

CZU: 342.511(44)  
DOI: 10.5281/zenodo.7030765

## VICTORIA LUI EMMANUEL MACRON - 2022: IMAGINE ȘI POZIȚIONARE. EȘECUL DIN ALEGERILE PENTRU ADUNAREA NAȚIONALĂ

### **Aurelia PERU-BALAN**

Republica Moldova, Chișinău  
Academia de Administrare Publică  
doctor habilitat în științe politice, conf. univ.  
ORCID: 0000-0001-5199-0540  
e-mail: peruaurelia@gmail.com

### **Vitalina BAHNEANU**

Republica Moldova, Chișinău  
Universitatea de Stat din Moldova  
doctor în filologie, conf. univ.  
ORCID: 0000-0002-2314-3851  
e-mail: vitalina.bahneanu@gmail.com

---

*În acest articol ne propunem să facem o analiză a tehnicilor de relații publice folosite de personalul lui Emmanuel Macron la alegerile prezidențiale din aprilie 2022. Ne referim la tehnicile de poziționare, distincte de ceilalți concurenți și mai ales de concurentul din turul doi, Marine le Pen. Elucidăm contextul în care s-a desfășurat campania – războiul din Ucraina și președinția franceză a Consiliului European. De asemenea, am reflectat asupra vizitei de lucru a președintelui Macron în România și Republica Moldova și asupra percepției oportunității acesteia, inclusiv pentru consolidarea imaginii personale.*

***Cuvinte-cheie:** Macron, alegeri prezidențiale, Adunarea Națională, Le Pen, imagine, poziționare.*

## **EMMANUEL MACRON'S 2022 VICTORY: IMAGE AND POSITIONING. FAILURE IN THE ELECTIONS FOR THE NATIONAL ASSEMBLY**

*In this article we aim to make an analysis of the public relations techniques used by Emmanuel Macron's staff in the presidential election of April 2022. We refer to the positioning techniques, distinct from the other competitors and especially from the competitor in the second round, Marine le Pen. We elucidate the context in which the campaign took place - the war in Ukraine and the French presidency of the European Council. We also reflected on President Macron's working visit to Romania and Moldova and the perception of its opportunity, including for personal image consolidation.*

***Keywords:** Macron, presidential election, National Assembly, Le Pen, image, positioning.*

## **LA VICTOIRE D'EMMANUEL MACRON 2022: IMAGE ET POSITIONNEMENT. ECHÉC AUX ÉLECTIONS DE L'ASSEMBLÉE NATIONALE**

*Dans cet article nous visons à faire une analyse des techniques de relations publiques utilisées par le personnel d'Emmanuel Macron à l'élection présidentielle d'avril 2024. Nous évoquons les techniques de positionnement distinctes des autres concurrents et notamment du concurrent au second tour, Marine le Pen. Nous élucidons le contexte dans lequel s'est déroulé*

*ulée la campagne - la guerre en Ukraine et la présidence française du Conseil européen. Nous avons également réfléchi à la visite de travail du président Macron en Roumanie et en Moldavie et à la perception de son opportunité, y compris pour la consolidation de l'image personnelle.*

**Mots-clés :** *Macron, élection présidentielle, Assemblée nationale, Le Pen, image, positionnement.*

## ПОБЕДА ЭММАНУЭЛЯ МАКРОНА 2022: ИМИДЖ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ. ПРОВАЛ НА ВЫБОРАХ В НАЦИОНАЛЬНОЕ СОБРАНИЕ

*В этой статье мы хотим провести анализ методов связей с общественностью, использованных штабом Эммануэля Макрона на президентских выборах в апреле 2022 года. Мы имеем в виду приёмы позиционирования, отличные от других конкурентов и особенно, от конкурента во втором туре, Марин Ле Пен. Определим контекст, в котором происходила кампания — война на Украине и председательство Франции в Совете Европы. Также выскажем свою точку зрения о рабочем визите президента Макрона в Румынию и Молдову, о вытекающих перспективах и объективных возможностях, в том числе для укрепления личного имиджа.*

**Ключевые слова:** *Макрон, президентские выборы, Национальное собрание, Ле Пен, имидж, позиционирование.*

### Introducere

Alegerile prezidențiale din Franța din aprilie 2022 au avut o rezonanță și mize mari atât la nivel național, cât și pentru întregul bloc comunitar. Emmanuel Macron a încercat să se impună ca un lider al UE, după plecarea din politica mare a cancelarului german Angela Merkel – intenție care i-a reușit. O sursă suplimentară de PR politic pentru Macron a fost și președinția franceză la Consiliul European. Campania prezidențială a coincis și cu războiul din Ucraina. Pe această dimensiune, Macron a încercat se medieze dialogul dintre Moscova și Kiev, dar nu i-a reușit. În studiul propus, vom elucida și rezultatele alegerilor pentru Adunarea Națională, care vor determina potențialul politic al președintelui reales și posibilitatea implementării programului electoral.

Macron a ales să aplice o strategie de comunicare pozitivă, fiind stăpân pe „contextul preelectoral”. A încercat să se distanțeze de imaginea de președinte elitist, iar la nivel european a reușit să demonstreze că Franța are un cuvânt de spus în politicile UE și aceasta i-a adus rezultatul scontat.

