

Rencontres avec Michel Offerlé, 2019, Éditions du Croquant.

Partis politiques en contexte autoritaire

Mounia Bennani-Chraïbi

Sans ambiguïté aucune, Michel Offerlé présente son « Que sais-je ? » comme un « non-manuel » sur les partis politiques dans « les systèmes politiques dans lesquels il y a un type particulier de compétition partisane », à savoir les régimes démocratiques (Offerlé, Leca, 1988). Pourtant, les outils d'analyse qu'il propose méritent d'autant plus d'être mis à l'épreuve des contextes autoritaires que les partis politiques y sont trop souvent appréhendés par la littérature dominante sous le prisme de la résilience autoritaire ou des prérequis démocratiques, de la « radicalisation » ou de la « modération », de la « force » de ces organisations ou de leur « faiblesse ». À contre-courant des étalonnages sous-jacents à de telles lectures binaires, l'approche idéale-typique offerléenne permet de se saisir des mutations qui travaillent de telles entreprises politiques (Offerlé, 1985 ; 2012 [1987] ; 2006). La faire voyager dans un contexte autoritaire changeant, comme celui du Maroc, constitue un puissant antidote face à l'illusoire « constance du nominal » (Lehingue, 1997).

La démarche qui sous-tend *Les partis politiques* est en soi une invitation au décloisonnement. Un double désenclavement de l'objet parti politique est préconisé : d'une part, « en le traitant *sociologiquement* et *historiquement*, à partir des acquis de la sociologie classique (Marx, Durkheim, Weber), de la sociologie des organisations (Crozier, Schlesinger, Panebianco), des interactionnismes, des sociologies de l'action collective, et de la sociologie des champs (Bourdieu) » ; d'autre part, en dénaturalisant les partis politiques, considérés comme « une des *formes historiquement déterminées* d'entreprise politique », indissociables des « configurations sociales et politiques qui les contraignent et les travaillent » (Offerlé, 2012, p. 13, 4-5).

En effet, l'apport majeur de cet ouvrage réside dans la conception relationnelle défendue : un parti politique doit être analysé non seulement comme une entreprise politique orientée vers la conquête « des trophées politiques », mais aussi « *comme un espace de concurrence objectif* » (*ibidem*, p. 15). Il s'agit alors d'être attentif aux contraintes qui pèsent sur les entrepreneurs politiques sous trois angles en particulier : la « genèse », le « type » et la « variabilité des ressources » ; « la logique de la concurrence qu'impose le marché » ; « la structuration même des réseaux » préexistants (*ibidem*, p. 36). Dès lors, plutôt que de produire une énième typologie des partis politiques, Offerlé adopte une approche idéale-typique, qui différencie aussi bien les partis politiques entre eux que les agents en compétition au sein d'une même entreprise politique : « la rencontre des capitaux collectifs partisans et des capitaux sociaux individuels produit trois types de relations — toujours mouvantes — dans lesquelles les hommes politiques sont soit *redevables de leurs ressources* à leur parti, soit *relativement indépendants* par rapport à lui, soit ont su *accumuler, grâce à lui, un capital propre* qui fonde leur propre autonomie » (*ibidem*, p. 48). Le « capital collectif partisan » renvoie à une « marque politique », un sigle, des emblèmes, un programme, des locaux, une organisation, des militants, des permanents, des ressources provenant de cotisations, etc. Inversement, les « capitaux individuels » sont « attachés à la personne, incorporés et reconnus par des attributs et des titres socialement pertinents : nom propre, capacité d'expertise, réseau de relations sociales, des ressources monétaires et des mandats électifs acquis en dehors des partis » (*ibidem*). Dans l'entre-deux, à travers leur engagement dans un parti politique, des agents accumulent leur propre capital politique (« mandats partisans et électifs, ancienneté dans la carrière, structuration de réseaux sur un territoire »).

Une telle approche ouvre des voies au comparatisme qui, à quelques exceptions près (par exemple : Aït-Aoudia, 2015 ; Combes, 2011 ; Vannetzel, 2016), restent insuffisamment

explorées dans l'étude des partis politiques en contexte autoritaire. En amont, elle permet de contourner la tendance dominante à se focaliser sur la « crise des partis », leurs « faiblesses », ou leurs « dysfonctionnements », au regard d'un étalon ou d'un horizon d'attente démocratique (Catusse, Karam, 2010). Elle contribue également à réfréner la tentation d'anthropomorphiser et de réifier les collectifs partisans. Plutôt que d'ériger des « propriétés de situation » en caractéristiques inhérentes à un type d'entreprise partisane (Offerlé, 2012, p. 44), elle incite à discerner les réajustements et les réadaptations qui permettent à un capital politique d'« être efficient dans un champ politique situé et contextualisé, donc dans le temps et dans l'espace » (Offerlé, 2017, p. 488) et, ce faisant, à être à l'affût des circulations et des acculturations mutuelles.

