

Congrès AFSP Paris 2013

ST 24 / Un retour des meetings électoraux ? Les meetings dans la campagne présidentielle : dispositifs, acteurs et publics

Pierre Mongaux
UPJV-Curapp
pierre.mongaux@hotmail.fr

- Document de travail provisoire - Ne pas diffuser -

Vous avez dit « meeting » ?

Premiers résultats d'une enquête sur les réunions publiques des campagnes électorales de 2012 dans le département de la Somme

Le 11 mars 2012, à Villepinte, Nicolas Sarkozy tient « meeting » devant 50 000 personnes. Militants, sympathisants, journalistes nationaux et étrangers. Plus de 200 cars affrétés par les fédérations départementales sont stationnés sur les parkings du parc des expositions. Le lendemain, Libération parlera même d'un TGV entièrement réservé Le candidat, je ne le verrai pas en chair et en os. Il n'apparaît qu'au travers de la dizaine d'écrans géants répartis dans l'immense salle. Dans le car qui nous ramène plus tard dans la Somme, des militants demandent au chauffeur d'allumer la radio sur la fréquence de France Info. Nous entendons de courts extraits du discours auquel nous venons d'assister.

Le 4 avril 2012, Gérard Longuet, ministre de la Défense, anime un « meeting » devant 220 personnes attablées – la formule retenue est celle du dîner-débat – en la salle des fêtes de Valines, petit village de 630 âmes dans le Vimeu, région industrielle et agricole du département de la Somme. Accompagné de sept gardes du corps répartis dans les trois monospaces noirs immatriculés à Paris, entre un tas de gravats et le terrain de football, il est accueilli par le député de la circonscription et le président de la fédération de la Somme de l'UMP. Avant même qu'il n'entre dans la salle, un vieil homme l'interpelle pour évoquer son « problème de facture des télécoms ». En effet, Gérard Longuet fut Ministre de l'Industrie, des Postes et des Télécommunications de mars 1993 à octobre 1994.

Ces deux étapes de la campagne présidentielle qui se tiennent à moins d'un mois et de deux cents kilomètres d'intervalle répondent à la même appellation de « meeting ». Pourtant, qu'ont-elles réellement en commun ? Paula Cossart a bien montré, dans une perspective diachronique, que les fonctions et usages des réunions politiques ne sont pas les mêmes au fil du temps¹. Il semble aujourd'hui intéressant d'entamer une analyse synchronique de l'étendue et la diversité des réalités sociales que recouvrent des désignations faussement homogénéisantes (« meeting » ou « réunion publique »).

A partir d'une enquête de terrain dans la Somme (80) en 2012, cette communication porte son attention sur des réunions publiques de « second rang ». Je me permets cette qualification d'abord parce que, pour ce qui concerne l'élection présidentielle, le candidat n'est pas là en personne mais se fait représenter par ses lieutenants. Une deuxième raison tient à l'état des

¹ Cossart P., *Le meeting politique : de la délibération à la manifestation (1868-1939)*, coll. « Histoire (Rennes), ISSN 1255-2364 », 2010.

Congrès AFSP Paris 2013

recherches sur le sujet. A l'exception des travaux d'Yves Pourcher², et plus indirectement ceux de Marc Alélès³, rares sont les études empiriques qui prennent en considération ces réunions publiques de petite envergure, au fin fond des départements français.

Les petites réunions publiques de campagne – au double sens de campagne électorale et d'espace rural, sont donc un objet à investir. Comme le fait remarquer Janine Mossuz-Laveau dans la préface de *Votez tous pour moi !*⁴, on considère parfois trop souvent que les élections se jouent à la télévision alors que « l'action politique se déploie aussi dans des campagnes électorales bien différentes, qui voient les candidats arpenter cette France qu'on dit profonde, tenir des réunions dans des villages dont le nom ne dit rien, ne serait-ce que dans le département voisin »⁵.

Certes, Hélène Combes note très justement au sujet des grands rassemblements de fin de campagne au Mexique que les meetings « ne sont pas ou ne sont plus perçus comme un espace privilégié du ralliement des électeurs durant une campagne électorale » et que pour ce qui concerne l'objet de son article, « entre 63 % et 74 % du montant maximum des dépenses autorisées pour les partis en campagne ont été utilisés dans les spots télévisés »⁶. Cette objectivation statistico-économique a le mérite de rappeler que les acteurs politiques sont parfois les plus prompts à considérer que les médias font l'élection. En pratique, il paraît difficile d'opposer meetings et communication médiatiques dans la mesure où la plupart des meetings de campagne sont couverts médiatiquement et sont d'ailleurs calibrés pour cela. Le paroxysme ayant été atteint lors le 15 avril 2012 lorsque François Hollande et Nicolas Sarkozy tenaient meetings au même moment, en deux endroits de la capitale : les rédactions des chaînes d'information en continu se trouvaient alors face à un dilemme : quel meeting retransmettre en direct ?

Pour les réunions publiques dont il est question ici, la couverture médiatique est faible – pour ne pas dire inexistante. Et l'on pourrait en suivant l'exemple d'Hélène Combes, se livrer à d'autres types d'objectivations. Ainsi, le candidat à sa propre succession dans la troisième circonscription de la Somme, Jérôme Bignon, passe les trois dernières semaines de la campagne électorale de 2012 à arpenter les communes de sa circonscription, d'une réunion publique à l'autre, à raison de douze à quatorze heures par jour. Si l'investissement financier est moindre – encore que la propagande pour inviter les électeurs a un coût non négligeable –, force est de constater que l'investissement en terme de temps est pour le moins conséquent.

Cet investissement peut d'ailleurs sembler disproportionné au vu du nombre d'électeurs rencontrés et donc de voix potentiellement acquises. Par exemple, dans les meetings des législatives, la part des répondants au questionnaire qui résident dans la commune où se tient la réunion semble parfois mince (huit individus au meeting de Feuquières-en-Vimeu, six au meeting de Oisemont, etc.) Mais ce nombre rapporté au nombre d'électeurs inscrits sur les listes électorales de ces mêmes communes en 2012 donne un ratio non négligeable qui, projeté sur les meetings en milieu urbain, apporte matière à réflexion. En moyenne, ce ratio est de 0,035 pour les meetings ruraux des deux candidats aux législatives dans la troisième circonscription de la Somme. A Amiens, principale ville du département, ce ratio se situe plutôt aux alentours de

² Pourcher Y., « « Un homme une rose à la main » », *Terrain*, vol. n° 15, 2, 1990, p.p. 7–7 accessed 25 september 2012, ; Pourcher Y., « Tournée électorale », *L'Homme*, vol. 31, 119, 1991, p.p. 61–79; Pourcher Y., *Votez tous pour moi ! : les campagnes électorales de Jacques Blanc en Languedoc-Roussillon (1986-2004)*, Paris, Presses de Sciences Po, coll. «Collection académique (Paris), ISSN 1771-673X», 2004, accessed 25 september 2012, at <http://www.sudoc.fr/083149112>.

³ Abélès M., *Jours tranquilles en 89 : ethnologie politique d'un département français*, Paris, O. Jacob, 1988, accessed 11 may 2012, at <http://www.sudoc.fr/00163206X>.

⁴ Pourcher Y., *Votez tous pour moi !*, cit.

⁵ *Ibid.*, p. 9.

