine, meilleur “pote” de Justin Trudeau au G7, et même “héritier” de Barack Obama [...] Emmanuel Macron est en réalité conservateur et sur les questions sociales et “sociétales” »⁹⁴. Le journaliste prend pour preuve la ré-utilisation du concept de la « tolérance zéro », employé par Sarkozy sur les questions sécuritaires, ou encore l'épisode médiatique de l'« humiliation » de La Manif Pour Tous. Pour le biographe « le sujet d'Emmanuel Macron n'est pas celui de la justice ou de l'émancipation, mais celui de l'“unité” et de l'“efficacité”, afin de sauver le système institutionnel et économique. Sa “révolution” qu'il a choisi comme titre de livre est profondément conservatrice »⁹⁵.

Appliquée à Justin Trudeau et à son propre positionnement politique, la « *bromance* » vient confirmer l'adéquation politique et idéologique des deux hommes : ils défendent des idéaux et des intérêts communs, et se le reconnaissent mutuellement en incarnant une « relation bromantique ». Par des stratégies de branding politique parfois similaires, Emmanuel Macron et Justin Trudeau incarnent ainsi une vision particulière du monde social et politique. Si les deux hommes semblent se rejoindre sur des thématiques libérales ayant trait au culturel, comme la reconnaissance des droits LGBT+ et l'égalité femmes-hommes, Emmanuel Macron ne jouirait pourtant pas d'un « passeport de gauche » comme le suggérerait Marc Endeweld⁹⁶ : assimilé à une forme de caution politique, il ne dispose pas du tampon qui lui permet d'attester d'une véritable affiliation politique et idéologique avec la gauche française, qui, traditionnellement, porte en elle des luttes sociales et civiques.

C. Analyse critique de la bromance Macron-Trudeau

1. Un « jeu de communication » ?

Maintenant que la « *bromance* » est posée, interrogeons la nature de cette relation entre les chefs d'Etat français et canadien. Pour Marc Endeweld, cet épisode politico-médiatique est un « jeu de communication »⁹⁷ parmi tant d'autres (comme la réception de Vladimir Poutine à Versailles, « *Make Our Planet Great Again* »...). Lors de notre entretien avec Marc Endeweld, le journaliste va même jusqu'à parler de « *pinkwashing* », cette communication de façade sur les sujets LGBT et féministes qui sert de « caution » politique : si le reporter pense que Macron n'est pas adepte de cette forme de communication sur le territoire national, « *il en fait là ; parce que là il est content, il est avec Justin Trudeau, donc*

⁹⁴ ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, op. cit. p.425

⁹⁵ Ibid. pp.425-426

⁹⁶ Ibid. p.23

⁹⁷ Ibid. p.397

c'est formidable. Mais c'est fake. Tout est faux parce qu'en réalité il ne fera [par exemple] jamais la PMA en France. C'est totalement illusoire de le penser »⁹⁸.

Cette forme de communication, qui passe à Taormine par les images, fait l'objet de tout un commerce économique et politique, que dénonce Jean Baudrillard⁹⁹, car les images seraient surchargées de signes. Dans sa tribune, il dénonce « le fétichisme » de certaines photos (comme les images des reporters de guerre) qui sont « proches des images de stars ». En ce sens, appliqué à la « *bromance* », ce bruit sémiotique est instrumentalisé, au service d'une potentielle communication de façade, factice, que serait le « *pinkwashing* ». Pour Philippe Marion, « la réputation de transparence testimoniale de la photographie peut facilement être contestée. Les exemples en sont innombrables. Pour beaucoup, cette "virginité" est un leurre, une illusion ontologique »¹⁰⁰. Pourtant, selon un sondage Odoxa de fin juin 2017¹⁰¹ (la levée d'embargo de récolte des données comprend donc l'actualité du G7) « 62 % des Français donnent raison à Emmanuel Macron pour souvent "mettre en scène" sa communication présidentielle ». Toutefois, dans son rapport, Gaël Sliman précise que « ces "mises en scène", façon Justin Trudeau ou Barack Obama, ont largement été reprises par les médias, mais ont suscité de nombreuses critiques voire moqueries, notamment sur les réseaux sociaux ». Là encore nous voyons clairement la parenté qui est faite par l'opinion mais aussi par certains professionnels, entre les communications de ces trois chefs d'Etat, qui manifestent à leur manière un branding du « cool ».

Outre une possible instrumentalisation du « *pinkwashing* » et du média photographique, c'est toute l'intentionnalité de cette « *bromance* », et en particulier le moment de Taormine, qui nous interpelle : doit-on y voir une revanche sur les détracteurs d'Emmanuel Macron qui auraient répandu la rumeur de sa prétendue liaison avec Mathieu Gallet ? Nous penserons notamment aux paroles du député Les Républicains Nicolas D'Huicq qui avaient fait l'actualité : « Il y a un très riche lobby gay derrière lui. Cela veut tout dire »¹⁰². Nous pouvons supposer prudemment que si le candidat Macron a été personnellement attaqué sur une prétendue aventure homosexuelle, le président Macron peut désormais se jouer de ces critiques et montrer de manière ostentatoire les nouvelles relations ambiguës qu'il peut parfois tisser avec d'autres hommes, sans avoir besoin de s'en expliquer. Selon Marc Endeweld, « le nerf sensible » du candidat est justement son couple avec Brigitte Macron, remis en question lors des rumeurs qui touchaient le candidat. Par ailleurs, pour Christian Le Bart, certaines

⁹⁸ Grand reporter à *Marianne*, ENDEWELD Marc, 26 avril 2018, Locaux de *Marianne* (Paris 5^{ème}), annexe n°4

⁹⁹ BAUDRILLARD Jean, « Le photoreportage en son Miroir », *Le Monde*, samedi 30 août 2003, p.24

¹⁰⁰ MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo people » op. cit. p.166

¹⁰¹ « Regards des Français sur la communication d'Emmanuel Macron et les projets de loi », Odoxa et Dentsu Consulting pour FrancelInfo/Le Figaro, 30 juin 2017, slide 4

¹⁰² Interview de Nicolas D'Huicq sur *SputnikNews.fr*, du 4 février 2017, consultée le 22 avril 2018

formes de communication politique, distancées des communications classiques et institutionnelles « peuvent aussi se traduire par un rapport ironique, amusé, insolent, voire carrément humoristique au politique »¹⁰³. Alors, pouvons-nous également voir dans cette forme de communication ce « rapport ironique, amusé, voire carrément humoristique au politique », qui nous rapprocherait du « jeu de communication », sans véritable intentionnalité politique ? Difficile à dire. Notre hypothèse reste tout de même celle d'un mélange entre une intentionnalité politique, réfléchie à travers un plan de communication.

Jamil Dakhliya dresse un parallèle entre la communication politique française et américaine : aux Etats-Unis « les candidats [aux élections présidentielles] doivent donner des gages à chaque lobby et délivrer un message clé à chaque minorité »¹⁰⁴. Ici, nous pouvons lire ces images de Taormine comme un message, envoyé en particulier à une cible, une partie de son électorat de 2017 : d'une part des hommes supposément homosexuels, capables de lire et d'interpréter ces codes sémiotiques précédemment évoqués, d'autre part des femmes qui trouvent les deux hommes attractifs. Pour Marc Endeweld, les photos de Taormine s'adressent tout particulièrement à « *des étudiants [...], des gens diplômés ou avec des diplômes, qui voyagent, qui sont ouverts sur le monde* »¹⁰⁵, qui ont fait partie de son électorat en 2017. Comme le soulève Philippe Marion, on observe dans les photos people des phénomènes de « projection-identification »¹⁰⁶ (ici grâce à la reconnaissance de codes « bromantiques », eux-mêmes empruntés à la culture gay). Ces photos sont des « machines à désir que sont les épopées et les contes de fées » : ici le désir est alimenté par un fantasme, dont nous parlions plus haut, et les contes de fées utilisent les codes de la romance pour exister, ce que fait Emmanuel Macron avec le G7 de Taormine. Nous pouvons supposer que l'objectif de cette communication est non seulement d'affirmer le positionnement politique d'Emmanuel Macron, de réussir ses premiers pas sur la scène internationale en développant des partenariats nouveaux, mais aussi d'envoyer un message de réassurance à cette partie de son électorat, et a fortiori à une partie de la population française, pour rappeler son engagement sur le terrain du libéralisme culturel.

Toutefois, sur la question des cibles potentielles de cet acte de communication, Micheal DeAngelis nuance quelques peu les cibles des « *bromances* » : « la *bromance* ne saurait être automatiquement connectée aux communautés homosexuelles ou à ses audiences, mais le phénomène doit son émergence à sa facilité de s'approprier des codes culturels liés à

¹⁰³ LE BART Chrisitan dans FAURE Alain et NÉGRIER Emmanuel, *La politique à l'épreuve des émotions*, PUR, 2017, chapitre « Emotions exemplaires et émotions singulières chez les professionnels de la politique, chapitre pp.141-150, p.147

¹⁰⁴ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.96

¹⁰⁵ Grand reporter à *Marianne*, ENDEWELD Marc, entretien précité

¹⁰⁶ MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo people », op. cit. p.175

l'homosexualité »¹⁰⁷. Ainsi, il peut y avoir d'autres cibles à cette « relation bromantique », car certaines femmes ont par exemple manifesté le même fantasme que certains hommes sur les réseaux sociaux, et en particulier Twitter¹⁰⁸. Une fois cette nuance apportée, et pour poursuivre notre analyse critique, il est important de constater qu'en réalité, en utilisant cette forme de communication « bromantique », Emmanuel Macron commet en réalité une triple erreur : conceptuelle, politique et médiatique.

2. Une triple erreur

D'abord, Emmanuel Macron commet une erreur que nous qualifierons de conceptuelle sur la définition même de la « *bromance* » car comme le dit le chercheur Peter Forster dans le livre de Micheal DeAngelis, « l'incertitude est l'ennemi de la comédie bromantique »¹⁰⁹. Nous l'avons vu, Emmanuel Macron cultive au quotidien l'ambigüité, y compris à certains égards sur son orientation sexuelle. Comme le souligne le chercheur, « la comédie bromantique insiste sur le fait qu'il est finalement possible de "dire sans équivoque que lui et son ami sont des amis hétérosexuels" »¹¹⁰.

Cela nous amène à considérer la deuxième erreur d'Emmanuel Macron, qui est politique : comme le disait déjà Richard Senett en 1970, « malgré la libération sexuelle, nous sommes restés dans l'orbite de l'autojustification qui régissait le monde du puritanisme »¹¹¹. Or l'affaire Gallet amène une clarification au théâtre Bobino en février 2017 par Macron décrit par Marc Endeweld dans son livre. Comme le rappelle Micheal DeAngelis, même si l'homosexualité est maintenant plus visible dans l'espace public, le désaveu d'une prétendue homosexualité n'est plus suffisant. D'une certaine manière le doute subsiste¹¹². Or il ne peut pas y avoir de doute dans une « relation bromantique ». Si l'aveu éventuel de l'homosexualité d'un des « *bromancers* » invalide et détruit la « relation bromantique », dans le sens où la « *bromance* » est un bouclier qui « protège » de l'homosexualité, ne peut-on pas considérer l'essence même de cette relation comme relevant d'une forme d'homophobie, puisqu'elle l'exclut ? Si nous considérons cet élément, la construction d'une « relation bromantique » avec

¹⁰⁷ DEANGELIS Michael, *Reading the bromance: homosocial relationships in film and television*, Wayne State University Press Detroit, 2014, p.11: « bromance may not be actively marketed to homosexual communities or audience sectors, but the phenomenon owes its emergence to its facility in appropriating the cultural codes of homosexuality »

¹⁰⁸ Voir annexe n°2

¹⁰⁹ FORSTER Peter dans, DEANGELIS Michael, *Reading the bromance: homosocial relationships in film and television*, op. cit. chapitre "Rad Bromance", p.194: « uncertainty is the enemy of bromantic comedy »

¹¹⁰ Ibid. p.193: « the bromantic comedy insists that it is finally be possible to "say for sure that he and his friend are heterosexual friends" »

¹¹¹ SENETT Richard, *Les tyrannies de l'intimité*, Seuil, 1970, p.20

¹¹² DEANGELIS Michael, *Reading the bromance: homosocial relationships in film and television*, op. cit. p.11

Justin Trudeau est totalement contraire au message politique potentiellement envoyé par les deux chefs d'Etat.

Comme le soulignait Juliette Charbonneaux durant notre entretien, les politiques doivent « *inventer de nouveaux gestes pour aller au-delà du discours, et comme ces gestes se voient eux-mêmes décryptés, il faut toujours continuer à innover. Je pense qu'on se situe aussi dans ce paradigme-là !* »¹¹³. Cette surenchère gestuelle donc sémiotique est une escalade sans fin, qui pousse même les hommes politiques à se servir de leur(s) orientation(s) sexuelle(s). Les chercheurs Alain Faure et Emmanuel Négrier rappellent que le politique s'expose de fait à trois risques dans sa communication : un risque d'exposition, un risque de fragilisation, et un risque d'indifférence. Nous pouvons supposer que ces risques poussent les politiques à aller plus loin. Comme le dit Christian Delporte, « ouvrir son jardin secret a un risque : ne plus pouvoir refermer la barrière »¹¹⁴. Cette phrase prend tout son sens quand nous pensons à la rumeur Macron-Gallet.

Enfin, Emmanuel Macron a commis, de manière intentionnelle ou pas, une erreur médiatique, et plus particulièrement d'*agenda setting*. En effet, lors du G7, sa poignée de main, qui a constitué un « échange physique et musclé »¹¹⁵ avec Donald Trump a été l'autre moment du sommet le plus commenté, à tel point qu'il semble avoir même été plus commenté que la « *bromance* » naissante entre Macron et Trudeau. De plus, une semaine plus tard, le Président devra faire face à la polémique suscitée par le général De Villiers, un autre terrain régalien sur lequel Emmanuel Macron doit s'imposer en début de mandat. Cette polémique qui attend le chef de l'Etat n'aura pas, semble-t-il, laisser durer la « *bromance* ».

3. Pour quels résultats ?

Nous avons déjà commencé à interroger l'intentionnalité de la « relation bromantique » Macron-Trudeau plus haut. Pouvons-nous parler d'un moment de communication unique et intense, sémiotiquement comme médiatiquement ? Oui et non. Nous le verrons plus bas, cette « relation bromantique » s'étale dans le temps à travers différents épisodes. Pour autant, dans nos recherches nous pouvons constater, jusqu'à présent, que Macron et Trudeau ne reproduiront pas un tel moment communicationnel.

Par ailleurs, tout en restant prudents, nous pouvons interroger l'« utilité » et la pertinence de ce moment de communication, à travers les baromètres d'opinion. Même s'il est impossible de quantifier l'impact de la « relation bromantique » en termes de retombées d'opinion (aucune étude n'a été commandée sur ce thème), Emmanuel Macron semble avoir réussi ses premiers

¹¹³ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

¹¹⁴ DELPORTE Christian, *Une histoire de la séduction politique*, op. cit. p.13

¹¹⁵ <https://www.lci.fr/elections/emmanuel-macron-ma-poignee-de-main-avec-trump-ce-n-est-pas-innocent-2053449.html>, consulté le 20 mai 2018

pas sur la scène internationale : selon une étude Odoxa de décembre 2017¹¹⁶, « le rôle international du président a été immédiatement reconnu » souligne Véronique Reille-Souff, DG de Dentsu Consulting¹¹⁷ : en effet, « 61 % des Français se disent ‘satisfaits’ de son bilan sur la scène européenne et internationale »¹¹⁸. Pourtant, dans une étude antérieure de septembre 2017, « 56 % des Français pensent qu’il est un “mauvais président” »¹¹⁹. Gaël Sliman de l’institut Odoxa va jusqu’à parler d’« été meurtrier pour Emmanuel Macron »¹²⁰. Tous ces éléments nous ramènent à la question de la place des indicateurs de performance potentiels (KPI) dans un tel plan de communication. Nous le voyons bien, les sondages et études d’opinion ne peuvent pas capter d’éventuelles retombées de cet épisode : non seulement parce qu’il semble impossible de commanditer une étude sur ce sujet précis, et quasiment impossible à quantifier étant donné le caractère émotionnel et insaisissable d’une « *bromance* ». Par ailleurs, d’autres moments médiatiques semblent avoir occulté la naissance de la « *bromance* » à Taormine, qui s’insère toujours – sauf lors de la rencontre bilatérale d’avril 2018 – dans un cadre politico-médiatique global (résultats d’élections nationales ou sommets internationaux).

Dès lors que la « relation bromantique » entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau est posée conceptuellement et pratiquement, nous avons constaté que ce partenariat diplomatique singulier s’insère dans une stratégie de branding politique qui permet à Emmanuel Macron en particulier d’affirmer son positionnement politique. Notre première hypothèse de recherche est ainsi vérifiée. Toutefois, l’analyse critique de cette « relation bromantique » nous a permis de mettre en lumière des erreurs stratégiques de communication qui viennent nuancer la pertinence de cette forme de relation.

Si la « relation bromantique » diplomatique et politique des deux hommes participe d’un branding et d’un positionnement politique, elle résulte d’une stratégie médiatique globale que nous allons analyser dès à présent. En réalité, nous considérons la « *bromance* » Macron-Trudeau comme une série médiagénique collaborative.

¹¹⁶ « Bilan d’Emmanuel Macron », Odoxa avec Dentsu Consulting pour France Info/Le Figaro, 20 décembre 2017, slide 4

¹¹⁷ Ibid. slide 6

¹¹⁸ Ibid. slide 8

¹¹⁹ « Baromètre politique septembre 2017 », Odoxa pour L’Express/France Inter, 19 septembre 2017, slide 4

¹²⁰ Ibid

II. La « bromance » Macron-Trudeau, une série médiagénique collaborative

Nous avons pu le percevoir lors de la première partie de ce mémoire de recherche, le G7 de Taormine, vu sous le prisme de la première rencontre diplomatique-politique entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau, est le *punctum* d'une « relation bromantique » en devenir. Finalement, nous supposons que cette relation a été construite et pensée comme une série, à la fois « médiagénique »¹²¹ et collaborative, entre différents acteurs. Nous nous intéresserons en particulier à trois d'entre eux : Emmanuel Macron (auquel nous rattachons ses équipes en communication), une sélection de médias francophones, et une sélection d'internautes sur Twitter.

A. La « bromance », une série

1. La « bromance » est un média sériel

Avant toute chose, il convient de voir si la « bromance » Macron-Trudeau est un média à part entière. D'abord, force est de constater que la « bromance » Macron-Trudeau est un média dans le sens où sa représentation passe essentiellement à travers le média photographique. Par ailleurs, la « bromance » fait médiation dans le lien diplomatique entretenu par les deux chefs d'Etat. Mais pour voir en quoi la « bromance » Macron-Trudeau est un média qui s'apparente à une série médiatique, revenons sur les éléments constitutifs du média sériel.

a) La présence d'un scénario : des *fanfictions*

Nous l'avons vu précédemment, la « bromance » Macron-Trudeau a fait l'objet d'un fantasme numérique sur Twitter. Dès le 7 mai 2017, soir de l'élection d'Emmanuel Macron, un internaute tweete « Let the Macron-Trudeau fan fiction begin ! »¹²², avec un montage photo qui regroupe une photo de Trudeau à gauche et une photo de Macron à droite : les deux hommes n'ont pas encore fait de photo commune mais par le biais d'un récit médiatique, seront amenés à se retrouver. Cette *fanfiction*, qui en réalité se déclinera en plusieurs histoires écrites en plusieurs langues, se trouve sur des forums en ligne¹²³. Dans la première on retrouvera un passage « bromantique » : « Il [Macron] avala sa salive et fit face à Justin. Il posa sa main sur son épaule avant de lui serrer la main. Leurs regards se croisèrent et Macron

¹²¹ Nous empruntons ce terme au chercheur Philippe Marion dans, MARION Philippe, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », Recherches en Communication n°7, 1997.

¹²² Voir annexe 3

¹²³ Nous vous livrons ici deux exemples francophones : KAPITALISTGIRL, Paris-Ottawa, 10 mai 2017 : <https://www.wattpad.com/story/108739210-paris-ottawa-macron-trudeau-macdeau>, consulté le 20 mai 2018 et PILGRIM67, Bromance, mis à jour le 18 mai 2018, https://archiveofourown.org/tags/Emmanuel%20Macron*s*Justin%20Trudeau/works, consulté le 20 mai 2018

sentit son cœur s'arrêter. Les yeux clairs du canadien l'avaient déstabilisé. Il se mordit inconsciemment la lèvre, et il n'eut le temps de remarquer son geste déplacé que Monsieur Trudeau lui lança un clin d'œil discret ». Alors que leurs femmes se tiennent juste à côté d'eux dans l'histoire – ici les femmes attestent de l'hétérosexualité « officielle » des deux hommes, nécessaire au respect du contrat « bromantique »¹²⁴ - Macron et Trudeau interagissent pour leur première rencontre fictionnelle comme un « couple bromantique » (mordillement de la lèvre, clin d'œil). Dans la seconde histoire, on peut lire le passage suivant : « La douceur du soir et la conversation amicale avec Justin Trudeau faisaient un bien fou à Emmanuel Macron, un bien inespéré. Ils trinquèrent dans l'obscurité et burent au goulot, comme de vieux copains. [...] - Tu sais, murmura Emmanuel [...] c'est difficile de se confier à un pair, de se sentir à égalité. [...] - C'est vrai, répondit Justin [...]. On peut être amis, je crois, souffla-t-il en le dévisageant dans la pénombre. On pourrait l'être, en tout cas. - Oui, c'est vrai, souffla Emmanuel. On pourrait l'être... ». Là encore, les références à la relation amicale qui peut devenir plus profonde et ambiguë, avec l'emploi des points de suspension finaux, sont des marqueurs du discours « bromantique ».

Comme le montre Juliette Charbonneaux dans *Les deux corps du président*, on observe dans les épisodes de peopolisation politique un phénomène de fictionnalisation, dans le cas présent par des internautes, qui utilisent un procédé d'« emballage fictionnel » en utilisant des registres culturels¹²⁵ : ici le script du cinéma ou le théâtre. En effet, Macron et Trudeau sont les personnages principaux sur la scène de Taormine, observés par des spectateurs (journalistes, photographes, et a fortiori le grand public). Dans une certaine mesure, la « *bromance* », vu le statut particulier de cette relation à Emmanuel Macron, pourrait presque faire penser à un vaudeville : une amitié profonde avec un jeu de quiproquo et d'ambiguïtés. Par ailleurs, comme le montre la chercheuse, on observe dans les moments de peopolisation politique une forme de « publicisation du privé »¹²⁶, dans le sens où c'est l'intimité profonde entre les deux hommes qui est l'objet d'un scénario. Si nous n'avons pas pu lire toutes les productions de fanfiction autour de la « *bromance* » Macron-Trudeau, celles accessibles en ligne respectent le contrat « bromantique » : les deux chefs d'Etat ne finiront pas par avoir de relation sexuelle, malgré le suspense provoqué dans les écrits.

Si *fanfiction* il y a du côté des internautes, Macron est lui-même un adepte de la fiction et du récit presque romanesque. S'il déclarait lors d'un entretien à la Nouvelle Revue Française

¹²⁴ FORSTER Peter dans, DEANGELIS Michael, *Reading the bromance : homosocial relationships in film and television*, op. cit. chapitre Rad Bromance, p.192 : « the bros in the bromantic comedy must identify as heterosexual »

¹²⁵ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, op. cit. p.78

¹²⁶ Ibid. p.89

qu'il était « l'émanation du goût du peuple français pour le romanesque »¹²⁷, pour le chercheur Arnaud Benedetti, Macron « infuse les codes de la fiction dans la production de sa communication. Il est celui qui, en France tout au moins, pousse le plus loin les règles de l'infotainment - à savoir une communication qui nourrit nos besoins en imaginaire »¹²⁸. Ici, la « bromance » Macron-Trudeau nourrit des besoins fantasmatiques, décrits plus haut, donc en imaginaires.

b) Un casting people

Que serait une histoire sans personnages ? Sans revenir sur Emmanuel Macron et Justin Trudeau, qui forment les deux personnages principaux de la « *bromance* », il est intéressant de noter que la « *bromance* » compte d'autres personnages, les « seconds rôles », à savoir les femmes des deux chefs d'Etat. Nous l'avons vu en introduction, une « *bromance* » se construit autour de deux hommes, mais qui supposément sont en couple de manière officielle avec des femmes. Sur les photos entre les deux hommes, nous ne voyons jamais leurs femmes. Pourtant, elles sont présentes, puisqu'elles participent à l'existence et à la survie de la « *bromance* ». Ce casting peopolisé transforme les personnages en vedettes. Dans *Politique people*, Dakhliia dit que cette « vedettisation est liée à l'affirmation d'un nouveau modèle spécifique à la culture de masse et l'essor de l'information sur la vie privée [et] semble encouragé par l'essor de formats médiatiques populaires », ici les séries télévisuelles.

2. Une série déclinée en épisodes

Nous l'avons vu en introduction, nous nous intéressons dans ce travail de recherche à quatre moments de la « *bromance* » Macron-Trudeau. Avant de revenir plus en détail sur le synopsis de chaque épisode, nous pouvons partir d'une analyse effectuée par Dakhliia sur la peopolisation politique : « L'intérêt de la vie amoureuse et familiale est qu'elle se prête à un traitement feuilletonnesque »¹²⁹. Appliquée à la « *bromance* », qui n'est pas une relation amoureuse mais plutôt une relation d'amitié profonde et intense, nous verrons que la « *bromance* » Macron-Trudeau fait l'objet, non seulement d'une production médiatique, mais également d'un traitement médiatique (au sens large du terme puisque ce traitement inclut les médias sociaux) feuilletonnesque. Notons que ces épisodes seront analysés plus en détail à la fin de cette partie.

¹²⁷ CREPU Michel et DUVAL-STALLA Alexandre, « Emmanuel Macron : "Paradoxalement, ce qui me rend optimiste, c'est que l'histoire en Europe redevient tragique" », *lemonde.fr*, 27 avril 2018, consulté le 29 avril

¹²⁸ SUGY Paul, « Communication: Emmanuel Macron ou le coup d'éclat permanent », *lefigarovoix.fr*, 6 avril 2018, consulté le 16 avril

¹²⁹ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.77

Nous l'avons vu plus haut, nous faisons commencer la série « bromantique » Macron-Trudeau le 7 mai 2017, soir de l'élection du Président de la République. Comme le veulent les coutumes diplomatiques, les chefs d'Etat étrangers félicitent le nouveau président élu. C'est à la suite du tweet de Justin Trudeau qu'une première vague de commentaires « bromantiques » apparaissent. La « *bromance* » peut commencer. Elle n'est pourtant pas trop commentée par les médias – autre que sociaux – ou si elle l'est, à moindre échelle, elle est commentée principalement sur quelques pure-players français.

Ensuite vient le second épisode, le plus médiatique et le plus médiagénique selon nous, celui du G7 de Taormine en Sicile, les 26 et 27 juin 2017. Les deux chefs d'Etat se rencontrent pour la première fois, ont des moments d'aparté et partagent une conférence de presse commune. Un jeu de photos va être partagé non seulement sur les médias sociaux, mais également diffusé par des organes ou opérateurs de presse officiels ou individuels, en France comme à l'international. La série médiagénique atteint un pic « bromantique », accompagné d'un pic d'audience et de commentaires.

Quelques jours plus tard, les 7 et 8 juillet 2017, le G20 se réunit à Hambourg en Allemagne. Soazig de la Moissonnière n'accompagne pas le président lors de son déplacement. Quelques photos d'organes de presse seront échangées mais n'auront pas la même résonance que les précédentes. Finalement, cet épisode sera peu commenté et repris dans les médias.

Enfin vient le dernier épisode que nous avons vu, à savoir la première rencontre bilatérale - qui ne s'insère pas dans un contexte international – entre les deux hommes, à Paris le 16 avril 2018. Durant cette rencontre, les deux dirigeants, à l'Elysée, ont un entretien et font une conférence de presse commune, qui seront captés par des journalistes et la photographe officielle du président. Puis, Justin Trudeau quittera l'Elysée pour donner une conférence à Sciences Po. Le lendemain, il est le premier dirigeant canadien à intervenir à l'Assemblée Nationale, pour un discours sur les relations commerciales entre le Canada et la France.

Nous le savons, en 2018 c'est le Canada qui a obtenu la présidence du G20. Un prochain sommet, auquel participera Emmanuel Macron, se tiendra à La Malbaie, les 8 et 9 juin. Les différents chefs d'Etats devraient parler de changement climatique, de politique étrangère et d'égalité femmes-hommes, thèmes chers aux dirigeants « progressistes » comme nous avons pu l'entrevoir en première partie de mémoire.

3. La suite ? Analyse critique de la « bromance » en tant que média

Nous l'avons vu au cours des pages précédentes, la « bromance » Macron-Trudeau peut être assimilée à une véritable série télévisuelle : si le scénario politique semble être privilégié par les deux hommes, il succède à des scénari fantasmatiques d'autres internautes. Par ailleurs, on observe déjà un casting et des épisodes distincts. Toutefois, si on observe la « bromance » en tant que série, nous constatons une baisse d'intensité au fil du temps : si l'épisode de Taormine a généré le plus de retombées et de commentaires, la suite des épisodes a été peu commentée par les médias dits « traditionnels » (par exemple, Soazig de la Moissonnière n'accompagnera pas le chef de l'Etat à Hambourg, elle ne pilotera donc pas une nouvelle scène « bromantique »). Le futur G20 du mois de juin pourra être soit un épisode de rebond qui va redonner vigueur à la « relation bromantique », soit la suite de cette « descente » en termes d'action et d'audience. Si l'épisode de Taormine a laissé une sorte d'« empreinte émotionnelle » à la manière dont Faure et Négrier l'empruntent à la psychologie, seuls le temps et les prochains épisodes nous diront si une nouvelle action permettra de relancer l'intrigue de la série « bromantique »¹³⁰.

B. La « bromance », symbole d'une stratégie médiatique

Si la « bromance » est une série, elle fait l'objet d'une diffusion et d'une distribution qui sont pensées et réfléchies. Cette série « bromantique » est en réalité une composante d'une stratégie médiatique macronienne plus large. Nous allons observer les principales caractéristiques de cette stratégie à la lumière de la série « bromantique ».

1. Emmanuel Macron, un « agent de la médiasphère » créateur de contenus singuliers

A travers cet angle d'analyse qui est de considérer la « bromance » Macron-Trudeau comme un média à part entière, nous pouvons considérer Emmanuel Macron comme un « agent de la médiasphère », au sens de Régis Debray, à l'origine de la création de contenus singuliers, et ce dès la campagne présidentielle du candidat Macron. Interrogé dans un article du *Magazine du Monde*, Stéphane Fouks, vice-président d'Havas et conseillers de plusieurs hommes politiques français, souligne que très tôt, « ils ont compris [les membres de l'équipe de Macron] ce qui comptait, c'était l'offre, c'est-à-dire de prendre la main sur le contenu, les messages, l'image »¹³¹.

Grâce à la « bromance », et tout particulièrement aux photos de Taormine, Emmanuel Macron et ses équipes produisent des « médias silencieux » dans le sens où ils ne sont jamais

¹³⁰ FAURE Alain et NÉGRIER Emmanuel, *La politique à l'épreuve des émotions*, PUR, 2017, p.27

¹³¹ DRYEF Zineb et TELO Laurent, « Culture du secret et papier glacé : la communication selon Macron », *M le magazine du Monde*, 18 mai 2017, consulté le 20 mai 2018

légendés, accompagnés d'un sous-texte : hormis les tweets de Soazig de la Moissonnière qui fait un tweet descriptif pour quatre photographies, chaque photo prise individuellement ne comporte pas de légende particulière, si bien que lorsque nous avons récupéré l'ensemble des photos officielles de Macron (disponibles gratuitement sur le site de l'Élysée), il est quasiment impossible de savoir dans quel contexte s'insèrent les différentes photographies.

Toutefois, ces « médias silencieux », qui ne s'accompagnent pas d'un sous-texte quand ces médias proviennent de l'Élysée, possèdent en elles-mêmes un « bruit sémiotique » fort, que nous avons pu constater lors de l'analyse sémiotique des images de Taormine. C'est tout le sens de notre analyse, et qui est selon nous un des éléments constitutifs de la stratégie médiatique d'Emmanuel Macron, résumé par la formule de Joëlle Desterbeck : « pas besoin de long récit, tout est dit »¹³². En effet, avec ce travail de photographie, Emmanuel Macron ne veut pas, et n'a pas besoin d'accompagner ces photos d'une légende : les images de Taormine se suffisent à elles-mêmes. Par leur bruit sémiotique « bromantique », elles affirment un positionnement politique partagé par les deux hommes, qui entament une première rencontre et des premiers échanges. Par ces photos sans texte, Emmanuel Macron recourt au « désengagement énonciatif » que Juliette Charbonneaux emprunte à Aurélie Olivesi dans ses écrits¹³³. Ce « désengagement énonciatif », qui désigne un « phénomène de délégation de l'énonciation d'un sujet délicat à d'autres, par le biais notamment de la citation »¹³⁴, est ici employé grâce au média photographique. L'énonciation est laissée non seulement aux médias, mais l'énonciation du positionnement politique d'Emmanuel Macron est laissée au grand public.

Si Macron produit des médias d'apparence silencieux, le président produit des médias singuliers qui jouissent d'une « notoriété médiatique ». Selon Philippe Marion, la notoriété de la photo médiatique porte en elle des qualités de « documentarité (elle fait document) » et de « testimonialité (elle atteste) »¹³⁵. Dans le cadre du récit présidentiel, nous percevons alors que les deux qualités de la « photo médiatique » se retrouvent dans les photos de Taormine. Philippe Marion rajoute que par ailleurs « la photo people remplit son contrat d'authentification documentaire : elle atteste d'une captation "historique" »¹³⁶. Nous verrons dans la dernière partie que Macron produit des contenus qui s'inscrivent dans le storytelling macronien, qui font histoire.

¹³² DESTERBECK Joëlle, *La peopolisation politique*, De Boeck Supérieur, 2015, p.44

¹³³ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, op.cit. p.79

¹³⁴ OLIVESI Aurélie, *Implicitement sexiste ? Genre, politique et discours*, PUM, 2012

¹³⁵ MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo people » dans *Communications* 27/1, 2009, p.164

¹³⁶ Ibid

Ces contenus photographiques sont en réalité d'abord produits par la photographe officielle d'Emmanuel Macron, Soazig de la Moissonnière. Exclusivement publiés sur son compte Twitter ou sur le site internet de l'Élysée, Emmanuel Macron et ses équipes diffusent généralement les contenus de la photographe en couleur. Nous pouvons ainsi noter une déclinaison et une utilisation des contenus différentes selon qu'il s'agisse du président ou de sa photographe. Toutefois, nous pouvons supposer que si la photographe produit la photographie, elle suit certaines directives du chef de l'État, qui pilote lui-même sa stratégie de contenus et sa stratégie médiatique propre.

2. Le choix du canal digital et ses implications stratégiques

Nous le disions précédemment, pour diffuser ses contenus de manière officielle, Emmanuel Macron recourt au canal digital, et en particulier à Twitter. Si nous avons fait le choix de nous intéresser uniquement à Twitter et non à Instagram, ceci s'explique pour les deux raisons suivantes : d'abord parce que Twitter reste un média plus politique que peut l'être Instagram, ensuite parce que le compte officiel d'Emmanuel Macron sur Twitter est celui qui comporte le plus de followers (plus de 3 millions sur Twitter contre 847 000 sur Instagram), donc qui potentiellement génère le plus de trafic et d'interactions.

En effet, Twitter est un média hautement conversationnel et s'insère parfaitement dans une « économie du commentaire », propre aux usages et aux pratiques des principaux médias sociaux. Pour Dakhlija, Internet est de manière générale un « média de la rumeur »¹³⁷ et s'insère dans la troisième phase historique de la peopolisation politique selon les grandes étapes décrites par Divina Frau-Meiss : aujourd'hui nous sommes avec le web 2.0 et les réseaux sociaux, dans une « peopolisation extime » qui désigne « la propension à extérioriser son intimité pour l'enrichir du regard posé sur elle »¹³⁸. Nous l'avons vu plus haut, si nous considérons qu'Emmanuel Macron préfère laisser la parole aux médias et aux internautes, alors il fait le choix de diffuser ses contenus sur une plateforme qui laisse libre court à la parole, au commentaire, et au débat d'idées. Nous analyserons plus en détail les commentaires qu'on pu générer les contenus « bromantiques » diffusés sur Twitter.

