

Communication et narration politique : le storytelling d'Emmanuel Macron

Alexandre Eyries*

Dans cet article, je souhaite proposer une analyse de la communication politique de l'actuel Président de la République française Emmanuel Macron sous l'angle des stratégies de communication narrative (ce que j'ai appelé dans de nombreuses publications le mentir-vrai et les narrations utiles) qu'il met en œuvre de façon pérenne depuis le début de son quinquennat en mai 2017.

Dans un premier temps, je donnerai à voir les principales caractéristiques formelles des narrations utiles et de la communication politique narrative (en d'autres termes du storytelling), puis dans un second temps j'étudierai en détail (selon une approche croisant analyse de discours et narratologie) la communication politique narrative utilisée par le Président Emmanuel Macron lors de la campagne présidentielle et des interventions publiques ultérieures ayant émaillé son mandat.

***La narration en politique : du mentir-vrai aux narrations utiles
(Eyries, 2013)***

Au commencement était la narration

* Enseignant-chercheur HDR en Sciences de l'Information et de la Communication, chercheur au Centre Humanités et Sociétés de l'Université Catholique de l'Ouest aeeyries@uco.fr

Dès mon ouvrage de 2013 *André Malraux et la communication*. Du récit littéraire au storytelling politique (L'Harmattan), je me suis attaché à montrer que certains récits littéraires d'André Malraux (*Antimémoires*, *Les chènes qu'on abat*...) constituaient l'archétype du storytelling qui sature depuis de nombreuses années la scène politique française et internationale (de Barack Obama à Emmanuel Macron en passant par Nicolas Sarkozy, Justin Trudeau, Donald Trump ou plus récemment Joe Biden), le storytelling. Cette technique : « a été déclinée [...] dans le monde [...] de la communication politique¹⁾ » dans lequel elle trouve particulièrement à s'exprimer. Avec le storytelling, on est en présence d'une tentative hégémonique de captation de l'imaginaire et d'inféodation de celui-ci à une idéologie : « ainsi l'art du récit qui, depuis les origines, raconte en l'éclairant l'expérience de l'humanité, est-il devenu à l'enseigne du storytelling l'instrument du mensonge d'Etat et du contrôle des opinions. [...] L'empire a confisqué le récit²⁾ ». Qu'il s'agisse d'une intervention sur l'art clamée sur une tribune politique, d'une harangue politique adressée à des intellectuels, ou encore d'un message d'un ministre inaugurant une Maison de la culture, André Malraux a été un pionnier de la communication et du storytelling politique qui a su brillamment raconter « des histoires légitimantes ou légendaires dans le but de mettre en récit la geste d'un président³⁾ [...] [et fabriquer] des histoires⁴⁾ ». Vue de l'extérieur, la politique apparaît comme un ensemble informe d'opinions, de convictions, et de guerres d'egos auxquels seul le storytelling politique permet de donner forme et sens : « ce n'est plus la pertinence qui donne à la parole publique son efficacité, mais la plausibilité⁵⁾ ».

1) *Ibid.*, p 7.

2) Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, op. cit., p 20.

3) Le Général de Gaulle.

4) Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, op.cit., p 122-123.

5) Christian Salmon, *Storytelling*, op.cit., p 137.

Dans mon ouvrage *La communication politique ou le mentir-vrai ?* (L'Harmattan, 2013) j'analyse les « engrenages narratifs, suivant lesquels les individus sont conduits à s'identifier à des modèles et à se conformer à des protocoles ⁶⁾ ». Ces engrenages, pour être efficaces, doivent contenir un subtil dosage de réel et de fiction, un "mentir-vrai"⁷⁾ qui sert leurs objectifs électoraux. Les hommes politiques et leurs conseillers usent et abusent de ces matrices narratives pour captiver et convaincre, et exercer le pouvoir.

