



# Equipes Populaires - Liège

22 février 2024

Populiste toi-même  
Midi Ciné





# I. Le populisme

Peuple  
Elites

# Le champ politique

- Terme **polymorphe** (champ scientifique et champ politique)
  - Multitude de situations, d'actions et d'acteurs politiques
  - Souvent réduit à l'extrême droite
  
- Champ politique
  - Dénigrer/déstabiliser un adversaire
  - Critique
  - Démagogie
  - Instrumentalisation des foules
  - Simplisme
  - Mais aussi: se revendiquer du populisme ? (ex: Mélenchon, Le Pen, Zemmour)

# Le champ analytique

## ➤ Champ scientifique

- Pas une idéologie mais se greffe sur des idéologies (gauche et droite)
- Rhétorique, argumentaire ou discours pouvant être de gauche ou de droite, d'extrême gauche ou d'extrême droite
- Style politique

## ➤ Margaret Canovan

- Discours qui se caractérise par la présence systématique d'une dichotomie entre deux entités antinomiques: le peuple VS les élites

# Le peuple

## (1) Peuple: majoritaire, homogène, travailleur

### ➤ Majoritaire:

- L'appel au peuple est la source de légitimité
- « gens ordinaire », « monsieur et madame tout le monde »,...

# Le peuple

## ➤ Homogène:

### ➤ Margaret Canovan

- United people (peuple uni): inclusif et contre les partis, les intérêts privés, les formes de division
- Our people (notre peuple): exclusif et définit par des caractères ethniques, rejet des étrangers
- Ordinary people (peuple ordinaire): mobilisé contre les privilégiés

### ➤ Pierre-André Taguieff

- Populisme protestataire
- Populisme identitaire

### ➤ Guy Hermet

- Peuple plèbe
- Peuple nation

# Le peuple

## ➤ Travailleur

- Retraités et jeunes compris
- Notion de travail, d'effort et de mérite

## ➤ Majoritaire, homogène et travailleur

Et donc **honnête, juste, souverain et légitime**

## ➤ Il n'y a pas de populisme sans appel au peuple

# Les élites

## (2) Elites : minoritaires, hétérogènes, paresseuses

### ➤ Minoritaires

- « Nous » contre « eux »
- Elites: partis, juges, chefs d'entreprises, multinationales
- Des lieux: la City, Bruxelles
- Confisquent le pouvoir, la souveraineté

### ➤ Hétérogènes

- Pas de culture, pas de langue, pas d'identité
- Maximiser leurs intérêts (politiques ou économiques)

# Les élites

## ➤ Paresseuses

- « ne produisent rien »
- « vivent sur le dos de... »
- Ex: banquiers, politiciens, syndicalistes, artistes subventionnés

# Le/la populiste

## (3) Le leader

- Réussite sociale
- Honnête, sincère
- Communication/charisme

### ➤ Légitimité du leader

- **Issu du peuple**: parle comme lui, vit comme lui, vient de lui
- (re)donner le pouvoir au peuple
- **Pas de programme** mais **une promesse** de changement (Patrick Charaudeau)
- « Fin de la corruption », « rendre le pouvoir », « en finir avec... »



## II. Les partis d'extrême droite

### Inégalitarisme, nationalisme et radicalisme



# Les partis d'extrême droite

- (1) Inégalitarisme
- Racisme
  - un ensemble de préjugés formulés à l'égard d'un groupe d'individus rassemblés autour de traits physiques ou psychologiques communs.
  - une doctrine biologique fondée sur la supériorité ou l'infériorité des races
  - 1) différentes races; 2) continuité entre physique et pensée et hérédité; 3) primauté du groupe (pas de comportement individuel); 4) hiérarchie; 5) appliquer des politiques
- Racisme biologique vers un racisme culturel
  - Essentialisation de communautés figées
  - Culturalisme
  - Assimilable >< non-assimilable

# Les partis d'extrême droite

- (2) Nationalisme
- Nation
  - Pure, homogène
  - Souveraine, indépendante
- Nationalisme étatique – Nationalisme ethnique
  - « Eux » - « Nous »
  - Langue, traditions, coutumes
  - Rejet de l'immigration, du multiculturalisme, de la diversité
- Haine de l'autre -> Protection de soi
- Préférence nationale, emploi de souveraineté

# Les partis d'extrême droite

- (3) Sécuritarisme
- Respect de l'ordre et de l'autorité
  - « Law and Order », sécuritarisme
  - Armée, police, institutions judiciaire
- Radicalisme: Aller à la racine des problèmes
  - Prisonnier d'une idéologie
  - Absence de compromis

# III. Les discours

Construire/déconstruire  
Agir



# Les discours

- (1) Discours ne sont pas neutres
  - Stratégies, intérêts
- (2) Discours traduisent une **identité rhétorique** et **idéologique**
  - Vocabulaire, rhétorique, récit sur le monde, entités (classe sociale, race, peuple, nation...), ennemis, valeurs
- Pierre Bourdieu (la **synonymie n'existe pas**):
- Michel Pêcheux ( pas des mots mais des « **exploitations sémantiques** particulières »):  
« Le sens d'un mot, d'une expression, d'une proposition n'existe pas 'en soi-même' mais est déterminé par les positions idéologiques mises en jeu dans le processus social-historique où mots, expressions et propositions sont produites » (*Les vérités de La Palice*).

# Les discours

- La signification des mots change en fonction des contextes (rouge/mariage)
- Un terme peut-être réinterprété dans des cadres idéologiques différents (peuple, laïcité, liberté)
- Etudier la « **formation discursive** » (le sens des mots en fonction des positions tenues par ceux qui les emploient)
  - Ex: « guerre », « Europe forteresse », « occupation »...