Comme nous disions précédemment que cette communication pouvait s'adresser à des cibles particulières, nous pouvons considérer dans le cadre de la série « bromantique » qu'il s'agit ici d'entretenir une communauté de fans, que constituent les followers du Président de la République. Comme dans toute stratégie médiatique, publier régulièrement des contenus signifiants permet d'entretenir et d'abreuer une communauté dans l'attente.

¹³⁷ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.50

¹³⁸ Ibid. p.51

3. Analyse critique de la stratégie médiatique de la « bromance »

A présent que nous avons conceptualisé la « bromance » Macron-Trudeau comme un média sériel, nous pouvons en effectuer une analyse critique.

Si nous disions que les contenus sont publiés à la fois par Soazig de la Moissonnière et par Emmanuel Macron, cet élément témoigne selon nous d'un souci de cohérence. Tout d'abord, une cohérence sur la présence des contenus : les photos « originales » de la « bromance », en noir et blanc, la signature de la photographe, ne sont pas répertoriées sur le site de l'Élysée, alors que d'autres rencontres avec d'autres chefs d'Etat y figurent. Ensuite, c'est justement ce jeu de couleurs qui atteste selon nous d'un manque de cohérence dans la stratégie médiatique de diffusion des contenus « bromantiques » : le fait que la photographe publie ces contenus en noir et blanc et qu'Emmanuel Macron les diffuse en couleurs, atteste en réalité de deux stratégies médiatiques différentes, qui ne partagent pas le même objectif.

La deuxième remarque autour de la stratégie médiatique « bromantique », c'est justement l'effet de « délégation énonciative » : en choisissant de déléguer l'énonciation à d'autres acteurs comme des médias ou des internautes, nous pouvons passer de la « délégation énonciative » au « journalisme d'interprétation » dont Dakhliya dénonce les dérives dans *Politique people*¹³⁹. Déléguer la parole c'est en effet accepter de laisser tout dire. C'est également prendre le risque d'un formatage discursif médiatique et, concernant les photos de Taormine, dans un enfermement dans la corporéité des deux hommes : « la soumission aux canons people peut donc mettre au premier plan le 'corps naturel' d'un dirigeant au détriment de sa capacité à incarner la transcendance du corps politique »¹⁴⁰. Attachée à l'analyse de l'épisode médiatique hollandien sur la révélation de sa liaison avec Julie Gayet, Juliette Charbonneaux distinguait la représentation de l'homme François Hollande, de la représentation du Président de la République François Hollande. Dans le cas qui nous intéresse avec les photos de Taormine, il semble difficile de déterminer qui d'Emmanuel Macron ou du président est représenté. Pour Juliette Charbonneaux, dans ce cas particulier, « on représente les chefs d'Etat en tant qu'hommes »¹⁴¹. La difficulté de la « bromance » est qu'elle puise son essence dans l'intimité des « bromancers », donc des hommes qui signent un contrat « bromantique ». Mais cette « relation bromantique » entre Macron et Trudeau, nous l'avons vu, vient signifier un partenariat politico-diplomatique, donc représente les chefs d'Etat. Cette relation hybride, qui vient construire le « couple franco-canadien », n'est pas sans difficulté, ce qui va compliquer le « corps-à-corps » médiagénique de la « bromance », essentiel à la stratégie médiatique de Macron.

¹³⁹ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.85

¹⁴⁰ Ibid

¹⁴¹ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

C. La réception de la « bromance » : un « corps-à-corps » médiagénique

Pour Philippe Marion, « même quand elle est officielle et consentie, une photo est toujours à la merci d'un recyclage sensationnaliste et d'une réappropriation populaire, à partir non pas du matériau photographique lui-même – on observe jusqu'ici peu de retouches du type "photoshop" dans cette presse [people] – mais en usant de déictiques visuels et linguistiques et d'exclamatifs lourdement appuyés »¹⁴². Si la « bromance » Macron-Trudeau connaît effectivement un « recyclage sensationnaliste et une réappropriation populaire », nous avons observé dans le phénomène de réappropriation des détournements, des « retouches du type "photoshop" ». Nous supposons que c'est parce que ces images ont été diffusées en premier lieu sur les réseaux sociaux, et en particulier Twitter – média qui laisse une grande place à la créativité et à la création, textuelle comme iconique – qu'elles ont permis de dépasser la simple reprise de l'image « brute ». Si dans ses écrits, Philippe Marion parle d'un « corps-à-corps » dans les productions médiatiques, c'est parce qu'un média ne saurait vivre et subsister sans la collaboration d'acteurs et d'autres médiations. Ce « corps-à-corps » est médiagénique¹⁴³, terme qui désigne l'adéquation entre la narration (ici le média « bromantique ») et les médias choisis lors de la transposition et l'adaptation des récits (presse people, pure-players ou Twitter). Ainsi, quels sont les acteurs médiatiques de la « bromance » ?

1. Etude des acteurs médiatiques de la « bromance »

A l'aune de notre lecture de la *Sémiotique de l'événement*¹⁴⁴, nous avons pu constater une « coupure sémiotique », qui, appliquée à l'événement, provoque une différenciation entre, d'une part l'événement réel et sa représentation médiatique, d'autre part la subjectivité propre du destinataire et la dimension collective de la communauté à laquelle il appartient (une « twittosphère »). Ainsi, si les médias photographiques « bromantiques » de Taormine par exemple, sont pensés sémiotiquement par ses acteurs, les récepteurs potentiels (journalistes et grand public internaute) peuvent potentiellement effectuer une « coupure sémiotique » du média, en le détournant, le commentant ...

Cet élément nous amène à notre première catégorie d'acteurs, les journalistes. Présents au G7 de Taormine, au G20 de Hambourg ou encore à l'Élysée le 16 avril 2018, ce public est le premier à entrevoir la « relation bromantique ». Si la série de photos officielles de Soazig de la Moissonnière a été diffusée aux organes de presse dits « traditionnels » comme l'AFP, les journalistes accrédités dans le village de Taormine les 26 et 27 juin ont également

¹⁴² MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo people » dans *Communications* 27/1, 2009, p.174

¹⁴³ MARION Philippe, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », op. cit.

¹⁴⁴ LAMIZET Bernard, *Sémiotique de l'événement*, Lavoisier, 2006

pris leurs propres photos, et apportent ainsi un autre éclairage que celui donné par les photos officielles de l'Élysée. C'est en partie grâce à ces photos que nous avons pu constater ce « jeu sur le décor » avec le jardin bucolique. Ainsi, le rôle des journalistes est crucial puisque grâce à la médiation journalistique, ici photographique, ils confirment la sémiotique « bromantique »¹⁴⁵. Par ailleurs, la médiation journaliste est également sémantique : c'est par exemple le journaliste Aaron Valley du Huffington Post UK qui met en mot la « *bromance* » dans un tweet (« Le début d'une bromance. Voici la première image commune du Premier Ministre canadien Justin Trudeau et du Président français Emmanuel Macron » - tweet du 26 juin 2017 à 13h43, heure de la conférence de presse commune¹⁴⁶). Ce qu'il est intéressant de noter, et nous y reviendrons plus bas, c'est que l'utilisation du terme « *bromance* » ne pose pas de problème pour un journaliste anglophone, mais, par ce travail de naturalisation de la formule dont nous parlions en première partie, le terme « *bromance* » va s'intégrer progressivement dans le discours journalistique français autour de la relation particulière entre Macron et Trudeau.

Ainsi, ce public à part entière a un rôle nominatif puisqu'il nomme le « phénomène bromantique », alors que les deux chefs d'Etat le sémiotisent uniquement, sans le mettre en mots. Ce rôle du public journalistique avait été notamment commenté par Juliette Charbonneaux dans *Les deux corps du président*, en nommant « l'affaire Hollande-Gayet »¹⁴⁷. Si certains journalistes parlent directement de bromance, d'autres comme Marc Endeweld parlent du « "pote" »¹⁴⁸ d'Emmanuel Macron, Justin Trudeau. Cette mise à distance par des signes méta-énonciatifs que sont les guillemets, montre que le journaliste perçoit le dépassement d'une simple amitié, mais n'a pas de mot en français pour définir la nature de cette relation singulière.

L'autre public incontournable qui participe au « corps-à-corps » médiagénique de la « *bromance* » Macron-Trudeau, c'est l'opinion publique : par ses commentaires, notamment sur les réseaux sociaux, elle commente, accepte la « relation bromantique » comme la rejette, la perçoit ou l'ignore, l'adore ou la déteste. Nous verrons notamment un panel de tweets assez large, mais qui diffère selon l'émetteur, qu'il s'agisse en effet d'un influenceur ou d'un compte beaucoup suivi, ou de comptes plus marginaux mais qui ont leur place dans le « corps-à-corps » médiagénique « bromantique ». L'opinion publique sur Twitter nomme également la « *bromance* », en langue française comme en langue anglaise, avec le même mot originel. Dans ces reprises ou détournements, les internautes rajoutent, nous le verrons, une couche

¹⁴⁵ Voir l'analyse sémiotique complète des photos du G7 de Taormine, voir en annexe 1

¹⁴⁶ Voir annexe 3 : « *The start of a bromance. This is the first picture of Canadian Prime Minister Justin Trudeau and French President Emmanuel Macron together* »

¹⁴⁷ CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, op. cit.

¹⁴⁸ ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, op. cit. p.425

sémiotique nouvelle qui confirme la « sémiotique bromantique », tout en usant de codes médiatiques (emojis, meme ...) que l'on retrouve beaucoup sur les médias sociaux. Alors, les internautes créent un « stéréotypage » au sens de Ducard, qui désigne « un processus de stabilisation sémiotique qui tend, par la reprise et la réplication, au schématisme et au figement »¹⁴⁹. Ce processus, qui travaille une nouvelle fois la sémiotique de l'image, est finalement un « processus de construction du sens subordonné aux formes d'une mémoire culturelle »¹⁵⁰, qui inscrit la relation « bromantique » dans l'histoire des « couples diplomatiques franco-canadiens » comme dans le mandat d'Emmanuel Macron et sa présence sur la scène internationale.

Nous le voyons bien, cette multitude d'acteurs multiculturels, fait exister la « série bromantique », et fait le succès (ou pas) de chaque épisode, à travers différentes formes de médiations.

2. Les différentes médiations journalistiques de la « bromance »

Avant de rentrer dans le détail de ces médiations, il est utile de rappeler que le public journalistique a des intérêts à la peopolisation politique, comme le rappelle Dakhli¹⁵¹ : ce public fait en effet preuve d'une « rationalité utilitaire » qui fait appel à une réflexion sur le modèle économique concurrentiel du journalisme, et une rationalité dite « normative » qui est de dire la vérité, décrypter ici l'action et le discours politique. Par ailleurs, comme le soulignait Juliette Charbonneaux lors de notre entretien, si l'image est médiagénique dans nos sociétés contemporaines, les journalistes font preuve d'une « volonté de ne pas se faire distancer par les concurrents donc se saisir rapidement de l'image et aller un peu plus loin dans le travail de qualification. Là aussi il y a un travail de différenciation d'un média par rapport à l'autre qui va encourager la lecture peopolisante de cette image, et de la relation qui est donnée à lire derrière »¹⁵². Ainsi, on observe de la part du public journalistique différentes formes de médiations : des médiations photographiques (reprise de la photo officielle de Macron, autres photos empruntées à un organe de presse, photo prise par le journaliste ou un membre de son équipe) qui s'accompagnent de toute une série de choix éditoriaux comme un « travail de titraille » et textuel (par un article, un tweet), un espace éditorial propre (pure-players, presse people, rubriques « insolite »). Ces choix éditoriaux, comme le rappelle Juliette Charbonneaux, « orientent la lecture forcément dans un certain sens, souvent dans le sens

¹⁴⁹ DUCARD Dominique, « Stéréotypage discursif d'une image de presse » dans *Communication & langages* 2010/3 n°165, pp.3-4

¹⁵⁰ Ibid. p.4

¹⁵¹ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit.

¹⁵² Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

d'une peopolisation, et aussi parfois au détriment du commentaire politique »¹⁵³. Par leurs médiations, les médias offrent au lecteur « une autre intelligibilité de l'événement »¹⁵⁴.

Du côté du grand public internaute, nous nous sommes penchés sur trois catégories de médiations : les commentaires des tweets officiels de Soazig de la Moissonnière ou d'Emmanuel Macron, les (re)tweets originaux des internautes, les détournements des images « bromantiques » et principalement celles de Taormine.

Si nous ne pouvons pas traiter une à une chaque retombée journalistique liée à la « *bromance* » Macron-Trudeau, nous avons effectué une sélection de retombées journalistiques françaises, livrée ici, en fonction des différents épisodes que nous avons définis plus haut.

Les médiations journalistes « bromantiques » commencent par un article de *Mashable* du 10 mai 2017¹⁵⁵, intitulé « Il a suffi que Justin Trudeau félicite Emmanuel Macron pour que le fantasme de la bromance soit ravivé » (en référence à la précédente « *bromance* » la plus médiatisée, celle entre Justin Trudeau et Barack Obama). *Mashable* a par ailleurs consacré quelques articles sur la « *bromance* » Macron-Trudeau depuis mai 2017, dont trois en français (les autres étant en anglais et ne rentrant pas dans notre scope de recherche). Dès le titre, la « *bromance* » est liée aux deux hommes. Dans l'article, la journaliste montre que le tweet de félicitations adressé à Emmanuel Macron a permis « d'échauffer les esprits » des internautes, qui ont commenté le message du Premier Ministre par un ensemble de GIFs qui reprennent des codes « bromantiques » (souvent des GIFs représentant des hommes avec des regards accrocheurs, qui transpirent, ou qui lèchent des glaces de manière suggestive, ici sexuelle). Après avoir rappelé ce qui rapproche politiquement les deux hommes, la journaliste termine son article par « En vérité, toutes ces anecdotes et arguments politiques n'expliquent pas totalement la divagation des internautes vis-à-vis des deux chefs d'État. Son point de départ est peut-être à chercher un peu moins loin : leur physique... avantageux. ». Le physique, point de départ de la « *bromance* » qui lie les deux hommes.

Dans un billet après le G7, qui est l'épisode le plus médiatisé, la journaliste Jade Toussay du *Huffington Post* français titre « Les images du couple Macron-Trudeau au G7 ont inspiré les histoires les plus romantiques »¹⁵⁶. Ici pas de guillemets, le « couple Macron-Trudeau », apposé à « histoires les plus romantiques » est assumé. Le chapô résume l'article : « Yeux dans les yeux, sourire aux lèvres, ciel bleu et mer turquoise... qui dit mieux pour un premier rendez-vous? ». Charlotte Viguié de *Mashable* dira dans un nouvel article que « la

¹⁵³ Ibid.

¹⁵⁴ LAMIZET Bernard, *Sémiotique de l'événement*, op. cit. p.146

¹⁵⁵ VIGUIE Charlotte, « Il a suffi que Justin Trudeau félicite Emmanuel Macron pour que le fantasme de la bromance soit ravivé », *mashable.france24.com*, 10 mai 2017, consulté le 21 mai 2018

¹⁵⁶ TOUSSAY Jade, « Les images du couple Macron-Trudeau au G7 ont inspiré les histoires les plus romantiques », *huffingtonpost.fr*, 26 mai 2017, consulté le 21 mai 2018

bromance est devenue réalité »¹⁵⁷. Nous le retrouverons dans nombre d'articles, mais les journalistes font appel à plusieurs champs lexicaux pour parler de la « *bromance* » Macron-Trudeau, ou pour l'évoquer : notamment les registres du romantisme (« premier rendez-vous », « yeux dans les yeux »¹⁵⁸, « premier flirt »¹⁵⁹ ou encore « sourires chaleureux, regards admiratifs, ambiance intime ... »¹⁶⁰), des registres de l'italianité (« soleil torride », « sicile »¹⁶¹, « soleil sicilien »¹⁶²) ou encore de la nature exotique qui renforce les champs lexicaux précédents (« cadre bucolique »¹⁶³, « décor édénique », « manga parfumé à l'eau de rose »¹⁶⁴). Les exemples ne manquent pas pour décrire l'imaginaire sémantique et sémiotique (choix des chapô, des titres, des images) qui illustrent la médiation journalistique de la « *bromance* » Macron-Trudeau.

Une autre médiation du G7 a été la vidéo, notamment un reportage de *BFMTV* du 27 mai¹⁶⁵ et un numéro de *Quotidien* du 30 mai 2017. Il convient de s'arrêter quelques instants sur ces deux productions médiatiques, qui éclairent la « *bromance* » et sa médiatisation.

En effet, *BFMTV* est présent lors de la balade dans les jardins de Taormine (« quand on voit les coulisses de l'image, on se rend compte de la mise en scène »), et procède à un décryptage de l'aparté entre les deux hommes. La journaliste, qui parle de la « complicité » entre les deux hommes, réussit à capter les échanges qui précèdent la pose de la célèbre photo : en réalité, les deux hommes discutent de leurs familles juste avant la photo « Moi j'ai des petits-enfants. Quand tu viendras à Paris je te montrerai tout ça. » dit Emmanuel Macron à Justin Trudeau. Cette phrase vient renforcer, s'il fallait une preuve supplémentaire, du lien nouveau, presque intime, qui se crée entre les chefs d'Etat.

De leur côté, les équipes de *Quotidien* ont consacré une grande partie de leur numéro du 30 mai au G7 et en particulier à la rencontre Macron-Trudeau. Comme dans tous leurs reportages, les journalistes décryptent, sont en coulisses. Dans ce numéro du 30 mai¹⁶⁶, les journalistes ont réussi à suivre les deux hommes dans le jardin. Une séquence a attiré notre attention : celle d'Emmanuel Macron, marchant aux côtés de Justin Trudeau, arrachant une fleur exotique. *Quotidien*, par un jeu de retouche, met une musique romantique, fait un ralenti,

¹⁵⁷ VIGUIE Charlotte, « Emmanuel Macron et Justin Trudeau se sont enfin rencontrés : la bromance est devenue réalité », *mashable.france24.com*, 26 mai 2017, consulté le 21 mai 2018

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ VanityFair, *vanityfair.fr*, 11 mai 2017, consulté le 21 mai 2018

¹⁶⁰ ARBRUN Clément, « Emmanuel Macron est-il vraiment le French Justin Trudeau ? », *lesinrocks.com*, 14 juin 2017, consulté le 21 mai 2018

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² KLINNIK Alexandra, « Justin Trudeau ou l'art de la "propagande émotive" », *Le Monde*, 1er juin 2017

¹⁶³ Ibid.

¹⁶⁴ ARBRUN Clément, « Emmanuel Macron est-il vraiment le French Justin Trudeau ? », *lesinrocks.com*, 14 juin 2017, consulté le 21 mai 2018

¹⁶⁵ Voir <https://www.youtube.com/watch?v=sw4-0R0lsEE>, consulté le 21 mai 2017

¹⁶⁶ Qui n'est plus disponible en replay du fait de l'ancienneté du numéro, nous avons pu retrouver quelques extraits sur YouTube, voir ci-dessous

entoure la cadre de l'écran de rose. Cette séquence pour le moins « romantique », résonne avec nos précédentes analyses : le fantasme des journalistes est bien là et participe à la stratégie médiatique de la « *bromance* » Macron-Trudeau.

Dans une autre partie du reportage¹⁶⁷, le journaliste Hugo Clément est en coulisses, en retrait du sommet. Peu de journalistes ont reçu une accréditation : « les journalistes nous appellent toutes les heures [...] pour nous donner leur interprétation de ce qui est en train de se passer à l'intérieur ». Cette information nous indique que les médiations des journalistes sont parfois des médiations de médiations « primaires », et interroge sur le nombre de reprises que peut faire l'objet de la « *bromance* », et son niveau d'interprétation.

Enfin, *Quotidien* est le seul média à avoir utilisé l'humour pour mettre en récit la « *bromance* » Macron-Trudeau : les chroniqueurs humoristes Éric et Quentin ont consacré leur chronique du 30 mai exclusivement au G7¹⁶⁸. Bien qu'axés autour de la poignée de main échangée entre Macron et Trump, beaucoup de passages sont consacrés à Macron et Trudeau. Pour l'occasion, Quentin est déguisé en Brigitte Macron. Postée sur un bateau (sur l'étendue d'eau qu'observent Macron et Trudeau à Taormine), Brigitte prend un mégaphone et crie aux deux hommes : « Euh ça va mon p'tit poulet tu veux pas lui rouler une galloche non plus ? ». Là encore, la présence de Brigitte, même parodiée, fait parler le « contrat bromantique » : sa présence vient valider la relation. Son intervention permet même de rééquilibrer, voire « recadrer », la relation entre les deux hommes.

Lors du G20 d'Hambourg, nous avons observé uniquement des articles numériques : l'un de *Vanity Fair*, l'autre de *Glamour*. Soit deux magazines people. Les deux médias parlent de « *bromance* » sans utiliser de signes méta-énonciatifs (nous avons vu que la formule est facilement accolée à un registre people, donc rentre dans le lexique de ce type de presse) et parlent d'une « continuité » de la « *bromance* », en rappelant l'épisode du G7 précédent : « Après avoir affolé la Toile en mai dernier lors du G7 en Italie, Emmanuel Macron et Justin Trudeau, Premier ministre canadien, ont à nouveau fait le buzz à Hambourg lors du sommet du G20 »¹⁶⁹. Nous constatons ici l'effet sériel dont nous parlons plus haut. Placé dans sa rubrique « Vanity Chaud », l'article¹⁷⁰ montre que durant ce nouveau sommet, « les deux hommes politiques ont joué à fond la carte de la bromance avec hug et petite tape dans le dos ».

¹⁶⁷ Voir <https://www.youtube.com/watch?v=FuDv-sPXNoA>, consulté le 21 mai 2017

¹⁶⁸ ERIC ET QUENTIN, « The Macron's : Emmanuel à la main de fer en tournée diplomatique », *tf1.fr*, consulté le 21 mai 2018

¹⁶⁹ G.V, « La bromance entre emmanuel macron et justin trudeau continue au G20 », *glamourparis.com*, juillet 2017, consulté le 21 mai 2018

¹⁷⁰ Vanity Fair, « La bromance idéale entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau se poursuit au G20 », *vanityfair.fr*, 8 juillet 2017, consulté le 21 mai 2018

Enfin, lors du dernier épisode du 16 avril 2018, lors de la venue de Justin Trudeau à Paris, les médias français parlent peu de la « *bromance* », qui semble s'essouffler. Toutefois, le journal *Libération*, qui traite de la venue du Premier Ministre canadien, débute son article par « La bromance continue. »¹⁷¹. Ici, non seulement il s'agit de la seule occurrence ou référence à la « relation bromantique » entre les deux hommes, mais le média national débute son article par cette courte phrase, sans utiliser de guillemets pour l'anglicisme, puis consacre tout son article sur la venue de Justin Trudeau, sa popularité internationale, mais à l'inverse sa baisse de popularité au Canada.

A la lumière des articles observés et analysés, nous pouvons en tirer plusieurs enseignements : d'abord, une pluralité importante de médias dits « traditionnels » ont consacré des sujets autour de la « *bromance* » (presse écrite nationale comme régionale française¹⁷², des pure-players, des chaînes d'information en continu, des émissions télévisuelles). Ensuite, durant nos analyses, nous avons pu voir que ces sujets sont diffusés sur les canaux numériques des médias. Ils reprennent également pour beaucoup des tweets d'internautes, comme moyen de « délégation énonciative », pour illustrer leur propos. Ainsi, si le « corps-à-corps » médiagénique de la « *bromance* » s'opère entre Macron et les médias, il s'opère au sein même des acteurs médiatiques de la « *bromance* ». Puis, ce sont les « choix éditoriaux » faits autour de la « *bromance* » qui nous interpellent : souvent placée dans des rubriques mineures (« insolite » ou encore « Vanity chaud »), la « *bromance* » n'a jamais fait de « une », ou ne s'est insérée dans des versions papiers¹⁷³ et malgré la représentation d'hommes politiques, ne figure dans des rubriques traditionnelles peopolisantes. Enfin, au fil des épisodes, on observe d'une part une sédimentation sémantique du mot « *bromance* », qui malgré l'anglicisme perd ses signes méta-énonciatifs originels (guillemets ou italique¹⁷⁴). La formule et la métaphore opèrent ainsi une naturalisation, qui passe par un système de liens hypertextes qui renvoient vers d'autres articles ou publications (comme des tweets). La formule acquiert ainsi son caractère générique et légitime. D'une autre manière, c'est ce que Philippe Marion appelle l'« intericonicité » médiagénique qui désigne, « la circulation et le renvoi généralisés des images [qui] nous créent des systèmes de cohérences forts et efficaces »¹⁷⁵. D'autre part, on observe une « politisation progressive » du thème : si le discours « bromantique » prend le pas sur les points communs politiques entre les deux hommes, nous avons observé un rééquilibrage au bénéfice du commentaire et de l'analyse politique de cette « *bromance* ». Ce phénomène de réflexivité médiatique et d'évolution des discours

¹⁷¹ MASSIOT Aude, « Justin Trudeau arrive à Paris sur fond de polémique environnementale », *liberation.fr*, 16 avril 2018, consulté le 17 avril 2018

¹⁷² Voir la liste en annexes

¹⁷³ A notre connaissance

¹⁷⁴ Voir par exemple l'article de *Libération* cité plus haut

¹⁷⁵ MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo people », op. cit. p.160

médiatiques sur une thématique donnée, avait notamment été observé par Juliette Charbonneaux lorsqu'elle étudiait « l'affaire Hollande-Gayet »¹⁷⁶.

3. La « bromance » en réactions : une série clivante

Nous l'avons vu, il est finalement difficile de séparer les médiations journalistiques des autres médiations liées à la « bromance », car elles sont une partie des contenus journalistiques. Toutefois, pour des raisons méthodologiques, il nous semblait pertinent de scinder les deux analyses. Passons donc à présent aux médiations des internautes. Au fil de l'analyse, nous verrons que les internautes ont majoritairement effectué des médiations à partir des photos des deux hommes, et non à partir des contenus journalistiques (hormis leurs éventuels commentaires apposés aux articles). Les internautes acquièrent ainsi un rôle de (co-)création de contenus incontournable dans la « bromance ». Nous verrons également que les réactions des internautes sont loin d'être uniformes. Si pour les journalistes, nous avons suivi une progression temporelle, il est plus pertinent de prendre des bornes thématiques pour les médiations « bromantiques » des internautes.

Avant d'entrer dans le cœur de l'analyse, il convient de rappeler que nous sommes, selon Faure et Négrier, dans une « économie des émotions »¹⁷⁷ en régime médiatique contemporain, qui s'insère dans un contexte de crise de la représentation politique et de la légitimité du personnel politique d'où une remise en cause des « émotions collectives exemplaires » (références à la patrie, France ...) selon les deux chercheurs. Pendant sa campagne mais également durant sa présidence, Macron remet sur le devant de la scène certains de ces symboles (marche devant la pyramide du Louvre le soir de son élection etc.). Nous le disons plus haut, si Twitter est un média hautement conversationnel, ces contenus contiennent souvent une forte charge émotionnelle (comme l'attestent la force des réseaux militants sur Twitter, ladite « fashosphère » etc.). Voyons à présent les grandes catégories de réactions des internautes, face à la « bromance » Macron-Trudeau, qui produisent des créations de contenus singulières.

a) L'approbation par le fantasme¹⁷⁸

Une première catégorisation des médiations sur Twitter par les internautes est bien l'approbation implicite de la « bromance » par ce jeu de fantasmes dont nous avons parlé à plusieurs reprises. C'est cette catégorie de réactions, et de médiations, qui est majoritaire. Ainsi, tout un système de médiation est mis en place par les internautes : un #bromance, les tags officiels des deux chefs d'Etat (@EmmanuelMacron, @JustinTrudeau), l'usage des

¹⁷⁶ CHARBONNEAUX Juliette, *Les deux corps du Président*, op. cit.

¹⁷⁷ FAURE Alain et NÉGRIER Emmanuel, *La politique à l'épreuve des émotions*, op. cit. p.145

¹⁷⁸ Tous les tweets mentionnés sont répertoriés en annexes

commentaires ou des retweets ... Les médiations des internautes lient les deux hommes à leurs différentes twittosphères.

En effet, le simple commentaire ou le simple retweet sont déjà une médiation textuelle ou numérique : « Deux superbes jeunes dirigeants dynamiques dans une même image woo » (commentaire au tweet d'Emmanuel Macron à Taormine, par @parameswarisahu¹⁷⁹) ou encore « team BG ^^ » (par @Latto_Ska). Ce genre de commentaire se note également dans les réponses au tweet de Soazig de la Moissonnière : « La bromance est en vie »¹⁸⁰ écrit @Alex_Cella ou « Les beaux gosses au pouvoir !:p » de @PeyricA. Ce genre de commentaires positifs, est écrit autant par des hommes que par des femmes. @flor_pinon ira jusqu'à commenter « Superbe photographie. La lumière et l'angle me font penser à un #BrokebackMountain », référence « bromantique » que nous avons vue dans une précédente partie.

Force est de constater que les tweets les plus visibles (qui ont donc généré le plus d'interaction) sont souvent ceux qui opèrent des détournements, parfois repris dans les articles des médias. Ces détournements peuvent prendre plusieurs formes : comme des détournements et montages sonores apposés aux vidéos officielles sur lesquelles figurent les deux hommes (des musiques romantiques ou qui font référence à un contexte de séduction, comme *Careless Whisper* de George Michael utilisé sur un tweet autour du G7¹⁸¹ ou encore *Reunited* de Peaches&Herb pour célébrer les « retrouvailles » à Paris d'avril 2018¹⁸²), textuels à partir des photos de presse, ou une multitude de détournements iconiques et visuels.

Repartons des détournements textuels. En effet, nombre d'internautes se sont employés à reprendre des photos de presse, sans les retoucher, mais en y apposant un texte, en imaginant un dialogue entre les deux hommes ... Par exemple, reprenant une des photos de Taormine, @HannaFlint écrit : « Justin Trudeau ressemble au bachelor et Macron a réussi à le voler [aux autres prétendants] quelques instants »¹⁸³, faisant ainsi référence à leur aparté bucolique et reprenant le fameux regard « tendre » d'Emmanuel Macron. Par ailleurs cette référence au Bachelor rappelle les origines de la « bromance » : la culture médiatique populaire des Etats-Unis et les codes de la télé-réalité. @Klaranned commente la conférence de presse commune du G7 en disant « Je veux quelqu'un qui me regarde de la même manière

¹⁷⁹ Voir annexe 3 : « *Two handsome young dynamic leaders in one frame wooo* »

¹⁸⁰ Traduction du tweet original : « *The bromance lives on !* »

¹⁸¹https://twitter.com/AlexandreLn_/status/868053066448351233?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.huffingtonpost.fr%2F2017%2F05%2F26%2Fles-images-du-couple-macron-trudeau-au-g7-ont-inspire-les-histoi_a_22110859%2F&tfw_creator=JadeToussay&tfw_site=LeHuffPost

¹⁸² <https://twitter.com/antoineiorca/status/985848626881712129>

¹⁸³ Traduction du tweet original : « *Justin Trudeau looks like The Bachelor and Macron has just stolen him away for a second* »

qu'Emmanuel Macron regarde Justin Trudeau »¹⁸⁴. Pour commenter une photo du G20 sur laquelle on voit les deux hommes se regarder @elisaalix commente « - Raccroche – Non toi raccroche – Non toi ... #Bromance », ce qui nous fait penser aux conversations amoureuses dans certains films populaires.

Si nous avons pu en observer une multitude d'exemples¹⁸⁵, penchons-nous sur les détournements visuels qui nous ont le plus marqués : si nous parlions déjà plus haut du montage Photoshop érotique liant Macron et Trudeau¹⁸⁶, c'est l'épisode de Taormine qui concentre le plus de détournement. En effet, certains montages, comme celui de @WalterOfficial, reprennent la photo de Macron et Trudeau regardant l'horizon en y apposant un « Crazy Stupid Love » dessus. Cette image retouchée s'accompagne du texte : « @EmmanuelMacron et @JustinTrudeau à l'affiche de la bromance de l'année #G7Taormina @BuzzFeed #InCinemasNow »¹⁸⁷. Outre le fait que l'internaute n'hésite pas à interpeller directement les dirigeants, on retrouve le fantasme de la *fanfiction* et du cinéma, qui rappelle les racines de la « bromance ». Au G20 de Hambourg, @barbapute utilisera une photo du film *Brokeback Mountain* pour illustrer la « bromance » Macron-Trudeau en y ajoutant le texte suivant : « @EmmanuelMacron @JustinTrudeau : prenez une chambre les gars :p :p :p #bromance #G20 #G20HAM17 »¹⁸⁸.

Les exemples qui vont dans le sens de la confirmation de la « bromance » et de son acceptabilité ne manquent pas à travers les différents épisodes. Toutefois, comme pour les médias dits « traditionnels » nous observons une baisse quantitative des commentaires et détournements liés à la « bromance ».

b) Le rejet politique des chefs d'Etat et leur communication

Même si cette catégorie reste moindre par rapport à la catégorie précédente, certains commentaires font la médiation de la « bromance », mais par une critique politique et/ou communicationnelle. Ces médiations, qui se font au détriment de la « bromance », sont exclusivement textuelles. En voici quelques exemples : @NicolasZeMinus commente la photo de Macron à Taormine en disant « Toi aussi tu as misé sur ta jeunesse, ta belle gueule et tes discours creux ? » ou encore, « Marre du storytelling, des poses photo et de la com' à outrance. Les Français ne sont pas dupes. Et pour le #FerrandGate vous faites quoi ? ». Nous avons constaté que le thème des droits LGBT est également un vecteur de commentaire,

¹⁸⁴ Traduction du tweet original : « I want someone to look at me the way Emmanuel Macron looks at Justin Trudeau »

¹⁸⁵ Toutes les détournements analysés et observés sont répertoriés en annexes

¹⁸⁶ Voir annexe 3, p.96

¹⁸⁷ Traduction du tweet original : « @EmmanuelMacron and @JustinTrudeau star in the #G7Taormina #bromance story of the year. @BuzzFeed #InCinemasNow ».

¹⁸⁸ Traduction du tweet original : « @EmmanuelMacron @JustinTrudeau : get a room guys :p :p :p #bromance #G20 #G20HAM17 »

puisque la réunion des deux hommes pro-LGBT fait émerger ce thème, ici tourné de manière négative : « Et les droits des #LGBT ?? » commente @victoire2013, ou encore « Les valeurs communes d'Emmanuel #Macron et Justin #Trudeau sont l'immigration, l'islamisation, la décadence #LGBT et la mondialisation » écrit @FrontSocial.

c) L'homophobie

Enfin, la dernière catégorie de médiation que nous avons pu observer est une médiation qui passe par un commentaire homophobe, comme nous l'attestent les exemples suivants : en commentant le tweet de Taormine d'Emmanuel Macron, @bzh_tb29 dira « Trop mignonnes ensemble les petites tarlouzes », et on retrouvera la notion de « décadence #LGBT » avec le tweet de @FrontSocial dont nous parlions juste avant. Le 16 avril 2018, @Kommandant_JVC commentera le tweet officiel d'Emmanuel Macron avec le hashtag #NoHomo, accompagné d'une image de la grenouille Kermit des MuppetShow (on sait que la grenouille est un des symboles de la « fashosphère » sur Twitter, avec le détournement de « Pepe the Frog »¹⁸⁹).

Nous l'avons vu tout au long de cette partie, la « *bromance* » Macron-Trudeau peut être appréhendée comme une série « bromantique », et confirme ainsi notre deuxième hypothèse de recherche. Cette série est en réalité le résultat d'une stratégie médiatique de création de contenus et de diffusion de la part d'Emmanuel Macron et de ses équipes. Mais cette série ne saurait exister sans un public, composé à la fois d'une multitude de journalistes et d'internautes qui ont procédé à différentes médiations, positives pour la « *bromance* » comme négatives, qui font de la « *bromance* » Macron-Trudeau une série médiagénique collaborative. Toutefois, cette série semble s'essouffler au fil des épisodes, tant sur la création de nouveaux contenus « bromantiques » que sur la réception et le commentaire que la série peut susciter. Le futur G20 à La Maldaie va-t-il relancer la série « bromantique » pour un tout nouvel épisode ?