⁶ Combes H., « Meetings de fin de campagne au Mexique et ethnographie des milieux partisans », *Politix*, vol. 85, 2009, p. 150p. 149 accessed 2 november 2011, .

Congrès AFSP Paris 2013

0,001. Pour mieux comprendre l'enjeu, on pourrait dire que, si ce ratio était similaire à Amiens, les meetings de la préfecture samarienne avoisineraient les 3000 participants. Or, ils n'ont jamais été plus de 300 dans tous les meetings que j'ai suivis en 2012 et que je suis depuis plusieurs années maintenant. Évidemment, cela ne vaut pas démonstration et ces calculs ont pour seul mérite de rappeler tout à la fois que les réunions publiques de second rang doivent être prises au sérieux et que les meetings ne rassemblent en définitive qu'une part infime du corps électoral.

Alors puisque « les meetings ne font pas l'élection »⁷, à quoi peuvent-ils donc servir ?

Le corpus de réunions publiques qui constitue la base empirique de cette étude invite à réinterroger l'objet de recherche que constituent les « meetings politiques ». Qui sont les publics de ces réunions dans la Somme ? Quels usages en font les acteurs politiques samariens ? Ou, pour le dire autrement, qu'est-ce que les réunions publiques de la Somme font à l'objet « meetings » ?

Il est indéniable que la participation à des réunions publiques de campagne constitue, à plus haut degré que le vote en lui-même, un acte de participation politique. On verra d'abord que les publics des réunions politiques de la séquence électorale de 2012 dans la Somme sont porteurs de propriétés qui peuvent paraître surprenantes à l'égard de ce que l'on sait déjà à propos de la participation politique des individus. Le recrutement de ces publics dans un territoire local joue assez fortement sur leur composition. On s'intéressera ensuite à la manière dont les acteurs politiques s'adaptent à l'irruption de ce public spécifique dans le jeu politique. Enfin, on analysera comment les acteurs politiques locaux se saisissent du meeting comme technique de mobilisation d'électeurs aux propriétés sociales particulières, mais aussi comment derrière les fonctions les plus manifestes existent des usages latents aux effets importants.

Terrain et méthode

Cette communication s'appuie sur une enquête empirique de près de trois mois entre d'avril 2012 et juin 2012. J'ai suivi dans un premier temps les meetings de la campagne de la France forte dans le département de la Somme puis ceux de deux candidats (PS et UMP) à l'élection législative dans la 3^{ème} circonscription du même département. Au total, j'ai assisté à 71 « réunions publiques » de nature et de durées très variables. Le dispositif d'enquête repose plus précisément sur **deux types de données** :

1) Il consiste d'abord dans un **suivi ethnographique** des réunions publiques attentif à l'organisation en amont, au déroulement de la rencontre (nombre, sexe, âge des spectateurs, disposition et organisation de l'espace, interactions en marge de la réunion, etc.) ainsi qu'aux coulisses et aux interstices. Une attention particulière a également été accordée aux discours des organisateurs et des orateurs présents (presque systématiquement enregistrés).

2) Pour certaines « réunions publiques », sélectionnées pour leur importance supposée par les organisateurs (critère essentiellement fondé sur le nombre de participants attendus), un **questionnaire** a été distribué. Le questionnaire mis en place pour « l'axe meetings » du programme de recherche Spel (fortement orienté vers la réception et les émotions) m'est apparu comme inadapté et il a été remplacé au profit d'un questionnaire élaboré spécifiquement pour les meetings samariens qui porte l'attention sur les réseaux de sociabilité activés sciemment ou non par les organisateurs de meetings (familles, amis, partis associations, voisinages, etc.)⁸.

⁷ *Ibid.*, p. 149.

⁸ Je tiens à remercier ici le laboratoire du Curapp pour son soutien logistique et financier : prise en charge de l'impression des questionnaires et de mes déplacements nombreux sur les routes de *campagne* samariennes.

Congrès AFSP Paris 2013

1. Le public des meetings : mobilisations inattendues et effets de territoire

Parmi la soixantaine de réunions publiques suivies, huit ont fait l'objet d'une passation de questionnaire (n=507⁹). En guise de première analyse de ces données, je propose ici une synthèse sociographique. L'objectivation statistique permettant de mieux prendre la mesure de ce que représentent ces réunions publiques dans le département de la Somme : qui concernent-elles ? On a vu que le ratio entre le nombre de participants aux réunions publiques et le nombre d'inscrits est très faible, et que par conséquent ce n'est qu'une part infime l'ensemble du corps électoral qui s'est rendu en meeting au terme d'une élection. Ce compte rendu descriptif de l'enquête par questionnaire montre la sélection qui sévit à l'entrée des meetings.

La passation du questionnaire

J'ai suivi seul les réunions publiques de la séquence électorale de 2012 dans la Somme. Dans ces conditions, l'administration du questionnaire par l'enquêteur n'était pas envisageable. Les questionnaires ont été pour la plus grande partie auto-administrés. J'ai pris soin d'arriver systématiquement en avance et de demander l'autorisation de déposer les questionnaires sur les chaises. Lorsque des tracts ou autres documents de campagne étaient déjà disposés sur les sièges (dans quatre des huit meetings suivis), j'ai pris soin de glisser le questionnaire en dessous. La totalité des individus occupant un siège s'est donc vu proposer d'y répondre par ce biais.

A certaines occasions (Oisemont, Sailly et Rue), les organisateurs appelaient les participants à participer à l'enquête ou me laissait le micro pour le faire moi-même.

Avant la fin de la rencontre, je me dirigeais vers la sortie en distribuant des questionnaires aux personnes debout dans le fond de la salle (parce qu'il n'y avait plus de places assises ou parce qu'elles ne souhaitaient pas s'asseoir). Lorsque le public commençait à quitter la salle, je me manifestais afin de recueillir les questionnaires dans une boîte en carton. Lorsque les individus ne déposaient rien parce qu'ils n'avaient pas répondu, je leur proposais de remplir avec eux le questionnaire. Ainsi, une petite part des répondants dans chaque réunion publique s'est vue administré le questionnaire par mes soins.

En définitive, s'il est possible qu'il n'ait pas été proposé de participer à l'enquête à certains d'individus, il ne s'agit d'une très faible part des présents. Aussi les taux de réponse au questionnaire sont-ils calculés à partir du décompte de l'ensemble des participants (à partir de l'observation directe) et non du nombre de questionnaires distribués.

Question de méthode

La diversité des réunions et meetings ainsi que des espaces (politiques : présidentielle ou législatives, PS ou UMP ; ou encore géographiques : rural ou urbain) où ils se tiennent pose une question méthodologique évidente : l'agrégation de toutes ces réponses ne constitue-t-elle pas une base de données quelque peu artificielle, voire totalement artefactuelle ? Plus encore, est-il simplement possible de comparer entre-elles les données de meetings différents sans introduire de biais méthodologiques indésirables ?

Si je resterai prudent sur une éventuelle agrégation des données, trois arguments au moins jouent en la faveur d'une mise en perspective (prudente et contrôlée) des données.

D'abord, tous ces meetings se tiennent dans un espace politico-administratif relativement

⁹ Tous meetings confondus. Pour le détail des effectifs par meeting, cf supra : *tableau récapitulatif des meetings suivis*.