# La « formule » (Alice Krieg-Planke) – l' « *empty signifier* » (Ernesto Laclau; Chantal Mouffe)

- Formule (mot-clé, mot-slogan)
  - « un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent les enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire » (*La notion de formule*)
  - « un référent social, un signe qui désigne quelque chose pour tous à un moment donné » (*dictionnaire de l'analyse du discours*)
- Conditions
  - Un caractère figé / une inscription discursive / un fonctionnement comme référent social / une dimension polémique
  - (UN signifiant, DES signifiés)
- Exemples
  - Peuple, laïcité, mémoire... démocratie

# Les discours?

- (3) Discourir est une forme d'**action** sur le monde
    - Pas des traduction de la réalité sociale en mots mais un outil de création d'une réalité sociale
  - Amélie Seignour (parler c'est agir):  
« Parler c'est sans doute échanger des informations ; mais c'est aussi effectuer un acte, régi par des règles précises, qui prétend transformer la situation du récepteur et modifier son système de croyance et/ou son attitude comportementale [...] l'homme communiquant n'est pas le miroir réfléchissant d'une réalité, mais le constructeur incessant de ses réalités » (*Méthode d'analyse des discours*).
- > Etudier les discours permet d'identifier une **réalité sociale** produite par un acteur
- L'analyse met en évidence un vocabulaire, une rhétorique, un argumentaire mais aussi les acteurs, les idéologies, autrement dit, une vision du monde construite et véhiculée.

# Les discours?

- Discourir, c'est agir:
  - Crise de l'accueil ou vague migratoire?
  - Féminicide ou crime passionnel?
  - Lanceur d'alerte ou complotiste?
  - Extrême droite ou droite radicale?
  - Extrême gauche ou gauche authentique?
  - Nationaliste ou patriote?
  - Ils et elles ou ils ?





# Analyse (3)

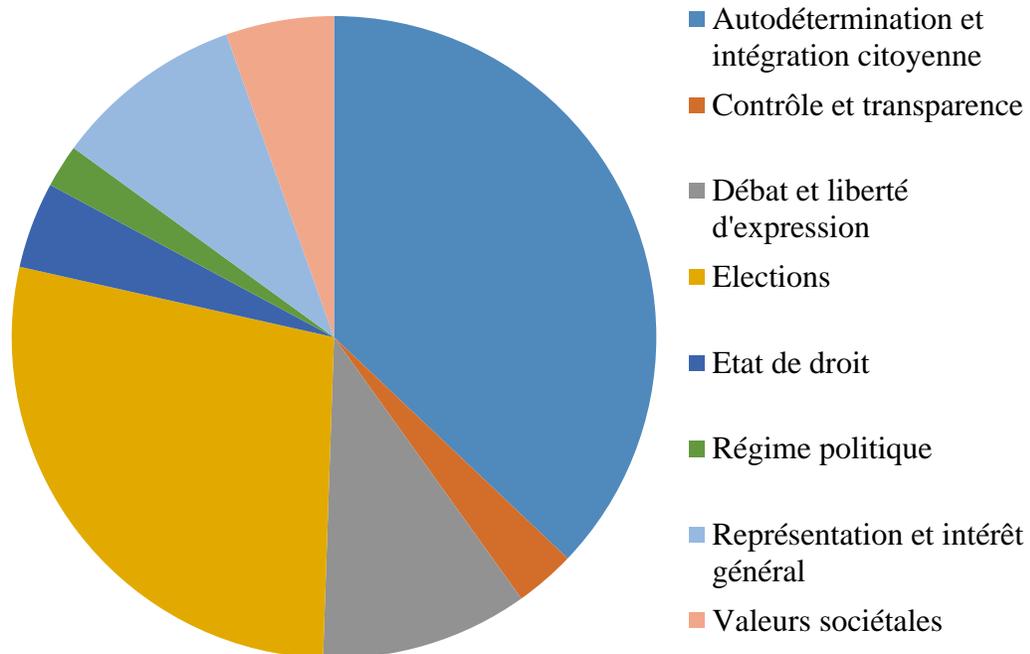
## Occurrences

- Orateurs
- Périodes
  - Elections
  - Opposition/gouvernement (FPÖ)
- Publics/lieux
  - Discours électoraux, conférences de presse, communiqués, interventions

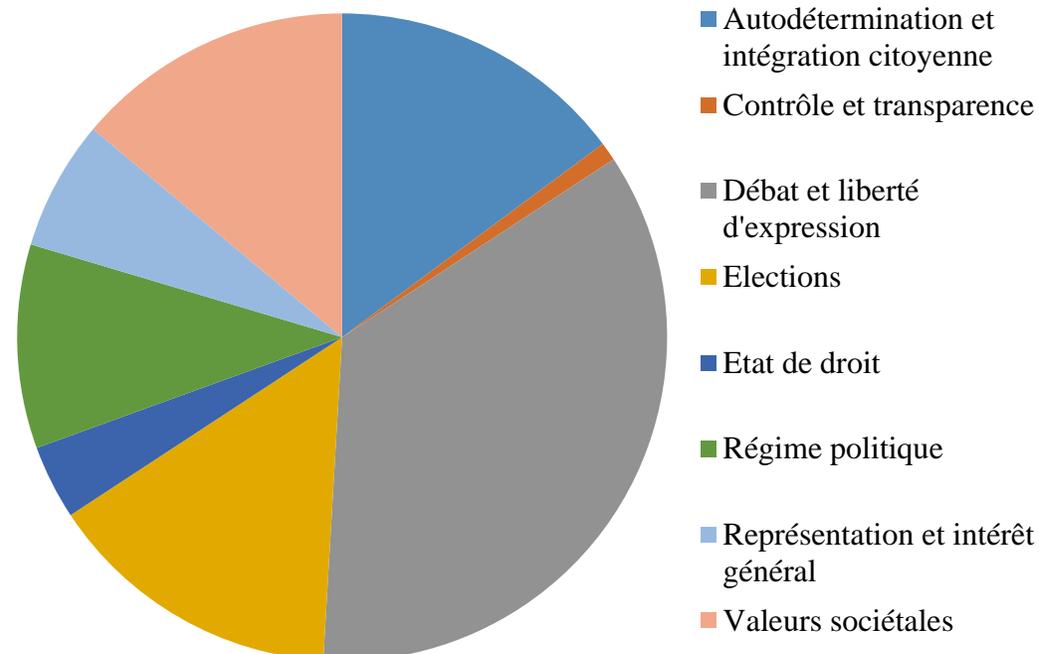
Genres des discours	Occurrences	Documents avec le lemme «démocratie»	Total des documents	Ratio
Publication internet	88	44	364	0.12
Communiqué de presse	415	260	2622	0.10
Conférence de presse	18	3	7	<b>0.43</b>
Discours public	129	26	42	<b>0.62</b>
Intervention au sein des institutions	31	17	425	0.04