Storytelling en pratique(s)

Le storytelling consiste à concevoir et à raconter dans un laps de temps très court (30 secondes, le temps qu'il faut pour passer en ascenseur d'un étage à un autre) une histoire efficace, pertinente et captivante. L'histoire racontée repose sur un fort substrat émotionnel qui favorise l'identification du public avec les personnages mis en scène. Par sa trame narrative simple et par la situation qu'elle donne à voir, elle facilite la mémorisation. Enfin, l'histoire racontée permet de nourrir le débat en présentant à grands traits les enjeux et les positions antagoniques. Un bon storytelling vient en complément d'une argumentation solide, il en constitue le subtil habillage mais ne s'y substitue pas. L'histoire racontée s'utilise aussi bien en ouverture d'un discours qu'en contrepoint ou illustration d'un argument. A la fin d'un discours, elle a pour vocation de parachever de la plus belle des manières l'argumentation et de marquer durablement les esprits. Le storytelling met l'humain au centre de ses pratiques et se plaît à évoquer des trajectoires forçant l'admiration ou encore de grands succès construits à partir de rien. Surtout, il développe une seule trame narrative à la fois, sous peine de

⁶⁾ Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, *op.cit.*, p 17.

⁷⁾ Pour faire écho au titre éponyme du recueil de nouvelles de Louis Aragon publié en 1997 aux Editions Gallimard dans la collection Folio (n°3001), 688 pages.

désorienter le lecteur (auditeur). Enfin, une histoire bien construite s'appuie sur un schéma narratif (Jean-Michel Adam, 1997) simplifié non pas en *cinq* points (situation initiale, complication, action, résolution, situation finale) mais en *trois* points :

- ❖ *Situation initiale* : présentation du contexte, du (ou des) protagoniste(s), et des objectifs qu'il(s) poursuive(nt)

- ❖ *Développement* : stratégie élaborée pour atteindre son (ses) objectif(s)

- ❖ *Dénouement* : les objectifs sont atteints.

Au terme de cette première partie visant à clarifier les caractéristiques formelles du storytelling – de ce que j'ai appelé moi-même les « *narrations utiles* » dans un précédent livre –, je vais à présent à analyser sous un angle discursif et narratologique la communication politique narrative mise en œuvre par le Président de la République française Emmanuel Macron.

Le storytelling Macron : éléments d'une fiction victorieuse

Histoire(s) de campagne

Lors de la campagne pour l'élection présidentielle de 2017, Emmanuel Macron s'est attaché à raconter son histoire placée sous l'égide de la normalité apparente : « *Je suis né à Amiens il y a 39 ans. J'ai été élevé par mes parents, médecins de service public tous les deux, aux côtés de mon frère et de ma soeur.*⁸⁾ ». Le portrait dressé est celui d'un cadre familial stable et épanouissant, dans lequel nombre d'auditeurs des meetings et d'électeurs vont se retrouver. Poursuivant le

⁸⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017, <https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

récit de ses origines, le candidat Macron déclare ensuite : « *Jusqu'à sa disparition récente, j'ai été extrêmement proche de ma grand-mère. Elle était principale de collège. Si ma réflexion et mon engagement politiques n'avaient qu'une origine, ce serait elle* ⁹⁾ ». Fidèle à la méthode du storytelling, le candidat confie un détail intime sur sa vie personnelle, ce qui contribue à lui donner du relief et à l'humaniser et fait remonter ses convictions et son engagement à la proximité avec une grand-mère adorée principale de collège très importante dans sa trajectoire intellectuelle et politique. Viscéralement attaché à la méritocratie républicaine, il déclare : « *C'est parce que je crois au travail que je me suis inscrit en classes préparatoires et que j'ai tenu à passer ensuite les concours républicains. C'est la raison pour laquelle j'avais commencé à monter ma propre entreprise avant de devenir ministre* ¹⁰⁾ ». Mettant en perspective sa scolarité exemplaire en classes préparatoires aux grandes écoles, ainsi que son expérience acquise à la fois dans le public et dans le privé, le candidat donne à voir son double éthos d'expérience et d'exemplarité.