La perspective offerléenne est tout particulièrement heuristique pour appréhender le fait partisan dans un contexte autoritaire changeant comme celui du Maroc. Certes, l'opposition faite par Maurice Duverger entre « partis de cadres » et « partis de masse » s'est révélée opératoire pour examiner la genèse du phénomène partisan sous le Protectorat (Rézette, 1955), ou l'encouragement des « partis de notables » par la monarchie, au lendemain de l'indépendance, en vue d'encadrer les élites rurales et de contrer l'avancée des partis de masse, animés par les élites citadines (Leveau, 1985). Néanmoins, à l'heure où de nombreux chercheurs constatent que les modalités de libéralisation du marché électoral marocain ont contribué à « notabiliser » la plupart des partis politiques, les différentes tentatives de typologisation se révèlent peu éclairantes.

À partir de la fin des années 1990, l'ingénierie électorale a pris le relais de l'intervention directe dans les urnes pour entraver aussi bien la constitution d'une majorité politique homogène que l'affirmation d'une force politique dont les capacités de mobilisation électorale surpasseraient celles de ses concurrents, dissuadant de fait un vote fondé sur une offre programmatique. Et, bien que l'exécutif issu des urnes se soit renforcé d'une réforme constitutionnelle à l'autre, la formation de gouvernements hétéroclites accentue la prééminence de l'exécutif monarchique. Dès lors, une inversion ponctuelle du principe censitaire se manifeste à la jonction entre deux phénomènes. N'ayant plus à se rendre aux urnes sous la menace des autorités politiques, les électeurs appartenant aux catégories populaires constatent que leur voix a acquis une valeur — au moins marchande — dans un contexte de clientélisme concurrentiel. En revanche, une partie des couches moyennes déserte les urnes en raison même de sa « sophistication politique ».

Dans un tel contexte, les mobilisations clientélares se réajustent, se complexifient, tout en se diffusant. Pour optimiser leurs chances dans la course aux mandats, les partis politiques, dotés d'un capital partisan collectif faible ou érodé, présentent des candidats suffisamment fortunés pour investir dans une campagne électorale coûteuse. Derrière la mise en avant d'un candidat ou d'une tête de liste, se tissent des réseaux et des mobilisations en lien, d'une part, avec les opportunités de redistribution particulariste offertes par des programmes publics de développement et, d'autre part, avec les offres associatives qui se démultiplient dans leur prolongement. Dès lors, mandats communaux, régionaux, parlementaires et positions gouvernementales se raffermissent mutuellement pour capter le vote des catégories populaires, non seulement dans les circonscriptions rurales surreprésentées grâce à l'ingénierie électorale, mais aussi dans les zones urbaines où des taux de participation faibles constituent un atout majeur pour les mobilisations clientélares et marchandes. Ce faisant, ces campagnes électorales trahissent un brouillage des frontières entre les entreprises « *personnelles, discontinues et locales* » et celles qui sont « *anonymes, continues et nationales* » (Offerlé, 2012, p. 23-24). Elles donnent à voir quatre configurations idéales-typiques (voir tableau infra).

La première est en affinité avec une entreprise politique dotée d'un important capital collectif partisan. Ses agents électoraux sont des adhérents du parti politique, dévoués à la cause

que celui-ci défend, ainsi que des membres de ses organisations parallèles et d'associations locales, animées par ses membres et ses sympathisants. Leur rétribution est pour l'essentiel symbolique. L'offre électorale combine des « biens publics indivisibles » abstraits (une cause, des valeurs, un programme) et matériels (des politiques publiques dont bénéficie principalement son électorat), des « biens publics divisibles » (des emplois), ainsi que des « biens privés divisibles ». Les votes produits sont sur enjeu, de remise de soi (identification au parti), ou de clientèle.

La seconde configuration donne à voir une faible articulation entre, d'une part, un « *big man* » (Sahlins, 1963), fortement doté en capitaux individuels et disposant d'un accès privilégié à des centres de redistribution de ressources publiques et privées et, d'autre part, une entreprise politique faiblement dotée en capitaux collectifs partisans. Outre des intérimaires rétribués, les agents électoraux sont des clients du « *big man* » : des personnes dotées d'un capital d'autochtonie et qui servent de relais avec des réseaux de proximité, plus ou moins stabilisés dans le cadre d'associations de quartier par exemple. Les rétributions consistent en biens publics matériels indivisibles et divisibles, en biens privés divisibles, et trahissent des formes de privatisation du « *welfare* » (Marwell, 2004). Les votes de clientèle et la vente de votes sont prédominants.

Les configurations suivantes combinent les caractéristiques des deux premières. La troisième laisse entrevoir une forte articulation entre une entreprise politique au capital collectif partisan plus ou moins érodé et un « *big man* », doté en capitaux individuels, voire en capitaux accumulés grâce à sa carrière au sein du parti, ou à sa filiation avec un membre important du parti. Les agents électoraux sont aussi bien d'anciens membres du parti, des clients du « *big man* », que des intérimaires. Par ailleurs, dans ce type d'entreprises s'observent des phénomènes de partisanisation de « clients », et de clientélisation ou même de rémunération de « militants » par le « *big man* ». La nature de l'offre électorale et le mode de production du vote tendent à agréger ceux des deux premiers types d'entreprises.