¹⁸⁹ Voir AFP, « "Pepe la grenouille", devenue symbole de l'extrême droite, tuée par son créateur », *lefigaro.fr*, consulté le 31 mai 2018

III. La « bromance » met en lumière la construction d'un ethos jupitérien chez Emmanuel Macron

Nous l'avons vu lors des deux précédentes parties, si la « bromance » Macron-Trudeau peut être vue comme une forme de mise en signe de son positionnement politique, elle est révélatrice d'une stratégie médiatique pensée par l'Élysée et son locataire. A présent, et afin de tester notre troisième hypothèse, il nous convient de voir dans quelles mesures cette « bromance » est en quelque sorte le reflet d'un ethos « jupitérien » chez Emmanuel Macron.

Mais avant toute chose, il est indispensable de revenir sur la genèse de cet ethos, que l'on peut rattacher à la « présentation de soi » d'Erwin Goffmann¹⁹⁰. Tout commence en octobre 2016, alors qu'Emmanuel Macron est candidat à la présidentielle, sous l'étiquette de son mouvement En Marche !. La formule trouve son origine dans un long entretien délivré au magazine *Challenges*¹⁹¹. A la question, « Mais quel est le type de président capable d'incarner et de rassembler le pays ? », Emmanuel Macron déclare que « François Hollande ne croit pas au "président jupitérien". Il considère que le Président est devenu un émetteur comme un autre dans la sphère politico-médiatique. Pour ma part, je ne crois pas au président "normal" ».

Si aujourd'hui nombre de médias caractérisent la présidence macronienne comme une « présidence jupitérienne », en réalité on voit bien que cette formule de « présidence jupitérienne » s'inscrit avant toute chose dans une « anti présidence normale », donc dans une opposition à l'ethos hollandien. En commençant sa réponse en parlant de François Hollande, Emmanuel Macron cherche à se distinguer en proposant un nouvel ethos présidentiel, mais dont le premier contre-pied reste François Hollande et son ethos présidentiel.

A présent, voyons dans quelles mesures la « bromance » Macron-Trudeau fait parler l'ethos « jupitérien » macronien.

A. Quand la « bromance » fait parler Jupiter

1. Une figure mythologique ambiguë

Jupiter est une figure mythologique romaine qui a fait l'objet de nombreux récits et de nombreuses représentations, notamment dans l'histoire de l'art. Les nombreuses versions mythologiques, lectures, relectures et interprétations font de Jupiter une figure difficilement lisible : il est la « traduction » grecque de Zeus, dépeint notamment dans l'*Illiade* et l'*Odysée*

¹⁹⁰ VERGOPOULOS Hécate, « La présentation de soi. Ethos et identité verbale », *Communication & Langage*, 2011/1, n°167, p.152

¹⁹¹ DOMENACH Nicolas, ROGER-PETIT Bruno, SZAFRAN Maurice et DE MENTHON Pierre-Henri, « Macron ne croit pas "au président normal, cela déstabilise les Français" », *challenges.fr*, 16 octobre 2016, consulté le 26 mai 2018

d'Homère. Ce dieu connaît déjà un destin hors du commun puisqu'il a échappé à son père Saturne, qui dévorait ses enfants à la naissance, avant de le tuer et de devenir le roi des dieux¹⁹². Jupiter est également connu pour ses « amours complexes et mouvementées »¹⁹³, ainsi que ses nombreuses aventures extraconjugales, hétérosexuelles comme homosexuelles : outre ses aventures hétérosexuelles les plus connues (Europe, Danaé, Antiope ou Lédà), les peintres et les sculpteurs se sont également intéressés à son aventure homosexuelle avec le jeune berger Ganymède, enlevé par Jupiter sous la forme d'un aigle. Ainsi, nous pouvons considérer que sa première ambiguïté est sa multitude de relations extraconjugales, qui plus est à la fois avec des femmes et avec des hommes.

La seconde réside selon nous dans les métamorphoses que Jupiter utilise pour se manifester auprès de dieux comme de mortels. Se métamorphosant à la fois en animal (en aigle avec Ganymède, en taureau avec Europe ou encore en cygne avec Lédà) ou en empruntant une autre identité (celle d'un satyre pour approcher Antiope, la déesse Diane pour la nymphe Callisto ou encore Amphitryon pour enfanter Alcmène), Jupiter est même capable de se métamorphoser en élément minéral (en pluie d'or pour Danaé ou en nuée pour Io)¹⁹⁴. Cette polymorphie jupitérienne fait du roi des dieux une figure complexe et parfois insaisissable. Ces métamorphoses se produisent quand il part à la rencontre des mortels, tant pour cacher son identité, dans un premier temps du discours mythologique, que pour apparaître sur un même pied d'égalité que les mortels qu'il rencontre alors en bas de l'Olympe.

2. Les caractéristiques de Jupiter au prisme de la « bromance »

Du point de vue de la « bromance », nous pouvons tirer de Jupiter plusieurs enseignements. Si Jupiter est par essence une figure mythique, Emmanuel Macron cherche à se mythifier par un ethos nouveau. Dans son entretien, Juliette Charbonneaux souligne notamment qu'Emmanuel Macron procède d'un « travail du romanesque, du mythique – on n'est pas très loin puisque romans et mythes sont liés – on est dans une pensée de la fiction qui est intéressante, en tout cas comme travail de l'ethos »¹⁹⁵. Cette pensée de la fiction peut être lue à travers la série « bromantique ».

Comme le rappelle Joëlle Desterbeck, « l'énonciation du corps a une fonction testimoniale »¹⁹⁶. Que ce soit pour Jupiter avec ses nombreuses représentations artistiques ou Macron avec la « bromance », la fonction de la corporéité est essentielle pour toute représentation ou médiation, qui atteste et fait vivre le mythe.

¹⁹² AGHION Irène, BARBILLON Claude et LISSARANGUE François, *Héros et Dieux de l'Antiquité : guide iconographique*, Flammarion, 1994, pp.170-172

¹⁹³ Ibid. p.170

¹⁹⁴ Ibid. p.170

¹⁹⁵ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

¹⁹⁶ DESTERBECK Joëlle, *La peopolisation politique*, op. cit.

Une autre caractéristique de Jupiter c'est son omnipotence, et en particulier son don d'ubiquité. Comme nous le disait Juliette Charbonneaux en entretien à propos de l'ethos « jupitérien », « *sa volonté d'être très très présent à l'international peut aussi être vue comme ça : une espèce d'omnipotence qui transcende les frontières avec beaucoup de voyages* »¹⁹⁷. Nous l'avons vu, dans les premiers mois de sa présidence, Emmanuel Macron s'est attaché à ses attributions régaliennes, qui font de lui le chef de l'Etat, à la manière d'un Jupiter sur l'Olympe, qui est le protecteur de la cité et son représentant.

Jupiter est également un dieu omniscient, maître du Temps (Emmanuel Macron se décrivant lui-même comme le « maître des horloges »), qui peut voir l'avenir et décide du sort de chaque mortel, en influençant la guerre de Troie, le phénomène même de civilisation. Son pouvoir de vie ou de mort sur chaque individu renforce cette omniscience. Dès lors, nous constatons que Jupiter est un acteur de l'*omni-*, le « tout » en latin, il est le tout et contrôle tout à la fois. Pour Brice Teinturier, Emmanuel Macron a une conception de l'Histoire hégelienne : « Macron lui pense [...] que la patte des dirigeants c'est justement d'imprimer sur l'Histoire un infléchissement, une volonté, une direction »¹⁹⁸. Cette volonté, Emmanuel Macron cherche à la montrer, par tout un ensemble de signes, comme les signes sémiotiques et en particulier les signes iconographiques.

Ce qui nous amène à la verticalité, propre à Jupiter. De par sa fonction et son rôle sur l'Olympe, Jupiter peut faire preuve d'une forte autorité, même à l'encontre d'autres dieux, comme le montrera le récit d'Homère de la guerre de Troie¹⁹⁹. Si Emmanuel Macron peut faire preuve de verticalité, cela se retrouve dans ses médiations : l'usage de la contre-plongée qui donne cette impression de surplomb signifie la verticalité, ou du moins une supériorité et une forme d'autorité. Appliquée à la « *bromance* », cette verticalité réside selon nous dans la stratégie médiatique de la « *bromance* », dans le sens où Emmanuel Macron choisit lui-même de donner à voir cette relation avec Justin Trudeau, en maîtrisant ces contenus.

3. La médiation jupitérienne par la photographie

Lors de nos recherches, nous avons constaté qu'Emmanuel Macron recourait beaucoup à la photographie, comme une médiation pour donner à lire sa présidence et son ethos. Nous rappelons par ailleurs que les photos de la « *bromance* » ne figurent pas sur le site de l'Élysée : la galerie photos du site internet s'arrête à la date du 24 juin 2017 et n'est ainsi pas mise à jour²⁰⁰. Cette galerie de photos incomplète recense principalement les premières rencontres bilatérales entre Emmanuel Macron et des chefs d'Etat, ou des corps

¹⁹⁷ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

¹⁹⁸ Directeur général délégué d'Ipsos France, TEINTURIER Brice, entretien précité

¹⁹⁹ Voir HOMÈRE, *Iliade*, Poche, 1972

²⁰⁰ Voir <http://www.elysee.fr/photos>, consulté le 26 mai 2018

sociaux français. Nous le voyons bien, là encore c'est le régalien ou les figures du « deux », la figure du dialogique, qui régissent la majorité des photographies disponibles sur le site de l'Élysée et permettent de construire et entretenir un certain ethos. Toutefois, le principal élément nous amène à penser, dans la stratégie médiatique d'Emmanuel Macron et la construction de son ethos, que ces photographies présidentielles sont un bien commun, dont chaque citoyen peut disposer.

Cette utilisation du média photographique comme principale représentation de l'ethos jupitérien semble se différencier également de François Hollande qui utilisait également la photographie *« mais de manière moins travaillée en tout cas pas avec de travail de composition, dans ce travail de normalité revendiquée. On ne peut pas faire sans les photographes et l'accompagnement des photographes, donc forcément il l'a utilisé [ce média], mais avec un travail de la mise en scène qui était différent, qui paraissait "non mis en scène" - même l'absence de mise en scène est une volonté de mise en scène – mais effectivement c'est le grand écart entre les deux »*²⁰¹.

En allant sur le compte Twitter²⁰² ou le site internet personnel de Soazig de la Moissonnière²⁰³, nous avons pu effectuer une sélection de onze photographies sur plus de 450 à date, qui installent l'ethos « jupitérien » par la photographie. Nous avons sélectionné des photographies qui ont marqué la première année du quinquennat d'Emmanuel Macron, comme sa photographie face à la pyramide du Louvre le 7 mai 2017, son portrait officiel du mois de juin 2017, ou encore différentes photographies d'Emmanuel Macron sur le terrain. L'ethos jupitérien comporte selon nous plusieurs caractéristiques : la première concerne la structure globale des photographies, qui mettent en signe systématiquement Emmanuel Macron dans différentes situations comme des moments républicains institués et instituants (remontée des Champs-Élysées, dépôt de gerbe sur la tombe du soldat inconnu sous l'Arc de Triomphe, portrait officiel) ou des moments qui rythment la vie présidentielle (visites sur le terrain, sommet diplomatique). Cette structure globale montre un président prêt à toute situation, qui s'adapte, à la fois dans l'action et la réflexion. Ensuite, les cadrages effectués, assez divers selon les photos (plans italiens, poitrine, plans américains ou gros plans) restent tout de même assez large, pour donner à voir un décor particulier. Ces plans signifient la place d'Emmanuel Macron, un personnage de premier plan, souvent seul (comme lorsqu'il remonte à pied l'avenue des Champs Élysées²⁰⁴), mais entouré et regardé, mis en hauteur ou au centre de l'image. Par ces photographies, Soazig de la Moissonnière veut mettre en signe l'exercice solitaire du pouvoir présidentiel, à l'image de la place jupitérienne solitaire en haut de l'Olympe.

²⁰¹ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

²⁰² Voir le compte twitter @soazigdlm

²⁰³ Voir <https://www.soazigdelamoissonniere.com>, consulté le 26 mai 2018

²⁰⁴ Voir annexe 2

La prise de vue quant à elle, à savoir de très nombreuses contre-plongées ou des angles frontaux, donne une impression de surplomb et de verticalité. Puis, la prédominance de formes géométriques et verticales (architecture, arbres, cravate et costume) met non seulement en signe l'autorité, mais présente un monde régi par un système de normes et de codes (par exemple l'Elysée comme le lieu par excellence de la République) dans lequel Emmanuel Macron, jeune président, doit s'insérer et dans lequel il doit trouver sa place. La géométrie fait aussi appel à la pensée structurée, calculée et mesurée, parfois « complexe » et renvoie à un contrôle sur l'action. Quant aux couleurs, nous observons que ce sont des couleurs sombres qui dominent sur la majorité de ces onze photographies, comme du bleu marine, du noir, ainsi que des couleurs dites froides (bleu, gris et blanc). Ces couleurs signifient pour nous une certaine gravité, qui se renforce par la gravité du visage d'Emmanuel Macron sur la majorité des photographies : la photographie présente un président sérieux qui est dans la considération, l'écoute, dans le souci de l'autre et le souci de la France, entièrement dédié à sa fonction. Enfin, concernant la lumière, si nous observons qu'elle majoritairement naturelle, Emmanuel Macron est toujours dans la lumière. Il apparaît ainsi comme un homme lumineux. Sur la dernière photographie de notre sélection (lieu et date inconnue), la lumière frappe Emmanuel Macron, à tel point que nous observons une réelle dimension sacrée, christique, qui accentue la réflexion du chef de l'Etat. Sur cette photographie, Emmanuel Macron est en quelque sorte « touché par la grâce ».

Nous le disions lors de cette analyse sémiotique, Emmanuel Macron, le visage toujours grave et bien que toujours en costume - l'habit traditionnel des présidents de la République - opère parfois des métamorphoses jupitériennes, comme lorsqu'il endosse l'uniforme de la marine nationale à bord d'un sous-marin à Brest²⁰⁵. Ce n'est pas un hasard si le président enfle les habits de la Marine Nationale : il met en signe une certaine accessibilité, tout en signifiant par le costume une certaine idée de l'uniforme, qui passe par un imaginaire du combat, de la force physique, du patriotisme républicain. Emmanuel Macron est un président dynamique, représenté par le mouvement : c'est bien toute la symbolique concentrée dans l'image où Emmanuel Macron monte deux à deux les escaliers de l'Elysée²⁰⁶. Sur certaines photographies, Emmanuel Macron tourne le dos à l'objectif, ou ne le regarde jamais. Enfin, ce sont les charges sémiotiques et symboliques qui constituent les photographies de l'ethos jupitérien. Si les attributs de Jupiter étaient la foudre, sa barbe, son sceptre ou encore l'aigle²⁰⁷, en faisant appel à des signes, Emmanuel Macron construit son propre mythe à travers un

²⁰⁵ Ibid.

²⁰⁶ Ibid.

²⁰⁷ GHION Irène, BARBILLON Claude et LISSARANGUE François, *Héros et Dieux de l'Antiquité : guide iconographique*, op. cit. p.172

univers symbolique. Il nous convient de revenir sur quelques-unes de ces photographies mythiques.

Ce mythe « jupitérien » macronien commence dès le soir de son élection, lorsque Soazig de la Moissonnière capture une image d'Emmanuel Macron face à la pyramide du Louvre, avant qu'il n'entre sur l'esplanade et ne prononce son premier discours en tant que président²⁰⁸. Outre les commentaires médiatiques autour de cette photo, avec les symboles de culture comme le Louvre et les rappels mitterrandiens de cette soirée, la rectitude d'Emmanuel Macron sur cette photo, la multitude de formes géométriques et de lignes, sont autant de signes qui amènent à voir une architecture, un plan présidentiel, nous le disions plus haut. Nous pouvons presque y voir une lecture de la société française, du monde, et l'omniscience de Jupiter, qui a un plan pour les mortels. Le choix de conserver cette photographie en noir et blanc atteste de sa dimension testimoniale : ce document photographique fera histoire puisqu'Emmanuel Macron a désormais les habits du Président de la République.

Une autre photographie qui représente l'ethos jupitérien selon nous est bien sûr le portrait officiel du président Macron. Si cette photographie a été énormément commentée, c'est surtout dû à la prolifération de symboles. Ici, quelques-uns retiennent notre attention : si le bureau de Macron est chargé de symboles, c'est parce qu'il les maîtrise : ils sont autant d'attributs que de pouvoirs chez Macron. A commencer par l'horloge, symbole du temps, que Jupiter peut également maîtriser. La multiplicité de téléphones peut également renvoyer à cette ubiquité, ici numérique, dont peut également faire preuve Jupiter. Enfin, la culture littéraire, avec notamment *Le Rouge et le Noir*, renvoie chez Macron à une destinée romanesque, qui se rapproche du mythe, à la manière de Jupiter qui est lui-même un mythe traité dans de nombreux ouvrages et de nombreuses études.

Si l'omnipotence « jupitérienne » est concentrée dans le portrait officiel du président Macron, c'est une photo de lui face à un globe terrestre qui résume selon nous l'ethos jupitérien²⁰⁹. L'omnipotence et le surplomb prennent tout leur sens à la vue de cette photographie : Emmanuel Macron ne regarde pas la France, il regarde le globe terrestre dans son ensemble sur un écran géant. L'ubiquité jupitérienne prend également sa place en une photographie : même si Emmanuel Macron regarde le globe, donc le surplombe par son regard, la Terre entoure sa tête, si bien que par un jeu de symétrie, Emmanuel Macron est exactement au milieu du globe. A la fois au milieu de la Terre et au-dessus, la photographie est une image qui résume très bien selon nous l'ethos jupitérien, à travers le média photographique et le point de vue de Soazig de la Moissonnière.

²⁰⁸ Voir annexe 2

²⁰⁹ Voir annexe 2

En parallèle de ce travail autour de la photographie jupitérienne, nous parlions plus haut d'un travail de peopolisation politique, dont Emmanuel Macron a recours depuis longtemps, même lorsqu'il était ministre de l'Economie. Grâce à la lecture de *Politique people*, nous voyons bien que par la photographie, et plus particulièrement la photographie peopolisante, nous observons un mimétisme des célébrités par les politiques. Ce phénomène s'observe notamment par un calquage de la communication politique sur les techniques de management de la célébrité : par exemple lorsque Nicolas Sarkozy engage le photographe Philippe Warin qui s'occupait de la Star Academy, ou l'agence Bestimage de Michèle Marchand qui s'occupe de gérer « l'accès privilégié » des photographes people au couple Macron, en plus de la présence de Soazig de la Moissonnière qui va travailler au cours du processus photographique la dimension jupitérienne de l'ethos macronien.

B. La « bromance », caractéristique du rapport jupitérien face aux mortels

Pour nous, si la « bromance » fait parler Jupiter, par les symboles et la photographie, la « bromance » et sa mise en série sont également caractéristiques du rapport jupitérien face aux mortels, que sont ici les journalistes et l'opinion publique.

1. Le désir panique de contrôle

Cet ethos jupitérien se caractérise dans la « bromance » mais aussi en général par un désir panique de contrôle. Emmanuel Macron semblerait vouloir ainsi tout contrôler, au sens étymologique de *pan*. La série « bromantique » est à partir de Taormine une initiative de communication politico-médiatique qui participe de l'écriture d'un storytelling macronien, à la fois unique et différenciant par rapport à ses prédécesseurs. Par storytelling nous entendons cette « rhétorique performative » de Christian Salmon, reprise par Jamil Dakhlija, « dont la fictionnalisation permet de faire passer des idées et des actions »²¹⁰.

Nous l'avons déjà évoqué au cours de ce travail de recherche, Emmanuel Macron fait face à un double enjeu de différenciation, qui passe à la fois par un ethos et un storytelling particulier : le nouveau président doit en effet se distinguer de l'« hyperprésidence » sarkozyste et se différencier de la « présidence normale » hollandienne. Pour Brice Teinturier, Emmanuel Macron c'est d'abord un style présidentiel singulier, qui doit se différencier de celui de ses deux prédécesseurs : « son style présidentiel repose sur une alchimie qu'aucun des deux derniers présidents n'avaient jamais eu : c'est-à-dire un mélange de leadership et d'incarnation jugée "digne" de la fonction présidentielle. Ces deux éléments créent plutôt de

²¹⁰DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.21

la fierté »²¹¹. Par ailleurs, Juliette Charbonneaux observe que durant la présidence Hollande, « les médias condamnent donc de manière transversale une absence de récit mais font dans le même temps émerger un élément narratif : la "normalité" »²¹². Or nous l'avons vu lors de son entretien à Challenges en octobre 2016, Emmanuel Macron refuse la normalité hollandienne en disant : « Pour ma part, je ne crois pas au président "normal" »²¹³. Si nous supposons que le quinquennat Hollande manquait d'un récit global, c'est en partie à cause du « piège du storytelling », comme le décrivent Sébastien Chénu et Silnicky Florian²¹⁴ : si le président n'écrit pas son propre storytelling, quelqu'un d'autre – et surtout les médias – le feront pour lui. Pour Brice Teinturier, l'époque dans laquelle nous vivons « réclame de la réactivité, toujours, mais avec là beaucoup de sang-froid et une mise en scène d'un président qui a une pensée de long-terme couplée à de la réactivité. Avec Sarkozy ont était dans l'hyperréactivité et que dans l'hyperréactivité. Ce que lui [Macron] essaie de faire c'est de dire qu'il y a un président qui est capable d'être très réactif – et cela fait partie de ses attributs d'image on le voit très bien : énergique etc. – et en même temps un président qui pense le monde »²¹⁵. En d'autres mots, comme le décrit le sociologue Jean-Claude Kaufmann dans une tribune dans *Le Monde*²¹⁶, Emmanuel Macron se construit une identité narrative qui lui est propre, selon nous en partie à travers les images, afin de s'éloigner de ses prédécesseurs. Comme le dit le sociologue « proposer de nouvelles histoires est devenu une nécessité pour la société », d'où le côté inédit que recouvre la « *bromance* » Macron-Trudeau. La relation entre François Hollande et Julie Gayet fera également dire à Jean-Claude Kaufmann que « la presse people nous envie, impressionnée par cette capacité exceptionnelle qu'ont nos présidents (et un ex-futur président) à magnifier leur vie politique par la romance. 'Ah la France !' ».

Comme le soulignait Juliette Charbonneaux lors de notre entretien, l'ethos macronien est « *dialogique* » : en présence de Justin Trudeau, mais aussi par rapport aux précédents présidents auxquels Macron succède. Selon la chercheuse, ce travail de différenciation passe avant tout par « *un refus de la normalité, en adoptant une posture particulière à l'international, sans doute plus forte que celle qu'avait pu incarner François Hollande. Et puis par rapport à un Nicolas Sarkozy qui tendait, enfin qui ne faisait pas du Trump, mais si on tendait à raccourcir*

²¹¹ Directeur général délégué d'Ipsos France, TEINTURIER Brice, entretien précité

²¹² CHARBONNEAUX Juliette, *Les deux corps du Président*, op. cit. p.104

²¹³ DOMENACH Nicolas, ROGER-PETIT Bruno, SZAFRAN Maurice et DE MENTHON Pierre-Henri, « Macron ne croit pas "au président normal, cela déstabilise les Français" », *challenges.fr*, 16 octobre 2016, consulté le 26 mai 2018

²¹⁴ CHENU Sébastien et SILNICKY Florian, « Le piège du storytelling », *lefigarovoix.fr*, 4 septembre 2014, consulté le 11 mars 2018)

²¹⁵ Directeur général délégué d'Ipsos France, TEINTURIER Brice, entretien précité

²¹⁶ KAUFMANN Jean-Claude, « François Hollande au piège du storytelling », *lemonde.fr*, 13 janvier 2014, consulté le 20 mai 2018

les paradigmes, il se situe plutôt de ce côté-là »²¹⁷. Par ailleurs, alors que le G7 intervient un mois après son élection, nous pouvons supposer qu'Emmanuel Macron doit « faire ses preuves » ou en tout cas délivrer aux Français un sentiment de réassurance, notamment par l'absence de mandats politiques antérieurs. Ainsi, nous observons dans les premiers mois de présidence d'Emmanuel Macron, un troisième niveau dialogique : être le président de tous les Français s'incarne en particulier à l'international puisque la diplomatie est une attribution régaliennne forte.

Par la « *bromance* » mais de manière plus générale lors de ses déplacements à l'étranger, Emmanuel Macron s'inscrit dans une posture d'« exposition promotionnelle », comme le conceptualise Dakhliya, à l'inverse d'un François Hollande qui se positionnait parfois sur le terrain d'un « dévoilement offensif » et subi²¹⁸.

Cette « exposition promotionnelle » de Dakhliya ou « consentie » selon Desterbeck²¹⁹ est une des principales caractéristiques de la peopolisation politique macronienne. Ce consentement et cette promotion macronienne permettent au président de contrôler ses contenus (nous l'avons vu plus haut) qui lui permettent, tout en laissant la place à un « corps-à-corps » médiagénique, de maîtriser son storytelling. Macron fait ainsi preuve de « personnalisation », comme le décrit Desterbeck, qui désigne un « cadrage personnel de la communication politique au médiatique consacré à la temporalité politique et donc le socle minimal sur lequel peut s'appuyer la peopolisation politique pour se déployer »²²⁰.

Un an après son élection, le Cevipof²²¹ a dressé un premier bilan de la présidence Macron, dans lequel apparaissent les résultats suivants : pour 39 % des Français, Emmanuel Macron ressemble à Nicolas Sarkozy, pour 4 % des Français, il ressemble à François Hollande. Pour 57 % des Français, Emmanuel Macron ne ressemble à aucun des deux²²². Lors de notre entretien, Brice Teinturier revient sur ces chiffres. Pour lui, le résultat est sans appel : Emmanuel Macron « donne donc le sentiment, il est parvenu à donner le sentiment, qu'il est différent. Moi je pense que s'il est différent c'est pour une raison extrêmement simple, celle que je vous indique : leadership et dignité de la fonction présidentielle »²²³. Nous pouvons, à un an de présidence, conclure que le storytelling macronien se différencie et se distingue nettement de ses deux prédécesseurs. L'objectif premier de Macron, qui semblait être de se distinguer en tous points de Hollande, est rempli. Toutefois, plus d'un tiers d'entre eux estime tout de même que Macron ressemble à Sarkozy : si on peut y lire l'influence des

²¹⁷ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

²¹⁸ DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit.

²¹⁹ DESTERBECK Joëlle, *La peopolisation politique*, op. cit.

²²⁰ Ibid. p.15

²²¹ « L'enquête électorale française : comprendre 2017 », Sciences Po CEVIPOF avec Ipsos, Mai 2018 – vague 18

²²² Ibid. slide 40

²²³ Directeur général délégué d'Ipsos France, TEINTURIER Brice, entretien précité

réformes qui valent à Macron l'étiquette de « président des riches », Macron cherche également, dans la première année de sa présidence, à se détacher de l'hyperprésidence sarkozienne, en adoptant la stratégie mitterrandienne de la « parole rare », conceptualisée par Jacques Pilhan. Un point que soulignait Brice Teinturier durant notre entretien : « l'idée de Sarkozy c'est de saturer l'espace médiatique pour imposer son propre tempo, l'idée de Macron c'est plutôt de redonner de la hauteur à la parole présidentielle, du poids, en la raréfiant »²²⁴.

2. Un rapport vertical à la presse

L'ethos « jupitérien » d'Emmanuel Macron se retrouve également dans son rapport avec les journalistes. Nous avons abordé ce sujet à plusieurs reprises, maîtriser les contenus, les accréditations presse, écarter les journalistes politiques de l'Elysée, sélectionner les journalistes lors de voyages officiels, sont autant de messages forts envoyés à la presse. Ce rapport, que nous qualifions de vertical et qui n'est pas sans nous rappeler Jupiter, se manifeste de plusieurs façons. Pour les journalistes du *magazine du Monde*, il peut « prendre les journalistes de court en rendant lui-même publique une rumeur qui lui prête une liaison avec Mathieu Gallet, le président de Radio France. Il la dément devant mille personnes, à Bobino, le 6 février. »²²⁵. Emmanuel Macron perturbe en quelque sorte le travail journalistique. Ne pas mettre de légende particulière sur ses photos présidentielles, est le signe d'un rapport vertical : si « tout est dit » c'est parce que nous supposons qu'Emmanuel Macron n'a pas à faire le travail des journalistes et commenter ses propres actions. Les photographies présidentielles, et ici celles qui mettent en signe l'ethos jupitérien, doivent parler d'elles-mêmes. Les photographies de Taormine, envoyées aux journalistes et aux organes de presse, attestent encore une fois de ce désir panique de contrôle. Ce désir de contrôle nous rappelle les paroles du journaliste de *Quotidien* Hugo Clément : « les journalistes nous appellent toutes les heures [...] pour nous donner leur interprétation de ce qui est en train de se passer à l'intérieur »²²⁶. Dans l'article du *Magazine du Monde*, nous apprenons qu'une agence spécialisée dans les photographies people, l'agence Bestimage dirigée par Michèle Marchand, amie du couple Macron, gère « l'accès privilégié » au couple : « on noie la presse sous des photo autorisées - posées ou volées – et en échange, on vous fiche la paix »²²⁷.

Ainsi, ce rapport vertical à la presse se caractérise par une mise à distance physique et « verbale » par rapport aux médias : la mise à distance de l'exercice de l'interview

²²⁴ Ibid.

²²⁵ DRYEF Zineb et TELO Laurent, « Culture du secret et papier glacé : la communication selon Macron », M le magazine du Monde, 18 mai 2017, consulté le 20 mai 2018

²²⁶ Voir <https://www.youtube.com/watch?v=FuDv-sPXNoA>, consulté le 21 mai 2017

²²⁷ DRYEF Zineb et TELO Laurent, « Culture du secret et papier glacé : la communication selon Macron », M le magazine du Monde, 18 mai 2017, consulté le 20 mai 2018

présidentielle qui est, comme le rappelle Juliette Charbonneaux, « *le moment médiatique régalien de De Gaulle* »²²⁸ est un changement majeur dans la pratique du pouvoir présidentiel. « *Et là on parle de plus en plus du déplacement de la cellule de presse des journalistes de l'Élysée qui va être déménagée dans une annexe ... C'est aussi un travail de mise à distance symbolique qui est fort* »²²⁹.

3. Un rapport à la plèbe singulier

Ce rapport vertical de l'ethos « jupitérien » face aux médias français, passe également par un rapport à la plèbe singulier. Nous l'avons vu dans une précédente partie, Emmanuel Macron est un adepte des techniques de séduction politique. Dans son ouvrage consacré à la séduction en politique, Christian Delporte parle de ce rapport de séduction inégal où « le sexocrate [...] séduit par l'attraction immédiate qu'exerce sur l'être ordinaire son magnétisme divin »²³⁰. Pour Christian Le Bart, les hommes politiques « parviennent désormais à se singulariser par des présentations de soi qui font la part belle aux émotions jadis tabous car à la fois individuelles et moins frappées du sceau de l'exemplarité. Les "mauvaises" passions, illégitimes à l'aune de l'exemplarité républicaine, ont désormais droit de cité en politique car elles révèlent une personnalité supposée authentique »²³¹. Si nous considérons que les « mauvaises passions » des politiques peuvent faire référence à la vie privée et sentimentale, ainsi que son instrumentalisation pour des fins de peopolisation politique – et dans le cas de Macron en jouant sur une ambiguïté avec Justin Trudeau, Emmanuel Macron propose de mettre en signe une « mauvaise passion » dans le but de séduire une partie de la population française. Dakhliya dresse ainsi un parallèle entre les communications politiques françaises et américaines : aux USA « les candidats [aux élections présidentielles] doivent donner des gages à chaque lobby et délivrer un message clé à chaque minorité »²³². Nous l'avons vu, nous supposons que les images de Taormine font particulièrement écho aux personnes LGBT mais aussi à des femmes qui trouvent initialement les deux hommes attirants. Pour le chercheur, l'homme politique de la "seconde modernité" sait qu'il doit offrir aux citoyens les performances médiatiques les plus parlantes, à même de leur donner prise sur une réalité politique souvent complexe »²³³ : s'afficher aux côtés de Justin Trudeau doit signifier à tous le positionnement politique commun des deux hommes, à travers des marqueurs diplomatiques ou ici « bromantiques ».

²²⁸ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

²²⁹ Ibid.

²³⁰ DELPORTE Christian, *Une histoire de la séduction politique*, op. cit. pp.22-23

²³¹ LE BART Chrisitan dans FAURE Alain et NÉGRIER Emmanuel, *La politique à l'épreuve des émotions*, PUR, 2017, chapitre « Emotions exemplaires et émotions singulières chez les professionnels de la politique, p.141

²³² DAKHLIA Jamil, *Politique people*, op. cit. p.96

²³³ Ibid. p.126

C. L'ethos jupitérien en question

1. Un bouleversement des métiers et des pratiques de médiations

Si l'ethos macronien, qu'Emmanuel Macron qualifie lui-même de « jupitérien », est unique et se différencie de ceux de ses prédécesseurs, les analyses critiques de la « *bromance* » nous amènent maintenant à interroger cet ethos en particulier. A travers nos entretiens, que nous avons choisis pour la pertinence des acteurs, et en particulier leurs milieux professionnels, nous avons pu constater qu'Emmanuel Macron, depuis son accession à la présidence de la République, vient bouleverser certains métiers, qui gravitent autour du monde politique.

Tout d'abord au niveau des métiers journalistiques. Comme le soulignait Marc Endeweld lors de notre entretien, le macronisme (Macron, sa philosophie et ses alliés) a provoqué un bouleversement du journalisme à la française, notamment au niveau de la pratique et du recours au « off » : « *les journalistes politiques sont totalement désespérés parce que ces dernières années ils produisaient leurs papiers en fonction du off [...]. Pourquoi tout ça [la pratique du off] est détruit structurellement par rapport au macronisme ? Le off avait une pertinence par rapport aux jeux de pouvoir entre les partis. Le fait que les partis traditionnels ont explosé et ne correspondent pas à la structure de pouvoir de Macron ... il n'y a plus d'intérêt politique et journalistique là-dedans.* »²³⁴. Pour le grand reporter de *Marianne*, les journalistes politiques se sont construits autour de cette pratique journalistique et en deviennent ainsi totalement dépendants. Pour Marc Endeweld, les journalistes et éditorialistes politiques ne sont plus des experts : « *ils sont incapables de parler, comme en Angleterre ou aux Etats-Unis, de la technicité des politiques publiques. Ils sont incapables de parler du rapport entre haute administration et pouvoir politique. Ils sont incapables d'aller à la pêche à l'information, y compris dans la complexité aujourd'hui de toutes ces institutions de Bruxelles, le Parlement européen etc.* »²³⁵. Cette analyse autour du « off » est également corroborée par Camille Louis, chargé de communication du groupe Union Centriste au Sénat : « *il n'y a pas de off spécial* »²³⁶.

Du point de vue de la pratique politique, nous savons, de par l'essence même de la Vème République, que le Président de la République ne peut se présenter face aux parlementaires. Il peut toutefois leur adresser des messages : grâce à la révision constitutionnelle de 2008, le Président de la République peut réunir le Parlement en Congrès (article 18)²³⁷. Emmanuel Macron utilise cet article 18 : il s'est engagé pendant sa campagne

²³⁴ Grand reporter à *Marianne*, ENDEWELD Marc, entretien précité

²³⁵ Ibid.