Vient ensuite l'heure des choix, des décisions difficiles et des prises de risque qui, dans les romans d'initiation ou les romans chevaleresques, sont autant d'épreuves qui marquent l'accession au statut de héros : « *l'amour de la liberté, c'est donc ce qui m'a conduit à la philosophie. C'est ce qui m'a poussé à accepter la proposition du Président de la République, lorsqu'il m'a demandé de devenir ministre, alors même que la politique n'est pas le milieu d'où je viens.* ¹¹⁾ ». Sur le mode qui relève presque de la prétérition le candidat laisse entendre qu'il n'a rien prémédité et que son amour affirmé de la liberté l'a conduit

⁹⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017,
<https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

¹⁰⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017,
<https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

¹¹⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017,
<https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

à accepter le mandat ministériel presque à regret, mais avec le sens des responsabilités chevillé au corps. Ceci constitue un micro-acte préparatoire (pour reprendre la terminologie des théories de l'engagement et notamment de la communication engageante) préparant l'engagement politique lui-même qui n'est guidé que par une seule boussole, la fidélité à des valeurs profondément ancrées chez le candidat du mouvement En Marche : « *et ma vie aujourd'hui, c'est d'abord un combat pour des valeurs que j'ai chevillées au corps. [...] Mais c'est pour ces valeurs, et pour permettre à chacun de les faire vivre pour soi-même, que je m'engage en politique* ¹²⁾ ». Conscient d'avoir grandi dans un milieu aisé, Emmanuel Macron croit en outre profondément à la valeur du travail à l'égard duquel il témoigne d'une foi inébranlable et à toute épreuve : « *Car oui, je considère que le travail est une valeur. Parce que c'est la première source d'émancipation individuelle et parce que c'est le moyen le plus puissant de se libérer du déterminisme : c'est par le travail que l'on peut devenir celui ou celle que l'on a envie d'être* ¹³⁾ ». Enfin, le candidat en fin rhéteur maîtrisant avec subtilité tous les rouages de l'argumentation a su mettre à profit durant sa campagne le storytelling pour se présenter sous le jour le plus attractif et faire ainsi œuvre de personal branding, de mise en valeur de soi-même selon les principes du marketing politique : « *J'ai fait l'ENA, je suis Inspecteur des Finances, j'ai travaillé dans une banque d'affaires, puis pour François Hollande durant la campagne présidentielle de 2012, et j'ai été à son service durant plus de deux années comme Secrétaire général adjoint de l'Elysée. J'ai été Ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique, avec passion, jusqu'à la fin du mois d'août 2016.* ¹⁴⁾ ».

¹²⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017, <https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

¹³⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017, <https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

¹⁴⁾ Julie Lucazeau, 30 juin 2017,

Mobilisant les catégories rhétoriques aristotéliennes de l'éthos, du logos et du pathos, le storytelling macronien a accouché d'un puissant récit personnel, incarné, qui a porté un candidat inconnu jusqu'au plus haut sommet de l'État français. Comme l'a analysé avec pertinence Julien Longhi, Professeur des Universités en Sciences du langage à l'Université de Cergy-Pontoise, dans un article paru dans *The Conversation*, « *tout se passe comme si le candidat Macron* :

❖ *esquissait un décor qui motive de lui-même une certaine posture et certaines actions (la France et de manière plus générale d'Europe) ;*

❖ *occupait dans ce décor un rôle actif, qui constitue le moteur de l'action (avec des verbes et des substantifs qui renvoient à l'action, au changement, etc.) ;*

❖ *participait à des actions riches en interactants, et en actions générées par le fil narratif ¹⁵⁾ ».*

Si pendant la campagne présidentielle 2017 le storytelling d'Emmanuel Macron a dans l'ensemble relativement fonctionné, lors de la période de concertation (Grand Débat National) qui a suivi la crise sociale (symbolisée par le Mouvement des Gilets Jaunes), la communication politique du Président Macron sur le réseau Twitter – plus laborieuse – a été essentiellement guidée par des logiques de personal branding.

Poli-tweet et Grand Débat National : chronique ou « publicité pour soi-même »?

