

UNIVERSITE DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR

ECOLE DOCTORALE 481 SCIENCES SOCIALES ET HUMANITES

Thèse de doctorat en sciences de gestion

Soutenue le 20 septembre 2010 A 14h30 UFR DROIT ECONOMIE GESTION AMPHI 150.

Directeurs de recherche : David Carassus et Jean-Pierre Domecq

Titre : « De l'application des représentations sociales en marketing politique : Etude sur les militants du Parti socialiste au cours de la présidentielles de 2007 ».

Résumé :

Ce travail propose la transposition du concept des représentations sociales au marketing politique. En effet, l'arrivée massive de nouveaux adhérents, en l'espace de deux ans, au sein du parti socialiste, d'une part, et l'usage par la candidate officielle du Parti socialiste, d'une stratégie de communication focalisée sur la triangulation, d'autre part, posent la question du partage des valeurs de ce parti centenaire entre ses membres anciens et nouveaux.

Ce travail se propose donc de définir, dans un premier temps, la structure des représentations sociales du Parti socialiste au sein de ses militants afin d'étudier si ces membres forment, en dépit de leur date d'arrivée et de leur sensibilité à la triangulation, une seule et même communauté, ou si ce double fait, met en péril cette même communauté. Sept hypothèses sont testées. Deux concernent l'aspect organisationnel, cinq l'aspect de communication politique.

Fondée sur une revue de littérature tant en marketing politique qu'en représentation sociale, ce travail prend appui sur une expérimentation en milieu naturel structurée en trois temps :

- une étude qualitative exploratoire auprès d'un public expert,
- une étude discursive du programme de la candidate socialiste,
- une étude quantitative auprès de 571 militants.

Les apports théoriques de ce travail concernent, tout d'abord, l'alliance originale de deux champs ayant eu peu de lien auparavant. Ensuite, la cible d'étude, à savoir les militants qui apparaissent dans la littérature comme peu employées, constituent ici l'unique population observée et, ce, à une grande échelle quantitative.

Les apports managériaux concernent la dimension organisationnelle, dans la meilleure connaissance des arrivants dans une organisation. Ils permettent aussi, pour la première fois, d'évaluer en interne la perception de l'utilisation de la stratégie de la triangulation.