

### B3 – Macron/LePen même combat

Au delà de la contestation des procédures électorales, contestation et nous pouvons même dire rejet, qui conduit la plus grande majorité des français à s'abstenir de s'exprimer sur les choix fallacieux qu'on leur propose, il apparaît que le peuple français manifeste également sa défiance vis à vis du système dans son ensemble,

Ce système qui n'a fait qu'aggraver les inégalités sociales depuis qu'il a été mis en place vers la fin du 19ème siècle, cad depuis environ 150 ans.

Ce système qui prétend avoir installé définitivement le bien être pour tous, en s'appuyant sur les indices d'accroissement du niveau de vie, sur l'accroissement du niveau technologique des outils destinés faciliter la vie quotidienne des citoyens, et sur un certain nombre d'autres accroissements, certes réels,

Mais ce système qui, au bout de compte a également accru les différences de richesses entre les plus riches et les plus pauvres dans des proportions jusqu'à présent inconnues dans l'histoire de l'homo sapiens, cad depuis 300.000 ans, 3.000 siècles, dans des proportions énormes, un écart entre les plus riches et les plus pauvres, en tout cas multiplié au moins par 1.000 depuis ces 2 derniers siècles.

Eh bien ce système, il est représenté, dans le concret ordinaire, par des individus physiques, femmes ou hommes, véritables VRP, agents bateleurs et colporteurs des concepts fondamentaux sur lesquels il est fondé.

Ces agents du système dirigent des « entreprises politiques » dont le « business model » est entièrement dépendant de ce système, des entreprises politiques dont le chiffre d'affaires est déterminé par la vente de leurs « produits » auprès de leur clientèle.

Les produits de ces PME politiques, ce sont des idées sociétales simples, et les clientèles ce sont les groupes de citoyens qui aiment entendre ces idées simples et mettent un bulletin dans une urne pour le signifier.

L'objectif unique des ces patrons de PME politiques, qu'ils se nomment Emmanuel Macron, Marine Le Pen, Jean Luc Mélenchon, Valérie Pécresse, Anne Hidalgo, pour ne citer que les plus gros chiffres d'affaires, c'est le même que celui de n'importe quel patron de PME, c'est de vendre le plus possible leurs idées simples particulières auprès de leur clientèle respectives,

Mais c'est aussi d'essayer d'accroître le volume de leur clientèle au détriment de celle de leurs concurrents en proposant des idées plus attractives, la vente finale se matérialisant par le bulletin de vote qui rapporte 1,70 euro par an, à son destinataire, ce qui donne en terme chiffré pour les principales PME politiques françaises :

En Marche : 22 220 050 par an

Les Républicains : 12 880 944

Parti socialiste : 6 001 343

Rassemblement national : 5 144 536

Mouvement démocrate (Bayrou) : 4 516 652

La France insoumise : 4 459 212

Union des démocrates, radicaux et libéraux (22 députés Parti plateforme financière) : 3 867 497

Parti communiste français : 2 156 743

Europe Écologie Les Verts : 1 419 570

Vous l'avez donc bien compris, l'objectif de chacun de ces entrepreneurs politiques, c'est bien d'assurer la pérennité de leur entreprise, afin de pouvoir continuer à payer les rémunérations de leurs salariés, et, en premier lieu de celle de leur dirigeant.

Leur objectif n'est pas autre que celui-là, et pour ce faire, ils doivent trouver des idées qui plaisent à leur clientèle traditionnelle, et même essayer de trouver de nouvelles idées qui vont plaire à la clientèle du concurrent afin d'augmenter leur chiffre d'affaires.

C'est cela leur combat, et leur seul combat : La recherche d'idées de plus en plus séduisantes. Et ils disposent pour cela d'un outil spécifique : le marketing qualitatif.

Le marketing qualitatif qu'est-ce que c'est ? Ce terme emprunté au domaine de l'entreprise commerciale désigne l'ensemble des techniques destinées à la collecte d'informations permettant de comprendre l'attitude et les motivations des individus d'une population.

Ces techniques reposent le plus souvent sur des entretiens individuels ou sur des entretiens de groupe à partir d'un petit échantillon, appelé panel. Appliqué au marché des produits politiques ces entretiens individuels ou de groupe, ce sont naturellement les fameux sondages, réalisés de différentes façons, mais tous destinés à identifier le plus précisément possible la nature des stimuli susceptibles de déclencher l'acte de mettre le bon bulletin dans l'urne, exactement de la même façon que appliqué au marché des yaourts, ce type de technique permettra de connaître la nature de l'édulcorant aromatisé qui possède le plus de chance de déclencher l'acte d'achat dudit yaourt.

Voici donc, rapidement synthétisé, mais très exactement défini le même combat que mènent identiquement Emmanuel Macron et de Marine LePen lors de ce 2ème tour de l'élection présidentielle.

Ce combat n'est pas le combat pour un avenir meilleur pour tous les citoyens, c'est simplement un combat pour un avenir pour chacun d'eux, en tant qu'individu.

Je vous remercie de votre attention, et à bientôt