Le quatrième idéal-type traduit une articulation faible entre un « *big man* » et une organisation fondée sur des relations horizontales (associative par exemple), et dotée en capitaux collectifs. À la veille d'un scrutin législatif, celle-ci identifie un candidat de stature nationale, et négocie avec lui les termes de l'échange, sur la base de sa traduction de « l'intérêt général » de la localité qu'elle représente (voir par exemple Tamim et Tozy, 2010). La nature de l'offre électorale et le mode de production du vote sont relativement similaires au cas précédent.

En somme, selon des configurations variables, ces entreprises semblent être à la fois « personnelles » et « anonymes » ; leurs entrepreneurs disposent de manière prépondérante tantôt de « capitaux collectifs partisans », tantôt de « capitaux propres », tantôt d'une combinaison entre les différents types de capitaux. Leurs agents sont des « militants », des « clients » et des intérimaires, ou un mixte de ces profils. Bien que souvent discontinues, elles nécessitent de plus en plus un entretien régulier. Alors même que leur réussite dépend de leur ancrage dans un territoire, elles se développent au croisement du local, du régional et du national.

Tableau : idéaux-types d'entreprises politiques selon les capitaux prépondérants, le type d'agents électoraux, la nature de l'offre électorale et le mode de production de vote (inspiré des tableaux réalisés par Michel Offerlé, 1985)

Type d'entreprise	1) Entreprise politique fortement dotée en capitaux collectifs partisans	2) Articulation faible entre un « big man » et une entreprise politique faiblement dotée en capitaux collectifs partisans	3) Articulation forte entre un « big man » encarté et une entreprise politique aux capitaux collectifs partisans érodés	4) Articulation faible entre un « big man » et une organisation associative fortement dotée en capitaux collectifs
Capitaux prédominants de l'entrepreneur politique en tête de liste	Capitaux collectifs partisans	Capitaux propres	Capitaux propres, capitaux collectifs partisans, capitaux accumulés grâce au parti	Capitaux propres
Agents électoraux	- Militants, sympathisants, membres des associations et des organisations parallèles, bénéficiaires et membres de leur famille	- Clients du « big man » (individus, membres des réseaux de clientèle et de proximité, associations de quartier, etc.) - Intérimaires rémunérés	- Militants et sympathisants, membres des associations et des organisations parallèles, (clientélisés par le candidat en tête de liste) - Clients du candidat en tête de liste encartés - Intérimaires rémunérés	- Association (dotée d'un capital collectif) : rôle central dans le choix du candidat et dans la négociation des termes de l'échange autour d'enjeux locaux ; maillon entre un candidat à stature nationale et des réseaux de clientèle et de proximité à caractère local
Nature de l'offre électorale	- Biens publics indivisibles abstraits et matériels - Biens privés divisibles	- Biens publics matériels indivisibles et divisibles - Biens privés divisibles	- Biens publics indivisibles abstraits et matériels - Biens publics et privés divisibles	- Biens publics indivisibles abstraits et matériels - Biens publics et privés divisibles
Mode de production de vote	Vote sur enjeu, remise de soi, vote de clientèle	Vote de clientèle, vente de vote	Vote de clientèle, remise de soi, vente de vote	Vote sur enjeu, remise de soi, vote de clientèle

Références :

Aït-Aoudia Myriam (2015), *L'expérience démocratique en Algérie (1988-1992). Apprentissages politiques et changement de régime*, Paris, Presses de Sciences Po.

Catusse Myriam, Karam Karam (2010), « A Return to Partisan Politics? Partisan logics and political transformations in the Arab world » dans *Returning to Political Parties? Political Party Development in the Arab World*, Beirut, Lebanese Center for Policy Studies, p. 11-59.

Combes Hélène (2011), *Faire parti. Trajectoires de gauche au Mexique*, Paris, Karthala.

Lehingue Patrick (1997), « La 'volatilité électorale' : fluidité des définitions, infidélité des mesures et flottement des interprétations », *Scalpel. Cahiers de sociologie politique de Nanterre*, n° 2-3, p. 123-177.

Leveau Rémy (1976), *Le fellah marocain défenseur du trône*, Paris, Presses de la FNSP.

Marwell Nicole P. (2004), « Privatizing the Welfare State: Nonprofit Community Based Organizations as Political Actors », *American Sociological Review*, vol. 69, n° 2, p. 265-291.

Rézette Robert (1955), *Les partis politiques marocains*, Paris, Armand Colin.

Sahlins Marshall D. (1963), « Poor man, rich man, big man, chief : political types in Melanesia and Polynesia », *Comparative Studies in Society and History*, vol. 5, n° 3, p. 285-303.

Tamim Mohamed, Tozy Mohamed (2010), « Politique des marges et marges du politique. Les logiques du vote collectif à Ouneine (Haut-Atlas, Maroc) » dans Mohamed Tozy (ed.), *Élections au Maroc. Entre partis et notables (2007-2009)*, Casablanca, Imprimerie Najah El Jadida, p. 107-160.

Vannetzel Marie (2016), *Les Frères musulmans égyptiens. Enquête sur un secret public*, Paris, Karthala.