

# SÉGUÉLA - MITTERRAND

ou comment se faire élire ?

Jean Lecanuet introduit en France une manière plus moderne de communiquer politiquement, il dépoussière le genre. Grâce à sa communication, il obtiendra jusqu'à 15% des voix au premier tour des élections présidentielles de 1965 face au général De Gaulle. Mitterrand, lui, est en retard. Son affiche de campagne de 1965 est fade ; il est représenté devant un pylône électrique et une usine crachant une épaisse fumée. Suite à sa mauvaise communication, il va perdre les élections de 1965 et aussi celle de 1974. Ne voulant pas reproduire ses erreurs précédentes pour la campagne de 1981, il va être le premier politique à faire appel à aux publicitaires. Voyons un peu plus en détails la campagne de 1981.

## Les publicitaires entrent dans le jeu politique

La campagne présidentielle de 1981, est une des plus marquantes de l'histoire de la France. Elle est en effet marquée par plusieurs faits marquants. Mais avant tout, rappelons le contexte. Le président sortant, Valéry Giscard d'Estaing (UDF) voit son mandat



François Mitterrand lors sa première campagne

marqué par une forte inflation, une crise économique, des tensions sociales et une série de scandales politiques. Sa cote de popularité n'est alors plus très haute au moment de l'élection. De l'autre côté politique, la gauche est divisée en plusieurs petits groupes, mais François Mitterrand arrive à en réunir la plupart sous sa bannière (PS).

C'est lors de cette campagne que François Mitterrand, alors doublement défaitiste lors des élections de 1965 et de 1974, décide d'incorporer de la publicité dans sa campagne présidentielle. Il fait alors appel à 3 personnes : Gérard Colé, Jacques Pilhan et Jacques Séguéla. Mais qui sont ces 3 personnes ? Tout d'abord, parlons du plus connu mais aussi du plus malhonnête des 3 : Jacques Séguéla. En 1981, Jacques Séguéla est un publicitaire parmi les plus connus

de France. Son rôle au cours de cette campagne présidentielle a été très important. Mais a-t-il été si important qu'il ne nous laisse paraître ?

Certains diront que oui, d'autres que non. Parlons par exemple du slogan de la campagne de Mitterrand « La Force Tranquille ». Jacques Séguéla maintient que c'est lui qui l'a trouvé en regardant un film de Bruce Lee et en remarquant la « force tranquille » du personnage joué par l'acteur. Mais cela ne serait pas la stricte vérité. En effet, l'historien Christian Delporte a révélé que la trouvaille du slogan est le fruit d'une nuit de « brainstorming » de toutes les équipes de communication de François Mitterrand. Ce serait notamment Anne Storch (alors stagiaire), Dominique Chevalier et Richard Raynal qui simultanément et « d'une même voix, s'écrièrent : Mitterrand, ce n'est



seulement l'homme tranquille, c'est la force tranquille »<sup>1</sup>. En plus de ce slogan que c'est approprié sans scrupule Jacques Séguéla, il s'est aussi imposé comme chef parmi les 3 principaux publicitaires créant la campagne de Mitterrand. Mais beaucoup oublient souvent que c'est en fait Gérard Colé, qui, en 1975, fut le premier à rejoindre Mitterrand. Et que c'est aussi ce dernier qui a présenté Séguéla à Mitterrand.

Gérard Colé est un homme fortement de gauche, sans être un militant, il a grandement été touché par la défaite de 1974, et a donc décidé de tout lâcher pour ses convictions politiques les plus profondes : la gauche peut gagner, Mitterrand est un très bon produit mais mal exploité et finalement, une bonne publicité peut faire gagner Mitterrand.

C'est en 1977, suite à un shooting photo que « Mitterrand a compris que la forme même avec peu de moyens, c'était déflagrant » comme nous le dit Gérard Colé<sup>2</sup>. Ce shooting changera sa vision de la pub et par la même occasion l'histoire de la France à jamais. Les photos issues de ce shooting furent utilisées pour des affiches de communication politique exposées en bas des Champs-Élysées. Avec cette affiche, Gérard Colé vient de créer la première affiche de communication politique française.



Affiche de communication politique affichée sur les Champs-Élysées

Au cours d'une réunion, Gérard Colé rencontre un homme parlant peu, mais disant des choses pertinentes dès qu'il parle. Cet homme n'est autre que Jacques Pilhan.