Lors des réunions ou sur Twitter, un même dénominateur commun est apparu

<https://www.webmarketing-com.com/2017/06/30/60374-lart-du-storytelling-selon-macron>

¹⁵⁾ Julien Longhi, « Le discours d'Emmanuel Macron, construction d'un storytelling », *The Conversation*, 26 janvier 2017, <https://theconversation.com/le-discours-demmanuel-macron-construction-dun-storytelling-71847>

dans la communication poli-tweet présidentielle et gouvernementale : la volonté de convaincre de son ouverture, de son sens du dialogue, de son intérêt pour le débat constructif et participatif aussi bien les édiles que les soixante intellectuels (économistes, sociologues, historiens, philosophes, juristes, etc...) invités à l'Élysée lors d'un dîner le 18 mars. Le tweet du 13 janvier 2019 de Benjamin Griveaux – alors porte-parole de l'Élysée – est caractéristique d'une communication volontariste, positive, bienveillante : « *Faire collectivement du grand débat national une réussite, pour bâtir ensemble notre nouveau contrat pour la Nation* ¹⁶⁾ ». Dès lors, le Président Macron et son équipe gouvernementale vont n'avoir de cesse de sous-titrer, de légender, de « *BFMiser* » les débats et les réunions publiques pour mieux souligner, par la grâce de la technologie numérique et des community managers l'ubiquité d'un homme-protée débattant et twittant (quasiment) en même temps.

La communication poli-tweet présidentielle remplit un double objectif d'occupation au jour le jour du terrain médiatique et de légitimation de la réponse à la crise des gilets jaunes.

Le 3 avril, Emmanuel Macron tweete : « *le mouvement de colère a permis de faire émerger une expérience inédite : le Grand Débat. Fier de cette capacité de notre pays à avoir irrigué partout le débat. Les semaines et les mois qui viennent seront ceux de la réarticulation d'un projet national et européen* ¹⁷⁾ ». Soulignant la capacité du pays à s'organiser pour débattre de façon constructive et républicaine sur les grands enjeux de notre temps et les aspects de notre Etat qui doivent être réformés, le Président de la République poste le lendemain ce tweet abondant dans le même sens d'un constructivisme et d'un dialogisme de rigueur : « *c'est ce dialogue républicain auquel je crois et que j'ai mené dans toutes les régions de notre République. Il est celui qui permet justement de voir*

¹⁶⁾ @BGriveaux, 13 janvier 2019.

¹⁷⁾ @EmmanuelMacron, 3 avril 2019.

la racine des problèmes, d'essayer de démêler ces problèmes et d'apporter une réponse ¹⁸⁾ ». Face à la crise des Gilets Jaunes, le Président adopte un ethos de chef et de solidarité et communique sur l'importance du dialogue républicain (sans mea culpa, ni recul) : « *le sentiment de nos concitoyens : "vous nous avez demandé des changements à nous, et vous n'avez pas changé". Ce n'est pas faux. Nous devons changer notre démocratie, notre organisation, notre administration* ¹⁹⁾ ». Poursuivant son diagnostic en conservant le même ethos de chef et de solidarité utilisé dans le précédent tweet, le Président de la République en exercice développe un propos en signe d'apaisement et de prise de conscience des causes de la colère des Gilets Jaunes : « *nous avons décidé de transformer les colères en solutions. Merci de vous être engagés dans le #GrandDébat. Pendant plusieurs mois, vous avez échangé et nous vous avons écoutés. Demain soir, je vous réponds* ²⁰⁾ ». La plupart des tweets qui précèdent témoignent de la part d'Emmanuel Macron d'une volonté d'apaisement et d'un souhait de montrer qu'il prend en haute considération les griefs et doléances des Français.

Il pratique une communication positive et volontariste dont témoigne également le tweet publié le 25 avril 2019 : « *Ce que les Français m'ont dit : 1/ Sentiment d'injustice ; injustice sociale ; injustice fiscale ; injustice territoriale. 2/ Manque de considération. 3/ Manque de confiance dans les élites. 4/ Sentiment d'abandon. Nous devons y apporter des réponses* ²¹⁾ ».

