

B.1

Politique

# La démocratie en danger

**Douze députés socialistes, appartenant à différentes tendances du PS (fabiusiens, jospinistes, mauroyistes, poperénistes ou rocardiens), se sont regroupés pour exprimer ci-dessous leur inquiétude face à la « décomposition » de la société politique française, aux dangers que court la démocratie représentative. « Démocratie 2000 » mouvement animé par Jacques Delors est à l'origine de ce texte.**

**L**a démocratie représentative est-elle en danger ? Elle ne l'est pas si l'on se borne à observer l'absence de menace totalitaire sérieuse et le respect des libertés publiques. Elle l'est, à l'évidence, si l'on en juge au discrédit de la politique, à la dégénérescence des partis, au déclin du Parlement et, au-delà, à l'indifférence croissante des citoyens au fonctionnement de la démocratie.

Un système meurt sans doute sous nos yeux : l'Europe et la décentralisation effritent, jour après jour, l'Etat-nation, le marché démodé ou détruit les régulations mises en œuvre après la guerre, les idéologues faillis ont laissé la place aux syndics du consensus. Quant aux valeurs républicaines, elles cèdent, en ordre dispersé, aux forces et aux séductions de l'argent, véritable lame de fond, en cette fin de siècle, prête à fêter la victoire mondiale du capitalisme.

Nous vivons la crise du modèle français, celui né avec la République, ancré sur quelques principes simples : l'affirmation de l'Etat à l'encontre des corporatismes, la souveraineté de la loi - expression de la volonté générale, - la représentation des citoyens par leurs élus, l'équilibre des pouvoirs, notamment du politique par rapport à l'économique, le rôle des partis et des syndicats comme médiateurs privilégiés et vecteurs des conflits.

Gardons-nous, certes, d'idéaliser un quelconque âge d'or. En un siècle, que de scandales, de lâches compromis, d'abdications ! Mais, périodiquement contesté ou blessé, le modèle français tenait bon.

Aujourd'hui, toute notre société s'englu dans une « américanisation » progressive des modes de vie et des comportements : l'exaltation de la réussite individuelle, le mépris de l'échec, l'oubli des exclus, la paupérisation de l'Etat, l'omnipotence culturelle de la télévision, les jugements de la sphère médiatique hissés sans contrôle au rang de références morales, la montée des groupes de pression, la confusion des revendications particulières et de l'intérêt général, l'effacement du civisme militant derrière un simple consumérisme public, le règne des sondages ou des sondeurs et, pour finir, le recul croissant du politique. Ce sont tous les responsables, de la presse au patronat, des intellectuels aux technocrates, qui l'ont encouragé ou l'ont laissé faire par intérêt, indifférence ou résignation.

Et notre société se brise d'une redoutable fracture sociale : les banlieues, la misère, le chômage, la vio-

lence, façonnent une classe nouvelle, d'autant plus désespérée qu'elle ne sent pas représentée et qu'elle n'attend plus le grand soir...

Notre démocratie se dessèche, réduite à ses techniques et détournée de ses objectifs. Cette évolution n'est sans doute pas propre à la France, mais elle est plus qu'ailleurs contraire à notre tradition, à notre histoire, aux valeurs que la France a pu porter en Europe et dans le monde.

Dans un tel contexte, reconnaissons que ce qu'il est désormais convenu d'appeler, d'ailleurs inexactement, la classe politique, n'est plus à la mesure de sa tâche. Evitons, certes, de lui faire porter seule la responsabilité d'un tel glissement. Mais soyons francs avec nous-mêmes ; la trop fréquente soumission aux charmes du pouvoir, à ses rites, à ses cortèges et cocardes, l'abaissement du courage et de l'esprit publics sous le poids des vanités sociales, la facilité avec laquelle les partis politiques ont renoncé à réfléchir, à tenter de substituer des idées neuves aux idées mortes, le plaisir qu'ils semblent prendre à organiser des querelles de clans, des rivalités de personnes et de chefs et à en offrir le spectacle, le temps consacré à lancer des attaques insidieuses contre l'un ou les autres - alors que les problèmes sont immenses, dans la rue, à nos portes, - la démagogie des propos dès qu'il s'agit de sujets complexes ou difficiles comme l'immigration ou l'école, la bassesse avec laquelle les « affaires » sont exploitées au Parlement, la complaisance avec laquelle les vieux chouans jouent les nouveaux Poujade, la recherche systématique de succès médiatiques au détriment du service de la démocratie... cette accumulation grossière de bévues finit par ressembler à la préparation méticuleuse d'un suicide.

