

▼ Accès au(x) document(s)

Accéder au(x) document(s) :

 <https://docassas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/18b2ed6d-b166-4586-b26b-5a5531270cfe>

 <https://docassascujas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/18b2ed6d-b166-4586-b26b-5a5531270cfe> 

Ce document est protégé en vertu du Code de la Propriété Intellectuelle.

Modalités de diffusion de la thèse :

- **Thèse soumise à l'embargo de l'auteur jusqu'au 15/09/2015 (communication intranet).**

▼ Informations sur les contributeurs

Auteur : [Rodriguez-Ruiz \(Rodriguez-Ruiz\), Jose Antonio](#)

Date de soutenance : 13-06-2014

Directeur(s) de thèse : [Balle Francis](#)

Etablissement de soutenance : [Paris 2](#)

Ecole doctorale : [École doctorale des sciences économiques et gestion, sciences de l'information et de la communication \(Paris\)](#)

▼ Informations générales

Discipline : Sciences de l'information et de la communication

Classification : Bibliothéconomie et sciences de l'information

Mots-clés libres : Nicolas Sarkozy, Politique, Communication politique, Marketing politique, Communication de conquête politique

Mots-clés :

- Communication en politique - France - 21e siècle
- Médias et politique - France - 21e siècle
- Politique et gouvernement -- France -- 2002-2007
- Politique et gouvernement -- France -- 2007-2012


Résumé : Nicolas Sarkozy est un personnage politique à part entière. En cinq ans (de 2002 à 2007), il a su se construire une notoriété et une popularité qui lui ont permis de devenir président de la République dès le premier essai et ce, malgré sept ans d'absence, suite à son malheureux soutien à Edouard Balladur en 1995. Quelle fut sa recette ? Une communication issue du marketing politique, lui même issu du marketing commercial, mais pas seulement. La saturation de l'espace médiatique pour créer l'actualité plutôt que la subir est un des principaux ingrédients de ce succès. Un autre ingrédient est le « story telling » qui a été emprunté au monde du spectacle et qui consiste à présenter le personnage de Nicolas Sarkozy en action certes, mais pas uniquement dans le domaine politique. Il a également séduit son électorat avec l'affichage de sa vie privée. Il est devenu une espèce de vedette suivie et commentée par les médias. Alors, que s'est-il passé après son élection ? L'étalage de sa vie privée, ses réactions excessives et son goût prononcé pour l'argent et le luxe ont dévoilé la personnalité d'un homme, différente du personnage qu'il avait construit. En effet, de 2007 à 2012, ses cotes de confiance et de popularité ont baissé constamment dans les sondages. De fait, cette baisse a commencé avant même qu'il ait mis en place une politique impopulaire. Ainsi, nous nous trouvons devant les limites du marketing politique et de la communication. Alors que ces éléments ont permis à Nicolas Sarkozy d'atteindre son objectif du premier coup, ils lui ont été insuffisants pour gouverner la France. Pourquoi ? Parce qu'ils sont uniquement des outils de la forme. Peut-être a-t-il manqué de substance sur le fond. En effet, qu'a-t-il fait concrètement pour le pays ? Quel fut l'impact de sa façon de faire de la politique dans notre démocratie ? Quel est le regard des observateurs étrangers sur ce président ? Et surtout, quelle est notre part de responsabilité en tant que citoyens ?

▼ Informations techniques

Type de contenu : Text

Format : PDF

▼ Informations complémentaires

Entrepôt d'origine :  star
Identifiant : 2014PA020022
Type de ressource : Thèse