# Analyse (4)

## FPÖ (Parti d'opposition)



## FPÖ (Parti de majorité: 2017-2019)



# Analyse (5)

- RN – Démocratie et référendum
  - La délégation FN souhaite tout d'abord féliciter madame May de la constance de sa position et de sa détermination à respecter la décision souveraine du peuple britannique. Face aux multiples pressions nationales comme européennes, le Premier ministre britannique donne une grande leçon de démocratie à tous ceux tentés de passer, une fois de plus, outre la volonté populaire (RN 2017).
  - Alors que le sentiment indépendantiste est clairement minoritaire en voix en Catalogne et que les forces politiques démocratiques respectueuses de la Constitution de l'Etat Espagnol et de son unité, s'opposent à ces vellétés séparatistes et extrémistes, nous souhaiterions connaître la position de la Commission sachant que l'Etat espagnol est une nation souveraine (ALIOT 2016).

# Analyse (5)

- RN – Démocratie et référendum
  - La délégation FN souhaite tout d'abord féliciter madame May de la constance de sa position et de sa détermination à respecter la décision souveraine du peuple britannique. Face aux multiples pressions nationales comme européennes, le Premier ministre britannique donne une grande leçon de démocratie à tous ceux tentés de passer, une fois de plus, outre la volonté populaire (RN 2017).
  - Alors que le sentiment indépendantiste est clairement minoritaire en voix en Catalogne et que les forces politiques démocratiques respectueuses de la Constitution de l'Etat Espagnol et de son unité, s'opposent à ces velléités séparatistes et extrémistes, nous souhaiterions connaître la position de la Commission sachant que l'Etat espagnol est une nation souveraine (ALIOT 2016).

# IV. La communication politique

Pourquoi? Comment?  
Ou? Quand?



# Agenda politique

- Michel Rocard (fin 80)
  - « 70% du temps d'un responsable est consacré à la communication »
  - Des contraintes
    - Transparence, instantanéité, scoop, dramatisation/spectacularisation
- Vitesse de l'information
  - Caractère éphémère et donc un souci du **court terme**
- Transparence
  - Difficulté de prendre des **mesures impopulaires**
- Michel Rocard
  - « Il y a quelque chose de terrifiant dans la différence entre la réalité de la société et des enjeux politiques et les simplifications produites par les médias »

# Agenda politique

- Les médias participent à la formation de l'agenda politique
  - Personnalisation
  - Spectacle (info-spectacle plutôt qu'information)
  - « BFMisation » (somme de sujets courts, sans lien, sans cesse renouveler afin de maximiser l'audience)
  - Légitimation des sources de pouvoir (surreprésentation des autorités dans l'info).

# Professionalisation

- Soutien populaire comme **condition de légitimité**
  - // Intérêt général
  - Sondages
- Investissement des gouvernements
  - En publicité
  - En actions de communication
  - En recrutement professionnel
- France: **SIG** – Service d’information du gouvernement (1996)
  - Organe chargé d’informer le premier ministre sur l’évolution de l’opinion publique et du traitement médiatique de l’action gouvernementale.
  - Cellule stratégique (évaluer l’opinion et identifier les sujets)

# Professionalisation

- **Logique politique vs logique médiatique** de la gouvernance
  - Politique = professionnel de la communication
  - Electeurs = consommateurs
- **Démocratie d'opinion ou démocratie du public**
  - Image publique dépend de la couverture médiatique positive ou négative
  - Politique rythmé par les sondages
  - Course à l'électeur médian
  - Concurrence de la vie politique permanente
- « **Médiacratie** »
  - Pression sur la vie politique (les affaires)
  - Opposer à la logique représentative (distanciation) – Autonomie
  - Mandat impératif dissimulé

# Marketing politique

- Kotler 1999
  - 1) Evaluer l'**environnement**
    - Etat de l'économie, humeur de l'électorat, préoccupations centrales, niveau participation
  - 2) Evaluer le **candidat**
    - Sortant ou challenger, atouts et faiblesses,
  - 3) **Marketing stratégique**
    - Segmentation de l'électorat
    - Ciblage (**micro targeting**)
    - Positionnement
  - 4) Détermination des **buts** et la stratégie de campagne
    - Définition des messages (slogans) reflétant la philosophie
  - 5) **Communication**
    - Gestion des déplacements, publicité, choix des médias, messages, soutiens (**citizen-campaigner**)

