

LE MARKETING POLITIQUE



Les Essentiels d'**HERMÈS**
CNRS ÉDITIONS



جامعة محمد البقرة - بومرداس
Université Mohamed El-Bachraoui - Boumerdes
المكتبة الجامعية
رقم الجرد: 019.5.006

LE MARKETING POLITIQUE

Coordonné par
Thomas Stenger

جامعة محمد البقرة - بومرداس
Université Mohamed El-Bachraoui - Boumerdes
المكتبة الجامعية
32,019.5/Wobk
1E XP

SOMMAIRE

<i>Avant-propos</i>	
<i>Communication et démocratie</i>	
Éric Dacheux	7
<i>Présentation générale</i>	
<i>Le marketing politique : entre démocratie et marché</i>	
Thomas Stenger	15
<i>La naissance de la « demande » populaire</i>	
<i>Quand le peuple entre en politique</i>	
Roger Dupuy	37
<i>Une mémoire du marketing politique en France</i>	
<i>Entretien avec Michel Bongrand</i>	
Propos recueillis par	
Thomas Stenger et Camille Picard	53
<i>Les procédés d'attention publicitaires : l'homme politique</i>	
<i>peut-il s'inspirer des marques ?</i>	
Sonia Capelli, William Sabadie et Olivier Trendel ...	71
<i>Les émotions dans le marketing politique</i>	
Virginie Martin	87
<i>Défaite et succès des marqueteiros : le marketing politique</i>	
<i>au Brésil</i>	
Renato Janine Ribeiro	103
<i>Obama 2008 : l'inflexion numérique</i>	
François Heinderyckx	119

Le marketing politique

<i>Les limites du consumérisme politique : l'exemple du Tea Party</i>	
Nicolas Baygert	133
<i>Les contradictions du nouvel espace public médiatisé</i>	
Dominique Wolton	151
<i>Bibliographie sélective</i>	169
<i>Glossaire</i>	171
<i>Les auteurs</i>	177
<i>Table des matières</i>	181

Les termes repris dans le glossaire sont suivis d'un astérisque*
Les notes figurent en fin de texte.
Les textes qui suivent ont été retravaillés pour des raisons éditoriales.
Les textes de la revue *Hermès* publiés entre 1988 et 2009 sont en accès libre sur <http://irevues.inist.fr/hermes>

Les Essentiels d'HERMÈS

Directeur de la publication, Dominique Wolton

Responsable de la collection, Éric Dacheux

Coordinateur de l'ouvrage, Thomas Stenger

Depuis plus de vingt ans, la revue *Hermès* du CNRS analyse les formidables mutations de la communication. *Les Essentiels d'Hermès* souhaitent faciliter l'accès de tous à cette recherche contemporaine. Une volonté de rapprocher communication, savoirs et connaissances.

D.W.

LE MARKETING POLITIQUE

Douter de l'existence du marketing politique, c'est s'assurer d'être pris pour un naïf. Le recours aux outils et au langage du marketing par le monde politique paraît évident, tout comme la manipulation des citoyens par le marketing. En cette année d'élections présidentielles, cet ouvrage propose un examen critique et international du marketing politique. Des chercheurs de disciplines différentes soulignent que les rapports entre marketing et politique sont plus complexes, plus subtils qu'on ne le pense généralement. Comprendre sans préjugés, mais non sans esprit critique.

Auteurs : Nicolas Baygert, Michel Bongrand, Sonia Capelli, Éric Dacheux, Roger Dupuy, François Heinderyckx, Virginie Martin, Renato Janine Ribeiro, William Sabadie, Thomas Stenger, Olivier Trendel, Dominique Wolton.

8 € prix valable en France

ISBN : 978-2-271-07343-3

ISSN : 1967-3566



9 782271 073433

www.cnrseditions.fr