Congrès AFSP Paris 2013

homogène : dans le département de la Somme. Au delà de l'unité de territoire objective, cette circonscription géographique du terrain renvoie à la fois à des catégories de perception des agents sociaux (rappelons par exemple que la plupart des partis politiques français, et *a fortiori* le PS et l'UMP dont il est question ici, adoptent une organisation départementale) et constituent une arène publique dont l'existence est entretenue en pratique par les élections locales, une rubrique de la presse quotidienne régionale, des transactions avec des services déconcentrés de l'administration publiques, etc. Autrement dit, « le cadre départemental – comme le cadre municipal – a, en France, profondément structuré l'espace public »¹⁰.

Par ailleurs, l'observation a permis de remarquer que cette unité territoriale se double d'une unité de personnes. Ainsi, les élus en campagne pour les législatives ou les membres – professionnels ou profanes – de leur comité de campagne sont ceux-là mêmes qui organisaient les réunions publiques de l'élection présidentielle. Ainsi, indépendamment du lieu de recueil des données, près de 70% des participants en moyenne déclarent connaître personnellement l' élu qui organise la réunion. Cet élu est systématiquement le député de la circonscription où se tient le meeting (parfois son suppléant est également cité), éventuellement un ou plusieurs des autres parlementaires du département et parfois, essentiellement dans les meetings du PS, le secrétaire de la section locale du parti.

Enfin, le questionnaire distribué ne porte en aucune façon sur des questions d'opinion mais sur des questions de pratiques (ou d'identification sociologique). Cela neutralise assez clairement, en les excluant de l'analyse, les questions relatives aux enjeux propres à chaque type d'élection.

Ainsi, mon analyse portera bien sur une mise en perspectives des données issues de huit meetings différents dans le département de la Somme tout en gardant à l'esprit que jouent au moins trois types d'oppositions structurantes relatives à la fois au type de scrutin, à l'espace dans lequel se tient le meetings et à la tendance politique du parti ou de la coalition de partis organisateurs :

1. meetings de la campagne présidentielle ou législative ;
2. meetings en milieu rural ou urbain ;
3. meetings organisés par le PS ou par la France forte (dont l'UMP et le Nouveau centre sont les deux seules véritables forces en présences dans le département)

¹⁰ Sawicki F., *Les réseaux du Parti socialiste : sociologie d'un milieu partisan*, [Paris], Belin, coll. «Socio-histoires, ISSN 1270-914X», 1997, p. 36.

Congrès AFSP Paris 2013

**Tableau synoptique des meetings suivis avec passation d'un questionnaire
(au total n=520)**

		Rural	Urbain
Gauche	Présidentielle	/	/
	Législative	Rue, 5 juin 2012 : Jean-Claude Buisine (n=35) Feuquière, 15 juin 2012 Jean-Claude Buisine (n=61)	/
Droite	Présidentielle	Contre, 10 avril 2012 : Maurice Leroy (absent) (n=21) Doullens, 18 avril 2012 : Jean Leonetti (n=21)	Amiens, 19 avril 2012 : Michèle Alliot-Marie (n=112) Amiens, 24 avril 2012 : Laurent Wauquiez (n=122)
	Législative	Oisemont, 13 juin 2012 : Jérôme Bignon (n=84) Sailly, 14 juin 2012 : Jérôme Bignon (n=64)	/

Sexe : un surinvestissement féminin de l'enquête par questionnaire

Du point de vue du sexe des participants, la représentation est assez proche de ce que l'on sait de la participation politique des femmes¹¹. Elles représentent en moyenne 44% des participants aux meetings et sont mieux représentées dans les meetings du candidat socialiste aux législatives et dans les meetings urbains de l'élection présidentielle (jusqu'à 50% au meeting de Michèle Alliot-Marie à Amiens par exemple). Mais les différences restent malgré tout peu sensibles et, en reprenant à notre compte les propres conclusions que l'on peut tirer de cette sous-représentation des femmes dans les réunions publiques, on pourrait s'attendre à ce que l'outil méthodologique employé ici soit de nature à minimiser encore plus leur présence dans les réunions publiques. En effet, si elles sont moins enclines à se rendre à des meetings politiques, elles le sont probablement tout autant lorsqu'il s'agit de répondre à un questionnaire qui porte précisément sur les meetings politiques.

Pourtant, la confrontation de ces résultats à des données recueillies par observation directe montre que les femmes ont largement participé à l'enquête par questionnaire, au point d'être assez largement surreprésentées dans l'échantillon. En effet, d'après les comptages réalisés dans

¹¹ Voir notamment : Achin C. et Lévêque S., *Femmes en politique*, Paris, France, La Découverte, coll. «Repères (Maspero)», ISSN 0993-7625», 2006; mais aussi : Roux P. et Fillieule O., *Le sexe du militantisme*, Paris, France, les Presses de Sciences Po, coll. «Collection académique (Paris)», ISSN 1771-673X», 2009.

Congrès AFSP Paris 2013

six des huit meetings sondés, elles ne représentent en moyenne que 33,7% des participants. Il est donc indéniable qu'elles ont largement pris part à l'enquête par questionnaire.

Mobilisation des agriculteurs indépendants

Les indépendants représentent le quart de l'effectif des répondants tous meetings confondus.

Ils sont plus représentés dans les meetings ruraux organisés par des partis de droite. Ici encore, la surreprésentation est nette : la catégorie des « indépendants » (agriculteurs, exploitants + artisans, commerçants, chefs d'entreprises) représente 28,2% de l'échantillon des répondants contre 7,2% dans le reste de la population de la Somme.

Meetings ruraux samariens :

Les non-diplômés très présents mais pas plus investis qu'ailleurs

Dans notre échantillon, les individus les moins dotés en capital scolaire (diplôme inférieur au bac ou aucun diplôme) sont les plus représentés (40% de l'échantillon contre 26% de bacheliers et 33% de diplômés du supérieur). Si l'on entre dans le détail des huit meetings sondés, le niveau de diplôme semble jouer suivant les deux oppositions gauche-droite et rural-urbain. Le taux de non-diplômés étant légèrement plus importants dans les meetings ruraux organisés par la droite (cf. annexes : tableau n°1).

Ces résultats vont à l'encontre des conclusions de Nam Le Si et Guillaume Rollet qui ont dépouillé les questionnaires des équipes lilloise et lyonnaise de Spel¹². Ils observent en effet une nette participation des tranches les plus diplômées de la population et par voie de conséquence une sous-participation assez nette des individus non diplômés (18% en moyenne contre 40,5% dans mon échantillon). Bien entendu, les auteurs prennent soin de rappeler les biais méthodologiques de ces *coups de sonde* et la non-représentativité des échantillons sur lesquels ils travaillent. J'ajoute pour ce qui est de cette comparaison que les critères évoqués plus haut comme condition de possibilité d'agrégation et de mise en perspective de mes échantillons ne sont pas ici réunis : les meetings lilloise et lyonnais se tiennent dans des espaces fortement urbanisés et si l'on devait approfondir les investigations cette piste serait probablement la plus pertinente pour expliquer ces disparités.

Si l'on se base sur ce que l'on sait déjà de la participation politique des individus les moins dotés en capital culturel – et en particulier scolaire – et le sentiment de compétence politique¹³, la répartition des participants par niveau de diplôme est assez surprenante. Mais il faut certainement prendre en considération l'implantation géographique de la participation étudiée ici et prendre en considération la répartition des biens scolaires dans le corps électoral samarien.