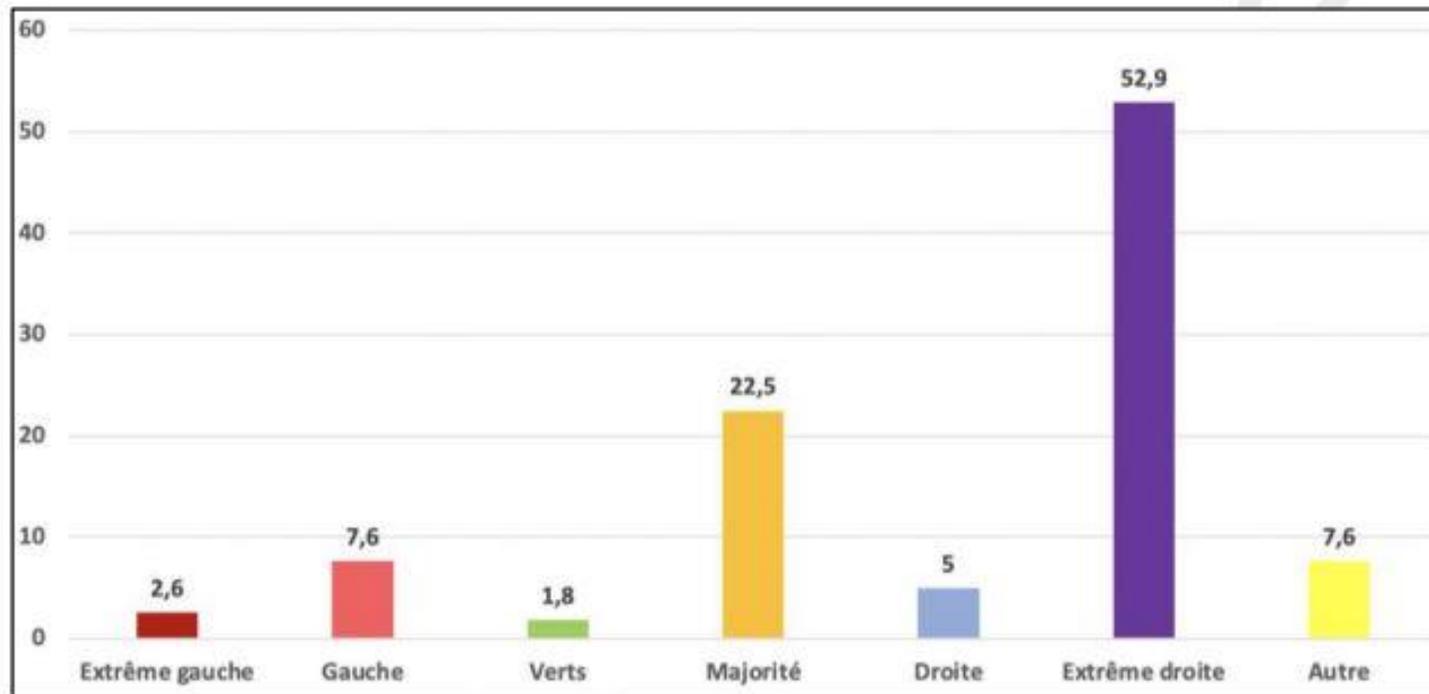
# Marketing politique

- Le marketing électoral fait appel
  - À la sociologie électorale
  - Aux sondages
  - À des entretiens individuels et collectifs (Bush: [Focus Group](#))
- Conseils en communication / Consultants politiques
  - Mesurer l'opinion publique
  - Cibler les électeurs
  - Lever des fonds
  - Rédiger des messages/communiqués/discours
- [Simplicité, attrait, crédibilité, originalité](#)

# Analyse (1)

L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. La pré-campagne (septembre - décembre 2021)  
 Claire Sécaïl, chargée de recherche CNRS (Laboratoire Cerlis, Université de Paris)

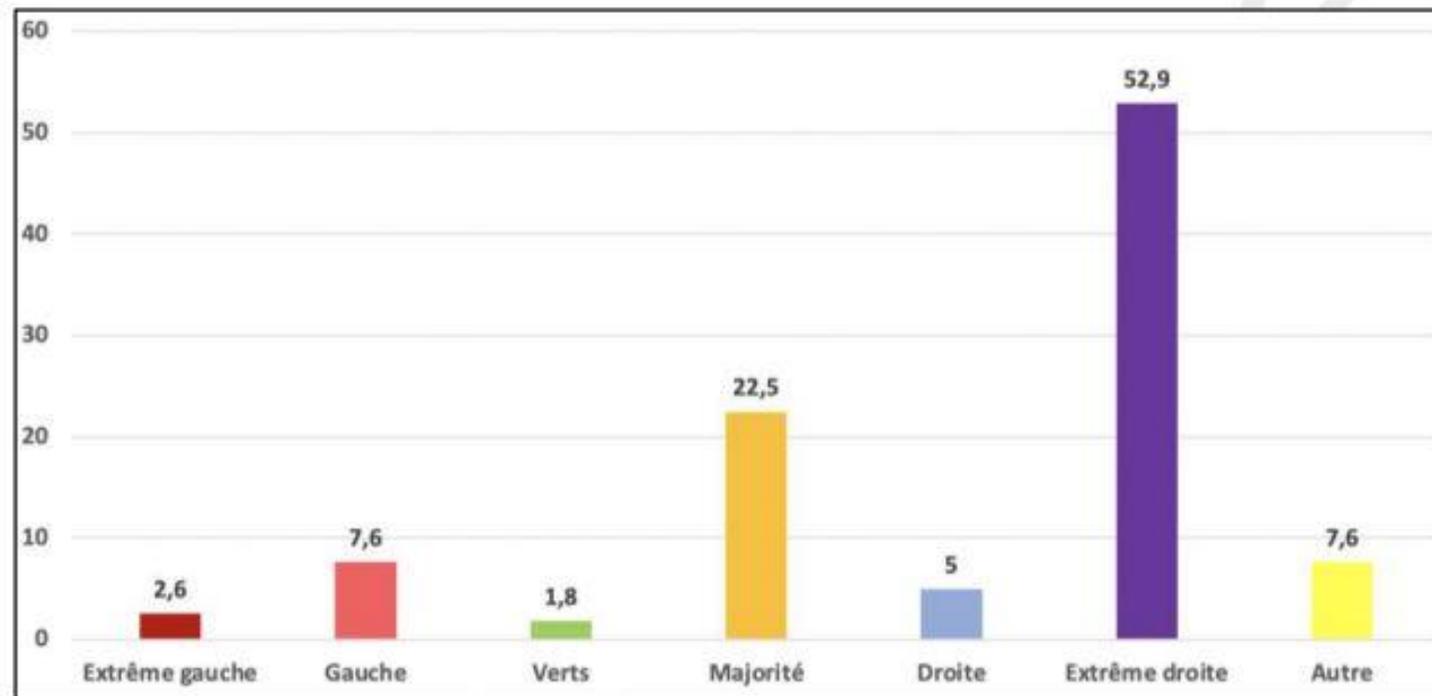
**FIGURE 6**  
 Temps d'antenne par famille politique dans TPMP – sept/déc. 2021 (%)



