

La gauche découpe son espace électoral en petites parts de marché

di Rémi Lefebvre

Le professeur de science politique déplore que les partis de gauche, à l'approche de la présidentielle, aient fait le choix de la segmentation, donnant ainsi l'impression d'avoir renoncé à toute perspective de rassembler largement

Aun an de l'élection présidentielle, la gauche est enlisée dans des divisions qui semblent inextricables et la rendent aussi inaudible que peu attractive. Alors qu'elle se situe à un étiage électoral historiquement bas et ne convainc qu'un petit tiers des votants, elle persiste à ne parler qu'à elle-même. Cette fragmentation mortifère cache une problématique sociologique plus profonde. Le peuple est devenu un problème pour la gauche, si on entend par là les catégories populaires. Elle a vocation à les représenter dès lors que la justice sociale reste sa boussole.

Comme à chaque élection présidentielle depuis 2002, ses candidats et ses partis redécouvrent que les milieux populaires – ouvriers et employés – constituent toujours près de la moitié des électeurs potentiels. Majorité sociale, ils sont devenus une minorité électorale par leur abstention, mais, le scrutin approchant, sortent de leur invisibilité, pour devenir tantôt une « cible » à reconquérir, tantôt un obstacle à contourner.

Deux tentations à gauche sont désormais bien identifiées : l'impasse sur les catégories populaires et la mobilisation d'autres électors, ou le choix de ne viser qu'une partie de ces classes populaires. Divers faits d'actualité et déclarations politiques viennent le rappeler. Une note de l'équipe de Raphaël Glucksmann préconisant au candidat de ne pas s'adresser aux 18-25 ans, à tous ceux dont les revenus sont inférieurs à 1 500 euros par mois, aux familles monoparentales, aux « banlieues » ou aux détenteurs du seul baccalauréat a fuité, et suscité une controverse.

Marketing électoral

Le leader du mouvement Place publique vise en effet un public plus aisé et plus éduqué, celui-là même que Karim Bouamrane, maire (Parti socialiste, PS) de Saint-Ouen, en Seine-Saint-Denis, cherche à attirer dans sa ville, dans une logique de gentrification qui le conduit notamment à refuser l'installation d'une succursale de la chaîne de fast-food Master Poulet. Le combat de l'édile se fait au nom de la lutte contre la malbouffe, mais ce sont surtout les effets stigmatisants pour l'attractivité du territoire et son nouveau peuplement qui sont rejetés. L'orientation sociale-démocrate partagée de Raphaël Glucksmann et de Karim Bouamrane les conduit au même mépris de classe.

Jean-Luc Mélenchon [*La France insoumise, LFI*] et François Ruffin [*Debout*] rejettent cet abandon du peuple, mais ces candidats ne s'adressent qu'à certaines de ses franges et ils ne ciblent pas les mêmes. La « *nouvelle France* » de LFI vise à construire un récit politique global, créolisé. Ce mot d'ordre dessine une coalition électorale qui n'embrasse pourtant qu'une partie du pays : les urbains, les jeunes diplômés et les banlieues dominées par les populations issues de l'immigration. Il s'agit ici davantage de marketing électoral que d'un front de classes, c'est-à-dire d'une alliance des milieux populaires et des classes moyennes, tel qu'il avait été théorisé dans les années 1970 et qui avait offert à la gauche de grandes victoires. Mélenchon laisse ainsi hors de son champ les catégories populaires traditionnelles des zones encore industrialisées ou rurales abandonnées à l'extrême droite. Le candidat « insoumis » ne déclarait-il pas, en 2024, que militer dans les « *territoires* » est une « *perte de temps* » ?

François Ruffin, lui, n'a pas renoncé à mobiliser cet électorat. Il adopte une rhétorique sociale englobante – « *les gens* » – mais s'adresse clairement plus aux « *bourgs* » qu'aux « *tours* ». En se saisissant du thème de l'immigration, le député de Picardie cherche à prendre en charge un thème délaissé par la gauche, qu'il problématise de manière marxiste en réactivant le vieux thème de l'« *armée de réserve* ».

Il n'en demeure pas moins que Ruffin cherche à toucher prioritairement les « *fâchés pas fachos* » et à les détourner de l'extrême droite. Il prend ce faisant le risque de s'aliéner des électeurs sensibles aux discriminations, à l'antiracisme et aux violences policières. Et puis, casser l'évidence du besoin d'immigration peut-il suffire à convaincre les électeurs du Rassemblement national (RN) ?

L'étroit espace électoral de gauche est ainsi découpé en petites parts de marché dans une logique d'optimisation. La fragmentation de la société et l'hétérogénéisation des milieux populaires encouragent cette approche. Il est clair que les aspirations communes des diverses fractions populaires ne vont pas de soi. Il n'est pas aisé de rassembler les électeurs populaires de Roubaix (Nord), d'Havange (Moselle) ou du Gard, d'unifier les catégories populaires intégrées qui craignent le déclassement et exaltent la valeur « travail » et les franges qui vivent des revenus de l'assistance. Aux gauches politiquement « irréconciliables » semblent répondre des fractions de peuple sociologiquement « inconciliables ».

Clientèles identifiées

Si la segmentation tient désormais de stratégie électorale à gauche, c'est aussi que ses diverses forces développent des stratégies de socle et ont renoncé à des perspectives de large agrégation sociale. Cette approche n'est pas propre à ce camp. Dans un paysage politique éclaté, l'ensemble des forces partisans cherchent à mobiliser des clientèles identifiées pour franchir le cap du premier tour et bénéficier au second du vote de rejet. Au premier tour on cible, au deuxième on mobilise contre et on active le vote par défaut. Il est significatif que le parti en tête des sondages soit désormais le seul *catch-all party* (« parti attrape-tout »). Le RN conforte son assise grâce à une vraie démarche interclassiste. Il est le seul parti à fédérer divers types d'employés et d'ouvriers, un électorat de droite traditionnel plus aisé, mais aussi des fonctionnaires et une partie des classes moyennes.

La tâche est rude, mais pour gagner la gauche ne peut renoncer à un discours d'ensemble propre à rassembler. Les diverses fractions des catégories populaires ont des intérêts communs sur lesquels elle peut s'appuyer. C'est une perspective émancipatrice partagée autour de l'égalité qui peut permettre de dépasser les

divisions internes de la société. Des services publics forts et rénovés, des politiques de transports et de logement volontaristes, une écologie qui ne soit pas punitive et de nouveaux compromis redistributifs entre catégories sociales peuvent solidariser des groupes qui ne sont pas condamnés à voir leurs intérêts s'opposer.

Rémi Lefebvre est professeur de science politique à l'université Lille-II et chercheur au CNRS