La communication poli-tweet du Président Macron s'attache donc, chaque jour, durant la période de consultation publique à *souligner*, de façon synchrone la plupart du temps (par le truchement des équipes alimentant les publications sur les réseaux sociaux) les idées énoncées lors des réunions ou à *commenter / condamner* les événements survenus en marge du Mouvement des Gilets Jaunes : « *Merci à nos*

¹⁸⁾ @EmmanuelMacron, 4 avril 2019.

¹⁹⁾ @EmmanuelMacron, 25 avril 2019.

²⁰⁾ @EmmanuelMacron, 15 avril 2019.

²¹⁾ @EmmanuelMacron, 25 avril 2019.

forces de l'ordre pour leur courage et leur professionnalisation. Honte à ceux qui les ont agressées. Honte à ceux qui ont violenté d'autres citoyens et des journalistes. Honte à ceux qui ont tenté d'intimider des élus. Pas de place pour ces violences dans la République ²²⁾ ». Qu'il s'agisse des violences commises lors des manifestations des Gilets Jaunes ou de l'incendie de Notre-Dame de Paris, bien souvent le « *fait divers fait diversion* » selon l'expression de Pierre Bourdieu et permet d'initier une communication plus sensible, plus incarnée, plus affective et qui cède la place à des propos où l'émotion perce : « *Notre-Dame de Paris en proie aux flammes. Émotion de toute une nation. Pensée pour tous les catholiques et pour tous les Français. Comme tous nos compatriotes, je suis triste ce soir de voir brûler cette part de nous* » ²³⁾ ». Au sein d'une actualité sociale chargée dominée par les Gilets Jaunes et le Grand Débat National, l'incendie de Notre-Dame de Paris a constitué à la fois un fait divers tragique, une parenthèse (au cœur d'une tempête), un détour tout autant qu'un raccourci, un contretemps bénéfique malgré les circonstances déléteres. C'est la preuve que, même sur Twitter, la communication poli-tweet, oscille entre temps long et immédiateté.

Cependant, même si la communication politique macronienne sur Twitter a, durant cette période post-Gilets Jaunes, a permis au Président de réaffirmer son ethos de chef et de solidarité, dans les mois qui ont suivi, la mécanique s'est enrayée et n'a pas toujours donné les résultats escomptés, y compris et surtout dans la période récente que nous venons de traverser, période marquée par la pandémie mondiale de coronavirus et une relecture identitaire et dévoyée de l'histoire nationale.

Histoire, Covid-19: communication et narration de crise ?

²²⁾ @EmmanuelMacron, 24 novembre 2019.

²³⁾ @EmmanuelMacron, 15 avril 2019.

Dans notre passé très récent le chef de l'État Emmanuel Macron a dû initier une phase de mue de sa communication politique et des récits qui lui sont associés, sous la double pression d'échauffourées autour de l'histoire nationale et du Covid-19.

Lors des derniers mois, la France a été secouée par des manifestations violentes qui ont mobilisé une partie de la population française d'origine africaine (sous l'égide de la famille du braqueur mort à la suite de son interpellation par la police, Adama Traoré) à la suite du terrible meurtre de Georges Floyd aux Etats-Unis. Outre la récupération démagogue d'un crime commis à l'étranger, la France a aussi connu une attaque systématique contre certaines des figures illustres de son passé : en effet des statues représentant des hommes qui ont joué un grand rôle dans l'histoire de France ont été taguées, détruites ou déboulonnées au nom de leur engagement et / ou de leur tolérance pour l'esclavagisme il y a plusieurs siècles.