¹² Le Si N. et Rollet G., *Présentation des résultats lillois et lyonnais de l'enquête quantitative sur les meetings : retour méthodologique et discussion quantitative*, Toulouse, 2013.

¹³ Gaxie D., *Le cens caché: inégalités culturelles et ségrégation politique*, Paris, France, Éditions du Seuil, coll. «Sociologie politique (Paris), ISSN 1775-3511», 1978.

Congrès AFSP Paris 2013

Répartition de la population des répondants, française et samarienne suivant le niveau de diplôme

	Diplôme < bac	Bac ou équivalent	Diplôme > bac	Ensemble
France	59,65	15,85	24,5	100%
Échantillon	40,5	26	33,5	100%
Somme	68,13	13,7	18,17	100%
Ech./France	0,7	1,6	1,4	1
Ech./Somme	0,6	1,9	1,8	1

Source : Insee, recensement de la population 2009

Ainsi, lorsque l'on prend en compte les spécificités locales du recrutement possible des participants aux meetings dans la Somme et que l'on neutralise – au moins partiellement – les effets de disparité territoriale de répartition de la variable diplôme, on comprend mieux :

- que la sur-participation des agents les moins diplômés tient dans leur présence plus importante dans le département que dans le reste de la France ;
- que cette sur-participation reste néanmoins toute relative puisque qu'une forte sélection culturelle demeure à l'entrée des meetings.

Les pratiques de participation politique

Ces informations sociographiques sur les participants aux meetings dans la Somme et la sélection sociale qui sévit aux portes des salles de réunion publiques est à mettre en relation avec les pratiques de participation politique.

L'échantillon des répondants est en effet très participationniste. Un tiers des répondants déclarent ainsi assister à des meetings à chaque fois qu'il y en a un. Et au total, ce sont près de 87% des individus qui déclarent assister régulièrement à des meetings lorsque ceux-ci sont organisés en période électorale. Par ailleurs, la moitié des participants à l'enquête par questionnaire affirme adhérer à un parti politique. Et plus de la moitié se déclare adhérent à au moins une organisation (parti, association, syndicat, etc.)

Sans grande surprise, l'échantillon sur lequel nous travaillons ne s'est pas abstenue aux dernières élections présidentielles : près de 93% déclarent avoir voté aux deux tours de l'élection présidentielle de 2007. A titre de comparaison, l'abstention dans le département était respectivement de 18,15% et 17,88% au premier et au second tour.

Le public des meetings samariens en 2012 était donc très participationniste – pour ce que nous pouvons en dire. Et cela vaut tant sur le plan de la participation électorale que de participation politique au sens plus large : participation à des meetings ou réunions publiques, engagement associatif, adhésion à une organisation politique et/ou syndicale.

En définitive, les réunions publiques de second rang dans la Somme attirent des publics aux propriétés sociales particulières, très masculin, marqué par une forte présence d'indépendants (agriculteurs et exploitants) et assez peu dotés en capital culturel (en particulier scolaire). L'hypothèse principale la plus probable est celle d'un effet de territoire : le département de la Somme formant une sorte de contingentement autorisant ce recrutement spécifique.

Voyons maintenant comment, face à ces agents sociaux profanes dans les réunions publiques répond une forme de valorisation des enjeux locaux.

Congrès AFSP Paris 2013

2. « Être du coin » : les réunions publiques comme le lieu du faire-valoir de son enracinement dans le territoire

Mis à part le scrutin à proprement parler, les réunions publiques constituent un espace où des individus plus ou moins profanes font irruption dans l'élection. Par là, elles sont aussi le théâtre de la rencontre d'enjeux autonomes et hétéronomes¹⁴ que portent respectivement l'acteur politique et son public. Auteur d'une tentative tantôt démagogue, tantôt de politisation des problèmes locaux des habitants, le candidat se trouve alors contraint dans un rôle « passeur » entre des enjeux centraux et périphérique. Dans cet échange, la bonne connaissance des enjeux locaux, et plus encore le capital d'autochtonie sont particulièrement valorisés.

La troisième circonscription de la Somme : une circonscription rurale¹⁵

A l'image du département de la Somme, l'activité économique dans la troisième circonscription est, plus qu'en moyenne nationale, tournée vers l'industrie et l'agriculture. Mais, plus encore, il faut noter que les territoires samariens les plus concernés par le secteur tertiaire ne recouvrent pas cette circonscription.

La circonscription compte 11 cantons et 194 communes dans lesquels vivent 106 762 habitants, dont 85 039 électeurs. Près de 94% des communes comptent moins de 2000 habitants¹⁶ et près de 90% n'appartiennent pas à une unité urbaine ou à une couronne péri-urbaine.

Bien que les élections législatives constituent un scrutin national obéissant *a priori* aux règles du jeu d'une élection centrale, elles n'y répondent en réalité qu'assez « inégalement selon les électeurs, les circonscriptions, les partis, les enjeux et la conjoncture »¹⁷. Ainsi, connaissant les propriétés générales de la circonscription (cf. encadré : *La troisième circonscription de la Somme*) et les propriétés sociales des participants aux principaux meetings¹⁸ (cf. supra), et en ajoutant que le candidat cherche sciemment à « dépolitiser » sa campagne tant en discours (cf. infra, encadré : *Un notable local*) qu'en pratique (il n'appose pas de logo partisan sur ses tracts ou affiches par exemple), on ne peut s'étonner de voir que lors des réunions publiques, les électeurs sollicitent le candidat sur des enjeux très localisés et très fortement indifférenciés.

Ces enjeux sont de nature diverses et possèdent en commun de ne pas être publicisés (ou très peu) en dehors d'un secteur territorial très localisé. Pourtant lecteur régulier de la presse quotidienne régionale dans le département depuis plusieurs années (mais de l'édition « amiénoise » et non « locale »), j'ai moi-même découvert au cours de l'enquête des enjeux soulevés par les habitants de la circonscription et dont on peut aisément comprendre qu'ils affectent au quotidien la vie locale. Pour ne citer qu'un exemple : les galets des plages de d'Ault à Cayeux sont déplacés pas la houle et une grande partie (80 000 m³/an¹⁹) sont réacheminés vers

¹⁴ Sur les notions d'enjeux autonomes et hétéronomes, voir : Gaxie D. et Lehingue P., *Enjeux municipaux : la constitution des enjeux politiques dans une élection municipale*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Publications du Centre universitaire de recherches administratives et politiques de Picardie, ISSN 0182-4406 ; 9 », 1984, p. 18 et s.

¹⁵ Source : Insee.

¹⁶ Ce seuil fixé par l'Insee pose évidemment question, mais permet tout de même ici de prendre la mesure du caractère rural de la circonscription.

¹⁷ Gaxie D. et Lehingue P., *Enjeux municipaux*, cit., p. 25.

¹⁸ Ce qui ne nous donne qu'une idée des propriétés des publics rencontrés dans les petites réunions publiques où l'objectivation statistique par questionnaire n'était pas possible. Mais pour ce qui est des attributs les plus saillants exposés au début de cette communication, ils se vérifient assez bien par l'observation directe et l'attention aux discours.