²³⁶ Chargé de communication du groupe Union Centriste au Sénat, LOUIS Camille, annexe 6

²³⁷ Article 18, *Constitution française du 4 octobre 1958*, La Documentation Française, 2016

présidentielle, à réunir tous les ans le Parlement en Congrès à Versailles pour dresser des bilans de l'action de son gouvernement²³⁸. Toutefois pour Camille Louis, « l'exécutif se moque pas mal du Sénat. Il bloque à de nombreuses reprises des amendements ou des demandes parlementaires »²³⁹. Mais pour autant, le chargé de communication observe, du moins dans son groupe, un certain renouveau de la pratique politique : « Notre nouveau président de groupe, Hervé Marseille, est très politique. Il veut faire exister le groupe et les idées qui en découlent. Depuis les sénatoriales, le groupe a rencontré plusieurs membres du gouvernement : le Premier Ministre Edouard Philippe, Darmanin, Gourault, Pénicaut. Blanquer a apporté le soutien du gouvernement sur une proposition de loi d'une de mes sénatrices sur les écoles privées hors-contrat. »²⁴⁰.

Ce métier de communication politique nous fait basculer vers l'Elysée même, en particulier sur le métier de photographe de Soazig de la Moissonnière : nous l'avons vu tout au long de ce mémoire, il y a une dichotomie ou une incohérence entre les sélections et les publications de photographies, à la fois de la photographe, comme des équipes de communication du président. Si le désir panique de contrôle macronien se retrouve dans la communication politique, cette multiplication de contenus déclinés selon différents canaux laisse entrevoir une faille dans ce désir panique.

2. Un président contraint de descendre de l'Olympe

Depuis mai 2017, Emmanuel Macron a entrepris un virage dans sa communication : de la « parole rare » de Pilhan le président est passé à la saturation de l'espace médiatique, notamment à l'approche de son premier anniversaire à l'Elysée, en donnant deux grandes interviews : la première dans le 13 Heures de Jean-Pierre Pernaut sur TF1 du 12 avril 2018, puis quelques jours plus tard face à Jean-Jacques Bourdin et Edwy Plenel sur BFMTV/RMC le 15 avril 2018. Face aux différents mouvements sociaux qui traversent le pays depuis un an (grève autour des ordonnances sur la loi travail, la grève des cheminots, la grève des fonctionnaires ...), Emmanuel Macron doit faire face à un nouveau problème : « la faiblesse de son entourage politique » selon Arnaud Benedetti. En effet, selon l'auteur du *Coup de com permanent*, « ses ministres, à l'exception notable de Blanquer, apparaissent faibles ou transparents, parfois méprisants. Cette absence de ligne de protection le surexpose indéniablement. D'autant plus que son parti n'a pas réussi à produire des personnalités charismatiques : Macron est un homme seul »²⁴¹. En effet, nous pouvons supposer que si

²³⁸ « Le Président de la République présentera son bilan national et européen une fois par an devant le Congrès », voir <https://en-marche.fr/emmanuel-macron/le-programme/vie-politique-et-vie-publique>, consulté le 26 mai 2018

²³⁹ Chargé de communication du groupe Union Centriste au Sénat, LOUIS Camille, annexe 6

²⁴⁰ Ibid.

²⁴¹ SUGY Paul, « Communication: Emmanuel Macron ou le coup d'éclat permanent », *lefigarovoix.fr*, 6 avril 2018, consulté le 16 avril 2018

Emmanuel Macron a fait le choix de nommer des ministres issus de la société civile, qui n'ont donc pas ou peu de liens avec le monde politique, le président s'assure de ne pas rencontrer de trublion au sein même de son gouvernement. Toutefois, la contrepartie de cette stratégie politique est que « la faiblesse » politique de ce gouvernement l'expose lorsqu'une crise s'installe sur le terrain national : face à la grogne sociale, Emmanuel Macron doit expliquer son projet politique et ses actions aux Français. Pour Arnaud Benedetti, « plus les politiques ont les mains liées, et plus ils ont recours à la communication. En cela, Macron est emblématique de la victoire de la technocratie. Or le propre de la technocratie n'est pas de gouverner mais de gérer, d'exécuter une feuille de route. L'intelligence tactique de Macron est d'avoir compris que l'exécution de cette feuille de route ne pouvait être absorbable par la société qu'à condition d'agir puissamment sur l'imaginaire collectif. »²⁴². Si nous suivons le raisonnement du chercheur, c'est en descendant de l'Olympe qu'Emmanuel Macron pourra influencer sur l'imaginaire collectif français, en explicitant et en expliquant son projet politique.

3. Les perspectives de métamorphoses de Jupiter

L'opinion publique et les médias l'ont perçu. Depuis quelques mois maintenant, Emmanuel Macron semble être descendu de son Olympe élyséen, dans le sens où il multiplie les interventions médiatiques face aux Français, afin d'expliquer son action politique et les réformes en cours : en recevant trois journalistes pour un « Grand Entretien » le 16 octobre 2017, face à Jean-Pierre Pernaut, Jean-Jacques Bourdin et Edwy Plenel les 12 et 15 avril 2018, en donnant un entretien à La Nouvelle Revue Française le 3 mai, ou encore en direct de Russie avec Ruth Elkrief le 25 mai ... les exemples ne manquent pas pour observer ce revirement communicationnel, qui passe par une stratégie de présence dans les médias, en privilégiant de longs formats à forte audience.

Pour Arnaud Benedetti et Frédéric Vallois, dans un article du Figaro du 7 mai 2018, Emmanuel Macron ferait preuve d'une « propension à penser sa communication dans une métamorphose sans cesse renouvelée : les séquences se succèdent et les formats varient, oscillant entre médias traditionnels et réseaux sociaux, ciblant des publics différents en fonction des circonstances, alternant gravité un jour et proximité le lendemain, altitude internationale le matin avec les grands de ce monde et familiarité feinte le soir à la rencontre des Français dans la rue »²⁴³. Emmanuel Macron signe un « retour de la sacralité » selon Juliette Charbonneaux, en faisant appel à « *des formats très traditionnels, des moments de fidélité, des moments très institués aussi* »²⁴⁴.

²⁴² Ibid.

²⁴³ BENEDETTI Arnaud et VALLOIS Frédéric, « Emmanuel Macron a réhabilité l'usage des symboles en politique », *lefigarovoix.fr*, 7 mai 2018, consulté le 8 mai 2018

²⁴⁴ Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité

Durant ces moments institués, Emmanuel Macron opte pour une salle de classe durant son interview avec Jean-Pierre Pernaut du 12 avril. Le président « jupitérien » semble ainsi se rapprocher des Français à travers un lieu, certes symbolique et chargé d'histoire (l'école de la République), mais qui parle à tout un chacun dans son quotidien. Cependant, quelques jours plus tard lors de son interview avec Jean-Jacques Bourdin et Edwy Plenel, Emmanuel Macron et ses équipes optent pour un lieu différent de l'Élysée : le Palais de Chaillot. Si on peut y voir un symbole, auparavant un symbole d'universalisme²⁴⁵ et aujourd'hui un lieu de culture, Emmanuel Macron choisit de se positionner devant la Tour Eiffel, symbole mythique français par excellence, qui redonne à voir le surplomb jupitérien : la Tour Eiffel, symbole de la grandeur française, est un soutien à Emmanuel Macron, à la manière dont il est « protégé par le triangle de la pyramide du Louvre » le soir de son élection²⁴⁶.

De par ces choix spatiaux temporels, on observe dans les récentes grandes interventions médiatiques d'Emmanuel Macron des mois d'avril et mai 2018 un retour vers l'Olympe : depuis l'école de Berd'Huis dans l'Orne du 12 avril, Emmanuel Macron remonte vers la capitale face à Bourdin et Plenel le 15 dans un lieu parisien qui *a priori* n'est pas populaire, puis donne une interview dans une revue spécialisée en littérature, et enfin sort du territoire national pour donner une dernière intervention médiatique²⁴⁷. Ce retour vers l'Olympe, qui s'accompagne de symboles de plus en plus « impopulaires », semble invalider l'objectif supposé d'Emmanuel Macron : parler à toutes et à tous, et expliciter son projet politique.

Ainsi, si on peut parler d'une métamorphose sur le fond quant à la stratégie médiatique d'Emmanuel Macron, qui est devenu et devient jusqu'à maintenant plus présent dans les médias, peut-on parler d'une métamorphose sur le fond ? Si les médias et les politiques voient en Macron un « monarque républicain »²⁴⁸, ce retour de la « sacralité » ne fait ici que renforcer les critiques qui lui étaient jusqu'à présent adressées.

²⁴⁵ Le Palais de Chaillot, initialement construit pour accueillir l'Exposition Universelle de 1937, a également accueilli deux assemblées générales des Nations Unies en 1948 puis en 1952

²⁴⁶ Comme le rappelle Camille Louis durant notre entretien, voir p.3 de l'entretien

²⁴⁷ A date de la rédaction de ce présent mémoire de recherche

²⁴⁸ Deux exemples de publications journalistiques :

- BARJON Carole, « Emmanuel Macron ou le retour du monarque républicain », *lenouvelobs.fr*, 26 avril 2018, consulté le 26 mai 2018

- DUHAMEL Alain, « La monarchie républicaine face à l'opinion », *liberation.fr*, 18 octobre 2017, consulté le 26 mai 2018

Ainsi il nous apparaît que la « *bromance* », prise dans sa matérialité et insérée dans une stratégie de communication politico-médiatique, participe à la construction et à l'entretien de l'ethos macronien dit « jupitérien ». Notre troisième et dernière hypothèse de recherche s'en trouve ainsi validée, avec le rappel méthodologique de l'incertitude concernant l'intentionnalité d'Emmanuel Macron : si nous pensons que la médiation photographique « jupitérienne » est pensée et travaillée, il nous est impossible de confirmer si la « *bromance* » a été pensée comme telle, au-delà de l'aspiration « bromantique » de la relation diplomatique Macron-Trudeau.

CONCLUSION

A travers notre travail de recherche, nous avons eu l'occasion d'interroger sous plusieurs angles la « *bromance* » Macron-Trudeau.

Tout d'abord, vu sous l'angle politico-diplomatique, la relation « bromantique » du « couple » Macron-Trudeau montre que non seulement, le monde politique est traversé par des métaphores puissantes, mais que cette relation diplomatique singulière vient appuyer et confirmer, par un bruit sémiotique fort, un positionnement politique commun, partagé par les deux hommes politiques, autour du libéralisme économique et du progressisme culturel. Cette première partie a également permis de montrer que la « *bromance* » est un objet culturel spécifique qui investit progressivement le champ politico-diplomatique, dans le but de dépasser par des jeux de signes, la simple amitié politique.

Ainsi, à travers toute cette réflexion qui a constitué la première partie de ce mémoire, nous pouvons affirmer que notre hypothèse de recherche qui supposait que la mise en scène du « couple diplomatique » formé par Emmanuel Macron et Justin Trudeau s'inscrit dans le cadre d'une relation « bromantique » et qui contribue à la stratégie de branding politique du chef de l'État, est confirmée.

Toutefois, et c'est ce que nous avons essayé de démontrer au cours de la deuxième partie, cette « *bromance* » ne saurait vivre et subsister sans un « corps-à-corps » médiagénique entre différentes formes de médiations (les retombées médias et les usages de Twitter) et à travers différents médiateurs (journalistes et twittos). Ce sont bien ces médiateurs qui mettent un nom sur un ensemble de signes délivrés par les deux hommes politiques. La « *bromance* » est alors un médium à part entière, et plus particulièrement une série « bromantique », dans le sens où chaque rencontre entre les deux hommes politiques produit une relative effervescence médiatique et sur les réseaux sociaux. Ainsi, notre deuxième hypothèse se valide et renforce la validation de la première hypothèse car ce bien sont les médias (dans leur acceptation globale : médias traditionnels et réseaux sociaux) qui entretiennent la « *bromance* », dans le cadre d'une logique sérielle et collaborative.

Enfin, nous avons pu voir que nous pouvions lire l'ethos dit « jupitérien » d'Emmanuel Macron à travers la « *bromance* » car Jupiter, tout comme Emmanuel Macron, est un personnage ambigu, avec des attributs et des caractéristiques qui lui sont propres. Mais aussi parce que la stratégie médiatique de la « *bromance* » est un exemple parmi d'autres du rapport vertical qu'Emmanuel Macron peut entretenir avec les médias français, et un rapport particulier au peuple français. Notre troisième hypothèse s'en trouve ainsi validée.

Tout au long de ce mémoire, nous avons pu constater à de nombreuses reprises que le monde politique est parcouru par un système de métaphores puissantes, nous le disions plus haut, qui traversent et bouleversent les codes politiques. La métaphore « bromantique » qui vient signifier une amitié profonde entre deux hommes, doit être maniée avec précaution. Nous l'avons vu à travers différentes analyses critiques, cet objet est traversé par de nombreux questionnements qui constituent le socle d'un véritable contrat « bromantique ». La « *bromance* » questionne en effet les relations inter-masculines, la place des femmes, mais aussi l'acceptation par les sociétés dites occidentales des relations homosociales et *a fortiori* de l'homosexualité dans son ensemble. Nous l'avons vu, cet objet culturel véhicule un discours « bromantique », lui-même inséré dans un discours médiatique propre. Comme le montre le chercheur Ron Becker dans *Reading the bromance*, la discours « bromantique » a plusieurs fonctions, comme valider ou invalider l'homosexualité d'un des deux « *bromancers* ». Il produit également une certaine souplesse dans les relations inter-masculines à travers un jeu d'ambiguïtés parfois bénéfiques, qui rappellent la complexité des relations humaines. Ces fonctions du discours « bromantique » amèneront le chercheur à dire qu'elles « expliquent pour beaucoup la popularité du discours »²⁴⁹. Dès lors que cet objet intègre le champ politique, le discours « bromantique » acquiert selon nous de nouvelles fonctions : il peut également valider un positionnement et un branding politique commun, comme le montre notre étude autour de Macron et Trudeau. Dans des sociétés occidentales de plus en plus ouvertes, force est de constater qu'il peut toutefois être parfois difficile de jouer avec de tels concepts. Si la « *bromance* » est une forme de relation qui se fonde sur un jeu d'ambiguïtés, Emmanuel Macron semble se retrouver sur un terrain de « jeu de communication » familier. Cependant, trois éléments majeurs remettent en cause l'utilisation de la « *bromance* » par le chef de l'Etat : d'abord les rumeurs de relations homosexuelles qui ont habité sa campagne, qui entachent malheureusement sa réputation et qui selon nous ne lui permettent pas *de facto* de se revendiquer comme un « *bromancer* » crédible, ensuite un positionnement progressiste culturel (notamment sur les questions LGBT+) qui utilise une forme de relation signifiante qui en apparence va dans le sens d'une acceptation de relation homosociale mais qui nie l'homosexualité dans son essence, enfin une stratégie médiatique qui semble s'essouffler dans le temps (avant le sommet du G7 de La Malbaie de juin 2018).

²⁴⁹ Ron BECKER dans *Reading the bromance : homosocial relationships in film and television*, Wayne State University Press Detroit, 2014, p.241

En avril 2018, un autre événement médiatique vint bousculer la réflexion et la rédaction de ce mémoire : la visite d'Emmanuel Macron à Washington entre les 23 et 25 avril 2018. Certains médias ont parlé d'une « amitié inattendue »²⁵⁰ entre Emmanuel Macron et Donald Trump, d'autres ont parlé de « *bromance* » en voyant des photographies des deux hommes se tenant par la main, par l'épaule, ou s'embrassant chaleureusement. Les médias sociaux se sont également enflammés et ont procédé à des montages photos suggestifs²⁵¹ qui reprennent des codes « bromantiques », à ceci près que le contact physique est très présent entre les deux hommes, chose que l'on constatait assez peu entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau. Cet événement a fait irruption dans ce travail de recherche, réinterrogeant par là-même la notion de « *bromance* » du point de vue politique comme du point de vue médiatique. Cette visite d'Etat aux Etats-Unis a également été discutée lors de nos entretiens, qui associaient la « *bromance* » Macron-Trudeau à la forme de relation entre Macron et Trump lors de ce déplacement diplomatique.

Après avoir présenté les photos de la « *bromance* » Macron-Trudeau, nous présentions en fin d'entretien les photos de ladite « *bromance* » Macron-Trump, et l'effet sur le répondant n'était pas le même. Pour Juliette Charbonneaux, Emmanuel Macron tend à « *subir la transgression des codes que tend à lui imposer Donald Trump* »²⁵². Pour la chercheuse, le chef de l'Etat « *se trouve obligé de jouer le jeu, pour ne pas paraître se laisser distancer dans ce jeu de force et d'échanges de force, qui sera mis en signe tout de suite puisque mis en photographie* ». Ce qu'on distingue sur ce jeu de photographies²⁵³, c'est notamment « *le sourire crispé [d'Emmanuel Macron] qui domine sur toutes les photos et le geste qui semble émaner de Donald Trump* ». Ici la « *bromance* » dont parlent les médias semble en réalité plutôt subie du côté d'Emmanuel Macron. Peut-on parler d'une véritable relation « bromantique » dès lors qu'elle semble contrainte ?

En tout cas, comme nous avons pu le constater avec cet épisode médiatique franco-américain, nous assistons à une « sédimentation sémantique »²⁵⁴ de la formule « *bromance* » puisqu'elle semble presque s'appliquer à toute démonstration amicale entre hommes, ce qui interroge d'autant plus sa pertinence et son emploi. Même L'Institut Montaigne, le think tank d'inspiration libérale, emploie ce mot pour étudier ces nouvelles relations franco-américaines, dans sa newsletter du 26 avril 2018 : « Dominique Dominique Moïsi, notre conseiller spécial géopolitique, revient sur les moments clés de cette "bromance" ». Le re-politisation et réhabilitation du terme interroge aussi le parcours médiatique de la formule : du pure-player

²⁵⁰ *Le Monde* avec *AFP*, « Emmanuel Macron en visite d'Etat à Washington », *lemonde.fr*, 24 avril 2018, consulté le 28 avril 2018

²⁵¹ Les photos de presse et les montages sont livrés en annexe 3

²⁵² Maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, CHARBONNEAUX Juliette, entretien précité.

²⁵³ Voir annexe 9

²⁵⁴ Notion développée par DAKHLIA Jamil dans *Politique people*, Bréal, 2008, p.103

en passant par la presse people, pour finir dans un quotidien de presse nationale ou inséré dans les réflexions d'un think tank français.

Si Marc Endeweld ou Juliette Charbonneaux ont abordé spontanément la rencontre Trump-Macron et ont fait un parallèle « bromantique » avec Emmanuel Macron et Justin Trudeau, nous voyons déjà que ladite « *bromance* » Macron-Trump semble plus forte sémiotiquement : déjà parce qu'elle est plus récente dans l'actualité diplomatique et médiatique, ensuite parce ce « couple diplomatique » franco-américain est plus fort symboliquement dans l'imaginaire français que ne l'est le tandem franco-canadien. En effet, sans nier les liens socio-historiques franco-canadiens, force est de constater que la relation franco-américaine est plus forte en termes de mémoire collective et d'historicité. Cette nouvelle étape de la relation diplomatique franco-américaine, apparemment subie par Emmanuel Macron, semble répondre à la poignée de main « musclée » entre les deux hommes au G7 de Taormine : cette poignée de main sera finalement plus commentée que la « *bromance* » Macron-Trudeau. Elle atteste que les médias français semblent plus concentrés sur la relation franco-américaine que sur la relation franco-canadienne.

Le « sédimentation sémantique » de la « *bromance* » semble être à ce point prégnante dans le discours médiatique et dans l'opinion publique qu'après la visite d'Emmanuel Macron à Washington, c'est la chancelière Angela Merkel qui se rendait aux Etats-Unis pour rencontrer Donald Trump. Sur le site internet de *BBC*, on pouvait trouver un article intitulé « Merkel rend visite à Trump – va-t-elle envier la bromance de Macron ? »²⁵⁵. Il est intéressant de noter ici que si la « *bromance* » est une relation bilatérale entre deux hommes, ici la journaliste fait le choix de la relier à un protagoniste extérieur à la relation, et qui plus est Angela Merkel, une femme. Or nous avons pu voir au long de ce travail de recherche l'importance que pouvait revêtir les femmes dans des relations « bromantiques ». En outre, comment une femme pourrait envier une « *bromance* » politico-diplomatique, dans le sens où la « *bromance* » entre deux femmes est impossible ? Le mot politisé est presque vidé de son sens. Dans l'article de la *BBC*, le mot « *bromance* » n'a qu'une seule occurrence, dans le titre. Elle est sous-entendue quand la journaliste fait référence au « *kiss* » entre les deux hommes lors de leur rencontre. Mais la « *bromance* » fait aussi référence à cette analogie politique que l'on peut tisser entre les deux hommes (pour la journaliste : « ils partagent un passé dans le monde du business et ont tous les deux une approche populiste à la politique »)²⁵⁶, avec la nuance qu'Emmanuel Macron et Donald Trump partagent de nombreux désaccords sur le libéralisme culturel, la lutte contre le réchauffement climatique... ce qui interroge d'autant plus la pertinence de l'emploi du terme dans cette relation diplomatique particulière. Toutefois, cette analogie politique que

²⁵⁵ HILL Jenny, « Merkel visits Trump - so will she envy Macron's bromance? », *bbc.com*, 27 avril 2018, consulté le 30 mai 2018

²⁵⁶ Ibid : « *they share a business background and both take a populist approach to politics* »

met en mot la « *bromance* » avait été observée dans le cadre de la relation diplomatique entre Macron et Trudeau. Ici ce phénomène politico-sémantique semble être tout à fait intériorisé dans les codes journalistiques anglais, mais également français, comme lorsque ce code était intégré dans l'article de *Libération* du 16 avril 2018 dont nous parlions plus haut.

La « *bromance* » fait ainsi politique. Si aujourd'hui cette forme de relation politico-diplomatique se prête particulièrement à de jeunes chefs d'Etat, comme Emmanuel Macron et Justin Trudeau²⁵⁷, elle atteint leurs homologues, désormais devenus à leur tour « bromantiques ». Cette chaîne arrivera-t-elle jusqu'aux femmes, qui pourraient elles-mêmes bâtir leur « *bromance* » féminine, la « *sismance* », ou sont-elles vouées à rester en dehors de ces relations inter-masculines de l'entre-soi politique ?

²⁵⁷ Les deux hommes commencent par ailleurs à cumuler des « *bromances* » : Justin Trudeau avec Barack Obama, Emmanuel Macron avec Justin Trudeau et maintenant Donald Trump ?

BIBLIOGRAPHIE ET RECHERCHE DOCUMENTAIRE

OUVRAGES

- AGHION Irène, BARBILLON Claude et LISSARANGUE François, *Héros et Dieux de l'Antiquité : guide iconographique*, Flammarion, 1994, pp.170-172
- CHARBONNEAUX Juliette, *Les deux corps du Président*, Les Petits Matins, 2015
- CHARBONNEAUX Juliette, *La vie quotidienne du franco-allemand ou l'exercice du pouvoir périodique*, Institut Universitaire Varenne – Collection de Thèses, 2015
- DAKHLIA Jamil, *Politique people*, Bréal, 2008
- DEANGELIS Michael, *Reading the bromance : homosocial relationships in film and television*, Wayne State University Press Detroit, 2014
- DELPORTE Christian, *Une histoire de la séduction politique*, Flammarion, 2011
- DELPORTE Christian, *La France dans les yeux : une histoire de la communication politique de 1930 à aujourd'hui*, Flammarion, 2007
- DESTERBECK Joëlle, *La peopolisation politique*, De Boeck Supérieur, 2015
- DUCARD Dominique, « Stéréotypage discursif d'une image de presse » dans *Communication & langages* 2010/3 n°165, pp.3-14
- ENDEWELD Marc, *L'ambigu Monsieur Macron*, Points, 2018
- FAURE Alain et NÉGRIER Emmanuel, *La politique à l'épreuve des émotions*, PUR, 2017
- LAMIZET Bernard, *Sémiotique de l'événement*, Lavoisier, 2006
- MACRON Emmanuel, *Révolution*, Pocket, 2017
- MARION Philippe, « Petite phénoménologie de la photo people » dans *Communications* 27/1, 2009, pp.160-178
- MARION Philippe, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en Communication* n°7, 1997.

ARTICLES

- BENEDETTI Arnaud et VALLOIS Frédéric, « Emmanuel Macron a réhabilité l'usage des symboles en politique », *lefigarovoix.fr*, 7 mai 2018 (date de consultation : 8 mai 2018)
- BOURMAUD François-Xavier et WEISFRIED Marcelo, « Emmanuel Macron, président vertical », *lefigaro.fr*, 4 mai 2018 (date de consultation : 18 mai 2018)
- CHENU Sébastien et SILNICKY Florian, « Le piège du storytelling », *Figaro Vox Politique* via *lefigaro.fr*, 4 septembre 2014 (date de consultation : 11 mars 2018)
- CUMMINGS Jordy, « Justin Trudeau, l'envers d'une icône », *Le Monde Diplomatique*, février 2017, p.11
- DOMENACH Nicolas, ROGER-PETIT Bruno, SZAFRAN Maurice et DE MENTHON Pierre-Henri, « Macron ne croit pas "au président normal, cela déstabilise les Français" », *challenges.fr*, 16 octobre 2016
- DRYEF Zineb et TELO Laurent, « Culture du secret et papier glacé : la communication selon Macron », *M le magazine du Monde*, 18 mai 2017
- FRESSOZ Françoise, « Le syndrome Giscard », *Le Monde*, 9 octobre 2017

HUBERT-RODIER Jacques, « Justin Trudeau : ‘Je suis totalement aligné avec Emmanuel Macron sur les grands enjeux internationaux’ », lesechos.fr, 15 avril 2018

KAUFMANN Jean-Claude, « François Hollande au piège du storytelling », Le Monde, 13 janvier 2014

MOZES Alan, « Men often happier with their ‘bromance’ than their romance », health.usnews.com, 13 octobre 2017 (date de consultation : 16 avril 2018)

PELLIER Jérôme et TELOS, « De quel libéralisme Macron est-il le nom ? », slate.fr, 5 juin 2017 (date de consultation : 14 avril 2018)

STRACH-BONART Laetitia, « Emmanuel Macron ou le progressisme pour les nuls », lefigarovoix.fr, 29 septembre 2016 (date de consultation : 16 avril 2018)

SUGY Paul, « Communication: Emmanuel Macron ou le coup d'éclat permanent », lefigarovoix.fr, 6 avril 2018 (date de consultation : 16 avril 2018)

VERGOPOULOS Hécate, « La présentation de soi. Ethos et identité verbale », Communication & Langage, 2011/1, n°167, p.152

SONDAGES ET ETUDES

« Boussole présidentielle 2017 », Cevipof avec 20Minutes et Kieskompas, avril 2017 (à partir de l'article de Florian GOUGOU et Simon PERSICO, « A new party system in the making? The 2017 French presidential election », The Conversation, 6 avril 2017)

« Le libéralisme en France », Odoxa pour BFM Business/Challenges/Aviva Assurances, 21 avril 2016

« Baromètre politique septembre 2017 », Odoxa pour L'Express/France Inter, 19 septembre 2017

« Regards des Français sur la communication d'Emmanuel Macron et les projets de loi », Odoxa et Dentsu Consulting pour FranceInfo/Le Figaro, 30 juin 2017

« Bilan d'Emmanuel Macron », Odoxa avec Dentsu Consulting pour France Info/Le Figaro, 20 décembre 2017

« Dynamiques politiques 2014-2017 : baromètre des priorités politiques et des dynamiques électorales », Cevipof avec Kantar Public, Octobre 2017 – vague 11

« Valeurs et politiques : l'opinion des Français sur les valeurs des courants politiques et des candidats à l'élection présidentielle de 2017 », ViaVoice pour Wellcom, Mars 2017 – vague 2

« Les nouveaux enjeux de la République », Ipsos Public Affairs pour Lire la politique, Avril 2018

« 1^{er} tour de la présidentielle 2017 : comprendre le vote des Français », Ipsos Public Affairs pour Sopra Steria, Avril 2017

« L'enquête électorale française : comprendre 2017 », Sciences Po CEVIPOF avec Ipsos, Mai 2018 – vague 18

AUTRES – TRAVAUX DE RECHERCHE

GUÉRIN Anne, « Emmanuel Macron ou la mythologie du politique », Mémoire de Master en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA Paris-Sorbonne, septembre 2016

JOLY Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, Armand Colin (2^{ème} édition), 2011

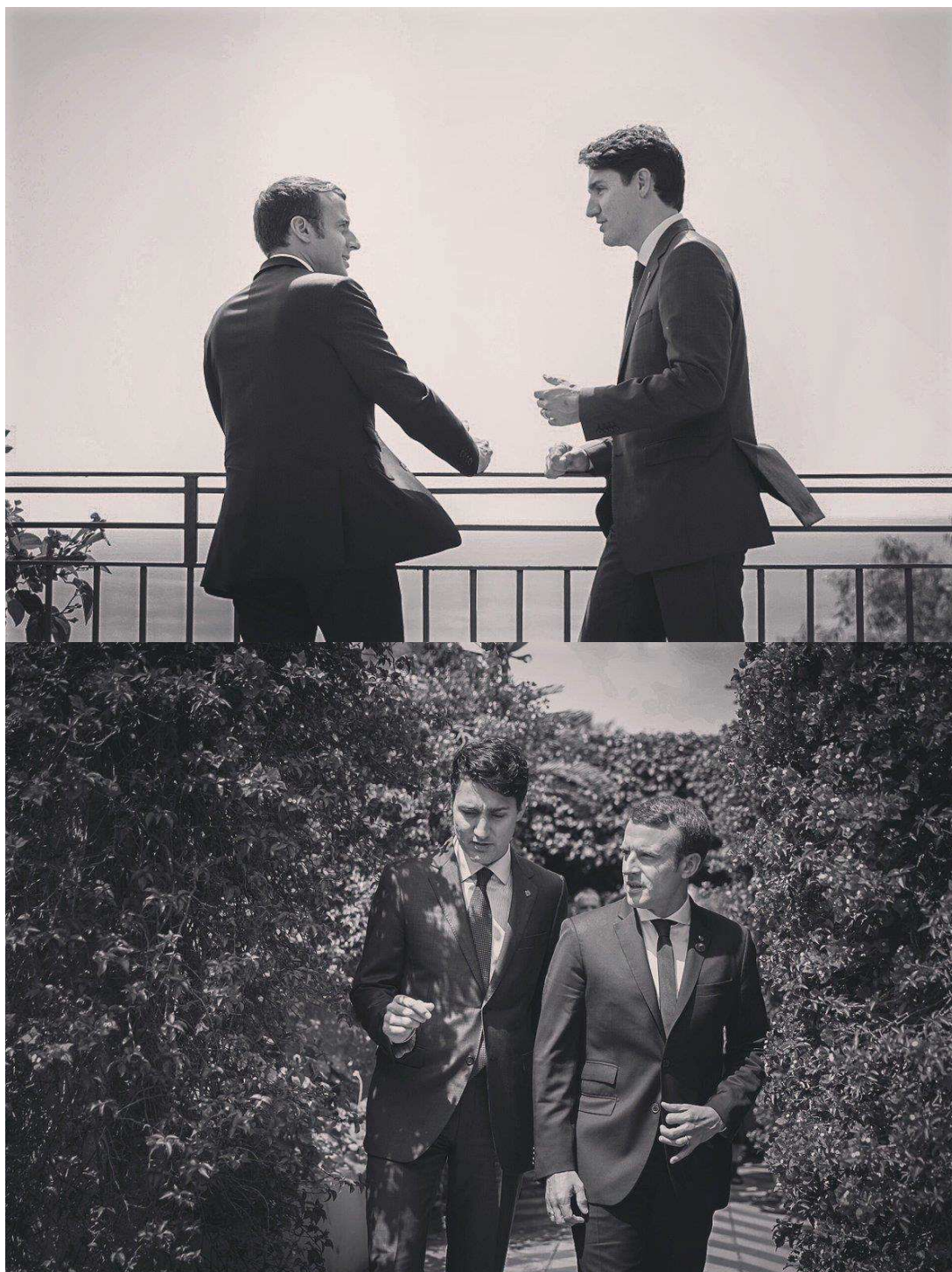
SOMMAIRE DES ANNEXES

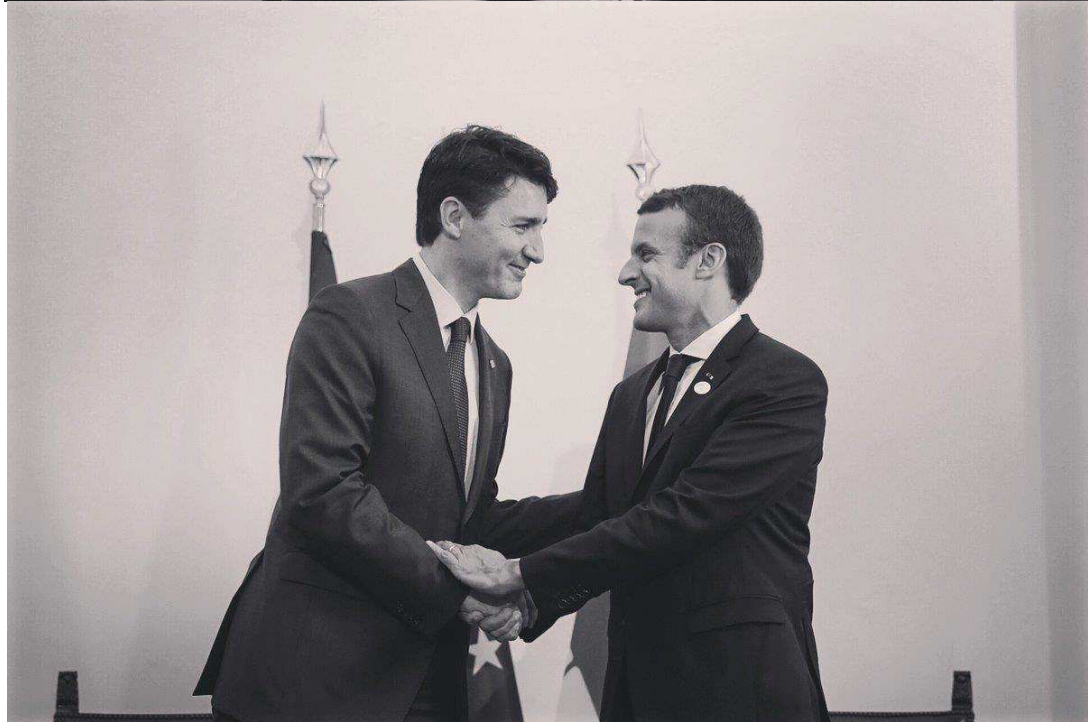
ANNEXE 1 : Sélection de photographies de la « bromance » Macron-Trudeau lors du G7 de Taormine.....	81
- Photographies officielles de Soazig de la Moissonnière.....	81
- Photographie officielle du tweet d'Emmanuel Macron.....	84
- Photographies de presse.....	84
ANNEXE 2 : Sélection de photographies officielles d'Emmanuel Macron.....	89
ANNEXE 3 : Retombées médiatiques autour de la « bromance » Macron-Trudeau.....	95
- Les retombées des médias dits « traditionnels ».....	95
- Les retombées Twitter.....	97
ANNEXE 4 : Entretien avec Marc Endeweld, grand reporter à <i>Marianne</i>	110
ANNEXE 5 : Entretien avec Juliette Charbonneaux, maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne.....	118
ANNEXE 6 : Entretien avec Camille Louis, chargé de communication du groupe Union Centriste du Sénat.....	131
ANNEXE 7 : Entretien avec Brice Teinturier, directeur général délégué d'Ipsos France.....	137
ANNEXE 8 : Sélection de photographies de la « bromance » Macron-Trump.....	146
ANNEXE 9 : Sondages et études d'opinion.....	149

ANNEXE 1

Sélection de photographies de la « bromance » Macron-Trudeau lors du G7 de Taormine

