

## Notre démarche (extraits de l'introduction)

Un bon président est un président qui réussit sa communication. Sur ce point, pour François Hollande, c'est raté. Il est vite devenu le président des couacs. Bientôt, ce sera la primaire de la Belle Alliance. C'est donc l'heure du bilan. François Hollande finira ce mandat avec plusieurs records de défiance et d'insatisfaction dans les sondages. Ce livre présente le bilan de sa communication à l'Élysée.

De quoi est faite la communication de François Hollande ? D'abord, des idées qui structurent une vision et un projet. Bien sûr, d'un homme avec sa psychologie, ses talents et ses failles. Mais aussi, d'un entourage, à savoir ses femmes et ses conseillers. D'une palette d'outils, certains classiques, d'autres numériques. À quoi il faut ajouter les symboles, les bad buzz et les autres acteurs avec qui il partage la scène. Il y a, enfin, les paroles et les actes pour promouvoir ses politiques et pour faire face aux crises. Nous faisons, dans ce livre, la chronique et l'analyse de 75 mots-clés qui couvrent l'ensemble de ces catégories.

François Hollande est probablement le président de la République qui a donné le plus d'interviews, prononcé le plus de discours et parlé le plus aux journalistes. Il parle beaucoup, mais les Français « *n'impriment* » pas. Ils sont, en fait, très rares, ceux qui comprennent encore le hollandais. Et si une majorité avait cru le comprendre en 2012, beaucoup sont aujourd'hui en colère contre une langue qui leur est devenue étrangère. Nous avons, quant à nous, voulu prendre François Hollande au mot. Nous avons donc étudié le hollandais. Nous avons travaillé sur textes, à partir d'articles de presse, de quelques livres et des abondantes paroles publiques du Président, sans exercice pratique de diction ou de conversation, ni stage linguistique de découverte ou d'immersion à l'Élysée.

La communication est souvent l'objet de malentendus parce qu'on y projette toutes sortes de choses, allant de la magie au mépris. Commençons par clarifier quelques points. D'abord, la communication n'est pas la politique, même si elle y est omniprésente. Le chômage, la guerre, les attentats ou la vie privée ne se réduisent pas à la communication qui est faite sur ces sujets. Ensuite, notre propos n'est pas d'évaluer les politiques, les décisions prises, leurs résultats, leur efficacité ou leur absence d'efficacité. Il traite uniquement de la communication de François Hollande. Mais il y a déjà tellement à dire sur ce sujet !

En troisième lieu, notre métier est d'analyser et construire des messages et des stratégies de communication, principalement pour des entreprises. Notre regard sur la communication de François Hollande est donc différent de celui des journalistes et des universitaires. Enfin, la communication n'est pas une science exacte. Nos textes sont des éclairages qui sont le fruit de nos partis pris. D'autres vérités sont donc possibles. Nous sommes, de plus, conscients qu'il est toujours plus facile de pointer rétrospectivement des erreurs que de les déceler à chaud, le nez collé sur l'événement.

Notre analyse de la langue hollandaise est une sorte de puzzle. Les mots s'emboîtent les uns dans les autres. Une vue d'ensemble se dégage au fur et à mesure que l'on complète le puzzle. Nous en présentons une synthèse en sept points, permettant au lecteur de pratiquer le zapping, de lire dans l'ordre de son choix, bref de naviguer à sa guise parmi les 75 mots qui composent ce livre.