¹⁹ Beauchamps J., « Le cordon littoral d'Ault au Hourdel et la protection des bas champs », <http://www.u-picardie.fr/beauchamp/bds/inter-3.htm>

Congrès AFSP Paris 2013

le sud par une noria de camions qui traversent les villages et causent des désagréments relatés par les électeurs de la circonscription lors des réunions publiques. Au delà de ces questions très spécifiques, d'autres thèmes sont très récurrents : l'entretien des églises dans les villages, l'aménagement pour l'accessibilité des mairies aux handicapés, les questions de sécurité routière et de zones accidentogènes, etc. Autant de sujets pour lesquels le député-sortant entretient une connaissance experte et propose systématiquement de prendre en main le dossier afin d'assurer les rétributions nécessaires à l'entretien de son réseau de loyautés.

Jérôme Bignon, un notable local²⁰

Jérôme Bignon a 63 ans au moment de l'enquête. Je le rencontre pour la première fois lors du meeting de Gérard Longuet à Valines le 4 avril 2012. La salle est comble de 220 personnes et pourtant, il semble connaître personnellement tous les participants. Il se renseigne sur le petit dernier de la famille, parti faire des études à l'étranger ou sur le grand-père malade.

Jérôme est le petit-fils de Paul Bignon et le fils de Charles Bignon. Tous seront successivement maires de la commune de Bermesnil, dans le Vimeu. C'est aujourd'hui Jean-Paul, le frère de Jérôme, qui a repris le flambeau. L'arrière grand père de Jérôme Bignon fut également maire d'Abbeville (sous-préfecture du département) et conseiller général de la Somme. Et Charles Bignon fut Conseiller général d'Oisemont et député de la troisième circonscription de la Somme de 1968 à 1978. Décédé dans des circonstances tragiques en 1980, Charles Bignon a donné son nom au Collège d'Oisemont.

Jérôme brigue alors les mandats que son père a détenus. Il est élu successivement maire de Bermesnil et Conseiller général d'Oisemont (mandat qu'il occupe toujours aujourd'hui). Il accède à la vice-présidence du Conseil général de 1982 à 1988 auprès de Max Lejeune. Il est élu conseiller régional en 1986. Réélu en 1992, il abandonne ce siège à cause de son élection à la députation dans la 3^{ème} circonscription de la Somme. Victime de la dissolution, il perd ce siège en 1997 au profit de Vincent Peillon. Il ne le reconquiert qu'en 2002. En 2012, il est battu par le candidat socialiste.

Tant sur le plan politique que social, Jérôme est un héritier. Le nom de Bignon est associé à la vie politique du département et en particulier de la circonscription. L'implantation de la famille dans le temps et à différents niveaux de la vie publique fait assurément penser aux « lignées d'éligibles » que décrit Marc Abélès²¹.

Dans l'extrait d'entretien qui suit, Jérôme Bignon me parle de ses réunions publiques de campagne. On voit bien qu'il s'agit d'une pratique héritée, mais aussi comment il adapte son discours (le ton, le contenu, etc.) à partir des représentations qu'il se fait des individus qu'il y rencontre.

Jérôme Bignon : Les réunions en mairie, c'est pour couvrir le territoire. La commune, c'est l'unité de vie, c'est là où les gens sont. Donc, c'est aussi dire aux gens : "même si vous ne pouvez pas vous déplacer, même si vous êtes pauvres et malades, le député, c'est aussi le député de votre commune et il vient chez vous." Si je ne faisais que les chefs lieux de canton, on me dirait que je me fous du monde... Je ne suis pas convaincu que ça changerait fondamentalement les choses, mais comme je ne peux pas le mesurer... Je suis bien obligé de le faire.

Pierre Mongaux : Et cette idée de visiter toutes les communes, elle vient d'où ?

JB. : Et bien j'ai copié mon père qui le faisait. Je l'ai toujours vu le faire. Mais Max Lejeune aussi le faisait. Hart le faisait. Mancel l'a fait. [...] Mon père, à l'époque, dans sa circonscription, il avait 212

²⁰ Cet encadré s'appuie sur des informations recueillies ça et là lors de l'enquête, des entretiens réalisés pendant la campagne et au mois de mai 2013 et sur Trogneux A. et Nivet P., *Dictionnaire des élus de Picardie*, Amiens, France, Encrage, coll. «Hier (Amiens), ISSN 1248-4776», 2004.

²¹ Abélès M., *Jours tranquilles en 89*, cit., pp. 20-28.

Congrès AFSP Paris 2013

communes. Parce que je les ai toutes faites les campagnes de mon père. En 1962, j'avais 13 ans. J'ai fait sa première campagne. Peu ! Parce qu'il ne voulait pas... Mais je l'ai faite quand même !

PM. : Et vous avez du apprendre beaucoup de choses j'imagine. J'ai remarqué par exemple qu'aujourd'hui, quand vous arrivez dans une commune, vous êtes presque systématiquement capable de parler d'un enjeu local...

JB. : Oui, parce que le territoire c'est la vie des gens. Les gens s'intéressent à la vie publique, mais ils s'intéressent à leur vie quotidienne. Globalement, ça les intéresse plus de savoir si la toiture de l'église va être refaite que de comprendre quelque chose à un contrat abscons. Ils vont s'intéresser à la vie publique si le sujet les intéresse. Ce n'est pas les mépriser que de dire ça, mais il n'y en a pas beaucoup qui ont un engagement ou une réflexion sur la vie politique. Ils ne savent pas très bien de quoi il s'agit... Ils comprennent intuitivement que la relation avec l'Allemagne était importante par exemple. Mais après, les histoire plus complexes de croissance, etc. Ils ne comprennent pas forcément. [...] Mais globalement, le territoire c'est là que les sujets les intéressent. Moi j'ai remarqué que plus je dépolitise et plus je gomme – de mon point de vue – et plus ça fonctionne. Plus je deviens le député de tout le monde. Quand je parle de la toiture de l'église ou du stop de la départementale, ils se disent : "tiens, il est de chez nous, il connaît".

En retour à ces sollicitations très fortement encadrées socialement et dans le territoire, le candidat adapte son discours partisan. Ainsi, dans les réunions publiques de petite taille Jérôme Bignon ne prépare jamais son discours à l'avance. Pourtant, il sait qu'il peut toujours compter sur un contingent d'anecdotes préalablement préparées. Ce répertoire fonctionne en quelque sorte à la manière des grilles harmoniques du musicien de jazz en lui permettant de décliner un thème (ici le programme politique qu'il porte au titre de candidat investi par l'UMP) tout en prenant des libertés, en adaptant son discours à son auditoire (le public des réunions de campagne). Ces anecdotes ont pour particularité de mettre en récit des acteurs de la vie locale, dans leur environnement. Ainsi les protagonistes ou le cadre de la narration sont-ils le plus souvent connus des récepteurs du discours. Soit parce qu'il s'agit d'une personnalité plus ou moins connue localement, soit parce que l'histoire se passe dans une commune voisine. Ou les deux. Par exemple, lorsqu'il souhaite développer l'idée que les politiques sociales à elles seules ne parviennent pas à remédier au chômage et à la délinquance, il évoque son entretien avec le maire de Dargnie (commune de la circonscription) qui « bien que socialiste » reconnaît l'échec de ses dépenses en vue d'assurer une permanence hebdomadaire avec des psychologues et des assistants sociaux pour les « jeunes alcooliques de la place du village ».