# Analyse (2)

L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. La pré-campagne (septembre - décembre 2021)  
 Claire Sécaïl, chargée de recherche CNRS (Laboratoire Cerlis, Université de Paris)

**FIGURE 6**  
**Temps d'antenne par famille politique dans TPMP – sept/déc. 2021 (%)**



# Financement des partis belges

- Financement des partis politiques depuis les années 70
  - Financement public
  - Via les Assemblées parlementaires
- **Loi 4 juillet 1989**
  - Réglementation du financement
  - Financement privé est extrêmement limité (1/4 ou moins)
- Toutes les formations +- 75 millions par ans
  - **Dotation fédérale** (par la Chambre -> plus élevée si présence Chambre et Sénat)
  - **Dotation par le parlement Flamand et le parlement Wallon.**
  - **Financement public indirect pour les groupes politiques**
    - Parlement, Conseil provincial,... financement les groupes politiques représentés (plus de députés, plus de financement)
  - (Ne prend pas en compte les salaires des élus ; certains redistribuent au parti - PTB).

# Financement des partis belges

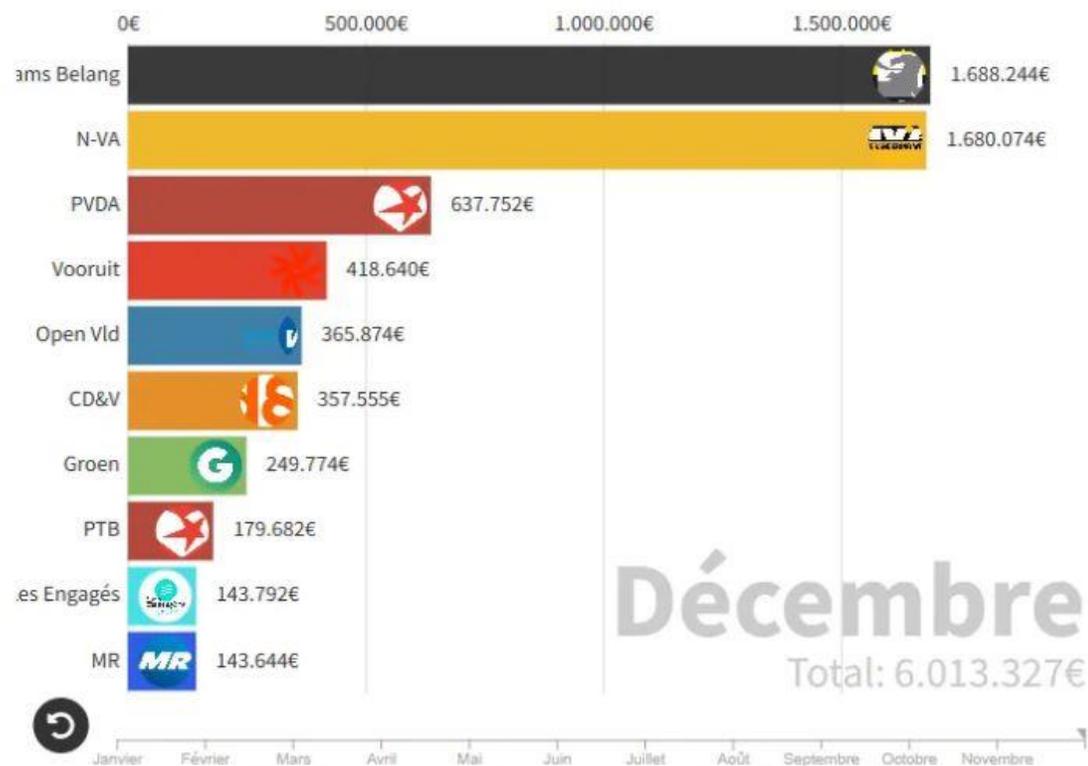
- Montant dépend du succès du parti
  - Dotation publique fédéral
    - Chaque parti à la Chambre et au Sénat: 280,000 euros par ans
    - Uniquement à la Chambre 206,000 euros
  - Dotation variable
    - Sur une année, le parti reçoit une somme liée au nombre de voix
    - Défi: chaque voix 3,5 euros (+ les 206,000 = +- 700,000 euros)
    - A la Chambre et au Sénat: chaque voix 4,90 euros
      - N-VA: 5,5 millions
      - VB: 4 millions
      - PS: 3,5 millions
      - PTB: 3 millions
      - MR: 2,8 millions
      - Engagés: 1,5 millions