Ensemble, Pilhan et Colé ont été précurseurs et ont appliqué des techniques publicitaires à une campagne politique pour la première fois de l'histoire de France. C'est en s'intéressant au rapport du COFREMCA, un organisme spécialisé dans l'analyse de l'opinion publique servant normalement à définir les stratégies commerciales des grands groupes commerciaux, qu'ils ont réussi à cerner et à comprendre les attentes du peuple français. Les découvertes faites suite à l'analyse de ce rapport sont sans appel. Les Français attendent du changement. En effet, le contexte actuel n'est pas propice à la sécurité. Rappelons par exemple le contexte de la guerre froide. En deux jours, les 2 publicitaires ont créé un document fondateur pour la suite de la campagne : « Roosevelt contre Louis XV ou l'homme qui veut contre l'homme qui plaît ». Dans ce document, nous retrouvons les points faibles de Giscard. Il y est décrit comme un homme hautain et technocrate, étant loin de la réalité. D'un autre côté, Pilhan et Colé s'efforcent de faire ressortir les points positifs de Mitterrand.

Au moment de remettre la note à Mitterrand, Gérard Colé est très surpris, le paraphe qu'avait appliqué Colé et Pilhan en bas de page a été remplacé par la signature de Jacques Séguéla. De plus, Séguéla a interdit à Pilhan, un des hommes ayant le mieux cerné Mitterrand, de rencontrer Mitterrand pendant toute la durée de la campagne.



François Mitterrand pendant un meeting de sa seconde campagne en 1988

Grâce au travail réalisé en majeure partie par Jacques Pilhan et Gérard Colé, et en moindre importance par Jacques Séguéla, François Mitterrand sera élu président de la République française le 10 mai 1981.

### 1988, une réélection presque trop facile

En 1988, le président sortant est réélu devant Jacques Chirac avec 53,9%. Pourtant, Mitterrand met du temps à se déclarer candidat et ne se montre que très peu. Cependant, il est omniprésent dans les consciences des français. Une fois de plus, Pilhan et Colé vont mettre en œuvre un plan de communication infaillible.

Le président socialiste va s'offrir une nouvelle fois les services des publicitaires Séguéla, Pilhan et Colé. Cette fois-ci, la stratégie est différente. Il faut créer le manque chez les Français. C'est alors que les publicitaires doivent alors imaginer une campagne sans candidats. Le président est quasiment invisible médiatiquement et

ne communique pas sur les élections à venir. Les stars populaires soutiennent Mitterrand et lui demandent de ne pas partir, tel que Gérard Depardieu ou encore Renaud avec le slogan « Tonton, Laisse pas béton ».



Renaud représentant la jeunesse, qui appelle Mitterrand à se représenter

Jacques Séguéla déclarera à la presse des années plus tard : « Le 15 décembre 1987, Renaud va payer de sa poche le coup d'envoi en demandant à François Mitterrand de se représenter. J'en profiterai avec Sylvain Mathicu, qui créera la première

annonce de la campagne, pour lancer dans le grand public le surnom de Tonton. Il courait déjà les couloirs élyséens, mais seule la pub pouvait lui donner son envolée. Deux avantages à cette familiarité : rajeunir le Président, et empêcher l'opposition de le traiter de Papy. Dans le même temps, je lançais dans la bataille ma vieille arme : la pub de la pub. Je prédiffusai la page qui ne parut qu'une seule fois dans le plus faible quotidien du moment (« Le Matin » à l'agonie) les médias s'en emparèrent aussitôt et lui offrirent une couverture nationale. Le départ était donné. »<sup>3</sup>.

Début 1988, Collé et Pillan doivent trouver alors un slogan pour la campagne sans candidat déclaré. Le slogan sera : « Génération Mitterrand ». L'idée est trouvée, mais il manque une image forte. Séguéla, qui veut que cette campagne soit signée de sa plume, ajoute sa pierre à l'édifice en insérant en fond une photo de sa main tendue vers celle de sa fille. Ce cliché, qui peut paraître anodin, n'est autre qu'une référence à la fresque de Michel-Ange La création d'Adam. Mais ici, le publicitaire prend soin de remplacer la main de Dieu par celle de Mitterrand, comme pour montrer que Mitterrand à un pouvoir divin. Et en tendant sa main à celle d'un bébé, on veut faire passer le message que Mitterrand donne le pouvoir aux jeunes.

