

# Comme des poulets sans tête

*Anathème*

Depuis longtemps l'idéologie n'est plus qu'une marque. Il ne s'agit plus de croire en quelque chose, encore moins d'agir en conformité avec une quelconque croyance. L'idéologie n'est plus utile qu'en tant que moyen de se positionner sur un marché. Est-on un produit de luxe pour nantis qui veulent se rêver en combattants de la liberté ? Il faut alors choisir pour nom « BMW », « Cacharel » ou « Mouvement réformateur ». Souhaite-t-on au contraire viser un public populaire, adepte de plaisirs simples et préoccupé par la fin du mois ? Il sera alors judicieux d'opter pour « Dacia », « Lidl » ou « Parti socialiste ». Et ainsi de suite. Qu'importe que l'acheteur exploite réellement les possibilités de son moteur surpuissant, achète réellement moins cher son Gouda jeune (pour une qualité équivalente), obtienne une meilleure couverture sociale ou voie ses impôts s'alléger. Ce sont des marques et elles vendent une appartenance, une prestance, une expérience particulière au consommateur... jusqu'à ce qu'il s'en lasse.

La quasi-totalité du personnel politique l'a compris, qui promet de négocier « sans tabou » et « sans apriori idéologique » et qui accuse d'être doctrinaire tout qui refuserait de vendre père et mère pour un portefeuille ministériel.

Or, ces marques doivent souvent faire alliance pour vendre leurs produits : Lego et Star Wars, Vans et Peanuts, Vuitton et Brigitte Macron, PS et MR. Cependant, toutes les associations ne sont pas envisageables : Chanel et C&A, Jaguar et Coca Cola, Apple et Steradent, MR et PTB. Voilà qui rend improbables certaines coalitions, pourtant potentiellement fort utiles pour conquérir le pouvoir.

On le voit, revendiquer une identité forte pour vendre son produit peut fermer des marchés. Certes, une solution peut être trouvée dans le développement d'une sous-marque, comme les Listes Destexhe, qui permettent d'approfondir les alliances avec l'extrême droite quand la marque principale cherche des accointances au centre. Ce n'est cependant qu'un pis-aller tant le risque est grand de faire naître des tensions autour des stratégies de positionnement et de voir la sous-marque devenir une concurrente de celle qu'elle était censée épauler. L'ambition est de conquérir des marchés, pas de se partager des positions déjà clairement établies.

C'est pourquoi il faut aller plus loin. En l'état, une seule option réaliste semble envisageable : réduire la marque à un logo, sans signification d'aucune sorte. C'est ce qu'entreprend actuellement

le parti le plus novateur de l'échiquier politique belge : le MR. En effet, après avoir gouverné aux côtés de l'extrême droite et cautionné l'ensemble de ses positions, il a dû constater que la mode avait changé. Après le danger du Grand Remplacement et de l'austérité budgétaire, c'est le réchauffement climatique et l'interventionnisme étatique qui sont en première page des journaux. Les jeunes et les vieux se mobilisent, les spécialistes sortent de leurs bureaux pour tirer la sonnette d'alarme, les initiatives politiques se multiplient et, surtout, les sondages indiquent une forte progression des partis écologistes, au Nord comme au Sud du pays. La situation est délicate, l'abandon de toute fidélité est la solution.

Bien entendu, le bilan environnemental du gouvernement sortant est lamentable et l'engagement du MR sur ces questions est depuis toujours inexistant. Mais ça, c'était avant, quand le MR était de droite et tapait sur l'épaule de l'homme qui a vu l'homme qui a plaisanté avec Bob Maes ! Ce temps est révolu et se centrer sur un bilan relèverait du passéisme. Les hommes d'hier peuvent aujourd'hui être des hommes nouveaux !

Dès lors, et sans rien renier de leur action passée, les politiques ayant l'usage du logo « MR » ont entrepris la mise sur le marché de nouveaux produits correspondant à la demande actuelle du consommateur : l'écoréalisme, la taxe sur le kérosène, la privatisation des baleines... La thématique environnementale n'appartient à personne, répètent-ils à l'envi. Et ils ont parfaitement raison : dans l'ère postmarque qu'ils inaugurent, rien n'appartient à personne et tout le monde peut vendre n'importe quelle marchandise. Qu'importe que l'on soit un nouveau concessionnaire ou une institution vénérable ?