# Financement des partis belges

- Dépenses (les plus grands dépensiers en Europe)
  - Montant limité durant les campagnes (pas plus d'un million d'euros et maximum par candidat en fonction de la place sur la liste)
  - Interdiction de vendre des gadgets ou cadeaux électoraux
  - Pas utiliser de panneaux ou d'affiches de type commercial
  - Idem pour les panneaux et affiches non commerciales de plus de 4m2
  - (Publicité de nature politique est autorisée sur internet)
- Investir dans l'immobilier?
- Investir dans un centre d'étude?
- Investir dans la communication?
- PS :
  - Centre d'études – Institut Emile Vandervelde
  - Collaborateur 70
- VB:
  - Collaborateur: 1-2
  - Communication

# Analyse (3)

## En 2023, les partis ont dépensé 6 millions d'euros de publicités sur Meta



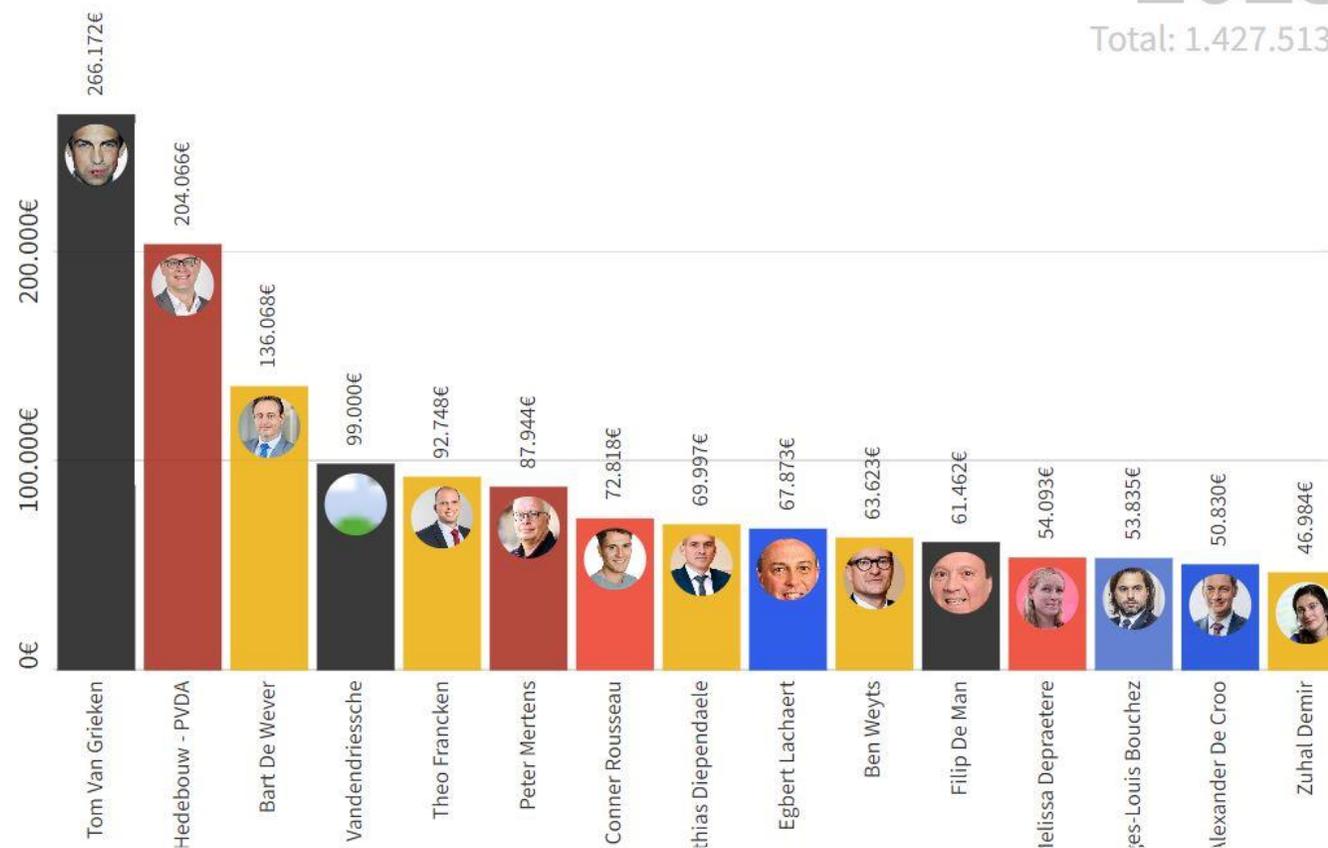
Source: Adlens / Ad Library - Facebook • Les montants de ce graphique sont hors TVA comme il est indiqué dans la librairie Facebook

# Analyse (4)

## Top 15 des pages des politiques belges les plus sponsorisées

2023

Total: 1.427.513€



Source: Adlens / Ad Library - Facebook • Les montants de ce graphique sont hors TVA comme il est indiqué dans la librairie Facebook



# V. Le cordon sanitaire

Oui mais...

Non!