Si cette connaissance des enjeux locaux se pose comme un atout, elle peut aussi être indispensable pour éviter à l'acteur de perdre la face. Dans un entretien, Jérôme Bignon me confiait qu'il est « impossible de se pointer dans une réunions publique avec des chasseurs si l'on n'est pas capable de citer cinq gibiers d'eau et les dates d'ouverture et de fermeture de la chasse ! »

La bonne connaissance des enjeux locaux se pose ainsi comme une ressource centrale dans les réunions publiques autant que l'ancrage dans le territoire. Si l'on peut qualifier l'autochtonie comme une « ressource incontournable dont disposent les classes populaires pour favoriser certaines mobilisations »²², cette ressource semble également se doter d'une certaine valeur dans les réunions publiques alors même qu'elle se trouve « entre les mains » d'agents au capital social, culturel et économique importants.

²² Retière J.-N., « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, vol. 16, 63, 2003, p. 137.

Congrès AFSP Paris 2013

3. Les usages des réunions publiques dans la Somme : mobilisation et enracinement local dans les espaces ruraux

Si l'ancrage local y est particulièrement valorisé, les meetings et réunions publiques ont aussi pour enjeux de contribuer à le renforcer davantage encore. Dans la Somme, l'injonction partisane à organiser des réunions est détournée de ses usages originels pour remplir des fonctions qui répondent aux besoins des acteurs politiques locaux.

Les meetings de l'élection présidentielle dans la Somme (ou comment préparer les élections législatives)

Les réunions politiques observées dans le cadre de l'élection présidentielle de 2012 dans la Somme répondent sans doute à une stratégie partisane, notamment de l'UMP. Dans son *Carnet secret* de la campagne, Roselyne Bachelot fait part de cette « exhortation » adressée aux ministres par le Président, de sortir de leurs ministères : « Nous nous faisons gronder comme des écoliers pris en faute. Le président est fâché parce qu'il est persuadé que ses ministres économisent leurs déplacements. Il nous secoue d'un "Allez, il faut partir, il faut sortir, il faut bouger !" »²³.

Localement, ce discours est relayé sur le mode de la « proximité ». Comme en témoigne cet extrait du discours d'un parlementaire et secrétaire départemental de l'UMP :

Nous avons considéré que réduire la campagne à un ou deux meetings à Amiens, à Abbeville ou à Péronne privait beaucoup de gens d'un contact, d'une conversation et d'un échange avec des personnalités. Donc nous avons eu l'idée, après avoir dessiné la carte de la Somme, d'imaginer des lieux, par groupes de trois ou quatre cantons qui permettent une proximité importante à tout ce qui répugnent à se déplacer. Soit parce que vous travaillez. Vous avez travaillé aujourd'hui et vous travaillerez demain. Ou alors parce que vous avez de mal à vous déplacer parce que vous voyez moins bien la nuit. Bref, toutes choses légitimes, et bien le fait d'avoir une réunion à proximité n'est pas une mauvaise opportunité.

Dans la Somme, nous avons vu comme cette stratégie semble payante tant par exemple une catégorie de la population qui vote traditionnellement à droite (les agriculteurs indépendants) se trouve mobilisée est surreprésentée dans les meetings. Une frange de la population pourtant difficilement mobilisable dans le cadre d'une action collective car éparse, individualisée, etc.)

Pourtant, si ces réunions publiques ont pour fonction première de rallier des électeurs et de faire gagner le candidat de l'UMP à l'élection présidentielle, ce n'est pas là la seule intention donnée à ces actions collectives. Les meetings de la présidentielle sont également pensés et organisés localement de manière à préparer les législatives. Le choix des lieux de meetings répond à une logique de préparation de la désignation des députés :

Le schéma sur lequel on était, c'était de dire : « attention, après les présidentielles, nous aurons les législatives ». Et la plupart des circonscriptions ont évolué dans leur composition. Donc, au départ, nous étions calés sur deux réunions par circonscriptions. Maintenant, compte tenu des répartitions géographiques, regardons par exemple la circonscription de Jérôme Bignon [il se lève et pointe la troisième circonscription de la Somme sur une carte affichée sur le mur], il était important, traditionnellement, qu'il y en ait une à Oisemont [la commune où réside Jérôme Bignon et chef-lieu du canton dont il est le Conseiller général], et une autre plus près du littoral. Mais [il insiste sèchement sur le « mais »], avec les nouveaux territoires [JLH fait référence aux cantons de Crécy, Nouvion et Rue, gagnés par la troisième

²³ Roselyne Bachelot, *A feu et à sang. Carnets secrets d'une présidentielle de tous les dangers*, Flammarion, 2012, p. 69.

Congrès AFSP Paris 2013

circonscription de la Somme lors du redécoupage de 2010], *il était primordial qu'il y en ait une également sur ces nouveaux territoires, afin d'avoir déjà l'occasion lors des présidentielles, de regrouper, de rassembler des personnes de ces nouveaux cantons. Donc, normalement deux, mais en réalité, on en a fait trois. Le schéma est identique pour Alain Gest : Corbie, Moreuil et les nouveaux territoires. Et ainsi de suite. Il faut faire le maillage géographique pour comprendre pourquoi on a positionné des débats à tel ou tel endroit.*

Extrait d'entretien avec Jean-Louis H.,
Secrétaire départemental adjoint de l'UMP dans la Somme

Ainsi, les futurs candidats aux législatives commencent à mobiliser leur camp dans leurs propres circonscriptions. Et un usage spécifique est mis en place lors de cette élection puisque ces meetings sont aussi une occasion de mettre les pieds en terres inconnues : dans les nouveaux cantons gagnés par les circonscriptions suite au redécoupage de la carte électorale de 2010²⁴.

On ajoutera que l'invitation d'un ministre en exercice constitue une ressource importante pour le député, majoritairement perçu comme un élu local, qui lui permet de faire montre d'une envergure nationale et donc d'une position privilégiée pour faire valoir les intérêts de ses administrés autant que ce « déplacement d'un responsable politique national a valeur d'affirmation d'une délégation »²⁵.

Il y a donc retraduction de la fonction manifeste de ces meetings (défendre l'action gouvernementale et faire gagner le candidat à l'élection présidentielle) au profit d'une fonction tout aussi manifeste (préparer la mobilisation des électeurs dans les circonscriptions législatives) et d'une fonction latente (consacrer le futur candidat à la députation). Tout se passe donc comme si, pour le candidat à la présidentielle, ses ministres et son équipe, les meetings servaient à défendre l'action gouvernementale tandis que, dans le même temps et sans que cela entre en contradiction avec cette intention donnée à l'action, les députés locaux usent de ces réunions pour préparer leurs (ré)élections. On retrouve bien ici le double horizon local de Lagroye en ce que, pour le député en et particulier pour le cumulatif, « consolider sa position, c'est indissociablement "faire progresser le parti" et "s'enraciner localement" »²⁶.

Réunions publiques en mairie : réseaux de loyauté et réseaux militants

La campagne des élections législatives entre les deux principaux candidats en lice (Jean-Claude Buisine pour le PS et Jérôme Bignon pour l'UMP) s'est essentiellement déroulée, au moins dans ses derniers temps, dans les communes. Le 9 mai, Bignon entame le noyau dur de sa campagne : trois semaines de réunions publiques en mairie. Pas une seule des 194 municipalités de la circonscription n'est évitée. Il s'agit là d'une pratique routinisée autant qu'héritée (cf. encadré : *Jérôme Bignon, un notable local*). Alors qu'il n'avait pas prévu de le faire, le candidat socialiste se voit contraint de visiter les communes de la circonscription. Il dépêche à la hâte une jeune assistante et des militants pour organiser au plus vite sa tournée à lui. A partir du 22 mai, il visitera 87 des 184 mairies de la circonscription.