1) Photographies officielles de Soazig de la Moissonnière





©Soazigdelamoissonnière

Analyse sémiotique des photographies officielles de Soazig de la Moissonnière

Signifiants plastiques	Signifiés de premier niveau (description)	Connotation de second degré (interprétation)	Conclusion
Structure globale	Quatre images de même taille qui donnent à voir les différents temps d'échanges entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau lors du G7	Le point de vue de la photographe donne à voir la rencontre entre les deux chefs d'Etat, qui passent du temps ensemble, à travers différentes situations (intérieur, extérieur)	Emmanuel Macron prend le temps de rencontrer ses homologues et tisse des liens rapidement
Cadrage	Plan américain	/	/
Angle de prise de vue	Frontal	/	/
Formes	Prééminence de la verticalité (les deux bustes des chefs d'Etat, les cravates, les barreaux de la rembarde, les arbres, les barreaux des escaliers, les drapeaux...) et du mouvement (marche, gestes, montée des marches, poignée de main)	<ul style="list-style-type: none"> - Le lien homme/nature - La beauté des hommes associée à la beauté de la nature - Effusion, dynamisme - La verticalité liée à la fonction des deux hommes d'Etat 	<p><u>Beauté</u> : deux hommes en harmonie avec la nature</p> <p><u>Dynamisme</u> : deux hommes politiques au travail.</p> <p><u>Activité</u> : deux hommes qui passent du temps ensemble</p> <p><u>Emulation</u> : beaucoup de projets, d'envie, d'enthousiasme.</p>
Couleurs	Application d'un filtre noir et blanc avec des nuances de gris	Authenticité, un marqueur atemporel et historique, qui lie les images entre elles	Ce filtre noir et blanc est le marqueur d'historicité et de testimonialité de l'image. Soazig de la Moissonnière inscrit ses photos dans un héritage présidentiel macronien.
Lumière	Lumière naturelle	Impression de naturel et de transparence	Naturel : les hommes sont pris au travail, sans avoir besoin de se « mettre en scène »
Texture	Lisse	/	/
Textuel : type et nombre	Aucun	/	/
Signifiants iconiques			
Type d'image	Photographie	Effet de réel : plongée au cœur du sommet politique	Parle à tous les français ; effet reportage
Genre	Photographie de presse	/	/
Emplacement	Plan coupé	/	/

2) Photographie officielle du tweet d'Emmanuel Macron



3) Photographies de presse



©AFP



©AFP



©AFP



©AFP



©Spiegel



4) Analyse sémiotique

Signifiants plastiques	Signifiés de premier niveau (description)	Connotation de second degré (interprétation)	Conclusion
Structure globale	Sept images de tailles différentes qui donnent à voir les différents temps d'échanges entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau lors du G7, principalement à l'extérieur. Les clichés mettent l'accent sur les regards échangés entre les deux hommes, surtout provenant d'Emmanuel Macron.	Les photographes captent l'aparté entre les deux hommes plus que les moments traditionnels des rencontres politiques et diplomatiques (souvent à l'intérieur, devant un pupitre ou dans des fauteuils). Le tout nouveau président découvre son interlocuteur.	Les photographies de presse captent un moment diplomatique inédit, dans un cadre bucolique
Cadrage	Selon les photos : majoritairement américain mais aussi plan poitrine et plan italien	Les photographes montrent que les hommes s'inscrivent dans un décor	Les photographies représentent la rencontre de deux corps d'hommes (parfois dans leur intégralité), insérés dans un espace naturel végétal
Angle de prise de vue	Selon les photos : frontal, rapproché	Volonté de capter un regard	Technique de photo people pour capter le regard ambigu des deux hommes : volonté de capter un regard singulier, qui dépasse l'amitié diplomatique
Formes	Prééminence de la verticalité (les deux bustes des chefs d'Etat, les cravates, les barreaux de la rembarde, les arbres, les	<ul style="list-style-type: none"> - Le lien homme/nature - La beauté des hommes associée à la beauté de la nature 	<u>Beauté</u> : deux hommes en harmonie avec la nature bucolique

	barreaux des escaliers, les drapeaux...), du mouvement (marche, gestes, montée des marches, poignée de main), et des courbes (plantes et fleurs exotiques)	<ul style="list-style-type: none"> - Effusion, dynamisme - La verticalité liée à la fonction des deux hommes d'Etat - La sensualité des courbes - Calme et sérénité 	<u>Sérénité / douceur</u> : balade dans un jardin bucolique <u>Intimité</u> : deux hommes qui passent du temps ensemble, seuls
Couleurs	Vert dominant, bleu azur, rose, jaune	Vitalité, chaleur, joie	Les deux chefs d'Etat se rencontrent dans un cadre bucolique et exotique, qui provoque un effet « carte postale »
Lumière	Lumière naturelle, soleil, ciel dégagé	Impression de naturel et de transparence Cadre bucolique et idyllique	Naturel : les hommes sont pris au travail dans un cadre agréable et relaxant sans avoir besoin de se « mettre en scène »
Texture	Selon les photos majoritairement lisse	Photographies prises sur le vif	Renforcement de la peopolisation et de la captation du privé
Textuel : type et nombre	Aucun	/	/
Signifiants iconiques			
Type d'image	Photographie	Effet de réel : plongée au cœur du sommet politique	Parle à tous les français ; effet reportage
Genre	Photographie de presse	Les éléments précédents induisent des clichés de presse people (effet de zoom, jeu avec les branches)	Les deux personnages uniques indiquent une relation particulière, cachée
Emplacement	Plan coupé	Focus sur l'essentiel, les deux hommes et leur interaction	/

ANNEXE 2

Sélection de photographies officielles d'Emmanuel Macron et analyse sémiotique croisée
©SoazigdelaMoissonnière



Emmanuel Macron devant la pyramide du Louvre, 07/05/17



Emmanuel Macron le jour de son investiture, 14/05/17



© Présidence de la République

Emmanuel Macron le jour de son investiture, 14/05/17



Emmanuel Macron le jour de son investiture, 14/05/17



Portrait officiel d'Emmanuel Macron, 29/06/17

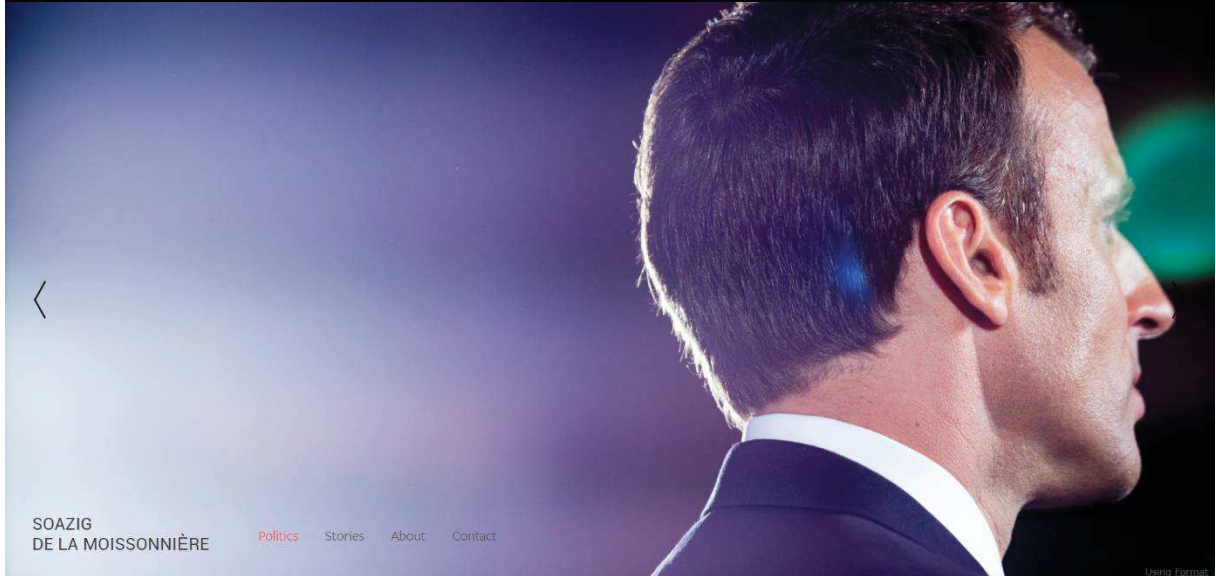
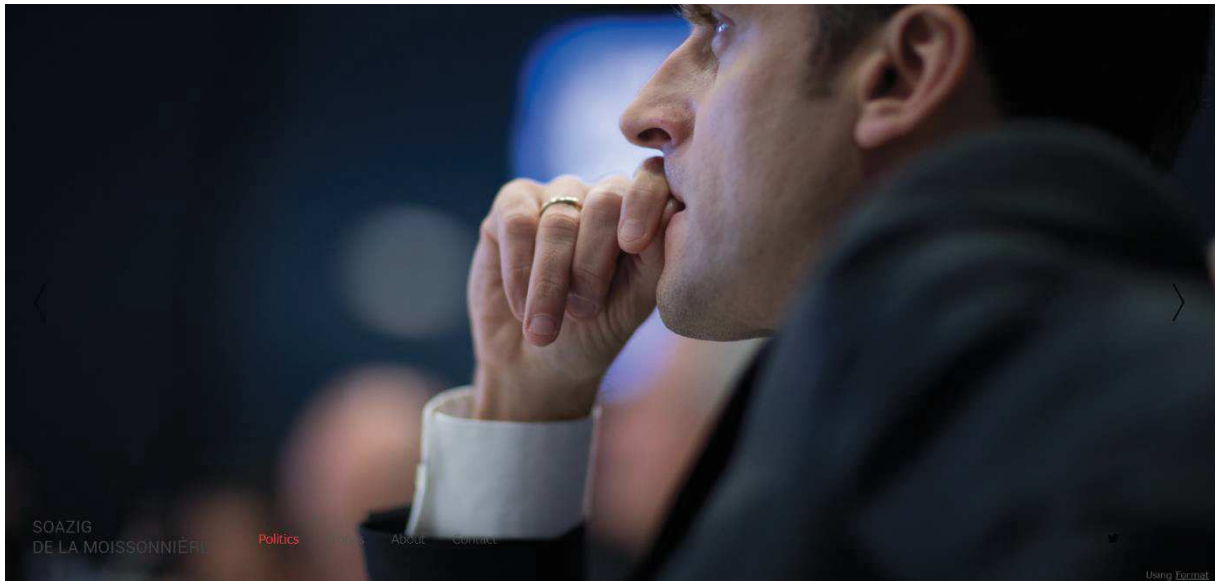


© Présidence de la République

Emmanuel Macron en visite sur un chantier à Saint-Nazaire, 28/07/17



Emmanuel Macron en visite dans un sous-marin atomique près de Brest, 04/07/17



Analyse sémiotique des photos caractéristiques de l'ethos « jupitérien » macronien

Signifiants plastiques	Signifiés de premier niveau (description)	Connotation de second degré (interprétation)	Conclusion
Structure globale	11 photographies qui représentent systématiquement Emmanuel Macron.	Les différentes situations supposent un président qui s'adapte (changements d'habits), en mouvement.	Un président prêt à toute situation, dans l'action et dans la réflexion.
Cadrage	Selon les photos : plans italiens, plans poitrine, plans américain, gros plan sur Emmanuel Macron, mais des plans qui restent larges	Emmanuel Macron est désormais un personnage de premier plan, souvent seul, mais entouré et regardé, mis en hauteur ou au centre de l'image.	Par ces photographies, Soazig de la Moissonnière veut mettre en signe l'exercice solitaire du pouvoir présidentiel.
Angle de prise de vue	Selon les photos : frontal, contre-plongée, rarement en plongée	La contre-plongée vient souligner un lien de verticalité	L'angle incarne la relation de pouvoir et de domination symbolique.
Formes	Géométriques et verticales (architectures, arbres...)	Un système de normes et de codes (architecture, Elysée → lieu de la République)	<u>Verticalité</u> : incarnation de l'autorité <u>Géométrique</u> : une pensée calculée et mesurée, un contrôle
Couleurs	Sombres (bleu marine, noir), froides (bleu, gris, blanc)	La gravité (à la fois des couleurs et de l'expression du visage)	Un président sérieux qui est dans la considération et le souci de l'autre, le souci de la France
Lumière	Majoritairement naturelle	Un homme lumineux	Une dimension sacrée et christique qui accentue la réflexion du chef de l'Etat..
Texture	Lisse	/	/
Textuel : type et nombre	Aucun	/	/
Signifiants iconiques			
Type d'image	Photographie	/	/
Genre	Photographes officielles	/	/
Emplacement	Plan large	/	/

ANNEXE 3

Retombées médiatiques autour de la « bromance » Macron-Trudeau

1) Les retombées des médias dits « traditionnels »



Conférence de presse commune à Taormina, 26/06/17



Chronique d'Eric et Quentin sur *Quotidien* du 30/06/17

Liste des retombées médiatiques étudiées dans le cadre du traitement médiatique de la « bromance » Macron-Trudeau :

- VIGUIE Charlotte, « Il a suffi que Justin Trudeau félicite Emmanuel Macron pour que le fantasme de la bromance soit ravivé », *mashable.france24.com*, 10 mai 2017, consulté le 21 mai 2018
- TOUSSAY Jade, « Les images du couple Macron-Trudeau au G7 ont inspiré les histoires les plus romantiques », *huffingtonpost.fr*, 26 mai 2017, consulté le 21 mai 2018
- VIGUIE Charlotte, « Emmanuel Macron et Justin Trudeau se sont enfin rencontrés : la bromance est devenue réalité », *mashable.france24.com*, 26 mai 2017, consulté le 21 mai 2018
- VanityFair, « Les internautes s'enflamment après un tweet de Justin Trudeau à Emmanuel Macron », *vanityfair.fr*, 11 mai 2017, consulté le 21 mai 2018
- ARBRUN Clément, « Emmanuel Macron est-il vraiment le French Justin Trudeau ? », *lesinrocks.com*, 14 juin 2017, consulté le 21 mai 2018
- KLINNIK Alexandra, « Justin Trudeau ou l'art de la 'propagande émotive' », *Le Monde*, 1er juin 2017
- <https://www.youtube.com/watch?v=sw4-0R0lsEE>, consulté le 21 mai 2018
- <https://www.youtube.com/watch?v=FuDv-sPXNoA>, consulté le 21 mai 2018
- ERIC ET QUENTIN, « The Macron's : Emmanuel à la main de fer en tournée diplomatique », *tf1.fr*, consulté le 21 mai 2018
- G.V, « La bromance entre emmanuel macron et justin trudeau continue au G20 », *glamourparis.com*, juillet 2017, consulté le 21 mai 2018
- Vanity Fair, « La bromance idéale entre Emmanuel Macron et Justin Trudeau se poursuit au G20 », *vanityfair.fr*, 8 juillet 2017, consulté le 21 mai 2018
- MASSIOT Aude, « Justin Trudeau arrive à Paris sur fond de polémique environnementale », *liberation.fr*, 16 avril 2018, consulté le 17 avril 2018

2) Les retombées Twitter les plus significatives

- a) Le soir de l'élection d'Emmanuel Macron du 07/05/17 (tweets consultés le 20/04/18)



Jaime Woo
@jaimewoo

Suivre

Let the Macron-Trudeau fan fiction begin!



11:57 - 7 mai 2017

368 Retweets 961 J'aime



25 368 961

« Que la fan fiction Macron-Trudeau commence » - @jaimewoo



Jaime Woo @jaimewoo

7 Mai

Let the Macron-Trudeau fan fiction begin!
pic.twitter.com/NDvXsClpgb



Jason Wagar
@jasonwagar



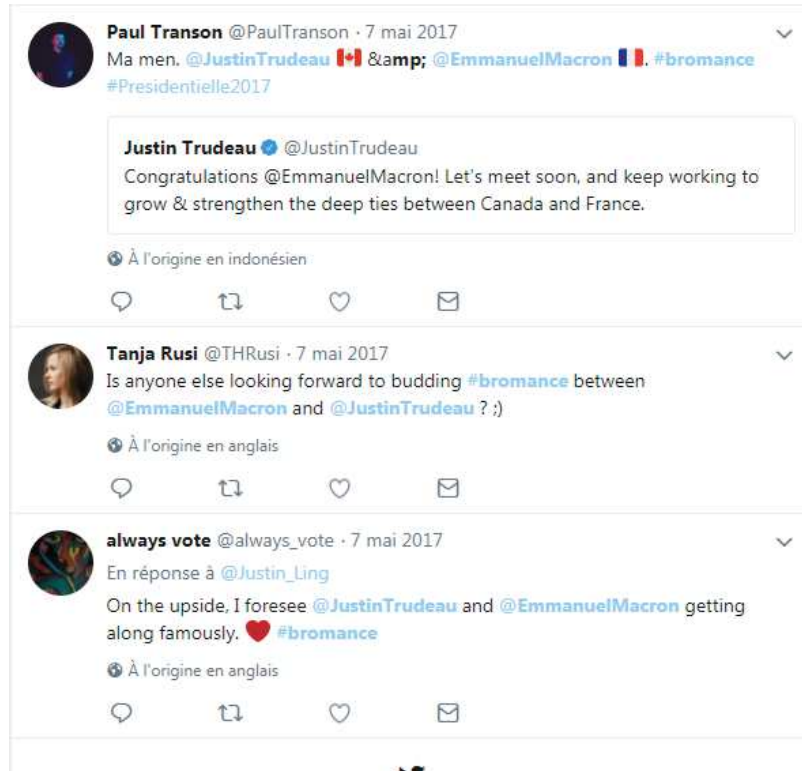
Neoliberalism is soooooo hawt right now

21:02 - 7 mai 2017

537 94 personnes parlent à ce sujet



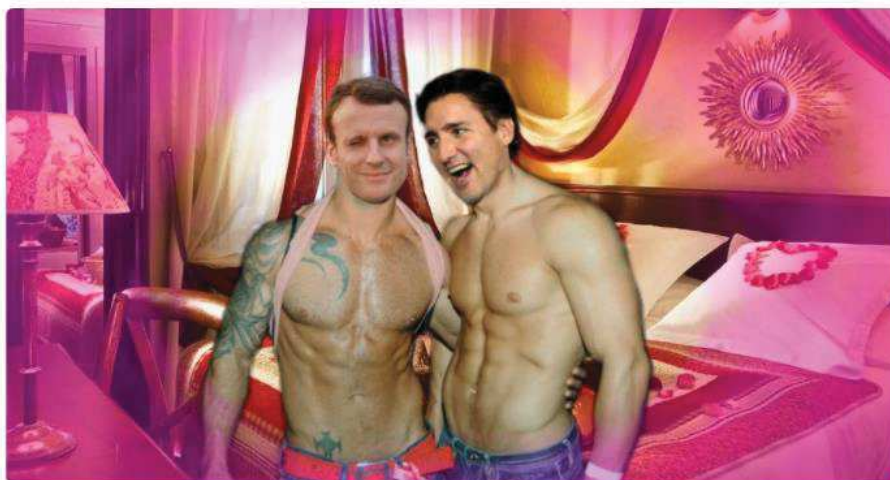
« Le néolibéralisme est teeeeeeeellement sexy en ce moment » - @jasonwagar



« Quelqu'un d'autre est impatient de voir émerger une #bromance entre @EmmanuelMacron et @JustinTrudeau ? » - THRusi

MickThaL0pe.jpg (#NP: #YakuzaKiwami) @MickThaL0peSama

Hé Manu! Tu descends?
-Mais pour quoi faire?
-Ché pas... Renforcer les liens de fraternité entre le Canada et la France?
-... pic.twitter.com/aEtNsbTOn9
02:59 - 8 mai 2017



29 Voir les autres Tweets de MickThaL0pe.jpg (#NP: #Yakuz...

Un montage de type « Photoshop » fantasmagique sur Twitter par @MickThaL0peSAMA

b) Le G7 de Taormine des 26-27/06/17 (tweets consultés le 20/04/18)

- Tweet de Soazig de la Moissonnière et ses commentaires

Soazig de la Moissonnière @soazigdlm · 26 mai 2017
 Jour J+18 // Embedded with @EmmanuelMacron @Soazig de la Moissonnière // MacronPrésident #G7taormina

Emmanuel Macron, Justin Trudeau, Élysée et 3 autres
 44 453 938

Alex Kidd @Alex_Cella · 26 mai 2017
 En réponse à @soazigdlm @PierreSelim et 6 autres
 @basileTh The Bromance lives on!
 À l'origine en anglais

PEYRIC Anne @PeyricA · 26 mai 2017
 En réponse à @soazigdlm @EmmanuelMacron et 5 autres
 Les beaux gosses au pouvoir ! 😊

Lna89 ancien compte @helene_89000 · 26 mai 2017
 En réponse à @soazigdlm @EmmanuelMacron et 5 autres
 Que de photos qui font du bien . Merci beaucoup 😊

twitmyriam @twitmyriam · 26 mai 2017
 En réponse à @soazigdlm @EmmanuelMacron et 5 autres
 Vos photos sont toujours très belles, mais avouez, des modèles comme eux, ça aide 😊

Héol Braz @BZHanAVEL · 26 mai 2017
 En réponse à @soazigdlm @Thunder_6942 et 6 autres
 Ah ils sont mimis c est deux là!!!

David SANFILIPPO @DavidSANFILIPPO · 28 mai 2017
 En réponse à @soazigdlm @EmmanuelMacron
 Le N&B est superbe. Les photos sont belles. Rien de mieux pour "avancer" l'histoire. #ComPol

- Tweet d'Emmanuel Macron et ses commentaires

Emmanuel Macron @EmmanuelMacron · 26 mai 2017

Ensemble, autour de valeurs communes, pour répondre aux enjeux liés au terrorisme, au climat et aux coopérations économiques. #G7Taormina

278 2,6 k 7,6 k

La critique politique de la « bromance »

pogonophile @victoire2013 · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
Et les droits des #lgbt ??



Maître Nicolas @NicolasZeMinus · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
"Toi aussi tu as misé sur ta jeunesse, ta belle gueule et tes discours creux ?"



poxxk @poxxk · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
Marre du storytelling, des poses photo et de la com' à outrance. Les Français ne sont pas dupes. Et pour le #FerrandGate, vous faites quoi?



L'homophobie « bromantique »

Tony.B @bzh_tb29 · 27 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @RichardFerrand @JustinTrudeau
Trop mignonnes ensemble les petites tarlouzes



Front Social @FrontSocial · 29 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
Les valeurs communes d'Emmanuel #Macron et Justin #Trudeau sont l'immigration, l'islamisation, la décadence #LGBT et la mondialisation



Les détournements

Jamy Le Vrai
@JamyLeVrai

Suivre

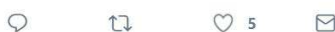
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau

Nouveau même activé.

05:16 · 26 mai 2017



Benjamin Carrion @bicarrio · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau



L'approbation par le fantasme

Ennius @red_loeb · 27 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @emmyzen @JustinTrudeau @GuyVerhofstadt
A true bromance! Very positive outlook for the future!
À l'origine en anglais



cristina @FCBcristina · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau @TaconazoFCB
mon rêve est devenu réalité



Yuliana Lays @snow1081 · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
Omg the #bromance is real!



Monsieur le Geek @nikannar · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
I sense a new bromance

À l'origine en anglais



Ciaobella @Ciaobella12321 · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
C'est si romantique...



Sherry @Sherrykailan · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
#bromance 2 leaders chat normally and civilly. Comfortable and nothing to prove. No #bullying and #narcissism #trump #art ofdiplomacy

À l'origine en anglais



Chris Fenn @ChrisFenn_613 · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
#bromance



Les références « bromantiques »

Myriam Khan @flo_pinon · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau
Superbe photographie. La lumière et l'angle me font penser à un #BrokebackMountain.



Secret Derp State Society Barb @TurtlesgaloreMR · 26 mai 2017
En réponse à @EmmanuelMacron @MRROK01 @JustinTrudeau
Y'all are so fine that you look like you are in a Bond movie. 🍷🍷🍷

Thank you for being kind and decent men. ❤️

À l'origine en anglais



- Sélection d'autres tweets sur le même épisode « bromantique »

Les journalistes *de gauche à droite*
Hanna Ines Flint : Glamour/The Guardian
Aaron Valley : Huffington Post UK
Tara Mulholland : CNN
Matthieu Balu : Huffington Post FR



Hanna Ines Flint @HannaFlint
 Justin Trudeau looks like The Bachelor and Macron has just stolen him away for a second.
 11:37 - 26 mai 2017
 6 072 2 047 personnes parlent à ce sujet



Aaron Valley @Vallmeister
 The start of a bromance.
 This is the first picture of Canadian Prime Minister Justin Trudeau and French President Emmanuel Macron together.
 13:43 - 26 mai 2017
 375 111 personnes parlent à ce sujet

Tara Mulholland @tara_mulholland
 En réponse à @tara_mulholland
 Get a man who looks at you like Macron & Trudeau look at each other. (You'd probably also settle for a man who looks like Macron or Trudeau) pic.twitter.com/omDa1pjf8A

Tara Mulholland @tara_mulholland
 pic.twitter.com/IEmpG9oRhj
 11:48 - 26 mai 2017



1 443 735 personnes parlent à ce sujet



Matthieu Balu @MatthieuBalu
 #Bromance
 12:04 - 26 mai 2017
 21 Voir les autres Tweets de Matthieu Balu

Les autres réactions et détournements
des internautes

Emmanuel Macron @EmmanuelMacron · 26 May
L'amitié franco-canadienne a un nouveau visage.
@JustinTrudeau, à nous de relever les défis de notre génération !
#G7Taormina pic.twitter.com/8EdQopviov

Interflora France @Interflora
Ce moment 😊 pic.twitter.com/RQ9B3G17mg
12:45 PM - May 26, 2017



646 164 people are talking about this



Oonagh @Okeating
Not even Emmanuel Macron can stop himself from gazing adoringly at Justin Trudeau.
11:44 AM - May 26, 2017

397 241 people are talking about this

Marcin Gabrys @marcingabrys · 27 mai 2017
The #Internet completely agrees that Justin #Trudeau and Emmanuel #Macron make a lovely #pair ti.me/2r4211d #bromance
À l'origine en anglais.



The Justin Trudeau and Emmanuel Macron Bromance Memes Have A...
These two can't walk around flowers without becoming a viral sensation
time.com

1

James W @KvasirYYC · 29 mai 2017
The #Emmatin #wedding photos from #Sicily are just too adorable for words.
Congrats to @JustinTrudeau and @EmmanuelMacron! #bromance #slash...
À l'origine en anglais.



Silvana Berrafato @Slyquinn · 26 mai 2017
The bromance between @JustinTrudeau and @EmmanuelMacron has begun in Sicily! 🌸🌺🌻 #G7Taormina



Emmanuel Macron @EmmanuelMacron
L'amitié franco-canadienne a un nouveau visage.
@JustinTrudeau, à nous de relever les défis de notre génération ! #G7Taormina

À l'origine en anglais

1

Pierre Bouyer @_PierreBouyer · 26 mai 2017
Une première rencontre entre @EmmanuelMacron et @JustinTrudeau qui suscite l'émoi... #EmmanuelMacron #JustinTrudeau #Bromance



🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

amadeus @klaranned · 26 mai 2017
I want someone to look at me the way Emmanuel Macron looks at Justin Trudeau. #G7taormina @JustinTrudeau @EmmanuelMacron #Trudeau
🔗 À l'origine en anglais



🗨️ 🔄 7 ❤️ 9 ✉️

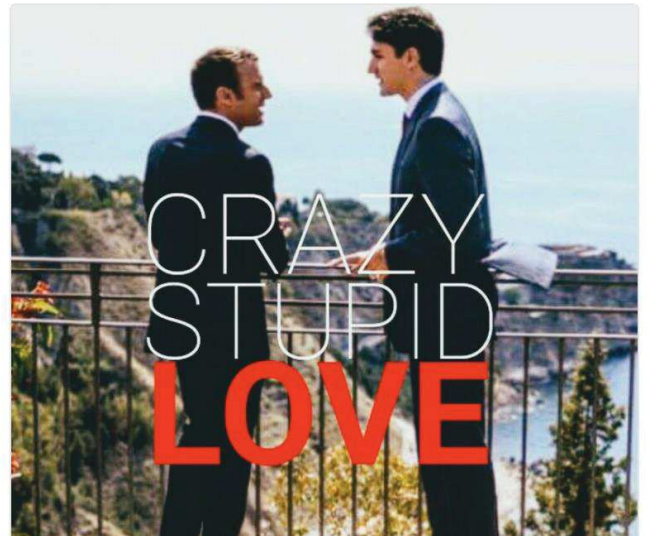
@Beatrct · 28 mai 2017
🌴 🇫🇷 🇨🇦 🇫🇷 Justin Trudeau & Emmanuel Macron 🌴 🇫🇷 🇨🇦 🇫🇷

Rien à ajouter. #Bromance



🗨️ 🔄 1 ❤️ 1 ✉️

Walter Lourenço @WalterOfficial · 26 mai 2017
@EmmanuelMacron and @JustinTrudeau star in the #G7taormina #bromance story of the year. @BuzzFeed #InCinemasNow
🔗 À l'origine en anglais



Alexandre Ln @AlexandreLn_ 🖋️ 🖌️

Cette bromance entre Macron et Trudeau ... 😊 👯

12:35 - 26 mai 2017

❤️ 80 🗨️ 65 personnes parlent à ce sujet

c) Le G20 de Hambourg des 07-08/07/17 (tweets consultés le 20/04/18)



« La bromance continue à fond entre @EmmanuelMacron et @JustinTrudeau (emoji) #G20HAM17 #Bromance »



« Le #G20 se prépare à prendre une photo de groupe, les chaînes TV se mettent en place, et j'espère juste voir @JustinTrudeau et @EmmanuelMacron se tenir ensemble »



« Regarde-moi comment @EmmanuelMacron regarde @JustinTrudeau #G20Hamburg #G20 »



Ailbhe B @Ailbhe1996 · 7 juil. 2017

My favourite political bromance: @EmmanuelMacron and @JustinTrudeau 🇫🇷🇨🇦 Goals 🍷

#G20 #Hamburg

À l'origine en anglais



« Ma bromance politique préférée @EmmanuelMacron et @JustinTrudeau (emoji des drapeaux franco-canadiens et européens) Objectif (emoji) »



Mathilde Fontaine @MathildFontaine · 8 juil. 2017

Nouveau chapitre de ma fanfiction 🍷🍷🍷 #G20 #G20HAM #Macron #Trudeau @EmmanuelMacron @JustinTrudeau



emmanuelmacron

Hamburg, Germany >



NB : La photo officielle prise ici figure sur le compte Instagram d'Emmanuel Macron, pas sur son compte Twitter, et ne rentre donc pas dans notre champ de recherche



« @EmmanuelMacron @JustinTrudeau : prenez une chambre les gars (emojis) #bromance #G20 #G20HAM17 »

NB : la photo de BrokebackMountain est ici un marqueur bromantique, l'image doit parler d'elle-même car sa légende n'indique pas de quelle référence exacte il s'agit

d) La rencontre bilatérale à Paris du 16/04/18 (tweets consultés le 20/04/18)

- Tweet de Soazig de la Moissonnière et ses commentaires



Soazig de la Moissonnière ✓

@sozigdlm

Jour J+343 // #AvecLePrésident
@EmmanuelMacron // ©Soazig de la
Moissonnière / Présidence de la
République #Elysée #Trudeau (cc
@AdamScotti -> see you soon ;-))



👤 Emmanuel Macron et 3 autres

16/04/2018 23:34 depuis Paris, France



Marina

@MarM7

En réponse à @sozigdlm @EmmanuelMacron
et à 3 autres

The bromance is still alive 😊 Thanks
for sharing it with us.

16/04/2018 23:43

« La bromance est toujours d'actualité (emoji) Merci de la partager avec nous. »

- Tweet d'Emmanuel Macron et ses commentaires

MarleneSchiappa a aimé



Emmanuel Macron @EmmanuelMacron · 16 min

Avec @JustinTrudeau, l'ambition que nous portons est plus grande que nos pays, c'est une vision progressiste commune.

Nous la porterons ensemble dès le mois de juin, au Canada, pour le sommet du G7.

A très bientôt Justin !



Justin Trudeau

45 132 461



Kommandant @Kommandant_JVC · 12 min

En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau

#NoHomo



1 6

 **Jorg Schumacher** @schumacher_jorg · 14 min

En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau

Comme ils vont bien ensemble, ces deux champions du progressisme mondiale.
Si le mariage pour tous n'existait pas, il faudrait l'inventer rien pour eux.

   1 

 **PARIS SENEGAL ENSEMBLE** @CISSE10567612 · 2 min

En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau

ENSEMBLE FORT LA FRANCE et nu nation pour    pour TOUT LE FRANCE
ENSEMBLE FORT face monde PRESIDENT MACORN ENMARCHE confinance
jeunes FRANCE TOUT ENSEMBLE AVEC PRESIDENT Europe ENSEMBLE FORT
SOLIDARITY confinance TOUT LE PRESIDENT European jeunes European
ENMARCHE

 **#SoutienNicolasSarkozy#** @themis13100 · 2 min

En réponse à @EmmanuelMacron @JustinTrudeau

Et les carasbistouilles avec Trudeau ??? Non ???

- Les autres formes de tweet (voir le tweet vidéo décrit en troisième partie)

 **Yann Boulay** @Yann_Boulay · 1 h

#Bromance is back.  

Emmanuel Macron  @EmmanuelMacron
LIVE | Déclaration avec @JustinTrudeau, Premier ministre du Canada.
periscope.tv/w/1ZkZvDZYWLJv

 **Geoffrey Bonnefoy**  @clarkent2007 · 2 h

#bromance

 **Marlene Schiappa**  @MarleneSchiappa
Avec @N_Hulot et @FrancoiseNyssen nous sommes avec
le Président @EmmanuelMacron pour accueillir
@JustinTrudeau et la délégation canadienne

 1   

ANNEXE 4

Entretien avec Marc Endeweld, grand reporter à *Marianne*
Le 26/04/18, de 12h30 à 13h au café Broca (5^{ème} arrondissement de Paris)

Remarque liminaire : L'entretien devait durer une heure mais pour des raisons de retard du répondant, l'entretien a été réduit de moitié.

Un dossier de photos de la bromance Macron-Trudeau est montré au répondant (voir annexe 1)

Si je vous montre ces photos Monsieur Endeweld, qu'est-ce que ça vous inspire ?

Bah c'est de la com ...

Rien d'autre ?

C'est de la com, c'est de la mise en scène.

Parce que vous l'abordez dans votre livre, de manière assez furtive puisque vous vous concentrez sur d'autres choses. Mais vous abordez cet épisode-là.

Oui oui ... mais c'est ce que Macron a fait aussi hier aux Etats-Unis. C'est la même chose.

D'accord. Et selon vous quelle est l'intentionnalité de ses photos ? Quelle est celle de Macron ? Celle de Trudeau éventuellement ...

Il veut utiliser à l'international et notamment cet international-là, pour se placer dans ce qu'il appelle « les démocraties libérales », face à des Etats autoritaires. Lui serait garant de ces « démocraties libérales ». Sauf que comme le racontent le Washington Post aujourd'hui ou le New York Times, il fait exactement l'inverse dans notre cher pays : il fait passer des lois liberticides, il a un rapport totalement délirant au mouvement social ... Il se présente par ce biais-là [désigne les photos] à l'international. Il va soi-disant déblatérer devant des étudiants aux Etats-Unis et en France il sort les matraques. Croire qu'Emmanuel Macron est un progressiste c'est faux. Point.

Donc vous me dites qu'il joue sur deux tableaux avec d'un côté ce qu'il fait en France et de l'autre avec « cet international-là »

Complètement ! Il le fait comme beaucoup de responsables politiques, mais là il le fait à l'extrême. Rien n'est plus faux dans son positionnement à cet égard. Rien n'est plus faux, et ce n'est pas moi qui le dit, c'est même le Washington Post et son correspondant qui le disait la semaine dernière en disant « on croyait que c'était Obama et puis finalement il gouverne comme Trump » et soi-disant une proximité qu'il met en scène avec Trump au nom d'un rééquilibrage diplomatique pour faire revenir la France ... mais qui y croit ? Les Etats-Unis sont une hyperpuissance ... Emmanuel Macron aujourd'hui n'a aucun moyen de manière bilatérale de contrebalancer l'hyperpuissance américaine. Et ça c'est un fait. Ce n'est pas du fantasme. Donc rééquilibrer les relations diplomatiques oui mais il faut le faire avec un vrai

multilatéralisme dans le cadre européen, il faut le faire avec une vraie stratégie à tous niveaux, et pas en suivant les américains parce qu'ils ont décidé de gueuler le plus fort à un moment donné. Donc là aussi il y a des intentions qui sont affichées mais dans le concret je comprends pourquoi les démocrates américains pro-Obama commencent à se poser des questions sur Emmanuel Macron. Quand Trump félicite Macron sur sa politique d'immigration bon bah tout est dit ! Je ne vois pas ce que je peux dire de plus ... C'est une entreprise de falsification.