# Période électorale en Belgique

- Débute 3 mois avant le jour du scrutin
- **Obligation pour les éditeurs de définir un dispositif électoral et de le communiquer au public (depuis 2018 sur les réseaux sociaux)**
  - Dans les dispositifs précédents, à la majorité: « temps de parole égal »
  - Possible de privilégier un temps de « parole proportionnel »
  - Ou de combiner les deux
  - Réflexion sur l'ordre de passage
- Habillage neutre
- Classement des communes par ordre alphabétique
- Egalité Femmes/Hommes
- Représentation des minorités (possible d'imposer un cadre aux partis)
- Tenu d'assurer une visibilité des petites listes
- Favoriser l'accessibilité des programmes
- Publication des sondages avec obligations qualitatives
  - Échantillons, approche scientifiques...

# Initiative de la RTBF

- Scrutin 24 novembre 1991
  - Montée VB qui rejoint le CA de la radio-télévision publique flamande
- Décembre 1991
  - Administrateur RTBF et CA décident de refuser l'accès
    - Convention Europ. DH
    - Pacte Culturel (Loi 16 juillet 73)
- 1994, action judiciaire contre la RTBF par le FN
  - Tracts du parti ne justifient pas un refus
- 1999, action judiciaire contre RTBF de Marguerite Bastien
  - Cordon validé par le juge
  - Pacte Culturel
  - Statut RTBF sur les contenus racistes et xénophobes
- //2007, 2012
- // 2017, 2019 avec le PP

# Décret de la Com. Fr.

- Décret de la Communauté française du 14 juillet 1997 (Statut RTBF)
  - Incompatibilité mandant administrateur et parti ne respectant pas:
    - Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales
    - Racisme et xénophobie
    - Reconnaissance génocide

# Mise en place

- 10 mars 1999
  - CSA: « recommandations relatives à l'information et à la publicité pour la période couvrant la campagne électorale du 13 mars au 13 juin 1999 »
  - Racisme, xénophobie, génocide
  - Discrimination, haine, violence vis-à-vis d'une personne, groupe de personnes (sexe, de leur race, de leur couleur, de leur ascendance ou origine nationale ou ethnique)
- Actualisation les années suivantes pour les campagnes électorales
- 22 novembre 2011
  - Approuvée par le Gouvernement de la Communauté française – et dont l'application est donc obligatoire (statut légal)
- Version actuelle, deuxième version, 23 janvier 2018

# Application

- Cordon sanitaire politique
- Cordon sanitaire médiatique
  - Absence en Belgique néerlandophone
  - Absence en Belgique germanophone
  - Empêcher les **partis, représentants** ou **mouvements** non respectueux des principes et **valeurs démocratiques** (partis d'extrême droite et les partis religieux fondamentalistes) ne puissent disposer d'un temps de **parole libre en direct**.
  - En revanche, les journalistes ont le droit – et ils y sont même invités – de parler de l'extrême droite et de son programme, à la **condition de mettre en perspective ce courant politique et ses idées**.
  - Reproduire des propos de représentants d'extrême droite recueillis en interview est possible, mais en les **insérant dans un article cadrant ces propos**.

# Impact

- **Faible** structure et visibilité de l'extrême droite
  - Limiter la diffusion
  - // Luxembourg
- **Fort** engagement associatif et syndical
  - RTC (PP)

# Limites

- Quand ce n'est pas en direct?
  - Avril 2020 – Tom Van Grieken (VB): Wilfried
  - 29 mai 2023 – Jérôme Meunier (Chez Nous): RTBF
- Quand ce n'est pas un parti qualifié d'extrême droite?
  - (Ou plus le cas: JR sur LN24)
  - Centres fermés (fin 80/93), fin aides sociales pour les étrangers en séjour illégal (90/91), question de la déchéance nationalité
  - Métaphores (eau, afflux, passoire, vanne...): catastrophe naturelle, danger -> déshumaniser
  - Les autres partis? Certaines personnalités politiques?

# Limites

- Quand c'est **en ligne**?
  - Importance des réseaux sociaux et des « communautés », « bulle de filtres »
  - Vlaams Belang TV (VBTV)
  - Télé NATION Info
- Incompréhension de certains?
  - Les jeunes
  - « Victimisation »
  - Extrême gauche?
  - Hier oui mais aujourd'hui?
- Positionnement de certains médias de proximité questionné par des juges
  - 2018: parti liberticide, PP, positionnement du CSA?
  - Renvoyé vers UNIA
  - « Pas de problème » par téléphone
  - **Exemple des positionnements d'un télévision locale**

# Bas les Masques

## Environnement du discours

- **Quand ?**
  - o Période électorale, rentrée politique, fin d'année/nouvel an, gestion de crise...
- **Où ?**
  - o Bureau, chez une personne/entreprise, en extérieur, sur un plateau...
- **Contexte ?**
  - o Aucun discours n'est un monologue, c'est toujours un dialogue. A quoi/qui répond le discours ? Attaque, défense, anticipation, annonce d'événement...

*Quel est le contexte du discours et comment celui-ci l'influence-t-il ?*

## Forme du discours

- **Type**
  - o Politique, juridique, médical, journalistique...
- **Genre**
  - o Tract électorale, programme, déclaration gouvernementale, vœux, publication sur les réseaux sociaux...