²⁴ Le département de la Somme perd une circonscription et n'en compte plus que cinq. Une circonscription a été supprimée et a été répartie dans les circonscriptions voisines.

²⁵ Pourcher Y., « Un homme une rose à la main », cit., p. 86.

²⁶ Lagroye J., « De l'«objet» local à l'horizon local des pratiques », in *À la recherche du «local»*, Paris, France, l'Harmattan, 1993 coll. «Logiques politiques, ISSN 1159-6589», p. 170.

Congrès AFSP Paris 2013

Ces réunions ont lieu en mairie, en semaine et dans la journée. Autant dire que les bancs ne sont pas remplis. La plupart du temps, le candidat ne rencontre que le maire de la commune ou un adjoint qui le représente. Alors que je suis Jérôme Bignon dans sa *tournée électorale*, je me demande bien à quoi peuvent servir ces réunions ? Quel est le rendement électoral de cet investissement coûteux en terme de temps ? De l'aveu même de l'intéressé, il n'est pas sur que cette méthode « change fondamentalement les choses ».

Bien sûr, elles permettent tout de même, de manière assez traditionnelle, d'occuper le terrain, de « tenir les murs »²⁷ et de se rappeler au bon souvenir des électeurs de la circonscription. Ainsi, des affiches électorales annoncent le passage du candidat (voir photo ci-contre).

Mais, une analyse attentive montre que ces réunions en mairies ont en réalité des fonctions bien particulières. Les « édiles ruraux » constituent à l'évidence « un relais dans l'organisation pratique de la campagne » et « une offre de patronage » qui permettent au député-sortant en campagne de se faire passer pour « le candidat à la députation de la commune »²⁸.

Derrière la banalité et la courtoisie des échanges, se jouent des transactions électorales plus ou moins clientélares. En effet, au cours de son mandat, Jérôme Bignon a fait bénéficier d'une manière ou d'une autre 125 communes de sa circonscription de la réserve parlementaire²⁹. Et préalablement à ces visites en mairie, il a distribué autant de tracts où il cite nommément le maire de la commune concernée et la bonne œuvre réalisée grâce à sa participation au titre de la réserve parlementaire. L'interaction est donc nettement pré-conditionnée. Sans que le député-sortant ne l'évoque jamais explicitement, il va de soi que ce don appelle contre-don. S'il n'y a pas d'électeurs à convaincre dans les mairies, il y a à l'évidence un réseau de loyauté à entretenir et une offre de patronage à gagner.

Par ailleurs, il arrive parfois que la salle soit comble, ou du moins que la réunion ait attiré des habitants de la commune qui ne remplissent aucune fonction de représentation officielle. Dans ce cas, il s'agit bien souvent d'adhérents de l'UMP ou de sympathisants de Jérôme Bignon³⁰. Ce fut le cas par exemple lors de la réunion en la mairie de Pendée – une commune de 1152 habitant tout à fait au nord du Vimeu – le 29 mai 2012. Il y a sept personnes dont le maire de la commune qui attendent le député sur le perron de l'école-mairie. Cinq hommes et trois femmes. La discussion ne ressemble pas à celles que j'ai écoutées (et enregistrées) depuis le début de la journée. On condamne l'affichage sauvage du FN et du PS. Philippe, le chauffeur de Jérôme Bignon apporte des affiches dans la salle du conseil. Il connaît personnellement l'un des hommes. Il le tutoie et je comprends assez vite qu'il colle des affiches et qu'il distribue des tracts pour la campagne du député-sortant. Philippe demande combien il lui faut d'affiches pour « son circuit ».



²⁷ Faire campagne, c'est toujours : « serrer les mains et tenir les murs ». Offerlé M., *Un homme, une voix ? : histoire du suffrage universel*, Paris, France, Gallimard, coll. «Découvertes Gallimard, ISSN 0988-0712», 1993. Cité par Rémi Lefebvre.

²⁸ Treille E., « La fête des maires. Les édiles ruraux, ressources stratégiques du Parti socialiste en campagnes électorales », in *Battre la campagne: élections et pouvoir municipal en milieu rural*, Editions L'Harmattan, 2010.

²⁹ Ce chiffre est déclaré par le candidat lors d'un entretien informel. J'ai eu l'occasion de voir certains des tracts distribués dans les communes.

³⁰ La campagne de Jérôme Bignon repose en partie sur des adhérents de l'UMP. Mais il entretient également un réseau de militants qui ne sont pas adhérents mais qui le soutiennent lui. Pour les plus âgés d'entre-eux, ils soutenaient déjà son père, Charles Bignon.

Congrès AFSP Paris 2013

L'homme lui répond et ajoute qu'il n'a « pas eu les bandeaux jaunes pour la réunion de Bourseville » et qu'il lui reste « des journaux de campagne ». Jérôme Bignon aussi est sur un registre discursif différent : « je pense que l'enjeu dans une campagne, ce n'est pas de convaincre, mais de mobiliser son propre camp ». Nous nous trouvons dans une commune où le candidat a des troupes, il ne cherche pas à rallier des électeurs à sa cause mais les invite à le faire pendant que le chauffeur règle des modalités pratiques de la campagne.

Ainsi, les réunions publiques en mairies ont pour fonction d'entretenir les différents réseaux de loyauté du candidat, qu'ils soient de type militant ou clientélaire.

Cette communication cherche à montrer que les petites réunions publiques de la Somme constituent un terrain de recherche à (ré)investir. Technique de mobilisation à part entière, le meeting ne remplit pas les mêmes fonctions suivant qu'il est de grande envergure ou de taille plus modérée, fortement médiatisé ou non.

Ces fonctions varient également suivant le type d'élection. Dans le cadre de l'élection présidentielle, l'injonction centrale d'organiser des réunions publiques est appropriée localement par les acteurs politiques afin de servir leur propre cause en même temps que celle du candidat. Lors des élections législatives, elles sont prétexte à la rencontre des (futurs) administrés en même temps qu'elle servent l'entretien de réseaux plus ou moins clientélares.

Dans tous les cas, il s'agit pour les candidats ou leurs représentants de faire valoir leur ancrage local. De s'inscrire dans l'histoire locale pour gagner le label d'être du coin. En cela, elles réclament des compétences bien différentes de celles qu'exige la tenue d'un meeting dans un zénith ou un parc des expositions.

Au terme de cette communication, il reste probablement à approfondir l'analyse des données issues du questionnaire et à déterminer plus précisément quels sont les effets de la spécificité des publics sur les pratiques qui ont cours lors de ces réunions publiques.

Congrès AFSP Paris 2013

Bibliographie

Abélès M., *Jours tranquilles en 89 : ethnologie politique d'un département français*, Paris, O. Jacob, 1988, accessed 11 may 2012, at <http://www.sudoc.fr/00163206X>.

Achin C. et Lévêque S., *Femmes en politique*, Paris, France, La Découverte, coll. «Repères (Maspero), ISSN 0993-7625», 2006.

Combes H., « Meetings de fin de campagne au Mexique et ethnographie des milieux partisans », *Politix*, vol. 85, 2009, p. 149, accessed 2 november 2011, .