Si on met ce sujet de côté et qu'on revient sur Trudeau ... Quand vous voyez ces photos-là, qu'est-ce qu'elles signifient du positionnement politique d'Emmanuel Macron ?

Strictement rien. Il fait de la com.

Donc pour vous c'est un « jeu de communication », comme vous le dites dans votre livre ?

Emmanuel Macron a un positionnement politique. Il est néolibéral et il est là pour casser le modèle social français. Point barre. D'ailleurs il le dit – il l'a encore répété devant les étudiants américains – il veut casser les grévistes. Il veut casser le modèle social français. Il l'a déjà fait en flexibilisant le marché du travail à la rentrée, il le fait maintenant avec la crise de la SNCF alors qu'il n'en a même pas parlé au cours de la campagne présidentielle, tout simplement parce qu'il ne l'a formulé sous la forme de « il faut s'adapter aux normes de Bruxelles ». Et donc forcément l'Europe de Bruxelles c'est l'Europe néolibérale où la concurrence est mise en pinacle devant toute l'administration bruxelloise. Je crois que les Français refusent cela. Emmanuel Macron dit que non. Donc à partir de là il a une conception extrêmement autoritaire du pouvoir parce qu'aller dans ce sens-là – et c'est le sens des politiques des dernières trente années avec le succès qu'on connaît, avec les inégalités qui explosent. Il ne porte que cela aujourd'hui en réalité.

Donc pour vous ces photos et cet épisode médiatique ne veut pas dire grand-chose.

Justin Trudeau, il ne faut pas se leurrer, il est aussi le représentant de ce néolibéralisme-là. Sauf que la grande différence, c'est que on est dans un Etat fédéral canadien qui n'a pas du tout les mêmes débats qu'en France et donc que sur la question des libertés, des libertés publiques, des minorités ... il va utiliser toutes ces questions-là pour apparaître comme gentil et formidable et progressiste et ouvert ... Sur le fond de l'affaire il va être dans une politique anti-sociale. Mais il va agrémenter ça de tout un mécanisme pour dire « regardez je suis gentil avec untel et untel ... ». Mais Emmanuel Macron ne le fait même pas. Toute une partie de la droite ou de l'extrême droite l'attaque sur les questions d'identité en disant « Emmanuel Macron il représente les élites globalisées et mondialisées ». Mais ce n'est pas sur la question de l'identité qu'il faut attaquer Emmanuel Macron mais sur la question de la souveraineté. Parce que le problème politique qu'Emmanuel Macron a c'est le problème de la souveraineté, ce n'est pas le problème de l'identité : il est d'accord avec une partie de la droite la plus réactionnaire sur les questions d'identité en réalité, il l'a dit en disant « la Manif pour tous a été

'humiliée' sous le quinquennat Hollande ». Donc croire qu'il va être gentil avec toute une catégorie de population en France c'est faux.

Et selon vous ce n'est pas une manière de répondre, de « jouer », avec toutes ces petites phrases ...

Ah oui complètement c'est une manière de jouer. Il est gentil avec la Manif pour tous d'un côté et il va voir Justin Trudeau, qui manifeste à la Gay Pride à Toronto sauf qu'ils ont en réalité des conceptions ... Macron sur le plan sociétal, a des conceptions plus proches de Trump que de Trudeau. C'est aussi simple que ça. Donc croire qu'Emmanuel Macron va porter des positions d'émancipation et progressistes, je n'y crois pas. C'est du foutage de gueule !

Ça a le mérite d'être clair !

Ce n'est pas que de l'analyse ... Croire que c'est le contraire. Face au pire, face à Poutine, on sera toujours plus progressiste. Ça ne veut rien dire. Il est considérablement anti esprit 68. On l'a présenté comme un libéral libertaire mais c'est faux. C'est faux ! Il n'est même pas libéral en réalité, puisque sur le plan économique il est néolibéral : il dit qu'il dénonce les rentes mais c'est faux. Il les assure les rentes en réalité. Il ne fait rien contre les rentes. Et si ! Il fait tout contre les rentes des pauvres mais les riches ... Il leur laisse les rentes, il les démultiplie. C'est tout ! Je ne peux pas dire plus.

Très bien. Dans un article des Inrocks qui a été publié en juin dernier dans lequel vous êtes cité, vous parlez d'une forme de « trudeauisation » de Macron.

Ce n'est pas ce que j'ai voulu dire. Quand le journaliste m'avait contacté je lui ai dit ce que je pensais de cet angle débile. Donc non, ce n'est pas le French Justin Trudeau, et pour les raisons que je vous ai exposé. Y'a rien qui les rapproche, sauf leur âge et le fait qu'ils aiment bien faire des photos ensemble parce qu'avec leur âge ils se présentent comme la nouvelle génération politique. Ça s'arrête là !

Si je reviens sur vos propos sur le « libéralisme », le « progressisme » ... pour vous ce sont des mots-valises, des mots « fourre-tout » qui ne veulent plus rien dire aujourd'hui ? Ou ce sont des mots qui ne s'adaptent plus à des hommes comme Macron ou comme Trudeau ?

Attention je n'ai pas dit ça pour Trudeau. Je disais ça pour Macron. Je dis que Macron n'est pas un libéral. Trudeau l'est. Macron est simplement néolibéral. Le néolibéralisme, il faut juste savoir ce que c'est : c'est comment on attaque la sphère publique et sociale au nom du marché, pour permettre aux multinationales de devenir conquérantes sur le dos des peuples. C'est ça le néolibéralisme pour aller vite. Ça [désigne Macron sur une photo] c'est pas le libéralisme de mon point de vue. Ce n'est pas le libéralisme économique, et encore moins le libéralisme politique voire culturel. Macron ce n'est pas un libéral politique. C'est un libéral conservateur à la française : c'est un anti-révolutionnaire du 19^{ème} siècle pour aller vite. Il va se présenter comme libéral parce que c'est son côté pro-business. Qu'est-ce que ça veut dire

de faire du business dans un pays comme la France ? La France de toute manière n'a pas d'entrepreneurs. Ce ne sont que des grands groupes, du pantouflage entre hauts-fonctionnaires et les services de l'Etat. C'est Total, c'est le groupe Bolloré. On est dans un capitalisme de connivence, ce n'est même pas un capitalisme libéral au sens anglo-saxon du terme. On a une presse qui est lamentable.

Non là [désigne les photos] il y a une différence : là c'est la Canada [pointe l'image de Trudeau] et là c'est la France [pointe l'image de Macron]. Lui il exprime très bien ce que c'est la France aujourd'hui et au Canada c'est autre chose. C'est un autre pays. Trudeau il a au moins le mérite de la cohérence : par rapport à son projet politique et au Parti Libéral canadien – donc fédéraliste, libéral, anti-révolutionnaire et compagnie. Pour moi c'est une impasse politique aussi parce que ce n'est pas quelqu'un de gauche, mais pour moi il a un sous-bassement idéologique qui est au moins cohérent. Macron c'est autre chose.

Donc pour vous ce rapprochement est superflu.

C'est une manière pour moi, pour eux, auprès de toute une classe de gens de pays, sensibles à Justin Trudeau ou ...

C'est qui « cette classe de gens » ?

C'est toute une partie de son électorat en 2017 qui fait partie ... C'est des étudiants – il y a moins de jeunes qui ont voté pour Macron que pour d'autres candidats donc c'est déjà un problème – des gens diplômés ou avec des diplômes, qui voyagent, qui sont ouverts sur le monde. C'est ces gens-là, qui ont cru sincèrement que face à François Fillon le réactionnaire ou Marine Le Pen la fasciste qu'Emmanuel Macron était le comble du progressisme. C'est faux ! Ils ont cru ou ils y croient toujours – c'est ça qui est problématique – mais ça c'est exactement ce que font les israéliens avec les revendications LGBT : c'est du *pinkwashing*.

Le fait que vous ayez utilisé ce terme de « *pinkwashing* » est intéressant

Lui [Trudeau] il fait du *pinkwashing* mais c'est cohérent à la rigueur sur son corpus idéologique libéral

mais lui [Macron] il ne fait même pas de *pinkwashing* cohérent puisque ne le fait même pas à l'intérieur de l'espace français. Son *pinkwashing* à lui ...

C'est la PMA

Mais même pas ! Il ne va jamais la faire. Ce n'est pas dans son programme. Il a juste dit que peut-être il va y réfléchir ... Il a laissé ça au comité bioéthique. Et il faut regarder qui il a nommé au comité bioéthique. Il ne le fera jamais ! Ja-mais. Point barre. Il ne donne des gages qu'à la droite et l'extrême droite. Il est très content d'avoir été reçu par Philippe de Villiers, il est content d'avoir un superbe discours aux Bernardins qui n'a strictement rien à voir avec la laïcité – mais c'est pas compliqué on s'en fout [ironie]. Il est même pas là-dedans [le *pinkwashing*], il est dans le « *cathowashing* ». Mais il veut quand même les deux. Pour avoir les deux, il va à l'étranger, en l'occurrence là avec Justin Trudeau. Pour faire croire, encore – et c'est ce que

je mets dans le bouquin – il fait du Chirac : devant les étudiants américains hier il a parlé des « inégalités dans le monde ». Mais qu'est-ce qu'il fait contre les inégalités concrètement ? Rien du tout ! C'est du pur narcissisme politique : on est jeunes. Encore une fois en termes de com, on a cru, ou certains commentateurs, dans son équipe même ... Y'a des gens qui voulaient le mettre comme ça, en l'occurrence Ismaël Emelien parce que c'est Havas, la grosse machine, c'est le fameux coup de fil d'Obama, « on te soutient etc. ». Mais en réalité Macron est pas du tout là-dedans : c'est un Mitterand qui a été élu sans l'union de la gauche. Mitterand c'était un homme de droite, élu avec un programme de gauche, par des forces de gauche, parce que ça été son parcours politique. Mais fondamentalement, culturellement, c'est un homme de droite. Macron est un homme de droite. Ce n'est pas moi qui le dit, c'est un de ses conseillers qui me dit « il a un ethos de droite ». Et il me rajoute quand même qu'il a une culture politique « de gauche ». Moi je ne suis pas sûr qu'il ait une culture politique de gauche, au sens de la « vraie gauche », et pas au sens de la gauche chrétienne qui s'est fourvoyée dans le néolibéralisme. Pour ça il faut demander à Pascale Lamy. Pour en revenir à Macron, il ne fait même pas du *pinkwashing*. Ou il en fait là ; parce que là il est content, il est avec Justin Trudeau, donc c'est formidable. Mais c'est fake. Tout est faux parce qu'en réalité il ne fera jamais la PMA en France. C'est totalement illusoire de le penser.

En 2012, quand il était SG adjoint de l'Élysée – ça je ne l'ai pas écrit parce que je ne le savais pas encore totalement – il était contre la réforme du mariage pour tous. Il était de ceux qui disaient à Hollande « ce n'est pas le bon moment », « ce n'est pas la priorité parce que c'est l'économie la priorité ». Donc il ne poussait pas la réforme. Au contraire il l'enterrait. Il faisait partie des gens qui voulaient l'enterrer. Donc croire qu'il est progressiste c'est totalement illusoire, y compris sur ces questions-là. Le seul point où je mets un bémol réquisitoire dans l'analyse c'est qu'il a par efficacité économique, selon lui, par rapport à ses réformes économiques ... Il est revenu à un clivage traditionnel de la droite, en criminalisant le mouvement social, et en criminalisant ce qui reste de bastions ouvriers en l'occurrence les cheminots – et d'ailleurs en termes de communication il s'est pris les pieds dans le tapis puisqu'il avait un discours de concorde nationale positif pendant la campagne, et ces dernières semaines sur le conflit de la SNCF, son gouvernement de droite n'a pas arrêté de dire en gros « il y a les feignasses et il y a les travailleurs », c'est donc le discours de base de la droite, Nicolas Sarkozy et Jean-Pierre Raffarin disaient la même chose en parlant de « la France qui se lève tôt », « les intellos au cachot » ... Ils ont activé ce discours-là, contre les cheminots en particulier. Interview de Pernault, il rétropédale en disant « non mais moi j'ai un grand-père cheminot. Moi je respecte les cheminots ». Mais il ne respecte personne. Il y avait un hiatus dans le clivage : « moi c'est toute la population, et de droite et de gauche ». Mais de gauche où ?

Le bémol c'est qu'il substitue cet axe-là clivant à quelque chose qui avait été utilisé beaucoup dans le spectre politique – et notamment à gauche, dans une certaine gauche avec Manuel Valls mais pas que, aussi à droite – avec cette idée selon laquelle « l'ennemi de l'intérieur, c'est le musulman ». Effectivement il [Macron] n'en parle pas comme ça. Ça c'est vrai. Et de ce point de vue-là il refuse la théorie du choc des civilisations au sein même de l'espace républicain. Ca c'est le seul changement notable du discours politique de Macron par rapport à ses prédécesseurs depuis 15-20-30 ans. Mais en même temps il ne va pas être dans un soutien progressiste de ces catégories de populations : les plus pauvres et les plus populaires qui sont d'obédience musulmane. Ce n'est pas vrai : il va être dans un rapport très vertical, très paternaliste, très chevènementiste qui est de dire « il faut que l'islam soit comme-ci, comme ça ». Là avec Trudeau il va faire un dégagement, mais dans le même temps il va prendre des positions les plus réactionnaires : il n'arrête pas de dire « coucou » aux catholiques. Il a quand même dit aux catholiques « engagez-vous politiquement ». Il s'adresse là à la Manif pour tous, aux catholiques les plus identitarisés. Il vient d'un milieu culturel de droite.

D'accord. Dernière partie sur son rapport à la presse. On a lu énormément de choses, vu énormément de reportages dans les médias. Vous en tant que journaliste qu'est-ce que ça a changé de particulier dans votre métier en termes de pratiques pour chercher l'information.

Alors moi je m'en fous parce que je ne suis pas vraiment journaliste politique. Mais les journalistes politiques sont totalement désespérés parce que ces dernières années ils produisaient leurs papiers en fonction du off. Ils étaient tellement bêtes pour produire leurs propres analyses qu'il fallait qu'ils attendent que les responsables au pouvoir – enfin leurs collaborateurs – leur donnent du off en disant « c'est comme si c'est comme ça ». Pourquoi tout ça est détruit structurellement par rapport au macronisme ? Le off avait une pertinence par rapport aux jeux de pouvoir entre les partis. Le fait que les partis traditionnels ont explosé et ne correspondent pas à la structure de pouvoir de Macron ... il n'y a plus d'intérêt politique et journalistique là-dedans. Le problème c'est que les journalistes politiques ne se sont construits que par ce off-là. Ils sont incapables de parler, comme en Angleterre ou aux Etats-Unis, de la technicité des politiques publiques. Ils sont incapables de parler du rapport entre haute administration et pouvoir politique. Ils sont incapables d'aller à la pêche de ces vraies informations, y compris dans la complexité aujourd'hui de toutes ces institutions de Bruxelles, le Parlement européen, avec la Commission ... Plus de 70% des lois votées aujourd'hui à l'Assemblée Nationale sont en réalité la transposition du droit communautaire. Il y a un déplacement démocratique. Ne pas le voir, ne pas le décrire, c'est totalement être autiste. On est dans cette situation-là. Donc bien évidemment les journalistes étaient contents : ces dernières années les journalistes ils étaient sur les petites histoires, ils étaient sur leurs petits

off. Avec Macron ils n'ont plus ça, ils sont totalement désespérés parce que Macron, il s'en fout : il a une verticalité du pouvoir à la Vème République ... Parce qu'on est dans le régime le plus hyperprésidentialisé du monde. Il a tous les pouvoirs. Donc croire que la France est une démocratie c'est faux. On est dans un régime oligarchique électif – pas mieux que Poutine en réalité, quasiment pas. Emmanuel Macron a tous les pouvoirs. Mais ce qui ne veut pas dire qu'il a de la puissance parce qu'il n'en a pas : la plupart des choses qu'il voudrait faire il ne peut pas puisqu'il devrait renverser la table au niveau européen. Il n'y arrive pas. Il n'y a pas de grande surprise là-dedans puisque face à l'Allemagne, même les Etats-Unis arrivent pas à remporter le morceau sur l'Allemagne ... parce qu'ils [les Allemands] font une politique déflationniste, anti-croissance économique, anti-sociale ... et même les Américains supportent pas les Allemands pour ça. D'où Trump en partie aussi. Là aussi Emmanuel Macron a cru qu'il pouvait se mettre d'accord avec Merkel. Un an après son élection il ne s'est toujours pas mis d'accord avec Merkel. Il va se retrouver dans la même impasse que François Hollande – qui dit maintenant qu'il est de gauche mais ça aussi c'est très comique.

Pour revenir sur le journalisme, bien évidemment qu'Emmanuel Macron n'a pas de conception démocratique du journalisme. Il n'a aucune conception démocratique car il ne supporte pas la présence de contrepouvoirs. Il y a son pouvoir personnel et point barre. Moi très tôt je l'ai perçu, qu'il avait une ambiguïté à l'égard de la démocratie. Il est dans une conception technocratique du rapport à l'Etat et hypersymbolisé des institutions de la Vème République. Ce qui fait qu'entre les institutions et sa lecture politique gaullienne au-dessus des partis et extrêmement technocratique, il y a ceux qui savent, qui ont la capacité et le devoir de décider et les gens qui sont sujets, qui doivent obtempérer et se soumettre au pouvoir politique.

Donc tous vos confrères et consœurs qui ont pu faire un article à ce sujet [le couple Macron-Trudeau], et qui ont reçu ses photos de la photographe officielle de l'Elysée, est-ce pour vous ça ne symbolise pas cette verticalité macronienne ?

Ah mais complètement ! C'est l'image des pools d'images officielles adressées aux médias. Bien évidemment. L'exemple de ça en termes de communication c'est le pseudo débat entre Bourdin et Plenel. Il n'arrêtait pas de dire « oh regardez c'est une exercice démocratique ». Mais pourquoi ? Parce qu'il a choisi ses opposants. C'étaient les représentants de l'opposition en France. Alors bon je ne savais pas que Bourdin et Plenel étaient des responsables élus démocratiquement par un pays. Il n'a fait que ça pour se faire valoir et pour dire « regardez comme je suis moderne et comme je débats », comme lorsqu'il dit « regardez comme je suis moderne, je suis copain avec Justin Trudeau ». C'est le sous-texte qui est derrière mais en réalité c'est totalement délirant. C'est d'ailleurs totalement délirant qu'un mec comme Plenel ait accepté de se plier à cet exercice. Il est devenu le pseudo faire-valoir démocratique d'Emmanuel Macron. Il n'y a strictement rien de démocratique à un mec qui est simplement le fondateur d'un site qui 150 000 abonnés, c'est-à-dire quasiment rien en termes de surface

démocratique du pays. Qu'on trouve ça bien ou pas bien je m'en fous. Il a quand même choisi ses opposants et il les a mis devant la caméra. Il peut dire « ah mais regardez : regardez comme je suis ouvert ; je réponds à mes opposants ». Mais c'est simulacre en réalité. Et en plus après il utilisait Plenel comme un *punching ball* en lui disant « oui mais vous voyez vous ne payez même pas vos impôts comment pouvez-vous être crédible ». Et là il y a le pauvre Plenel qui dit « mais ce n'est pas digne de vous, ce n'est pas digne de vous ! ». *So what ?* On peut peut-être passer à autre chose.

Bref, le classement de la presse française de Reporter Sans Frontières est catastrophique [33^{ème} sur 180 pays selon le baromètre 2018 de Reporter sans frontières]. Ce n'est pas digne d'une démocratie mûre, nous ne sommes pas une démocratie mûre. Nous avons une presse dans un état catastrophique et bien évidemment Emmanuel Macron bénéficie de cet écrasement de tous les corps intermédiaires du pays (partis politiques, syndicats, presse) et c'est ça qui est extrêmement dangereux. Parce qu'en réalité même s'il n'a pas de pouvoir au niveau européen et international comme il le voudrait, il dispose de toutes les armes institutionnelles comme De Gaulle, sauf que ce dernier avait une opposition en face de lui. Face à Macron il n'y a plus personne.

Pour en revenir au journalisme, qui fait les enquêtes sur Emmanuel Macron ? Personne en réalité ! Qui fait des enquêtes sur le financement de la vie politique, sur le financement de sa campagne ? Personne ! On est dans une société de cour où tout le monde est gentil. Mais c'est pathétique : les éditorialistes politiques essaient d'être proches, d'être plus macroniens que le roi alors que Macron les traite avec le plus grand mépris – et il a raison de le faire parce que ce petit jeu de la cour ... C'est comme Louis XIV à la cour de Versailles : ils laissent les anciens féodaux s'écharper pour croire, pour savoir. Mais Louis XIV il s'en foutait d'eux, et à raison. C'est ce que fait Emmanuel Macron aujourd'hui.

Je ne sais pas où ça va aller mais ça peut très mal se terminer. Ça prouve quoi ? Que les Français ne sont pas un peuple démocratique et « sont des veaux » comme disait De Gaulle et il avait raison. C'est la défaite de 40. On laisse faire des élites tranquillement. « C'est le Président ». Et alors ?

Merci à vous !

ANNEXE 5

Entretien avec Juliette Charbonneaux, maître de conférences au CELSA
Paris-Sordonne et chercheuse au GRIPIC

Le 11/05/18, de 14h à 15h au *Fluctuat Nec Mergitur* (11^{ème} arrondissement de Paris)

Qu'est-ce qu'un couple diplomatique et quelles sont ses particularités ?

Déjà la première chose à laquelle il faut faire attention c'est que c'est une métaphore : donc ça ne va pas de soi de qualifier cette relation de cette façon-là. C'est donc la première chose à mettre à distance et interroger, sachant que c'est aussi très propre à une langue française, elle-même riche en métaphores pour qualifier le champ politique – c'est ce que j'ai vu en faisant une comparaison franco-allemande. On décentre le regard pour voir justement la manière dont on qualifie les relations géopolitiques et diplomatiques dans d'autres territoires nationaux, où la métaphore du couple est moins présente, ou alors elle est utilisée pour parodier justement le côté fleuri de la langue française. Donc il faut déjà être attentif à ça. Un couple diplomatique c'est donc une figure de style, en premier lieu, et ce qui amène en deuxième lieu à considérer les canaux, les circuits, qui sont propices à l'épanouissement de cette métaphore et qui permettent de penser la vie sociale et la vie communicationnelle de cette métaphore et son succès. Ce qui invite à se pencher sur la représentation médiatique qui joue un rôle prédominant dans le succès de cette métaphore, et dans le fait qu'on puisse considérer une relation diplomatique bilatérale comme relevant d'une modalité qui est plutôt une modalité amoureuse, privée, qui incite à le faire par la mobilisation de la métaphore du couple.

On y reviendra plus tard justement. Concernant le couple franco-allemand, mais pas que, quels sont selon vous les signes protocolaires à suivre dans un couple diplomatique « occidental » ?

Il y a énormément de rituels diplomatiques qui vont fonder – parce que j'avais mis la métaphore délibérément à distance – mais il y a des rituels qui jouent le « deux », ça oui : ça va être des moments – donc on peut le penser d'un point de vue temporel – la première rencontre, la dernière rencontre, entre un président et un chancelier/une chancelière. Ce sont des moments rituels très forts qui s'inscrivent dans la lignée de ses moments du « deux » justement, où on va essayer de dépasser symboliquement, par des gestes et des inscriptions dans des espace-temps très forts symboliquement, pour essayer de faire mieux ou de se différencier, s'inscrire dans un héritage instituant.

Et justement qu'est-ce qui vous a frappé dans les premières rencontres diplomatiques, franco-allemand par exemple ? J'imagine qu'ils oscillent entre une volonté de rupture par rapport aux précédents, ou au contraire soulignent une certaine continuité ...

C'est une dialectique qui est justement assez dure à jouer du point de vue des personnalités politiques qui est justement d'assumer un héritage – puisqu'il n'y a pas de moyens de se

souscrire à cet héritage, notamment l'héritage des relations franco-allemandes en Europe, et ça c'est un continuum. Il y a donc à la fois un héritage qui peut se revendiquer et un travail de marketing politique, qui peut être pensé à l'échelle d'une relation bilatérale aussi, transfrontalière, qui va impliquer un travail de différenciation par rapport à ce que faisaient les prédécesseurs : il va donc y avoir une surenchère de gestes, pour passer au-delà de la poignée de main qui est le punctum de la relation entre François Mitterrand et Helmut Kohl ou l'accolade entre Schröder et Chirac, on va ensuite avoir l'embrassade entre Chirac et Merkel, puis on va avoir les franches embrassades entre Nicolas Sarkozy et Angela Merkel puis on voit aussi Merkel et Hollande s'afficher ensemble en se tenant par les épaules dans des moments forts, comme après les attentats en 2015.

Quel est selon vous la première rencontre diplomatique la plus marquante ? Pour vous mais aussi en termes médiatique ?

Alors évidemment la première rencontre la plus importante c'est bien sûr De Gaulle / Adenauer, puisque ça institue un moment fort de pacification des relations franco-allemandes. C'est la première fois qu'un chef d'Etat allemand est reçu post seconde guerre mondiale, dans de telles circonstances. La temporalité n'était pas la même à l'époque puisqu'on avait le temps de faire de véritables visites – alors qu'aujourd'hui on observe plutôt des visites éclair. On a vraiment la visite à Colombey-les-deux-églises, une visite dans un domicile privé, à huit clos – donc on a aussi un récit de la rencontre qui est très particulier où on compose avec le registre du secret ou de la demeure privée, qui est très manipulé et mobilisé par les journalistes des deux bords, français comme allemands. Donc ça c'est un moment clé, qui institue le modèle de la première rencontre avec la règle des trois unités théâtrales : de temps, de lieu et d'action. C'est ce que j'ai pu regarder : comment cette triple unité va se retrouver de rencontre en rencontre.

Alors en première rencontre – moi je vois toujours ça à travers le prisme médiatique – un moment qui était très attendu c'était la première rencontre entre Kohl et Mitterrand. Il y avait une tension puisqu'il s'agissait là de deux hommes politiques de bords différents. Surtout que côté allemand on voyait l'arrivée d'un socialiste au pouvoir comme l'arrivée de Moscou en France, donc ça c'était quelque chose qu'on regardait avec beaucoup beaucoup d'attention.

Et puis autre première rencontre marquante, c'est la première rencontre entre Chirac et Angela Merkel puisque là on a un changement de paradigme lié au genre, qui intervient et qui est nouveau. De ce point de vue-là la rencontre est un tournant puisque là la rencontre va être lue par la métaphore à travers le prisme du genre, ce qui va redonner vigueur – en tout cas dans le discours français – à la métaphore du couple. Pour la première fois on a un homme et une femme, ce qui relève d'un couple traditionnel, dans la relation franco-allemande.

Pour moi ce sont les trois premières rencontres clés.

D'accord. Justement, toujours sur le couple franco-allemand, qui est singulier dans les couples diplomatiques, quelles sont les similitudes et différences par rapport aux autres couples diplomatiques, notamment outre-Atlantique ?

La différence c'est son historicité, son ancienneté, qui relève des trois grandes guerres, mais qui a été entretenu par des relations plus antérieures au XIXème siècle avec des échanges culturels ... on a aussi des écrivains qui ont écrit sur le sujet, on peut penser par ailleurs à Romain Rolland ou Stéphane Zweig, qui ont beaucoup correspondu dans une volonté pacificatrice dans l'entre-deux guerres. Il y a donc tout un creuset de relations culturelles bilatérales très fortes, dans le sens d'une exclusivité ou d'une singularisation de la relation. Et puis évidemment le contexte de la Seconde Guerre Mondiale, le processus de réconciliation, qui singularise encore plus la relation, et qui a été largement travaillé et encouragé par les médias. Et le tout dans un contexte européen bien sûr, où on va être en attente d'un leadership, qui va être pensé toujours – et c'est ce qui va être décrit par d'autres nations de « troisième » ou « quatrième zone » on pourrait dire – comme un leadership à deux, à géométrie variable dans ce qu'on appelle « le couple », mais qui a tendance à jouer la prédominance. Donc il faut toujours penser dans ce cadre européen qui participe de la singularisation de cette relation.

Est-ce qu'on peut imaginer de stratégies de mise en signe et de communication de la diplomatie ? Si oui par quels couples en particulier ? Quels ont été leurs ressorts ?

Est-ce que c'est devenu un argumentaire politique ?

Oui oui absolument ! La relation à l'Allemagne pour les présidents français, à la France pour les chanceliers et la chancelière – et un petit peu moins pour la chancelière, ce qui a cristallisé quelques craintes et doutes sur la poursuite de cette relation à l'époque. Mais l'inscription d'une continuité dans ce paradigme « amical » - on peut dire amical en tout cas – c'est quelque chose qui peut jouer comme argument de campagne. Et l'inscription dans une UE derrière – on l'a vu avec Macron qui a utilisé cet argument de manière très forte lors de sa campagne. Le fait également que la première visite soit toujours au chancelier ou à la chancelière, comme François Hollande l'a fait, comme Angela Merkel l'avait fait avec Jacques Chirac auparavant etc. Cela fait des décennies que la première visite est réservée au Français ou à l'Allemand. C'est vraiment très fort comme premier signe envoyé.

Et après évidemment comme mise en signe, il y a les rituels des commémorations. Là aussi on est dans un travail d'héritage et de différenciation – j'avais parlé des gestes donc ça fait partie du même paradigme : parce qu'on a souvent une commémoration, à laquelle vient se superposer un geste fort. La commémoration réconciliatrice est un des grands topos du franco-allemand et des couples franco-allemands, le point d'orgue étant atteint à Verdun en 84 avec Kohl et Mitterand. Mais Sarkozy et Merkel ont aussi fait ensemble la commémoration du 9 novembre en 2008 à Paris – c'était une première. Chacun essaie d'y aller de sa première,

avec une première invitation, quelque chose qui n'avait jamais été fait. Là Emmanuel Macron s'est vu remettre hier le prix Charlemagne par Angela Merkel, donc on voit que c'est un sillon que l'on continue de creuser comme ça.

Dernière question sur cette partie-là : selon vous est-ce plus simple, toujours dans le cadre du couple franco-allemand, d'être du même bord politique, ou est-ce que c'est plus compliqué ?

Ça peut sembler évident mais la relation qui a le mieux marché pour le couple franco-allemand c'est la relation Mitterrand-Kohl, alors qu'ils étaient de bords opposés et chacun ayant une vision de l'Europe telle qu'ils ont mis ça de côté. Finalement la relation Merkel-Hollande n'a pas si mal marché que ça, alors que la relation Merkel-Sarkozy a pu être compliquée dans le contexte notamment de la crise grecque. Donc non c'est loin d'être une évidence et en fait c'est beaucoup fonction de la stratégie à long terme d'une pensée de l'Europe qui va prendre le dessus.

La partie suivante débute par la présentation des photos dites de la « bromance » Macron-Trudeau

Pour démarrer que vous évoquent ses photos ? Que voyez-vous de particulier ?

Ce qui me frappe c'est l'effet de cadrage – toujours à partir de mon analyse de la couverture médiatique. Effectivement si on part de la première photo, c'est quelque chose d'assez classique : deux dirigeants qu'on connaît discutent en aparté – ça aussi le motif de l'aparté est un topos de la couverture de la relation diplomatique – on en sait pas plus. Deuxième photo, même chose en plan resserré, la discussion se poursuit et paraît assez neutre. Ça paraît assez difficile de la qualifier en dehors de ce moment de l'aparté.

Si je continue à tourner les pages, l'effet qui intervient en supplément c'est le jeu sur le décor. Le cadrage, le zoom arrière, par rapport à ce qu'on a pu voir précédemment, incite déjà à qualifier cet aparté – ou en tout cas donne envie de le faire : puisqu'on a un arrière-plan assez idyllique avec les fleurs, la mer, le soleil. Le sommet géopolitique s'efface, s'éclipse, et tend une interprétation un peu différente et tend à privatiser ce moment-là. Sur les deux photos suivantes on retrouve le caractère bucolique qui justement connote davantage l'effet « coulisses », l'effet « privé » du moment – en particulier le jeu derrière la branche. On a l'impression que quelque chose se joue derrière le rideau, et qui tendrait à être préservé du regard de tout à chacun. La photo paraît presque comme volée, comme le sont certaines photos people. On a donc aussi un jeu là-dessus : le privé-public. Même si l'effet de cadrage était très différent, là encore la discussion paraît assez neutralisée : pas de gestes ... Alors que par rapport à ce qu'on a vu par rapport à Trump et Macron, ils ne se prennent ni par la main, ni par l'épaule, il n'y a pas d'effusion, rien d'affiché entre les deux. Les expressions sont

assez neutres. Il y a de la tension mais il n'y a ni tension ni amitié particulière ... A l'inverse de la dernière photo [poignée de main lors de la conférence de presse commune] où là on est encore sur quelque chose d'assez classique, de conférence de presse d'amorce ou de fin de sommet : là il y a le sourire, la poignée de main de franche camaraderie assez traditionnelle, à l'attention des journalistes et du *photocall* – on est aujourd'hui dans le contexte de Cannes. Donc là on a tout le décorum classique avec les drapeaux et une photo dont le cadrage est très très prescrit par avance évidemment.

Voilà ce que ça m'inspire et ayant connaissance de la manière dont cette photo [deuxième photo] a circulé, c'est l'importance du cadrage de la légende aussi et de la titrairie – dans légende j'entends tout l'accompagnement textuel qui a pu accompagner cette série de photos de ce moment diplomatique : puisque ce qu'on a retenu c'est tout ce discours autour de la « bromance », ou en tout cas de l'amitié naissante, à connotation plus longue pour Macron et Trudeau. On voit à quel point c'est le texte et l'effet de qualification qui a joué sur l'interprétation de cette image – et on voit que c'est utile puisque quand on enlève les textes, on voit justement que cette image ne veut pas dire tant que ça, d'une relation d'un type ou d'un autre.

Pour vous ces photos, et plus particulièrement la première puisqu'il s'agit de la photo officielle de Soazig De La Moissonnière la photographe officielle de Macron, elle s'adresse à qui ? Elle veut dire quoi en particulier ?

Sachant que c'est une photo officielle, prise par la photographe officielle, elle veut dire qu'il y a une relation diplomatique naissante, qui demande à se voir offrir des moments particuliers de discussion – ce que je disais sur l'aparté. Ce qui est important dans le cadre des relations franco-canadiennes puisqu'évidemment on est très connu dans le cadre des relations franco-allemandes très travaillées, des relations franco-américaines aussi ... Le paradigme des relations franco-canadiennes il est moins connu, moins importé aussi, moins mis en exergue par les dirigeants des deux côtés. C'est aussi peut-être une manière de se montrer novateur dans ce sens-là : il y a un terrain à jouer en dehors des Etats-Unis – donc cet aparté peut aussi être lu de cette manière-là, dans cette manière d'officialiser. Et puis on peut aussi y lire une envie de marketing politique des deux côtés : on a deux dirigeants qui sont de la même génération, qui incarnent un espoir de renouveau – c'est un discours très fort de la part de Trudeau qui a été exprimé – chacun peut y trouver son compte en se mettant en scène aux côtés de l'autre, comme étant de la même génération, le renouveau de la politique internationale ... Je pense que ce message officiel c'est celui-ci aussi.

Très bien. Selon vous – et je sais que vous abordiez cette question dans votre dernier livre, *Les deux corps du Président* – est-ce qu'on représente ici les hommes ou les chefs d'Etat ?

On représente les chefs d'Etat en tant qu'hommes. En tout cas eux se donnent à lire à travers le message de marketing politique dont je parlais tout à l'heure : c'est aussi à travers

l'incarnation d'une génération, peut-être d'une nouvelle forme de masculinité au pouvoir aussi, c'est le côté « homme ». Si on reprend la métaphore des *Deux corps du roi* c'est aussi la métaphore charnelle, singulière, d'un parcours individuel qui ressort, derrière le chef d'Etat.

Alors que sur ce type de photos-là de type AFP, là on est sur la représentation classique du chef d'Etat avec un autre chef d'Etat. Là effectivement on a un double jeu qui prolonge la métaphore des deux corps...