*Quels sont les objectifs de ce discours ? Pourquoi est-il tenu ? Que souhaite-il partager ?*

*Comment le type et le genre du discours influencent-ils sa forme et son fond ?*

## Emetteur du discours

- **Identité**
  - o Fonction, responsabilité, parcours professionnel...
- **Ethos/Pathos/Logos**
  - o Verbal : registres de la langue (familier, soutenu), expressions, tic...
  - o Non-verbal : vêtements, posture, gestes, occupation de l'espace, nervosité/tranquillité...
- **Légitimité/crédibilité**

*Qui est l'émetteur de ce discours, quelle relation souhaite-t-il établir avec moi et pourquoi est-il légitime ou crédible dans son propos ?*

François Debras

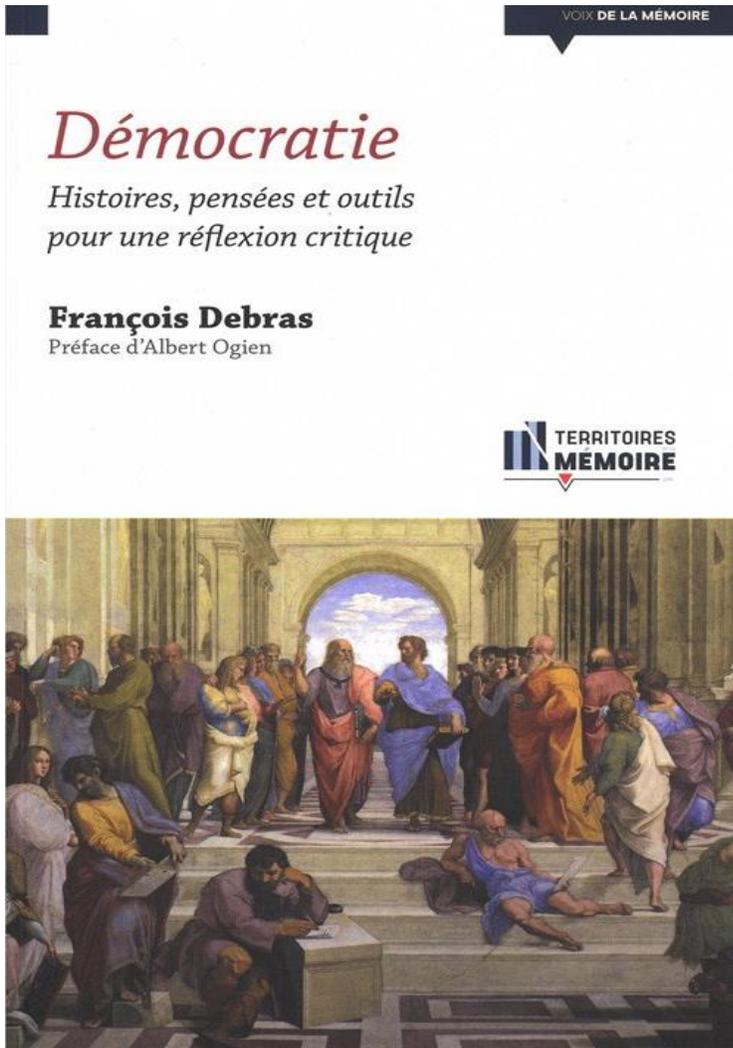
francois.debras@uliege.be

@PopEx   

## Fond du discours

- **Analyse lexicométrique**
  - o Quels mots sont utilisés ?
  - o Quel récit sur le monde : entités (classes sociales ? races ? religions ? corps ? groupes ? identités ?), ennemis (bouc émissaire?), valeurs...
  - o Quelles formules, quels concepts opérationnels (démocratie, laïcité, participation, proximité, mémoire...)?
  - o Quels mythes ?
- **Analyse sémantique et rhétorique**
  - o Quels cadres du discours ? Autour de quelles thématiques, sujets ou angles d'attaque est-il construit ?
  - o Comment est-il structuré, organisé ?
  - o Quels arguments sont mobilisés ? Pour arriver à quelle conclusion ?
  - o Les éléments explicites ? Les éléments implicites ?
  - o Présence de sophismes ?
  - o Langue de bois ?
  - o Faux dilemme ?
  - o Réparation d'image ?
  - o ...
- **Analyse idéologique**
  - o Quelles sont les idéologies qui se « cachent » derrière les mots, les énoncés, les éléments avancés ?
  - o Quels rapports de force cela soulève-t-il ?
  - o Quelles incitations à l'action ?

*Les discours ne sont jamais neutres. Ils ne sont pas des traductions de la réalité sociale en mots mais un outil de création d'une réalité sociale. Discourir, c'est agir sur la réalité en la construisant. Discourir, c'est transformer la situation du récepteur et modifier son système de croyance ou son comportement. Les discours sont des outils performatifs d'un acte volontaire d'influence.*



# Pour aller plus loin...

**En Bref** ▶ **Tout lire**  
Définir les termes, les comprendre pour mieux les employer, les analyser pour mieux les appliquer.

 <p>10:55</p>	 <p>11:34</p>	 <p>9:06</p>
<b>Extrémisme, radicalisme, populisme - En Bref (PopEx)</b> PopEx 323 vues • il y a 3 mois	<b>Extrême droite - En Bref (PopEx)</b> PopEx 200 vues • il y a 2 mois	<b>Distinguer la gauche de la droite - En Bref (PopEx)</b> PopEx 305 vues • il y a 6 jours

**Rencontres - Podcasts** ▶ **Tout lire**  
Discussion ou débat avec un invité afin de mieux comprendre un phénomène, des partis ou des idéologies

 <p>40:40</p>	 <p>43:13</p>	 <p>37:13</p>
<b>La montée de l'extrême droite - Rencontre (PopEx)</b> PopEx 122 vues • il y a 6 mois	<b>Extrême et ou populisme de gauche - Rencontre (PopEx)</b> PopEx 112 vues • il y a 5 mois	<b>Liberté d'expression, peut-on tout dire ? - Rencontre...</b> PopEx 135 vues • il y a 2 mois

## @PopEx

## populisme, extrémisme et complotisme

### Populisme, extrémisme et complotisme

Actualités, analyses et débats

PopEx