Les statues de l'esclavagiste ardent Colbert et du colonialiste convaincu Jules Ferry ont ainsi été dégradées en marge des manifestations antiracistes organisées par la famille Traoré. Il s'agissait de s'attaquer aux traces et aux symboles d'un passé trouble, celui du Code Noir et de l'esclavagisme, ainsi que l'explique l'historien Sébastien Ledoux à François-Guillaume Lorrain dans le cadre de l'entretien qu'il lui a accordé dans le *Point* du 16 juin 2020 : « *mais ici, ce qui est visé, ce sont des statues, qui ne sont pas des choses anodines, neutres, dans l'espace public. [...] Ce ne sont pas des traces directes de l'Histoire, mais des traces au second degré, des mises en récit publiques du passé national. Elles constituent elles-mêmes une mise en récit de l'Histoire* ²⁴⁾ ». Une statue à l'effigie d'une personne importante de l'histoire nationale constitue un hommage symbolique qui lui est rendu, en même temps que l'expression d'une gratitude

²⁴⁾https://www.lepoint.fr/histoire/histoire-memoire-patrimoine-emmanuel-macron-a-melan-ge-ces-termes-16-06-2020-2380238_1615.php#

collective pour une action réalisée autrefois. Les statues ont été vandalisées non pas pour nuire au personnage représenté, mais aux actions qu'il a réalisées : « *l'hommage symbolique qu'elles représentent marque un « processus d'endettement » selon la notion centrale de Paul Ricoeur : en dressant une statue à un personnage, on formule publiquement une dette à son égard pour ce qu'il a apporté à la collectivité – ici nationale – par ses actions ; on lui rend hommage pour ce qu'il a fait, non pour ce qu'il est* ²⁵⁾ ». Si Colbert est l'un des rédacteurs du Code Noir, la statue qui lui a été dédiée est surtout un hommage au grand serviteur de l'État-nation qu'il a été. Les dégradations visaient donc moins l'homme qu'une frange partielle et réductrice de son action. Les dégradations de la statue de Jules Ferry visaient également moins le farouche défenseur de la laïcité de l'État que le partisan de l'expansion coloniale.

Dans l'allocution qu'il a prononcée au soir du 14 juin 2020, Emmanuel Macron a insisté sur la nécessité de la mise en récit publique de l'histoire nationale en affirmant par la même occasion que la France ne verserait ni dans l'autoflagellation ni dans la tentation d'effacer toutes traces de son passé : « *je vous le dis très clairement ce soir mes chers compatriotes, la République n'effacera aucune trace ni aucun nom de son Histoire. La République ne déboulonnera pas de statue. Nous devons plutôt lucidement regarder ensemble toute notre Histoire, toutes nos mémoires, notre rapport à l'Afrique en particulier, pour bâtir un présent et un avenir possible, d'une rive l'autre de la Méditerranée avec une volonté de vérité et en aucun cas de revisiter ou de nier ce que nous sommes* ²⁶⁾ ». Sans faire table rase d'un passé encombrant et douloureux, le Président Macron se caractérise par sa volonté d'écrire un nouveau chapitre du roman national en coopération avec les anciennes colonies. Il n'y a là ni repentance

²⁵⁾https://www.lepoint.fr/histoire/histoire-memoire-patrimoine-emmanuel-macron-a-melange-ces-termes-16-06-2020-2380238_1615.php#

²⁶⁾ Emmanuel Macron, « Adresse aux Français », 14 juin 2020, <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/06/14/adresse-aux-francais-14-juin-2020>

ni amnésie programmée, simplement une volonté de mettre en œuvre le deuxième acte d'une communication politique narrative faisant de l'histoire nationale le fleuron de notre patrimoine collectif.

A l'occasion d'une visite dans une PME angevine de fabrication de masques, Emmanuel Macron a souhaité inscrire sa communication politique dans un récit le donnant à voir toujours sur la brèche, toujours au plus près du terrain de la lutte contre le Covid-19 : *« le storytelling de crise du Président Macron s'est enrichi d'une visite dans une PME angevine de fabrication de masques. L'objet, après l'adresse à la nation depuis l'hôpital militaire de campagne de Mulhouse, est de scénariser une itinérance de l'urgence. Le chef de l'État privilégie la présence sur le terrain. Après la ligne de front dans l'Est, cette fois-ci c'est l'arrière, celui de la production indispensable à l'effort de lutte, qui est mis en avant. Le dessein communicant est de «spectaculariser» aux yeux des Français un Emmanuel Macron «au four et au moulin», loin des palais nationaux mais au plus près des noeuds de combats ²⁷⁾ »*. La narration que le Président de la République construit à l'occasion de ce déplacement à Angers, c'est celle de la reconstitution de l'espace national autour d'une nécessité commune : celle de faire front commun contre ce virus qui a mis en péril l'unité nationale. C'est en définitive le storytelling d'un chef de guerre (sanitaire) qui se lit en creux dans les déclarations faites par Emmanuel Macron à l'occasion de ce déplacement au sein d'une PME angevine en même temps qu'un ethos de chef à affermir.