Lors de ce fameux G7 qui a eu lieu fin juin 2017 à Taormine en Sicile, il y a eu d'autres scènes diplomatiques qui ont marqué les médias et l'opinion – même si celle-ci en fait grandement partie. Qu'est-ce que ce jeu de photos veut dire selon vous du positionnement politique d'Emmanuel Macron ? Qu'est-ce que ça dit du branding politique de Macron ?

Là il joue beaucoup ... il est attendu sur la scène internationale et doit faire ses preuves rapidement, un mois et demi après l'élection. On voit que lui aussi, à son échelle, s'inscrit dans un héritage diplomatique – j'ai parlé de la première rencontre avec Merkel qui était un peu « le passage obligé » - et puis en même temps il y a ce travail de différenciation – donc paradigme dans lequel s'inscrit sans doute ce travail de la première rencontre avec Trudeau : c'est-à-dire qu'on joue ce que les prédécesseurs ont déjà joué – la continuité de la relation franco-allemande – mais on se différencie et on affirme une légitimité internationale en allant chercher le travail de nouvelles relations. On peut aussi le lire dans cet axe-là.

Est-ce qu'on avait déjà vu une telle mise en signe de deux chefs d'Etat - hors couple franco-allemand bien sûr – commentée sous un angle people par les médias, plus d'ailleurs que sur l'angle politique ? Avez-vous déjà constaté ce type de médiatisation qui fait penser à une forme de « détournement » ?

A ce point-là et tout de suite avec ces qualifications people là je ne pense pas. Il y a une accentuation. Mais je pense que ce n'est pas toujours complètement nouveau : c'est un peu ce que j'expliquais dans *Les deux corps du président*, tout n'arrive pas en un jour comme ça. Il y a une superposition et une sédimentation de représentations qui fait qu'on peut en arriver là, au travail de qualification qui a été celui de ces photos. Après c'est vrai que j'ai moins de connaissances pour ce qui est des autres couples diplomatiques. Pour ce qui est de la relation franco-canadienne pour moi c'est vraiment une première ce travail-là. Mais après dans la reconnaissance par les médias et la qualification un peu people-affective, oui il y en a eu d'autres comme la relation franco-américaine, avec toute la gestuelle qui peut en découler, avec toute une qualification qui peut tirer vers le privé. Même à une certaine époque on a pu voir ça entre les présidents russes et américains : les accolades et les parties de fou rire entre Clinton et Eltsine, qui avaient aussi été beaucoup commentées sous l'angle de la discussion amicale.

Tout ça prépare donc un terrain qui fait qu'on peut avoir une surenchère dans la manière dont les médias vont regarder et qualifier une relation diplomatique naissante.

Il ne vous aura pas échappé que les médias dits « traditionnels » et les médias sociaux ont rebondi sur cet épisode assez singulier. Qu'est-ce que vous pensez du rôle des journalistes dans cet épisode ?

Il est très très important, comme pour la promotion de l'amitié franco-allemande. C'est pour ça que je faisais cette remarque tout à l'heure de textualisation et de prise en compte nécessaire du texte qui entoure une image, parce que l'image, à part quand elle est envoyée par l'AFP – et encore, parce qu'elle est toujours accompagnée d'une légende – mais l'image ne se lit pas sans texte dans les médias. Elle est toujours accompagnée de textes quand elle ne suscite pas le commentaire puis la reprise. C'est ce que j'avais observé aussi dans *Les deux corps du président* : un phénomène dit de peopolisation est aussi largement tributaire des phénomènes de circulation qu'on va donner à telle ou telle image, la manière dont on va la qualifier et la donner à lire, la manière dont on va la faire commenter à des experts etc.

Les médias ont une responsabilité, et les journalistes ont une responsabilité, justement par ce travail de mise en circulation de cette image : par le travail de titraille qui l'a accompagné, par l'espace éditorial qui ont pu lui attribuer dans tel ou tel journal, en la mettant en « une » ... Cette série de choix éditoriaux qui ont été les leurs et qui orientent la lecture forcément dans un certain sens, souvent dans le sens d'une peopolisation, et aussi parfois au détriment du commentaire politique. Comme on a pu le voir précédemment, la stratégie géopolitique ... je n'ai pas vu beaucoup de commentaires sur la stratégie géopolitique d'Emmanuel Macron derrière cette image. S'il existe [le commentaire sur la stratégie géopolitique de Macron] il est euphémisé justement par le côté un peu ludique, du commentaire ludique que l'on pourrait avoir vis-à-vis de l'image.

Dans *Les deux corps du président*, vous parlez d'un rôle presque nominatif des médias, dans le sens où ils mettent un mot qui caractérise une relation. Ils en font un événement médiatique, presque politique. Comment ce rôle-là a évolué – puisque vous l'avez perçu avec l'affaire Hollande-Gayet, avec différents stades notamment puisque vous avez observé la manière dont les médias ont travaillé le sujet, ont mis du temps à donner un nom ?

Ces affaires-là prennent souvent la forme de feuilleton : c'est-à-dire qu'au départ on a une image – et on voit combien l'image est médiagénique dans nos sociétés contemporaines et comment cela suscite le commentaire très vite – et on aussi une volonté de ne pas se faire distancer par les concurrents donc se saisir rapidement de l'image et aller un peu plus loin dans le travail de qualification. Là aussi il y a un travail de différenciation d'un média par rapport à l'autre qui va encourager la lecture peopolisante de cette image, et de la relation qui est donnée à lire derrière. Et puis après on a ensuite après un travail de réflexivité médiatique qui

se met en place après, ce que j'ai pu observer dans *Les deux corps du président*, c'est-à-dire qu'avec le moment où la fascination pour l'image s'essouffle va venir le moment où les médias vont interroger leur propre rôle et leur propre responsabilité dans ce qu'ils viennent de contribuer à faire. C'est donc à ce moment-là où ... mais malheureusement la responsabilité n'est pas assumée en propre et souvent déléguée à d'autres ... comme les médias people, les hebdomadaires ... qui sont les responsables de telles qualifications. Mais en tout cas il y a eu une séquence feuilletonnée de cet épisode-ci qui fait qu'on sait interroger le rôle de cette image après avoir contribué à favoriser ce rôle-là.

D'accord. Vous en aviez parlé tout à l'heure durant l'entretien, voici un autre jeu de photos qui représente la dernière visite diplomatique d'Emmanuel Macron à Washington en avril dernier. On a délibérément parlé de « bromance » dans les médias. Qu'est-ce que vous en pensez par rapport à Macron et Trudeau en arrière-plan ? Est-ce que la « bromance » est une nouvelle forme de communication politique ? Est-ce que c'est qu'Emmanuel Macron qui la porte ?

Alors déjà pour « bromance » je prendrais les mêmes précautions qu'avec le « couple », c'est-à-dire que c'est une métaphore à mettre à distance, et qu'ensuite certains acteurs politiques peuvent s'employer à incarner justement parce qu'elle est elle-même médiagénique cette métaphore donc potentiellement porteuse d'adhésion politique.

C'est un nouveau « mot-valise » ?

Ce serait pour moi une nouvelle métaphore, après celle du couple, pour qualifier une relation entre deux hommes. Mais ce que m'évoquent ces photos c'est une maîtrise différenciée par rapport à la relation : autant on a l'impression que c'est très équilibré dans l'association Trudeau-Macron, et ce que je disais tout à l'heure, neutralisé, autant cette série de photos en tout cas comme elle a été composée, laisse à voir une manière qu'a Emmanuel Macron de subir la transgression des codes que tend à lui imposer Donald Trump, dans une série de photos assez officielles. Donc là ils ne sont même pas entrain de jouer l'aparté. On est dans des situations qui s'apparenteraient à celle d'un parterre de journalistes, d'une conférence de presse. Malgré lui il se trouve obligé de jouer le jeu, pour ne pas paraître se laisser distancer dans ce jeu de force et d'échanges de force, qui sera mis en signe tout de suite puisque mis en photographie tout de suite. On voit la poignée de main et le sourire un peu crispé qui l'accompagne – en tout cas ce qui s'apparente à une poignée de main mais on peut aussi y voir un bras de fer et un sourire également crispé qui continue à l'accompagner. C'est vraiment le sourire crispé qui domine sur toutes les photos et le geste qui semble émaner de Donald Trump, d'une volonté de Donald Trump en premier lieu.

Cette nouvelle relation bromantique qu'est-ce qu'elle dit des couples diplomatiques – je pense notamment à Justin Trudeau et Barack Obama qui avaient un peu joué sur ce

même registre lors du dernier mandat de Barack Obama ? Pour vous qu'est-ce que ça dit aussi des relations inter-masculines entre chefs d'Etat ?

Oui c'est intéressant parce que l'amitié politique cultivée comme argument politique à l'échelle d'une relation diplomatique bilatérale c'est pas nouveau non plus : VGE et Schmidt l'avaient mis en scène en s'appelant « mon ami Valéry / mon ami Helmut ». Ca passait plus par le discours que par la mise en geste donc on voit aussi que ça accompagne une transformation médiatique qui va dans le sens d'une prépondérance laissée à l'image, liée au dispositif médiatique qui promeuvent l'image comme média premier. C'est donc lié à ça, où le geste va prendre la place sur le discours en tant que levier de communication politique. Et puis dans ce travail de « faire nouveau », dans une logique de différenciation et de marketing politique, il faut peut-être pour les dirigeants toujours aller un peu plus loin, dans l'affirmation d'une amitié où le déclaratif ne suffit plus puisqu'il y a toujours une suspicion derrière : c'est aussi parce que le discours médiatique est aussi de plus de plus capable de décrypter ces codes de la communication politique. Il faut toujours en inventer de nouveaux finalement. Inventer de nouveaux gestes pour aller au-delà du discours, et comme ces gestes se voient eux-mêmes décryptés il faut toujours continuer à innover. Je pense qu'on se situe aussi dans ce paradigme-là !

Et puis on est aussi dans une époque de méfiance par rapport à des élites, des discours qui seraient coupés du peuple donc là on est dans un travail du « cool », du « friendly », à travers ce travail de la proximité, une grande stratégie politique qui a fondé la peopolisation à un niveau individuel. On se donne à voir comme tout le monde en buvant des bières pour Jacques Chirac, en cultivant la relation avec l'animal familier etc. Et puis là ça peut être « on est comme tout à chacun on a des relations amicales, fraternelles, un peu 'entre potes' ». C'est le « buddy » à l'américaine qui est assez travaillé là-dessus. Donc je le lirai comme ça.

Très bien ! Troisième et dernière partie. On va se concentrer uniquement sur Macron pour se concentrer sur Macron. Est-ce que ce jeu de photo met en signe un ethos particulier chez Macron ?

Je vais vous répondre mais c'est quand même difficile d'occulter Trudeau car c'est dialogique : son ethos se construit toujours par rapport à quelqu'un : ici Justin Trudeau dans la relation à laquelle on assiste – mais c'est là aussi où on peut se concentrer sur Macron – cet ethos il est dialogique aussi par rapport aux prédécesseurs, donc c'est toujours ce travail de différenciation dont je parlais, avec cet ethos présidentiel antérieur. Ca va être aussi incarné par rapport à François Hollande, par rapport à Nicolas Sarkozy – parce que chez Macron il y a ce double travail de différenciation à effectuer par rapport à un refus de la normalité, en adoptant une posture particulière à l'international, sans doute plus forte que celle qu'avait pu incarner François Hollande. Et puis par rapport à un Nicolas Sarkozy qui tendait, enfin qui ne

faisait pas du Trump mais si on tendait à raccourcir les paradigmes il se situe plutôt de ce côté-là. Donc on a ce double travail de différenciation à effectuer au niveau de l'éthos présidentiel pour Emmanuel Macron. Il y a donc aussi ce niveau dialogique-là qui se crée.

Et puis surtout qu'on est dans l'immédiate élection, où il y a ce besoin de réassurance qui constitue un troisième niveau dialogique où être le président de tous les Français ça s'incarne notamment à l'international puisque c'est la fonction régaliennne par excellence qui va se jouer par ce premier G7 pour lui.

De ce que vous avez pu observer dans les médias avec Trudeau comme Trump, Emmanuel Macron a-t-il un ethos qui est différent par rapport à sa présidence qualifiée de « jupitérienne ». Est-ce qu'on retrouve Jupiter sur ces photos ou pas ?

Sur ces photos pas tant. On le retrouve beaucoup dans sa communication politique à l'échelle nationale : sa manière de se mettre en scène derrière les ministres ... Il y a plusieurs scènes où il apparaît comme ça dans une position de surplomb. A l'international – et c'est là qu'on voit que la posture dialogique est importante – chacun va jouer l'adhésion politique nationale à l'échelle internationale. C'est ce qu'on voit à travers le combat qui se joue avec Trump, et qui est prédominant sur ces photos-là, c'est que ça va pas de soi de jouer cette carte jupitérienne quand on a en face de soi un Donald Trump qui va essayer de brouiller ces codes, qui ne cherche pas à préserver quoique ce soit. C'est un peu hors code et hors sol. Ici le travail du jupitérisme est assez bouleversé. Il est plus facile à jouer avec un partenaire comme Angela Merkel, qui est plus polissée dans sa communication politique, quelles que soient les circonstances, plutôt qu'avec un Donald Trump.

D'accord. Et maintenant si on passe à l'éthos jupitérien chez Macron, pour vous quelles sont ses principales caractéristiques ?

Toujours, même précaution par rapport à la présidence jupitérienne qui est une revendication de sa part, extrêmement médiatisée aussi, mais qu'il continue de tisser de différentes manières. Sa volonté d'être très très présent à l'international on peut le voir aussi comme ça : une espèce d'omnipotence qui transcende les frontières avec beaucoup de voyages qui ont tendance à éclipser, ou en tout cas mettre en parallèle un agenda national avec un agenda international ... le déplacement en Australie ça été par exemple beaucoup commenté alors que c'était compliqué en France [la situation sociale]. Ensuite, c'est aussi la référence à un savoir lettré. On peut aussi l'analyser de ce point de vue-là. Ce n'est pas nouveau puisque c'est quelque chose qu'a notamment travaillé Mitterand, il [Macron] se place donc dans cette ligne-là. En rebondissant on peut aussi voir le travail de l'éthos jupitérien comme un héritage mitterandien qui s'est déclaré « le dernier des grands présidents », comme s'il voulait faire un peu mentir Mitterand et être le « nouveau dernier » ou le « premier des derniers » ... Donc la référence à la culture lettrée est quelque chose qu'on avait pas joué depuis un moment comme carte présidentielle. C'est quelque chose qu'on voit beaucoup, qu'on a vu dans la dernière

interview à La Nouvelle Revue Française (NRF) où il s'est déclaré être le personnage de roman que les Français attendaient ...

Qu'il incarnait « le goût des Français pour le romanesque » oui ...

Oui c'est ça ! Ca aussi ça passe par-là. Un travail du romanesque, du mythique – on est pas très loin puisque roman/mythe – on est dans une pensée de la fiction qui est intéressante, en tout cas comme travail de l'éthos.

Ce qui m'intéresse aussi autour de ce feuilleton médiatique Macron-Trudeau c'est aussi de voir quel est le rapport à la presse d'Emmanuel Macron ? On l'a vu et lu, une première phase d'après campagne assez décriée par les journalistes politiques et les éditorialistes ... Vous qui avez analysé un certain moment du rapport à la presse chez François Hollande, comment qualifieriez-vous ce rapport à la presse chez Emmanuel Macron ? Comment a-t-il évolué et comment se différencie-t-il de ses prédécesseurs ?

Il a évolué, et il a beaucoup évolué depuis un an le rapport à la presse d'Emmanuel Macron. Au tout début de son quinquennat, il était volontairement dans un rapport très distancié aux médias, pour se différencier de François Hollande, pour ne pas jouer la normalité, mais au contraire, pour rejouer la sacralité, cette mise de distance. On est de retour au silence, à la stratégie de Pilhan et Mitterrand de la « parole rare » : avec un refus de l'interview ou une mise à distance de l'exercice de l'interview qui est pour le coup, le moment médiatique régalien de De Gaulle, ce qui est un gros coup. Et là on parle de plus en plus du déplacement de la cellule de presse des journalistes de l'Élysée qui va être déménagée dans une annexe ... C'est aussi un travail de mise à distance symbolique qui est fort. Il y a à la fois cette mise à distance, qui vise à se différencier à la fois de Hollande mais aussi de Sarkozy, pour le côté people peut-être, même si lui aussi le joue à sa manière [le côté people]. Et depuis quelques temps on voit un revirement avec beaucoup d'interviews très médiatisées, donc avec Bourdin et Plenel et Pernault sur TF1. Donc retours à des formats très traditionnels, des moments de fidélité, des moments très institués aussi – ce qui est une manière de se différencier de ce qu'il avait lui-même promu au début de son quinquennat – pour se différencier aussi de ce que pouvait faire aussi François Hollande, qui lui, sur les conseils de Gaspard Ganzter, avait tenté de se différencier en allant donner une interview au Chasseur Français, donc en allant plutôt sur des médias de niche comme ça. Emmanuel Macron revient à des choses finalement très instituant.

Ce que j'ai pu commencer à constater c'est qu'Emmanuel Macron joue beaucoup sur le média photographique, qui a un corpus de photographies assez impressionnant, qui ont beaucoup circulé dans les médias : je pense notamment au début de son mandat avec des photos de lui dans un sous-marin, les photos qui rappellent énormément ses

attributions régaliennes ... Est-ce que François Hollande jouait aussi sur la photo ? Ou plutôt usait des entretiens comme avec Dhavet et Lhomme ?

Il les utilisait effectivement, mais de manière moins travaillée en tout cas pas avec de travail de composition, dans ce travail de normalité revendiquée. On ne peut pas faire sans les photographes et l'accompagnement des photographes, donc forcément il l'a utilisé [ce média], mais avec un travail de la mise en scène qui était différent, qui paraissait « non mis en scène » - même l'absence de mise en scène est une volonté de mise en scène – mais effectivement c'est le grand écart entre les deux. Et puis évidemment à partir du moment où il y a eu l'affaire Gayet il y a eu un recul pris – qui n'a pas d'ailleurs pas très bien marché puisqu'on a vu que *Voici* revenait etc. Je pense qu'il y a eu aussi une mise à distance par précaution par François Hollande à la fin de son quinquennat, après cette affaire-là.

Justement chez François Hollande on parlait beaucoup d'un manque de storytelling, d'un manque de récit de son quinquennat. Pour vous, par rapport à ces éléments, quelle est la stratégie d'Emmanuel Macron ? Alors certes on l'a dit à plusieurs reprises, il y a une stratégie de différenciation par rapport à la normalité hollandienne et en même temps par rapport à l'hyperprésidence sarkozienne. Est-ce que ces photos-là peuvent participer à une stratégie de storytelling particulière ?

Oui on a parlé auparavant du jupitérisme et cette volonté de travailler d'emblée cet éthos à l'international puisque c'est là où il était très attendu, et il n'avait aucune expérience antérieure à mettre en avant en premier lieu. C'était affirmer cette capacité-là en premier lieu, ça joue beaucoup. On a aussi eu l'épisode « Make Our Planet Great Again » qui a été un des moments marqueur du tout début de son quinquennat qui était déjà une réponse et une manière de se positionner face à Trump d'emblée sur la scène internationale. Donc ça fait partie du storytelling de « je suis un acteur avec lequel il faut compter désormais » et du coup « la France est un acteur sur la scène internationale ». Et ça a joué aussi sur la différenciation par rapport à Angela Merkel par rapport à l'échelon européen et dans le travail de la relation franco-allemande aussi. Et puis il y a aussi ce travail par rapport au romanesque de se construire en tant que personnage, se construire une destinée. On revient un peu à De Gaulle et à Mitterrand, et les médias s'engouffrent aussi dans la brèche puisque c'est toujours un travail de co-construction qui se joue entre les deux parties.

Si vous deviez me définir les stratégies de storytelling des trois derniers présidents (en comptant Macron) en quelques mots ?

Si on commence par Sarkozy ce serait « puissance » et « pouvoir ». Il y a avait quelque chose de trumpien dans le sens d'une « présidence décomplexée », ce qu'on lui reprochait beaucoup au début, mais qui passe aussi par le verbal, par la gestuelle. Donc une volonté de désacralisation qui passe aussi par là. A quel point c'était une volonté ? Difficile à dire puisque nous ne sommes pas dans l'inconscient des personnes ... Il y a donc ces qualificatifs qui me

viennent plus le côté people, notamment avec sa relation avec Carla Bruni, qui a été très instrumentalisée notamment en deuxième partie de quinquennat. Moi c'est le prisme à travers lequel je regarde ça.

Pour François Hollande, je ne dirai pas « normal » puisque c'est l'adjectif qu'il a employé. Je dirai plutôt volonté de neutralité, d'euphémisation en fait, dans cette perspective de différenciation. Il a eu aussi un rapport au temps aussi assez nouveau et mis en avant : le fait de demander aux médias, à l'opinion à travers les médias, et à l'opposition, de lui laisser le temps de la décision. Donc une volonté d'insuffler un temps un peu différent à la prise de décision politique, et au temps de voir les retombées de ses décisions advenir. Donc ça dans le discours c'était quelque chose qui avait retenu mon attention.

Pour Emmanuel Macron, j'essaie toujours de me distancer des catégories médiatiques, c'est difficile de se détacher du « en même temps » puisqu'il est tellement omniprésent ... C'est en même temps le national et l'international, en même temps être sur tous les chantiers donc une omnipotence, une omniprésence, mais qui n'est pas une omniprésence à la Sarkozy – ça se joue plus sur le nombre de dossiers et de décisions – donc il y a aussi un rapport à la décision qui se joue dans la différenciation avec Hollande : il [Macron] aurait plutôt tendance à réaccélérer le calendrier et le donner à voir comme ça. Et puis le rapport à l'érudition, au romanesque, et à ce qui serait quelque chose de naturellement français, qui joue beaucoup là-dedans, alors que c'est profondément culturel, mais qui joue avec un éthos naturel français.

C'était ma toute dernière question, merci beaucoup à vous !

ANNEXE 6

Entretien avec Camille Louis, chargé de communication du groupe Union Centriste au Sénat
Le 24/05/18, de 17h à 18h au Sénat (6^{ème} arrondissement de Paris)

L'entretien débute par la présentation des photos Macron-Trudeau

Que vous évoquent ses photos ? Que voyez-vous ?

Je n'avais pas le souvenir de ces photos. Je présume qu'elles ont été prises lors du G7 en Italie. Le choix des clichés est intéressant : Emmanuel Macron regarde sur toutes les images Trudeau. Ils sont en « action », comme si le photographe était dissimulé dans le décor et que les deux hommes ne le voyaient pas. Tout est communication : les poses, les plans, le décor, le palmier en premier plan, le bleu azur du ciel et de la mer qui semble signifier l'apaisement. Je pense que c'était leur première rencontre, c'est donc la rencontre entre deux jeunes hommes, qui dirigent leurs pays, qui incarne au premier coup d'œil un renouvellement politique fort. La cinquième peut sembler vouloir transmettre des regards amicaux, sincères. Mais les différentes rencontres de Macron avec d'autres chefs d'Etat depuis un an confirme que Macron garde la même posture. On sent en lui de la fierté. Ce qu'on avait reproché à Nicolas Sarkozy d'être une sorte de « petit enfant au milieu de la cours des grands » n'est pas reproché à Macron. Car lui transmet davantage de fierté.

A qui s'adressent ces photos selon vous ?

On va retrouver ces photos sur les réseaux sociaux, dans les hebdomadaires, elles vont toucher un large public. On ne peut qu'acquiescer : ils ont l'air sympathiques, ils viennent juste d'être élus par leurs peuples. En les regardant on a de l'espoir, l'espoir qu'ils aspirent à quelque chose de meilleur. Politiquement, en une image, on lit l'amitié franco-canadienne.

Ces images profitent à qui selon vous ?

Indéniablement à la communication des deux hommes. Je ne sais pas s'il y a encore une culture « photo Paris Match » chez les hommes politiques. Ces clichés correspondraient parfaitement à cela. Il y a ici une congratulation mutuelle. On aime tous regarder les belles personnes, et ils le savent.

Qu'est-ce que vous pensez que ces photos disent du positionnement politique d'Emmanuel Macron ?

Justin Trudeau pourrait être son homonyme canadien : lui aussi est jeune, il est progressiste, voire certainement en avance sur un grand nombre de sujets sociétaux. Trudeau a, je présume, une forte popularité en France. Il incarne quelque chose que l'on aime bien : la dérision, la vie avant la politique, la légèreté. On a l'impression qu'il est proche des gens, qu'il ne stigmatise personne. On sait qu'il traverse quelques difficultés, que l'opposition est extrêmement féroce envers lui. Mais Trudeau a un fort capital : fils d'ancien Premier ministre populaire, petite famille parfaite avec les deux filles la femme et le chien, etc. Macron,

personne ne le connaissait en 2015. Il a un parcours et une vie que l'on peut qualifier d'atypique.

Pourquoi se rapprocher d'un homme comme Justin Trudeau alors ?

Avec ces photos, on associe les deux hommes à un seul point de vue, donc un seul positionnement politique. On s'imagine qu'ils sont forcément sur la même longueur d'onde. Macron ici à tout à gagner si les personnes pensent cela. A ce moment précis, il vient de devenir chef de l'Etat. Tout est à faire.

Avait-on déjà vu selon vous une telle mise en signe entre des chefs d'Etat ?

Bien sûr. Les couples franco-allemands se sont toujours mis en scène. La scène avec Mitterrand et Kohl qui se tiennent la main à Verdun est parfaite. Les rencontres entre dictateurs regroupent une multitude de signe qui veulent dire et annoncer quelque chose. Que ce soit Hitler et Mussolini, ou même Hitler et Pétain. Dans la communication d'un chef d'Etat, rien n'est dû au hasard. Ils ne peuvent pas se le permettre. Sauf que là, on retrouve quelque chose qu'on avait perdu. C'est quelque chose à la de Gaulle ou Pompidou. Une rencontre pour l'Histoire. Comme s'il avait un avant et qu'il y aurait un après. Comme quand Pompidou était parti aux Etats-Unis pour une rencontre avec Nixon. Et c'est ce qui est un peu tiré par les cheveux : les relations entre le Canada et la France ont toujours été bonnes.

Les médias dits « traditionnels » et sociaux ont rebondi sur cet épisode particulier, que pensez-vous du rôle des journalistes dans la circulation de telles informations ?

Je n'ai absolument aucun souvenir des commentaires qui avait pu être fait. On doit traiter l'information dans tous les cas. Si les titres étaient « Macron rencontre Trudeau lors du G7 », c'est vrai. Il n'y a rien d'autre à dire. Sauf bien entendu si des choses importantes ont été rapportées. Si un journal titre « Voyage de noces italien entre Macron et Trudeau », je n'en vois pas l'utilité. Si ces photos illustrent des bases diplomatiques solides et amicales entre les deux pays, alors réjouissons-nous.

Vous travaillez pour un groupe sénatorial qui a une position particulière face à Macron, quelle est-elle ? Cette position est-elle facile / difficile à tenir ?

Le groupe Union Centriste au Sénat a toujours eu un rôle majeur. Il a toujours été affilié à la majorité sénatoriale de la droite, mais ont longtemps dominé le jeu avec des sénateurs UC devenus présidents du Sénat comme Alain Poher, Monory... Le groupe UC a toujours traité le travail parlementaire à arme égale : si une proposition de loi venant de la gauche est bonne, ils votent pour et vice versa. Dernièrement, une proposition de loi venant du groupe communiste était soutenue par tous les sénateurs Union Centriste. On peut critiquer leur loyauté aveugle à la droite, mais on paie des calculs politiques et des mouvements politiques qui ont laissé des traces, comme la création de l'UMP en 2002 ou la mort « vivante » du centre depuis cette date. Dans le groupe, la liberté de ton a donné en 2017 quelque chose de très

étonnant : si Juppé remportait la majorité des soutiens, certains sénateurs s'éparpillaient entre soutenir Le Maire, Sarkozy, Bayrou, et même Fillon dès le 1er tour des primaires. Alors qu'en 2012, le groupe était divisé en deux entre les pro-Sarko et les pro-Bayrou. Et puis Macron est arrivé et il a tout bousculé, tout détruit. Les sénateurs ne savaient plus comment il s'appelait. Dix sénateurs UDI-UC [nom du groupe de 2012 à 2017] ont apporté leur soutien à Macron avant le premier tour. Les autres ne se sont pas positionnés. Deux sur 42 ont continué à soutenir Fillon... Au lendemain des sénatoriales de 2017, le groupe s'est agrandi à 50 sénateurs. Je me souviens de la formule utilisée dans le communiqué : « membre de la majorité sénatoriale et positif à l'égard du gouvernement ». Jacqueline Gourault, ancienne sénatrice UC, a rejoint le gouvernement en juin 2017. Mais ça n'empêche pas mes sénateurs de l'interpeller quand quelque chose ne va pas dans le bon sens à leurs yeux.

Donc pour répondre à la question, ce n'est pas facile pour mes sénateurs car ils n'ont pas soutenu pleinement un candidat qui était qualifié de « centriste ». Son arrivée fracassante dans la vie politique les a désarçonnés. A l'heure actuelle, ils essaient de travailler de manière constructive avec un apport législatif intelligent à chaque projet de loi. Là c'est le communicant du groupe qui parle !

Quelles sont les positions / postures de vos sénateurs face à l'arrivée d'Emmanuel Macron ? Pouvez-vous me donner des exemples concrets ?

Comme je viens de le dire, le positionnement du groupe UC est pragmatique et positif face à Emmanuel Macron. Certains ont quitté leur parti pour rejoindre En Marche!. Ils sont deux ou trois... Ils auraient pu rejoindre le groupe LREM lors de sa création. Mais le groupe UC a une singularité qui fait sa force : la liberté. Le groupe Union Centriste est composé de sénateurs UDI, MoDem, Alliance Centriste, Les Centriste d'Hervé Morin, En Marche! ou même « divers centre ». Il y a une totale liberté de vote. Si un sénateur veut voter contre un texte de loi alors que tous les autres sont pour, c'est possible. Le groupe LR n'a pas la majorité absolue au Sénat. Cela laisse donc à l'UC une marge de manœuvre intéressante.

Le Sénat est historiquement et génétiquement « conservateur ». Ils sont moins progressistes que les autres élus. Cela peut être compréhensible. Ils défendent des choses différentes de l'Assemblée Nationale : les collectivités, les territoires, le monde rural. Ils n'ont pas la même vision des choses.

Qu'est-ce qui a changé dans la pratique de votre métier depuis l'élection d'Emmanuel Macron, en termes politiques et idéologiques mais aussi en termes de pratiques « métier » de communication ?

En réalité, pas grand-chose. Le Sénat a la particularité d'avoir un rythme en différé. Quand un débat s'installe sur un texte de loi, c'est qu'il est présenté en Conseil des Ministres ou qu'il est examiné à l'Assemblée Nationale. Cela veut dire que le Sénat n'est pas encore concerné. Par exemple, la loi Asile et Immigration a fait l'objet de nombreux articles de presse. Mais le texte

n'est pour l'instant par encore arrivé au Sénat (à la date du 24 mai). Mais en communication, on se doit d'être réactif. Le projet de loi révision constitutionnelle va profondément changer les choses. C'est le sujet sur lequel on communique le plus en ce moment. C'est même notre sujet de prédilection : on communique dès une annonce nouvelle, car les sénateurs estiment se retrouver face à une tambouille et une magouille électorale. Et cela fonctionne : un communiqué par semaine, et le président de groupe Hervé Marseille est cité dans les dépêches *AFP* et articles du journal *Le Monde* quasi toutes les semaines.

Comment L'Elysée et Matignon se positionnent par rapport au Sénat ? Et par rapport à votre groupe sénatorial en particulier ?

Notre nouveau président de groupe, Hervé Marseille, est très politique. Il veut faire exister le groupe et les idées qui en découlent. Depuis les sénatoriales, le groupe en rencontré plusieurs membres du gouvernement : le Premier Ministre Edouard Philippe, Darmanin, Gourault, Pénicaud. Blanquer a apporté le soutien du gouvernement sur une proposition de loi d'une de mes sénatrices sur les écoles privées hors-contrat. Je crois que l'exécutif, d'une manière générale, se moque pas mal du Sénat. Il bloque à de nombreuses reprises des amendements ou des demandes parlementaires.

Est-ce que ces photos entre Macron et Trudeau mettent en signe un ethos particulier, une posture particulière selon vous ? Pourquoi et comment ?

Je pense y avoir déjà répondu en partie. Si le choix de l'ordre des photos est choisi, c'est intéressant : Macron écoute Trudeau sur les quatre premières photos. Il écoute son homologue au pouvoir depuis un peu plus longtemps que lui. Trudeau aussi est à la tête d'un pays qui avait besoin d'un souffle de « fraîcheur politique ». Sur la 5ème image, Trudeau se penche pour serrer la main de Macron. Il se met à sa hauteur. On dirait qu'il le félicite. La jeunesse prend le pouvoir... On dirait une mise en abîme d'un slogan de mai 68.

C'est quoi l'ethos « jupitérien » selon vous ? Comment se manifeste-t-il ?

On nous transmet, on nous retranscrit le discours du président de la République. C'est-à-dire qu'il ne s'adresse pas directement à nous. C'est une caméra, la télévision, une diffusion, une transmission en direct qui peut nous permettre d'être réceptif. Les images modifient tout : Macron est souvent filmé en légère contre-plongée. Au cinéma, ce plan donne de la puissance, de l'affirmation, du pouvoir. Il écrase la personne qui se retrouve en « plongée ».

Sur les photos, Macron arrive à faire capter quelque chose d'assez unique : le soir de son élection, il est protégé par le triangle de la Pyramide du Louvre. Je pense aussi à une photo quasi biblique où les étoiles du drapeau de l'UE entourent Macron lorsqu'il prononce un discours. C'est l'art de la mise en scène. Le jour de son investiture, il pleut. Comme pour Hollande. Bon, Hollande se prend un réel déluge. Il est trempé, ses lunettes sont pleines de buée. C'est une catastrophe. Tu te dis que c'est mal parti. Macron lui, il prend la pluie, mais

quand il descend les Champs-Élysées, les yeux mi-fermés, on dirait vraiment James Bond - j'avais vu ça dans un tweet ! La posture peut faire de vous un être jupitérien. Mais on oublie souvent qu'être jupitérien ne signifie pas être le sauveur du monde libre.

Vous qui travaillez avec des journalistes au quotidien, comment percevez-vous le rapport à la presse du président Macron ?

Les journalistes que je côtoie sont des journalistes spécialisés de l'actualité parlementaire, ou du « centre ». Les journalistes qui couvrent Macron sont liés à des rubriques rédactionnelles à part entière. Si on vient à parler de lui, c'est généralement via ce qu'on a lu ou vu dans la presse. Il n'y a pas de off spécial.

Comment percevez-vous le rapport au peuple du président Macron ?

Macron a réussi à faire croire qu'il était anti-système, alors que c'est un pur fruit du système. Certes, ils se sont tous revendiqués anti-système... Mais j'ai vraiment la vision de l'homme beaucoup plus ancré dans le système que Le Pen. Sa communication était tellement bien ficelée durant la campagne qu'il semblait d'adresser à tout le monde : il vient de Roubaix, donc il connaît la difficulté des travailleurs pauvres. Il part en campagne dans les départements d'outre-mer. Son show ne prend pas, donc il se lance dans des questions-réponses avec les gens présents. Le concours de la nouveauté et de l'engouement des médias ainsi que des sondages favorables l'a énormément favorisé. Si ça avait été en 2012, il n'aurait certainement pas gagné. Tout s'est écroulé en cinq mois. Tout le monde politique.

J'ai toujours dit que l'échiquier politique vivait une profonde mutation depuis 2002, et qu'elle s'achèverait en 2017. On en a aujourd'hui la preuve. Sauf que cela n'est pas terminé. Comme après avoir vécu un séisme, on ne sait pas ce qu'il reste, ce qui a survécu, quelles sont les ruines. Il va falloir encore attendre pour connaître le nouveau visage et paysage du monde politique français.

Quelle différence par rapport à un François Hollande ?