Cossart P., *Le meeting politique : de la délibération à la manifestation (1868-1939)*, coll. «Histoire (Rennes), ISSN 1255-2364», 2010.

Gaxie D., *Le cens caché: inégalités culturelles et ségrégation politique*, Paris, France, Éditions du Seuil, coll. «Sociologie politique (Paris), ISSN 1775-3511», 1978.

Gaxie D. et Lehingue P., *Enjeux municipaux : la constitution des enjeux politiques dans une élection municipale*, Paris, Presses universitaires de France, coll. «Publications du Centre universitaire de recherches administratives et politiques de Picardie, ISSN 0182-4406 ; 9», 1984.

Lagroye J., « De l'«objet» local à l'horizon local des pratiques », in *À la recherche du local* :, Paris, France, l'Harmattan, 1993 coll. «Logiques politiques, ISSN 1159-6589».

Offerlé M., *Un homme, une voix ? : histoire du suffrage universel*, Paris, France, Gallimard, coll. «Découvertes Gallimard, ISSN 0988-0712», 1993.

Pourcher Y., « « Un homme une rose à la main » », *Terrain*, vol. n° 15, no. 2, 1990, p. 7–7, accessed 25 september 2012, .

Pourcher Y., « Tournée électorale », *L'Homme*, vol. 31, no. 119, 1991, p. 61–79.

Pourcher Y., *Votez tous pour moi ! : les campagnes électorales de Jacques Blanc en Languedoc-Roussillon (1986-2004)*, Paris, Presses de Sciences Po, coll. «Collection académique (Paris), ISSN 1771-673X», 2004, accessed 25 september 2012, at <http://www.sudoc.fr/083149112>.

Retière J.-N., « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, vol. 16, no. 63, 2003, p. 121–143.

Roux P. et Fillieule O., *Le sexe du militantisme*, Paris, France, les Presses de Sciences Po, coll. «Collection académique (Paris), ISSN 1771-673X», 2009.

Sawicki F., *Les réseaux du Parti socialiste : sociologie d'un milieu partisan*, [Paris], Belin, coll. «Socio-histoires, ISSN 1270-914X», 1997.

Le Si N. et Rollet G., *Présentation des résultats lillois et lyonnais de l'enquête quantitative sur les meetings : retour méthodologique et discussion quantitative*, Toulouse, coll. «Journée d'étude», 2013.

Treille E., « La fête des maires. Les édiles ruraux, ressources stratégiques du Parti socialiste en campagnes électorales », in *Battre la campagne: élections et pouvoir municipal en milieu rural*, Editions L'Harmattan, 2010.

Trogneux A. et Nivet P., *Dictionnaire des élus de Picardie*, Amiens, France, Encrage, coll. «Hier (Amiens), ISSN 1248-4776», 2004.

Congrès AFSP Paris 2013

Annexes

Tableau n°1 : Niveau de diplôme en fonction du meeting

En ligne Meeting suivi

En colonne DIPLÔME

Effectifs % ligne % colonne	inferieur au bac	niveau bac	superieur au bac	ENSEMBLE
Feuquiere (Buisine)	24 44,4% 13,0%	12 22,2% 10,2%	18 33,3% 11,8%	54 100,0% 11,9%
Rue (Buisine)	13 39,4% 7,1%	8 24,2% 6,8%	12 36,4% 7,9%	33 100,0% 7,3%
Oisemont (Bignon)	41 51,9% 22,3%	17 21,5% 14,4%	21 26,6% 13,8%	79 100,0% 17,4%
Sailly (Bignon)	25 42,4% 13,6%	17 28,8% 14,4%	17 28,8% 11,2%	59 100,0% 13,0%
Doullens (Leonetti)	9 45,0% 4,9%	6 30,0% 5,1%	5 25,0% 3,3%	20 100,0% 4,4%
Amiens (Alliot- Marie)	35 36,5% 19,0%	26 27,1% 22,0%	35 36,5% 23,0%	96 100,0% 21,1%
Amiens (Wauquiez)	37 32,7% 20,1%	32 28,3% 27,1%	44 38,9% 28,9%	113 100,0% 24,9%
ENSEMBLE	184 40,5% 100,0%	118 26,0% 100,0%	152 33,5% 100,0%	454 100,0% 100,0%

Congrès AFSP Paris 2013

Tableau n°2 : Secteur d'activité en fonction du meeting suivi

En ligne Meeting suivi
En colonne SECTEUR

Effectifs % ligne % colonne	independant	prive	public	ENSEMBLE
Feuquiere (Buisine)	2 4,0% 1,9%	21 42,0% 12,7%	27 54,0% 21,1%	50 100,0% 12,5%
Rue (Buisine)	3 10,3% 2,9%	13 44,8% 7,8%	13 44,8% 10,2%	29 100,0% 7,3%
Oisemont (Bignon)	24 32,4% 22,9%	31 41,9% 18,7%	19 25,7% 14,8%	74 100,0% 18,5%
Sailly (Bignon)	24 50,0% 22,9%	18 37,5% 10,8%	6 12,5% 4,7%	48 100,0% 12,0%
Doullens (Leonetti)	8 44,4% 7,6%	6 33,3% 3,6%	4 22,2% 3,1%	18 100,0% 4,5%
Amiens (Alliot- Marie)	19 22,9% 18,1%	37 44,6% 22,3%	27 32,5% 21,1%	83 100,0% 20,8%
Amiens (Wauquiez)	25 25,8% 23,8%	40 41,2% 24,1%	32 33,0% 25,0%	97 100,0% 24,3%
ENSEMBLE	105 26,3% 100,0%	166 41,6% 100,0%	128 32,1% 100,0%	399 100,0% 100,0%

Congrès AFSP Paris 2013

Tableau n°3 : PCS en fonction du meeting suivi

En ligne En colonne	Meeting suivi PCS				
Effectifs % ligne % colonne	agriculteurs, artisans, commerçants	cadres et profession	ouvriers et employes	sans activite pro	ENSEMBLE
Feuquiere (Buisine)	1 2,7% 1,0%	19 51,4% 12,8%	17 45,9% 23,0%	0 0,0% 0,0%	37 100,0% 10,5%
Rue (Buisine)	4 16,7% 4,0%	9 37,5% 6,1%	8 33,3% 10,8%	3 12,5% 9,4%	24 100,0% 6,8%
Oisemont (Bignon)	25 41,0% 25,0%	20 32,8% 13,5%	15 24,6% 20,3%	1 1,6% 3,1%	61 100,0% 17,2%
Sailly (Bignon)	20 45,5% 20,0%	15 34,1% 10,1%	6 13,6% 8,1%	3 6,8% 9,4%	44 100,0% 12,4%
Doullens (Leonetti)	9 56,3% 9,0%	3 18,8% 2,0%	1 6,3% 1,4%	3 18,8% 9,4%	16 100,0% 4,5%
Amiens (Alliot- Marie)	17 21,3% 17,0%	38 47,5% 25,7%	14 17,5% 18,9%	11 13,8% 34,4%	80 100,0% 22,6%
Amiens (Wauquiez)	24 26,1% 24,0%	44 47,8% 29,7%	13 14,1% 17,6%	11 12,0% 34,4%	92 100,0% 26,0%
ENSEMBLE	100 28,2% 100,0%	148 41,8% 100,0%	74 20,9% 100,0%	32 9,0% 100,0%	354 100,0% 100,0%