²⁷⁾ Arnaud Benedetti, « Emmanuel Macron amorce-t-il un tournant politique, ou seulement rhétorique ? », Le Figaro / Vox, 31 mars 2020, <https://www.lefigaro.fr/vox/politique/emmanuel-macron-amorce-t-il-un-tournant-politique-ou-seulement-rhetorique-20200331>

References

- Aragon L., 1997, *Le mentir-vrai*, Paris, Éditions Gallimard dans la collection Folio (n°3001), 688 pages.
- Charaudeau P., 2005, *Le discours politique*, Paris, Éditions Vuibert.
- Eyries A., 2013, *La communication politique ou le mentir-vrai ?*, Paris, Éditions L'Harmattan : collection Des Hauts et Débats.
- Eyries A., 2015, *La communication poli-tweet. La politique gagnée par les TIC*, Paris, Éditions L'Harmattan : collection Des Hauts et Débats.
- Eyries A., *Narrations cérémonielles : du mythe au storytelling*, Montréal, Éditions Libertés numériques : collection "Civilisation numérique", décembre 2022, 139 pages.
- Eyries A., *La communication politique en débat : conflictualité, stigmatisation, légitimation ?*, Montréal, Éditions Libertés numériques : collection "Vie sociale et politique", décembre 2022, 67 pages.
- Lardellier P., 2003, *Théorie du lien rituel. Anthropologie et communication*, Paris, Éditions L'Harmattan : collection Communication et Civilisation.
- Lardellier P., 2019, *Sur les traces du rite. L'institution rituelle de la société*, Londres, Éditions ISTE: série Traces.
- Rivière C., 1988, *Les liturgies politiques*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Rivière C., 1995, *Les Rites profanes*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Salmon C., 2007, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte.

[Abstract]

Communication et narration politique : le storytelling d'Emmanuel Macron

Alexandre Eyries

Cet article analyse la communication politique d'Emmanuel Macron en se concentrant sur l'usage du storytelling, une technique narrative visant à captiver et convaincre. L'auteur explore les bases formelles de cette stratégie narrative, appelée "mentir-vrai" ou "narrations utiles", et détaille son application par Macron lors de sa campagne présidentielle de 2017 et tout au long de son mandat. Macron y utilise des récits personnels, émotionnels et structurés pour se présenter comme un leader méritant et accessible, et pour renforcer son image auprès du public. L'article aborde également la gestion narrative des crises, telles que les Gilets Jaunes et le Covid-19, où Macron adapte son storytelling pour maintenir son ethos de chef tout en répondant aux critiques et aux attentes sociales.

Mots-clés: Communication politique, storytelling, Emmanuel Macron, narrations utiles, gestion de crise

[Abstract]

Communication et narration politique : le storytelling d’Emmanuel Macron

Alexandre Eyries

This article examines Emmanuel Macron’s political communication, focusing on his use of storytelling, a narrative strategy designed to captivate and persuade. The author discusses the formal characteristics of this approach, described as “mentir-vrai” (truthful lying) or “useful narratives,” and highlights its implementation during Macron’s 2017 presidential campaign and throughout his term. Macron employs personal, emotional, and structured stories to present himself as a deserving and relatable leader, reinforcing his public image. The article also analyzes his narrative response to crises such as the Yellow Vest protests and Covid-19, showcasing how Macron adapts his storytelling to uphold his leadership ethos while addressing social critiques and expectations.

Keywords: Political communication, storytelling, Emmanuel Macron, Useful narratives, Crisis management

Submission of Manuscript: 2024/11/26

Review of Manuscript: 2024/12/06

Publication Approval: 2024/12/11