Les différences avec Hollande sont énormes. Hollande semblait enfermé dans un tourbillon morbide. Chaque jour avec son lot de mauvaises nouvelles. Dès le premier jour. On nous présente Jean-Marc Ayrault comme quelqu'un qui a fait du super boulot dans sa ville. Comme pour justifier le choix de Hollande. On nous dit qu'il parle allemand et que ça va favoriser les échanges entre les deux pays. Qu'est-ce qu'il ne faut pas entendre ! Reagan ne parlait pas russe et ça ne l'a pas empêché de participer à la fin de la Guerre Froide. Et le limogeage de Batho parce qu'elle avait émis des critiques sur certaines décisions gouvernementales a été une bêtise politique. Après cela, les langues se sont déliées au sein même du gouvernement et ils ont couru à leur perte.

Mais Macron semble accumuler plusieurs erreurs depuis son élection. Dès qu'il sort du cadre, il crisse : la blague sur les bateaux komorriens, les fainéants... on sent une certaine distension entre le « chef » et le « peuple ». Les dernières mesures sociales vont dans ce sens-là.

Chez Hollande on parlait beaucoup d'un manque de storytelling, quelle est la stratégie de communication d'Emmanuel Macron selon vous ?

Macron a vraiment la posture d'un roi républicain. Avec lui, c'est une action égale un message, alors que Hollande était submergé par les messages. Il était constamment commenté, critiqué. Cela a rendu son action inaudible. Les photos avec Trudeau peuvent être vue comme une sorte d'intronisation dans la cours des grands, des dirigeants, l'arrivée de Macron dans le cercle. Donc ici ça fonctionne. Regardez Hollande : son premier rendez-vous devait être avec Merkel : son avion se prend la foudre, il doit faire demi-tour, son storytelling est bousillé. Prenons De Gaulle : le héros de la France, le seul grand tout puissant. Sauf qu'il s'est fait avoir à son propre jeu : à force de menacer de partir, les Français l'ont carrément remercié, alors qu'il avait une majorité parlementaire immense après les émeutes de mai 68. Maintenant, Pompidou : storytelling bousillé lui aussi mais pour d'autre raison. Il a enclenché la France dans une modernité superbe à l'aube des années 1970. Mais la mort a corroboré avec la crise pétrolière de 74.

VGE, Mitterrand, Chirac... en fait, je ne suis pas sûr qu'il y avait des storytelling à l'époque. L'actualité politique devait certainement davantage guider les choses. Je ne sais pas... Ce qui est sûr, c'est que pour Sarkozy et Hollande, le storytelling n'a été mis en place que trop tard. Ils étaient peut-être dans une mouvance ancienne génération. Cela a été un immense gâchis.

Si maintenant je vous demande de regarder ces photographies entre Macron et Trump, qu'est-ce qu'elles vous inspirent ?

On est dans une opposition totale avec les photos de Trudeau. Ici Macron est déjà bien installé dans sa fonction. Il est face à un personnage unique. Donald Trump peut être imprévisible, impulsif. Mais c'est quelqu'un d'absolument intelligent... Macron a donc dû se préparer à se comporter comme lui, être tactile, à jouer aux gros bras. Macron a voulu jouer la super communication visuelle et physique mais Trump y est allé encore plus fort. Je ne suis pas sûr que ce soit comparable. Une comparaison Macron/Merkel et Macron/Trump pourrait être intéressante, face aux affinités entre pays, diplomatie, Brexit.

Merci beaucoup à vous !

ANNEXE 7

Entretien avec Brice Teinturier, directeur général délégué d'Ipsos France
Le 04/06/18, de 15h à 16h chez Ipsos France (13^{ème} arrondissement de Paris)

L'entretien débute par la présentation des photos Macron-Trudeau

Que vous évoquent ces photos ?

Le parallélisme est assez évident : la jeunesse évidemment, ils incarnent tous les deux le renouvellement, la bonne-entente, la nouvelle génération, une forme de complicité.

Le répondant demande le contexte d'utilisation et de communication du jeu de photographies présentées (peopolisation des photos dans un contexte bromantique).

Qu'est-ce que vous pensez de cette forme de peopolisation par rapport aux deux hommes ?

Je n'en pense rigoureusement rien. Je pense que si on extrait des photos et ensuite... avec la peopolisation de la vie politique on essaie de mettre en scène des dirigeants dans un contexte particulier, avec les fleurs derrière, leur complicité pour fabriquer un implicite sous-jacent non-dit d'une forme de complicité autre que celle que devraient avoir deux chefs d'Etat dans un contexte diplomatique, voire de séduction, voire de séduction homosexuelle... Qu'est-ce que vous voulez que je vous dise ? Toute photo retirée de son contexte peut dire ça franchement... A ce petit jeu-là je suis sûr qu'on pourrait trouver des photos d'un Sarkozy avec un autre. On pourrait trouver des photos, les extraire et les accoler, pour fabriquer des implicites de ce genre. Cela n'a de sens que lorsque tout cela est replacé par rapport à un autre contexte. Ce n'est pas une extraction en elle-même qui donne du sens, c'est une accumulation de signes : est-ce que là l'accumulation de signes elle est remise en perspective volontairement ou involontairement ? En revanche si vous me demandez ce que cela fabrique au niveau du grand public là j'ai ma casquette de ce que je fais : je pense que ça ne fabrique rigoureusement rien.

Donc pour vous il s'agit d'un « coup d'épée dans l'eau » ?

Mais un coup d'épée dans l'eau par rapport à qui et par rapport à quoi ? Comme je le disais plus haut, tout ceci n'a de sens que dans un contexte particulier. Si l'Élysée a mis en scène ses photos le sens n'est pas le même. J'aimerais connaître tous les éléments de contexte pour pouvoir continuer à vous répondre.

Explication du contexte précis du G7 et de la mise en scène des photographies.

Si l'on revient sur le renouvellement dont vous me parliez tout à l'heure, vous me disiez qu'Emmanuel Macron incarne un renouvellement générationnel...

Oui. Deux jeunes leaders, élus, qui incarnent – ou qui prétendent incarner – le nouveau monde face à l'ancien monde, de nouvelles façons de faire de la politique et de communiquer aussi (même si je pense qu'on pouvait déjà trouver des choses de ce type chez Obama : on disait déjà à l'époque qu'elles étaient nouvelles car dans un style plus décontracté... ce qui était ce qu'on disait déjà de Clinton auparavant par rapport à Bush ou Reagan). Donc oui pour moi c'est avant tout cela qu'il cherche à mettre en scène.

En tant que spécialiste de l'opinion, qu'est-ce les gens rattachent au nouveau monde défendu par Emmanuel Macron ?

Une promesse de renouvellement, une promesse de renouveau, une promesse de clivage transcendé, différent du gauche et du droite, une promesse d'une autre façon d'aborder les choses... tout ce qui a été la promesse Macron durant la campagne électorale par rapport au tic-tac des alternances ne produisant pas de résultats.

Dans les différents sondages ou études que vous avez pu mener, est-ce les Français perçoivent cette volonté de changement et de renouvellement ? Est-ce une des raisons du vote Macron ?

Ah mais totalement. Le moteur de la réussite de Macron c'est le renouvellement, car il a surfé sur la demande de renouvellement – même s'il y a des éléments conjoncturels si on revient sur la campagne présidentielle (PenelopeGate etc.) – bien sûr que c'est ce qu'il incarne, par rapport à un peuple qui a profondément le sentiment d'être mal représenté, un sentiment que le pays est bloqué, profondément, le sentiment que gauche et droite se sont succédées depuis 40 ans sans produire du résultat etc. La promesse Macron et ce qui fait son succès c'est qu'il sort de cela et qu'il le dit, qu'il le proclame : « il faut sortir de ce clivage », « il faut sortir du tic-tac » (je pense que c'est une de ses meilleures expressions), et qu'il promet, qu'il met en avant, qu'il va renouveler la façon de faire de la politique et donc, le bénéfice pour les Français il est là : débloquer le pays en fabriquant des résultats, en s'affranchissant du clivage jugé obsolète par une partie de la population. Cela c'est sa promesse de base, cette équation de Macron : vous y ajoutez le renouvellement en termes de personne – 39 ans – c'est un des autres ingrédients. Ce qui n'était d'ailleurs pas gagné puisqu'on pouvait lui opposer son déficit d'expérience, mais qui fait partie de sa promesse.

Quand vous me montrez ça je me dis « je me mets en scène avec un autre dirigeant qui est à peu près de la même veine », qui lui aussi a été élu sur une promesse de différenciation, de renouvellement, de jeunesse, un plus grand optimisme aussi et une capacité à parler plus positivement, à dire qu'on va réussir plus positivement. Il n'est pas tout seul Macron dans le

monde : c'est aussi une façon de dire « je suis à la fois à la pointe dans le sens où on est pas nombreux et on est différents », ça c'est son avantage, « mais je ne suis pas non plus tout seul, regardez Trudeau », ce que Renzi aurait bien aimé récupérer aussi.

Est-ce que Macron est reconnu sur les thématiques régaliennes, notamment ici la diplomatie ? Est-ce qu'on perçoit une différence ou une évolution de cette opinion depuis un an maintenant ?

C'était une des critiques que lui faisaient Fillon et les autres pendant sa campagne pour tenter de l'affaiblir : qu'il n'avait pas l'expérience et la reconnaissance mondiale, qu'il aurait tout à apprendre dès le début, et donc qu'on perdrait du temps parce qu'il n'était pas connu et reconnu par les autres chefs d'Etat. Bien entendu pour Macron c'était un enjeu de montrer que très vite sa capacité à incarner la fonction présidentielle dans tous ses aspects régaliens, et réussir ses premiers G7 – tout comme cela avait été un enjeu pour François Hollande et Nicolas Sarkozy qui avaient été un enjeu pour eux pour s'affirmer sur la scène diplomatique. Pour Macron c'est un enjeu qu'il a réussi dès le début dans son incarnation présidentielle, dans la poignée de main avec Trump, lors du premier G7. Il a donc fait taire les critiques dans la campagne, qui étaient supposées l'affaiblir en touchant à un de ses points faibles. Très vite tout ça s'est arrêté. Cela revient depuis quelques semaines d'ailleurs c'est amusant : mais cela revient sur les limites de la diplomatie macronienne vis-à-vis de Trump et des autres, ce qui depuis 10-15 jours revient c'est sa capacité à parler à tout le monde, à entretenir des relations dites privilégiées avec Trump. Cela ne débouche à rien. Les nouveaux contempteurs du président ont changé d'angle : ils disent « oui très bien il dit avoir une relation privilégiée, c'est ce qu'il nous raconte, mais à quoi cela sert ? A rien ! Il n'a pas fait bouger Trump sur l'Iran, sur les enjeux climatiques etc. » C'est une autre affaire.

Maintenant sur le positionnement politique de Macron, on parle dans les récents sondages d'un basculement du positionnement politique de LREM [donc de Macron] vers la droite. Est-ce que les Français le ressentent-ils ? Comment le ressentent-ils ?

L'explication est relativement simple : entre le moment de la campagne où il est positionné sur la case 5 de l'échelle gauche-droite, puis le mois de novembre 2017 où déjà il est à 5-7, puis aujourd'hui à 6-7 donc plus à droite que la moyenne également des Français, il s'est juste passé la nomination d'un Premier Ministre LR, mécaniquement ça le pousse vers la droite en termes de perception, un certain nombre de mesures qui ont été prises sur le plan économique qui là aussi l'ont poussé plus à droite (la baisse des APL, la suppression de l'ISF etc.). Et puis troisième point, dans sa capacité à réformer qui est plutôt appréciée, mais la radicalité perçue de ses méthodes, puisqu'une partie de la population considère qu'il ne cale pas, qu'il passe en force. Et c'est plutôt un attribut qui est plutôt accolé à des gouvernements ou des présidents

de droite ça. C'est être moins ouvert au dialogue social. Donc la faiblesse du volet protection et du volet social fait, dans les premières mesures qui ont été prises depuis un an (réforme de la SNCF, du marché du travail etc.), que c'est tout cela qui l'a déporté à droite. Est-ce que c'est une bonne ou mauvaise chose ? Dans le court terme en tout cas cela ne lui nuit pas, parce que cela lui a permis de casser la droite et de s'attirer la moitié des soutiens en termes de popularité des sympathisants LR, et ça ne lui a créé une hostilité supplémentaire ou ouvert un front supplémentaire au PS avec Olivier Faure – sur le papier cela aurait pu être le cas mais comme il n'y a pas d'incarnation... – finalement le seul à pouvoir incarner la social-démocratie aujourd'hui c'est François Hollande, mais il oublie qu'il est rejeté par plus de 70 % des Français... Il n'y a personne au PS donc du coup que Macron se déplace vers la droite ne lui crée pas un handicap supplémentaire. Ce déplacement lui permet de manger une partie de la droite et de l'émietter, et d'installer son *mano a mano* avec Mélenchon. Donc à court terme ce n'est pas une mauvaise chose pour Macron.

A moyen-terme ça peut être différent. Si on considère que le succès du macronisme c'était aussi de marcher sur ses deux jambes, il peut avoir tout intérêt à rééquilibrer son volet social, avec les préoccupations qui montent en termes d'inégalité, la dimension de dialogue... Encore une fois la question c'est celle des oppositions. S'il ne se passe rien du côté du PS, l'adversaire prioritaire de Macron à terme ce sont les LR : il a plutôt intérêt à être un peu plus à droite pour fragmenter la droite et l'absorber sans ce que cela lui pose un préjudice considérable sur le reste de l'échiquier.

La conclusion de notre enquête Cevipof sur le bilan c'est quoi ? C'est 45 % de bilan positif, c'est bien – et c'est bien meilleur, avec une comparaison à date absolument exemplaire, que ce qu'avaient Hollande ou Sarkozy un an après. L'état des oppositions ça n'a rien à voir avec ce qu'il y avait précédemment sous les précédents quinquennats. C'est plutôt un bilan qui est bon. La perception de sa personne est plutôt positive – cela ne veut pas dire que tout est rose, que tout est positif : les points de faiblesse ont les connaît c'est le « président des riches », faible appropriation des résultats pour soi-même de l'action menée, et grand scepticisme à ce que pour soi-même on en bénéficie dans les années à venir, président des villes aussi plus que président de tous les Français... et le pouvoir d'achat qui est une grande préoccupation à laquelle il ne donne pas l'impression d'y répondre, voire de nuire en ayant augmenté la CSG, et en ne faisant des réductions d'impôt que plus tard... Il y a beaucoup de cailloux dans la chaussure de Macron : mais ce sont des cailloux qui objectivement, factuellement, doivent être pointés et notés pour plus tard, mais font que l'équation jusque maintenant à plutôt bien fonctionnée.

Est-ce qu'on peut considérer que le style présidentiel macronien, qu'il a lui-même qualifié de « jupitérien », c'est aussi un des cailloux de la chaussure de Macron ?

« Jupitérien » c'était une bêtise d'avoir dit ça parce que c'est repris, ça lui est renvoyé en boomerang, ça fait prétentieux. Maintenant sur le style d'incarnation présidentiel, très vite ce qui avait été apprécié – on avait posé des questions là-dessus – c'est sa fonction d'exercer la fonction présidentielle. Moi j'ai un papier pour *Le Nouveau Magazine Littéraire* sur Macron. Son style présidentiel repose sur une alchimie qu'aucun des deux derniers présidents n'avaient jamais eu : c'est-à-dire un mélange de leadership et d'incarnation jugée « digne » de la fonction présidentielle. Ces deux éléments créent plutôt de la fierté. Avec Sarkozy il y avait le leadership mais il y avait de la vulgarité, avec Hollande il n'y avait pas de vulgarité mais il n'y avait pas de leadership, avec Macron il y a un leadership (et pour le dire simplement les Français pensent qu'il a suffisamment « la classe », ça c'est pour les gens de droite qui vont le dire dans ces termes, et pour les gens de gauche on est en radical désaccord avec ses mesures), mais personne ne dit qu'il fait honte à la France. Ce qu'on pouvait dire de Sarkozy ou Hollande suivant les camps politiques. Cet espèce de mélange d'incarnation, de décision, de verticalité, à condition qu'elles ne sombrent pas le travers – qui peut être un de ses points faibles – de Giscard à un moment donné, c'est plutôt un point positif et ça a été très vite mis à son crédit. Mais après c'est une question de curseur et de nuance : là où il faut qu'il fasse attention et on le voit dans sa structure d'image, c'est s'il donne le sentiment d'être trop méprisant – et c'est un point faible – il peut être victime du syndrome de giscardisation. C'est ce qui m'avait frappé lors des manifestations de la « Fête à Macron » : les gens qui avaient ce genre de pastiches. Mais sinon globalement ça passe pas mal [le style présidentiel macronien] : c'est apprécié à droite, ça l'est moins évidemment à gauche comme style présidentiel, mais il est en phase avec le style présidentiel de la Vème République.

Il arrive donc bien à se différencier d'un Sarkozy ou d'un Hollande... Puisqu'on voit bien que si Hollande devait se différencier d'un Sarkozy, Macron doit se différencier des deux en même temps.

Oui. Dans une enquête réalisée pour France Télévisions, ce qui m'a frappé c'est que quand on demande aux Français « est-ce que Macron est "plutôt de gauche", "plutôt du centre", "plutôt de droite", "ni de gauche ni de droite ni du centre" ? »... On se rend compte que quand on suggère le « ni-ni-ni » qu'il y a une proportion très importante de Français qui disent qu'ils le perçoivent comme différent. Cela c'est donc sur le positionnement. Et quand on demande « est-ce qu'entre Sarkozy et Hollande il est plus proche de Sarkozy, de Hollande ou aucun des deux ? », moi je pensais que les Français allaient répondre massivement Sarkozy. En réalité, ils nous disent Sarkozy plutôt que Hollande – mais ça c'était évident, attendu – mais ce qui est super intéressant c'est le « ni de Sarkozy ni de Hollande » qui est à un niveau élevé.

Il donne donc le sentiment, il est parvenu à donner le sentiment, qu'il est différent. Moi je pense que s'il est différent c'est pour une raison extrêmement simple, celle que je vous indique : leadership et dignité de la fonction présidentielle.

Sarkozy il faut bien avoir à l'esprit qu'il arrive au pouvoir, porté par la droite, et il a joué le président du peuple. Mais il va très vite décevoir le peuple : c'est le bouclier fiscal, c'est la yacht Bolloré, c'est l'absence – contrairement à une de ses promesses – de grande conférence sur les salaires. Il fait augmenter les heures supplémentaires mais c'est tout ce qu'il fait. Et puis conférence de presse de janvier 2008, quand on l'interroge sur le pouvoir d'achat, il répond que les caisses de l'Etat sont vides, et qu'il « ne va pas ajouter du vide à du vide ». Il claque donc les milieux populaires. Mais il se claque aussi dès le mois de septembre une réticence chez les sympathisants de droite les plus conservateurs sur sa façon d'incarner la fonction présidentielle : les Ray-Ban, les « Carla et moi c'est du sérieux », les vacances avec le t-shirt Police de New York, l'épisode avec les pêcheurs, le « casse-toi pauvre con » etc. donnent le sentiment qu'on a un petit caïd, ou en tout cas quelqu'un qui n'a pas « la classe », je ne trouve pas d'autre terme... La dignité de la fonction présidentielle, la capacité d'incarner la France avec un grand F et les Français au bon niveau, comme pouvaient le faire un De Gaulle, un Mitterrand, un Chirac. Même à droite cela passe mal.

Maintenant prenons un Hollande. On ne peut pas dire qu'il est vulgaire, qu'il est « normal ». En réalité il est médiocre. Il y en a un qui est vulgaire c'est Sarkozy, dans sa façon d'être, dans sa relation et son incarnation de la fonction, pour Hollande – pour le gens de droite et pour une partie des gens de gauche – ce n'est pas seulement de la normalité mais c'est de la médiocrité. C'est autre chose. Du coup c'est ce que vient signifier et incarner le scooter : c'est le côté ridicule. Il ne peut donc pas y avoir de fierté.

Ce que réussit Macron dans son incarnation présidentielle c'est de n'être ni vulgaire, ni médiocre. Eh bien cela change tout ! Cela plus l'idée selon laquelle il débloque le pays, qu'à l'étranger on se dit « tient là il y a un sacré bonhomme : 39 ans qui devient président et qui fait des réformes... », les Français redeviennent plutôt fiers et on le voit l'enquête de l'image de la France à l'étranger où on cesserait de nous caricaturer en « crétins faisant toujours des grèves avec un berret sur la tête et une baguette de pain » pour schématiser. Il modernise. Il y a de la modernité dans tout cela. Son incarnation est donc plutôt bien perçue.

Sur la communication, et là on voit aussi une évolution depuis la campagne, la communication plutôt verrouillée à l'Élysée, puis une succession de grands entretiens télévisuels... Est-ce que vous avez pu constater une évolution sur cet item-là ?

Le point de départ il est bien antérieur à son élection présidentielle. Le point de départ c'est Macron Secrétaire général adjoint de l'Élysée, puis Ministre de l'Economie, qui est effaré par la façon dont François Hollande – et avant même le bouquin – parle aux journalistes et se coule dans l'agenda médiatique des journalistes etc. Dès cette époque il dit que c'est un échec et qu'il ne faut surtout pas faire cela, il faut s'affranchir de l'agenda médiatique et des journalistes. En cela il se rapproche de Nicolas Sarkozy qui voulait imposer son agenda aux journalistes, sauf qu'il ne le fait pas de cette manière : l'idée de Sarkozy c'est de saturer l'espace médiatique pour imposer son propre tempo, l'idée de Macron c'est plutôt de redonner de la hauteur à la parole présidentielle, du poids, en la raréfiant... Du Pilhan. Sauf que ça ne marche pas très bien. Si la raison de ne pas user la parole présidentielle, comme le faisait un Sarkozy, et de ne pas être dans la franche camaraderie avec les journalistes comme le faisait Hollande, malgré tout Macron ne peut pas ignorer le système médiatique donc il est bien obligé d'intervenir. Simplement il essaie de choisir ses moments, choisir ses formats – et plus encore que d'autres – le double format Pernault/Bourdin-Plenel c'est intéressant parce qu'on voit bien – moi je n'y croyais pas trop, je me disais que c'était un peu antinomique parce qu'on voit bien l'idée : d'un côté je vais à la recherche de l'électorat plutôt âgé avec Pernault et plutôt provincial, et puis ensuite je vais vers les autres – et en fait ça s'est additionné. Je pensais que ça pouvait être perçu comme peu cohérent mais ça s'est additionné, c'était réellement complémentaire. Ça montre bien qu'il a compris qu'il fallait qu'il intervienne. Il l'a compris très vite, dès la fin août : comme il dégringolait dans les enquêtes – on l'a un peu oublié – mais il intervient dans *Le Point*, et un peu plus tard quand même à la télévision. Donc il n'est pas dans du Pilhan. Il essaie simplement de tenir la bonne distance suivant les réformes, les enjeux, le rythme, entre « j'interviens quand même et je ne m'épuise pas non plus, je n'épuise pas la parole présidentielle ».

Après il y a aussi l'enjeu de la notoriété de son gouvernement qui fait qu'ils ne sont pas nécessairement tous audibles. N'a-t-il pas, dans sa stratégie, tout intérêt à les laisser parler, pour les utiliser comme des fusibles politiques ?

Cela c'est ce qu'il dit, c'est peut-être d'ailleurs ce qu'il pense vraiment – je ne sais pas – puisqu'on entend souvent qu'il trouve que ses ministres ne vont pas assez au créneau. Maintenant on peut quand même s'interroger sur « s'il avait voulu plus de ministres forts et politiques », capables d'avoir une dimension médiatique, politique, et de l'opinion... ils les auraient pris. C'est le revers négatif de la médaille, d'avoir peu de ministres connus de la société civile, mais le revers positif c'est qu'il n'y a que lui – et cela je crois quand même que

c'est un de ses objectifs : c'est quelqu'un qui a bien observé et bien médité sur ce que crée la compétition et la concurrence au sein d'un gouvernement, et il est le premier à le savoir. Il sait qu'il ne faut pas créer de ministre trop puissant. Je pense que d'avoir des ministres comme – et ce n'est pas leur faire injure – Pénicaud ou d'autres, sont, dans l'opinion, à un niveau encore relativement faible (même si Blanquer émerge maintenant un peu). Mais Macron capte absolument toute la lumière et toute l'action. Avec son Premier Ministre ils ont trouvé un jeu complémentaire qui fonctionne bien où il est le patron – de toute façon les Français n'en ont jamais douté c'est toujours le Président – et là cela fonctionne plus que jamais. Donc oui on peut dire que le revers négatif c'est que cela l'oblige à monter un peu plus au créneau : peut-être que s'il avait eu une ministre des Transports plus puissante dans l'opinion qu'Elisabeth Borne, il aurait peut-être évité que le PM d'abord monte au créneau puis ensuite lui... Mais après tout, est-ce que ça a été un si grave inconvénient ? Non je ne pense pas. Il vaut mieux contrôler et être l'incarnation marquante et quasi exclusive de l'exécutif.

Dernière petite question : on a déjà parlé des « styles présidentiels » mais là ce qui m'intéresse c'est la stratégie de storytelling. Pour Sarkozy on parle d'hyperprésidence, pour Hollande de normalité. Pour Macron vous le percevez comment ce storytelling ?

Pour Sarkozy j'avais fait l'analogie avec Jack Bauer : on était dans les séries 24 heures donc c'était urgence, « je suis sur tous les fronts » etc. L'époque réclame autre chose, elle le réclamait avec Hollande, ce qu'il n'a pas su donner... L'époque elle réclame de la réactivité, toujours, mais avec là beaucoup de sang-froid et une mise en scène d'un président qui a une pensée de long-terme couplée à de la réactivité. Avec Sarkozy ont était dans l'hyperréactivité et que dans l'hyperréactivité. Ce qui lui [Macron] essaie de faire c'est de dire : il y a un président qui est capable d'être très réactif – et cela fait partie de ses attributs d'image on le voit très bien : énergique etc. – et en même temps un président qui pense le monde. Je prends très au sérieux sa tentative de penser les choses et c'est un président intello : c'est un président qui réfléchit sur l'Histoire, un président qui a réfléchi sur le rôle de l'individu par rapport à l'Histoire. Il a une formation en philosophie quand même, et pas simplement du Ricoeur, il a notamment travaillé sur Hegel, l'individu et l'Histoire... Je pense que cela c'est réel chez lui, et c'est ce qu'il émet comme signes auprès des Français : « on a quelqu'un qui n'est pas que dans l'hyperréactivité mais il essaie de manier une vision de long-terme ». Il essaie de redonner du poids, de la crédibilité ou de la substance à cette idée que des hommes – je ne dis volontairement pas des « grands hommes » - peuvent infléchir le cours de l'Histoire s'ils le veulent. Il y a un côté volontariste et une conception de l'Histoire derrière, qu'il essaie d'imprimer et de montrer.

Sa fonction présidentielle et son storytelling je pense qu'il est autour de cela, sur cette dimension. Il est évidemment beaucoup aussi sûr « pas de clivage gauche-droite », « autre

chose », l'efficacité – après il y a des choses qui ne sont pas encore achevées, toute cette dimension dont nous avons déjà parlé – mais il y a aussi cette dimension du rapport au monde : qu'est-ce que c'est que cette Histoire, ce rapport au monde ? Quels sont les grands enjeux et quelle est la place de la France là-dedans ?

Et par rapport à Hollande alors ?

Hollande est dans un registre totalement différent, parce que fondamentalement je pense que Hollande ne pense pas du tout ce que pense Macron. Hollande ne pense pas, pas au point de Macron, que ce sont les Hommes qui font l'Histoire. Il pense plus qu'il y a l'Histoire et je pense que chez Hollande il y a une forme – non pas de scepticisme, même si c'est un peu cela quand même – sur la forme, le poids, ce la volonté humaine peut opposer aux logiques lourdes historiques, économiques, sociales, culturelles, démographiques... Il y a un poids des logiques très lourdes dont Hollande pense que l'action humaine – n'est pas dérisoire – mais en tout cas très limitée pour infléchir ce long court, à la fois dans la durée et dans le temps, et puis sur les causes profondes. Ce qui amène Hollande a plutôt surfer sur le moment, et il le dit lui-même : Hollande est persuadé que s'il a été élu – il en est même plus persuadé que moi – c'est qu'il a été élu comme étant « l'anti Sarko ». Moi je pense qu'au vu des enquêtes qu'on avait je pense que c'était une composante majeure mais il y avait aussi un petit espoir, qu'on mesurait très bien, qu'avec Hollande les choses pouvaient s'améliorer : quand on posait la question « si Sarkozy est réélu, la France ira mieux/moins bien/ni bien ni moins bien ? » et qu'on posait la même question par rapport à Hollande, avant qu'Hollande ne soit élu, il y avait une vraie différence. Il y avait plus de Français qui nous disaient qu'avec Hollande, la situation s'améliorerait pour la France. Je pense qu'on qu'il y avait un petit espoir, très modéré, mais un petit espoir là-dessus. Mais Hollande a tendance à considérer qu'il a été le fruit de sa conception de l'Histoire, le fruit de l'anti-sarkozysme.

Macron ce n'est pas ça : Macron lui pense que les gens peuvent, que la patte des dirigeants c'est justement d'imprimer sur l'Histoire un infléchissement, une volonté, une direction. Il est plus dans la transmission d'un De Gaulle de ce point de vue ou même d'un Giscard qui avait aussi cette dimension d'essayer de penser la modernité et la société. Hollande ce n'était pas son truc. C'est François Bazin, je pense, qui cerne très bien Hollande quand il dit « Hollande se faufile » : Hollande joue sur la vague qui le porte. Macron il affronte la vague, beaucoup plus.

Merci beaucoup à vous !

ANNEXE 8

Sélection de photographies de la « *bromance* » Macron-Trump



©AFP



©AFP



©AFP



Montage photographique trouvé sur Twitter et Facebook (émetteur inconnu)

Full Story

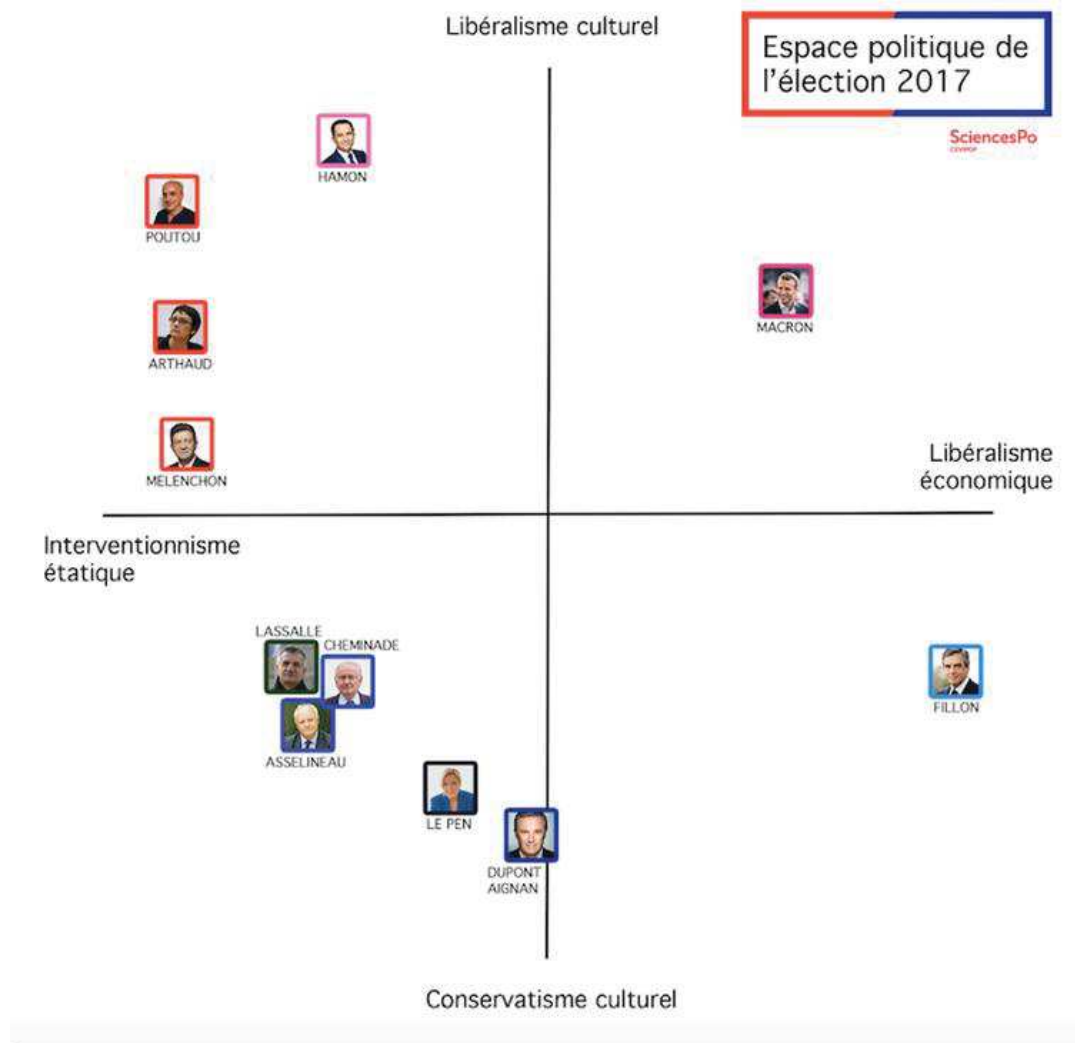


Merkel visits Trump - so will she envy Macron's bromance?

« Merkel rend visite à Trump – va-t-elle envier la bromance de Macron ? » - [bbc.com](https://www.bbc.com)

ANNEXE 9

Sondage et études d'opinion



Cartographie synthétique de la « Boussole présidentielle 2017 » du Cevipof

RÉSUMÉ

En mai 2017, Emmanuel Macron se rend à Taormine en Sicile pour ses premiers pas sur la scène internationale. Lors de ce G7, il y rencontre de nombreux dirigeants, dont le Premier Ministre canadien Justin Trudeau. Les deux dirigeants partagent alors un moment d'aparté dans un jardin bucolique du lieu du sommet, scène qui sera captée par les photographes présents sur place. Cette scène, que les médias et la twittosphère qualifieront de « *bromance* » entre les deux hommes, semble être bien plus qu'une simple carte postale aux allures romantiques. En réalité cette amitié au statut particulier entre les deux chefs d'Etat commence dès le soir de l'élection d'Emmanuel Macron, et se poursuivra lors d'un G20 et d'une rencontre bilatérale à Paris. Pour nous, ce moment de communication diplomatique est une image du positionnement politique d'Emmanuel Macron, qui affirme des valeurs libérales (économiques et culturelles) et progressistes. Par ailleurs, cette « *bromance* » est un média qui fait l'objet d'un « corps-à-corps » médiagénique entre les journalistes et les utilisateurs de Twitter. Enfin, cette relation diplomatique singulière nous permet de lire l'ethos « jupitérien » d'Emmanuel Macron.

Tout au long de ce mémoire, nous nous sommes interrogés sur cette formule de « *bromance* » et son application dans le champ politique et diplomatique. Ce travail de recherche nous a également permis d'interroger sa pertinence et son efficacité dans la relation Macron-Trudeau.

In May 2017, Emmanuel Macron went to Taormina in Sicily for his first steps on the international scene. During the G7 summit, he met with many political leaders, including Canadian Prime Minister Justin Trudeau. Then, the two leaders shared a private conversation in the summit's bucolic garden, scene which will be captured by the photographers present at this spot. This scene, which the media and the twittosphere will describe as a "bromance" between the two men, seems to be much more than a simple postcard with a romantic background. In fact, this special friendship between the two leaders begins on the night of Emmanuel Macron's election, and will continue at a G20 summit and a bilateral meeting in Paris. For us, this moment of diplomatic communication is an image of Emmanuel Macron's political positioning, which affirms his liberal (economic and cultural) and progressive values. Moreover, this "bromance" is a collaborative medium between journalists and Twitter users. Finally, this unique diplomatic relationship allows us to read Emmanuel Macron's "Jupiterian" ethos.

Throughout this brief, we have asked ourselves about this "bromance" concept and its application in the political and diplomatic field. This research work also allowed us to question its relevance and effectiveness in the Macron-Trudeau relationship.

MOTS-CLÉS

Emmanuel Macron

Justin Trudeau

Bromance

Politique / Politics

Branding

Réseaux sociaux / Social media

Média / Medium

Ethos

Jupiter