## Pour une morale républicaine

Il n'est plus possible de regarder ce spectacle de décomposition, d'observer ce bateau qui coule sans que ses passagers en aient conscience ou souci. Loin de nous la velléité de nous extraire d'un monde politique auquel nous appartenons. Notre souci est, au contraire, de le défendre car il n'est ni sans honneur ni sans courage. Mais notre devoir est de tenter de le réformer. Nous sommes nombreux, et dans tous les partis, à ne plus nous reconnaître dans les pratiques actuelles. Mais nous croyons en la politique ; c'est pourquoi nous entendons agir.

1. Agir d'abord dans notre camp, la gauche, la majorité présidentielle, en refusant tout comportement qui nuirait au rassemblement et à l'unité, qui entacherait l'utilité de notre action et la fraternité que supposent tant de convictions communes. Les rivalités de personnes ou de groupes risquent de compromettre les combats menés par François Mitterrand et le gouvernement qu'il a choisi. Nous serons vigilants chaque fois qu'un écart sera commis, chaque fois que l'essentiel sera froissé.

2. Par ailleurs, si l'on veut que vive la démocratie représentative, il faut consentir rapidement à de profondes

réformes du travail parlementaire. Au-delà de l'indispensable allongement des sessions, il faut redonner aux députés la possibilité de faire les lois ; confier aux commissions un rôle principal dans leur élaboration ; revoir la procédure d'examen de la loi de finances ; ne laisser aux séances publiques que les débats majeurs ; organiser le contrôle, par le Parlement, de l'application des textes qu'il a votés ; renforcer les dispositifs d'expertise. Il faut enfin, dans ce contexte nouveau, instaurer une pénalisation financière de l'absentéisme des députés.

3. Parallèlement, il faut promouvoir une véritable déontologie pour réhabiliter la morale politique, et par elle les valeurs de la démocratie ; une morale républicaine qui commande la supériorité de la vérité sur le mensonge, de la fraternité sur l'égoïsme, du respect sur le mépris.

Qu'il appartienne aux responsables

politiques de répondre concrètement aux attentes de chacun, c'est l'évidence puisque c'est leur fonction même. Mais leur mission consiste avant tout à fournir un idéal à la nation. Nous sommes de la même génération, nous avons choisi l'action publique, nous aimons la politique, nous croyons que la démocratie demande un effort permanent. Nous sommes convaincus de l'urgence d'un sursaut qui passe par l'engagement de chacun. Nous souhaitons un nouvel humanisme en politique.

► Ont signé ce texte : Jean-Pierre Balligand (Aisne), Jean-Michel Belorgey (Allier), Frédérique Bredin (Seine-Maritime), Michel Français (Oise), Bertrand Galley (Eure-et-Loir), François Hollande (Corrèze), Jean-Yves Le Déaut (Meurthe-et-Moselle), Jean-Yves Le Drian (Morbihan), Bernard Poignant (Finistère), Ségolène Royal (Deux-Sèvres), Alain Vidalies (Landes) et Jean-Pierre Worms (Saône-et-Loire).

Conso

## Publicité

par P

**D**ANS le Monde du 15 novembre, Pierre Marleix exposait, sous le titre « La publicité qui lave plus blanc », les motifs qui le conduisent à se prononcer en faveur de la publicité comparative. Les arguments qu'il développe sont bien connus et correspondent à la position habituellement défendue par les associations de consommateurs et les pouvoirs publics : la publicité comparative doit être autorisée, car elle stimule la concurrence en favorisant en particulier l'innovation et elle aide le consommateur à choisir en lui donnant davantage d'informations, notamment en matière de prix. Ces arguments s'opposent naturellement à ceux avancés par les annonceurs et les agences qui, dans leur grande majorité, s'inquiètent des risques de dénigrement réciproque des marques mises en présence et d'un degré de confusion accru du consommateur, soumis à une cacophonie de déclarations contradictoires sur les mérites comparés de chacun.

Dans ce débat d'actualité pour cause d'harmonisation européenne, ce n'est pas à partir d'opinions qu'il faudrait trancher mais sur la base de mesures d'impact issues d'expériences menées directement sur le terrain. Après tout, c'est bien ainsi qu'ont été testées, validées puis généralisées de nouvelles réglementations, par exemple en matière d'IVG ou de limitation de vitesse. Mais la publicité comparative étant illégale, aucun résultat expérimental en vraie

grandeur n'est disponible en France, et il nous faut donc aller ailleurs.

La recherche américaine, selon des codes scientifiques, est doublement intéressante. Très riche (les premières remontent à près de 100 ans), elle intervient dans la publicité comparative depuis longtemps. Apprend-elle ?

D'abord que la publicité comparative n'est pas nouvelle, puisque, selon *Advertising Research*, elle existait effectivement dans la presse américaine. Agiterait-elle un verre d'eau ? L'avantage de la publicité comparative est d'établir. En comparaison, moins bien que les autres. La tendance est à la publicité comparative plus informelle. Ils ont pris de conscience qu'il faut aller plus loin.