Le candidat socialiste joue alors avec les nerfs des Français en attendant jusqu'au 22 mars 1988, soit 1 mois seulement avant le premier tour des élections, pour dévoiler sa candidature au journal de 20 heures d'Antenne 2. Le message est clair : le sauveur des Français est arrivé.

Maintenant que le président sortant a été déclaré comme candidat, Colé et Pilhan doivent mettre le président en avant. Il suffira de quatre meetings seulement pour mettre tout le monde d'accord. Tous remplis d'environ 30.000 personnes, le candidat socialiste y est accueilli à chaque fois comme une véritable rockstar.

Séguéla joue alors sa dernière carte et lance le slogan final à la fin de cette campagne expresse : « La France unie ».



Dernière affiche de la campagne de Mitterrand

Le 8 mai 1988, François Mitterrand est réélu sans difficultés grâce aux plans de Colé et Pilhan. Mais c'est Jacques Séguéla qui va s'attribuer en public les mérites de cette campagne.

### Séguéla, moins important qu'il n'y paraît

Jacques Séguéla a joué, dans les deux campagnes de François Mitterrand, un rôle peut-être pas si important qu'il le laisse paraître. En effet, Jacques Pilhan et Gérard Colé ont agi dans l'ombre, mais ce sont bien eux qui ont réussi à faire élire puis réélire un candidat qui n'était pas en tête de lice dans son propre parti pour les élections en 1981. Jacques Pilhan étant devenu un spécialiste en politique ira même jusqu'à faire élire le successeur de Mitterrand, Jacques Chirac.

<sup>1</sup> Christian Delporte, cité par Felicia SIDERIS dans « La Force tranquille : on sait désormais qui est à l'origine du slogan de Mitterrand » paru sur TFI info.

<sup>2</sup> Gérard Colé dans le documentaire « Devenir Président et le rester, les secrets de gourous de l'Élysée » (5min03).

<sup>3</sup> Jacques Séguéla lors d'un échange avec la presse. Citation reprise du site renaudmaah.com dans l'article « La relation Renaud/Mitterrand ».

# Bibliographie

Rouquan, Olivier. « La stratégie de communication de François Mitterrand en 1988 ». *Parlement[s], Revue d'histoire politique*, vol. 7, no 1, 2007, p. 121-37. [www.cairn.info](http://www.cairn.info), <https://www.cairn.info/revue-parlements1-2007-1-page-121.htm>.

« VIDEO. "People" et politiques : quand des artistes emblématiques encourageaient Mitterrand à se représenter à la présidentielle 1988 ». *Franceinfo*, 3 novembre 2022, [https://www.francetvinfo.fr/elections/presidentielle/video-people-et-politiques-quand-des-artistes-emblematis-encourageaient-mitterrand-a-se-representer-a-la-presidentielle-1988\\_5453509.html](https://www.francetvinfo.fr/elections/presidentielle/video-people-et-politiques-quand-des-artistes-emblematis-encourageaient-mitterrand-a-se-representer-a-la-presidentielle-1988_5453509.html).

Relations Renaud/ Mitterrand. [https://www.renaudmaah.com/00%20aa%20relations\\_renaud\\_mitterrand.htm#la\\_premi%C3%A8re\\_fois\\_Tonton](https://www.renaudmaah.com/00%20aa%20relations_renaud_mitterrand.htm#la_premi%C3%A8re_fois_Tonton).

« Clichés de campagne (5/10) : 1988, la stratégie gagnante de Mitterrand ». *LEFIGARO*, 2 avril 2022, <https://www.lefigaro.fr/photos/cliches-de-campagne-5-10-1988-la-strategie-gagnante-de-mitterrand-20220402>.

« Devenir président et le rester, les secrets des gourous de l'Élysée - Dailymotion Video ». *Dailymotion*, 21 février 2016, <https://www.dailymotion.com/video/x3te2vw>.

« La Force tranquille : on sait désormais qui est à l'origine du slogan de Mitterrand ». *TF1 INFO*, 8 mai 2021, <https://www.tf1info.fr/politique/la-force-tranquille-on-sait-desormais-qui-est-a-l-origine-du-slogan-de-mitterrand-2185570.html>.