Du reste, ceux qui pensent avoir une autorité particulière en matière environnementale parce qu'ils s'en soucient depuis des décennies devraient susciter la méfiance de la clientèle. Comment s'assurer qu'ils seront à même de proposer de nouveaux produits et de nouvelles expériences une fois l'écologie démodée ? Qui voudrait de mandataires qui resteraient attachés à leurs promesses, plutôt que de sentir l'air du temps et de comprendre, par exemple, que sont revenues en vogue la traque des chômeurs ou la répression des migrants avec l'aide des services de sécurité de dictatures africaines ? Pour l'instant, seul le MR semble en mesure d'accomplir cette prouesse d'être un parti totalement fluide, ce sera la clé de leur succès.

Il faut en effet mettre au crédit du Mouvement sa capacité à prétendre en même temps incarner une « N-VA francophone » et un parti plus environnementaliste qu'Écolo, et plus social que le PS. Dispersion ? Perte de repères ? Naufrage intellectuel ? Opportunisme nauséabond ? Que nenni ! Souplesse et offre diversifiée, voilà tout ! Le MR est en passe de devenir un bouquet politique, comme il y a des bouquets médiatiques. Chacun pourra zapper constamment et passer d'un extrême à l'autre, trouver, à tout moment, une déclaration rassurante, une attaque vivifiante, un remugle satisfaisant, correspondant à son humeur de l'instant.

Certes, on objectera que le centrisme et les listes d'ouverture ont constitué autant de tentatives en ce sens. Bien entendu, mais tellement inabouties. Il y a ici une réjouissante radicalité qui règle d'avance tous les problèmes : le MR promeut l'ensemble des idées envisageables dans le spectre politique, porte sa propre contradiction, négocie avec lui-même. Incarnation ultime de la démocratie dans toutes ses complexités, il entreprend de concentrer

en son sein la totalité des opinions parmi lesquelles il ne restera qu'à puiser en fonction de l'humeur populaire du moment ou des injonctions du patronat.

Plus encore, nombre de ses têtes pensantes ont entrepris de défendre personnellement tout et son contraire, de porter une parole le matin et une autre le soir venu. Climat sceptique de toujours signant la « loi climat », porte-parole défendant l'irresponsabilité d'une déclaration de révision de la Constitution et la proposition de modifier la Constitution pour y introduire des dispositions sur le climat, critique de la radicalité des Khmers verts leur reprochant également de ne pas se soucier réellement de l'environnement, adeptes du laisser-faire prônant des mesures fortes en matière climatique, les ténors du MR sont en passe d'intégrer la diversité contradictoire au plus profond d'eux-mêmes.

Gageons que ce n'est là qu'un assouplissement en vue d'une généralisation de ce mode de non-pensée. Après le « jamais avec la N-VA » qui ne fit pas long feu face à la proposition de collaboration de cette marque prestigieuse en Flandre, on peut s'attendre à un « jamais avec le PTB » qui augurera des plus audacieuses propositions d'alliance, faisant cette fois fi de toute inclination naturelle ou incompatibilité doctrinale. S'ouvrira alors une ère de stimulante fluidité politique, permettant à chacun de faire n'importe quoi et de développer n'importe quelle non-pensée : non seulement les classiques libéralisme social et libéralisme identitaire, mais aussi une écologie conservatrice, un capitalisme communiste ou, pourquoi pas, un centrisme socialiste d'extrême droite.

Et si les autres partis résistaient à ce mouvement ? Il faudrait alors s'attendre à une victoire encore plus éclatante du MR. Séduit par une formule *all inclusive* lui offrant l'ensemble des propositions

auxquelles il peut rêver, l'électeur ne manquera en effet pas d'abandonner à leur triste sort les formations concurrentes, engoncées dans leurs convictions, pour voter en masse pour le MR. Rapidement, celui-ci deviendra un parti unique et démocratique, en un mot, un parti-démocratie, ayant ingéré l'ensemble du spectre politique. Ce parti unique incarnant la diversité rendra inutile toute alternance, car on ne peut faire alterner tout et tout. À sa tête, des hommes-démocratie tiendront avec fermeté et pusillanimité les rênes du pouvoir, représentant tous et chacun, sans besoin de représentation de la diversité, ni de parité homme-femme ni, bien entendu, de limitation des mandats dans le temps. Étant tout et son contraire, ces partis-démocratie et hommes-démocratie parachèveront la fin de l'histoire.

Alors, sous une inconstante fêrule reflétant nos changeantes humeurs, nous vivrons enfin une démocratie en phase avec le pays réel. Alors nos maîtres nous représenteront totalement et parfaitement, comme des poulets sans tête.