Pentru studiul efectuat au fost aplicate metode adiacente științei comunicării politice

– metoda sistemică, comparativă, analiza de conținut.

### Context

Alegerile prezidențiale din Franța s-au desfășurat într-un context internațional extrem de tensionat pe fundalul războiului din Ucraina, care a generat mai multe crize: energetică, de securitate, criza refugiaților, criza umanitară. Sondajele de opinie arătau că principala îngrijorare a francezilor o reprezintă scăderea puterii de cumpărare din cauza creșterii prețurilor la energie și a inflației. Totuși, chiar dacă sondajele arătau că, în general, alegătorii sunt nemulțumiți de politicile economice ale lui Macron, în timpul mandatului său șomajul a ajuns la cel mai scăzut nivel de după izbucnirea crizei economice globale din 2007-2009.

În cursa prezidențială din Franța -2022 s-au înregistrat 12 candidați. După primul tur de scrutin, președintele în exercițiu Emmanuel Macron a obținut 27,84% din voturi, lidera „Rassemblement National”, Marine Le Pen - 23,15%. Ca și în scrutinul din 2017, favoriții primului tur se vor confrunta în turul doi, care a avut loc pe 24 aprilie. În 2017, Macron, promovat de La République En Marche! (LREM), a învins-o pe Marine Le Pen la o diferență uriașă, obținând 66,1% din

voturi față de doar 33,9% exprimate pentru lidera „Rassemblement National”.

Electoratul francez constituie aproximativ 48,7 milioane. Francezii au avut o prezență masivă la urnele de vot. În primul tur a fost de 73,69%, în turul II – 71,99.

În primul tur, unul din subiectele de campanie, pe lângă puterea de cumpărare a francezilor, preferat de Le Pen, a fost războiul din Ucraina. În turul doi – dominant a devenit subiectul legat de UE, care a fost mai puțin omniprezent în primul tur. *Poziționarea finaliștor – Macron vs Le Pen* – s-a făcut din nou, la fel ca și în 2017, pe clivajele stânga/dreapta.

### **Președintele Republicii Franceze: prerogative constituționale**

Misiunea președintelui Franței se concentrează pe trei mari direcții: garantul Constituției; arbitru neutru; garantul independenței naționale. Totuși, cel mai important rol îl are în cele două domenii rezervate președintelui: apărarea și politica externă.

Conform art. 6 din Constituția franceză, președintele este ales prin vot universal direct pentru un mandat de 5 ani. Nicio persoană nu poate exercita mai mult de două mandate consecutive. El îl numește pe prim-ministru și, la propunerea acestuia, pe miniștri; prezidează Consiliul de Miniștri; promulgă legile; poate supune referendumului unele proiecte de lege; poate dizolva Adunarea Națională; semnează ordonanțele și decretele Consiliului de Miniștri; este șeful armatei. Conform art. 7, președintele republicii este ales cu o majoritate absolută a voturilor exprimate. Dacă aceasta nu se obține la primul vot, se organizează un al doilea vot. Alegerea noului președinte se organizează cu cel puțin douăzeci și cel mult treizeci și cinci de zile înainte de expirarea mandatului președintelui în exercițiu. Conform art. 12, după consultarea prim-ministrului și a președinților camerelor parlamentare, președintele republicii poate pronunța dizolvarea Adunării Naționale. Alegerile

generale sunt organizate cu cel puțin 20 și cel mult 40 de zile de la dizolvare. Art. 13 stipulează că președintele republicii semnează ordonanțele și decretele cu privire la care s-a deliberat în cadrul Consiliului de Miniștri<sup>1</sup>.

### **Macron: imagine și poziționare**

Sociologul german Ulrich Beck<sup>2</sup> este cel care a teoretizat faptul că societățile moderne au ajuns să promoveze obsesiv imaginea și aparența, în detrimentul substanței; el transferă acest concept în zona politică unde individualizarea duce la o sub-politică, iar felul în care un politician se îmbracă sau atenția acordată aparițiilor, imaginii și modului de prezentare sunt la fel de importante pentru audiență, în procesarea unui mesaj politic, ca ceea ce este în mod efectiv spus sau făcut.

Pels Dick<sup>3</sup> consideră că politicienii sunt interesați în aceeași măsură de aspectul fizic ([en] *look*), ca și de esteticul comunicării, și chiar în mai mare măsură sunt interesați de aparențe în detrimentul substanței celor enunțate, aceste aspecte fiind consecințe ale unui proces de „*vedetizare*” a politiciii.

De altfel, estetizarea comunicării politice poate fi corelată și cu fenomenul de *emoționare*, concept privit de unii teoreticieni și ca feminizarea sau reducerea stilului *macho* al comunicării, având caracteristicile comune unei promovări de marketing<sup>4</sup>.

„Politica a preluat în ultima perioadă interesele de cercetare ale PR-ului și ale marketingului, pentru a afla ce își doresc alegătorii, prin intermediul focus-gru-

<sup>1</sup> *Constituția Republicii Franceze*.

<https://constitutii.files.wordpress.com/2013/02/franta.pdf> (accesat la 02.06.22).

<sup>2</sup> BECK, ULRICH; WILLMS, JOHNNAS *Conversations with Ulrich Beck*, Cambridge, Polity Press, 2004.

<sup>3</sup> PELS, DICK. *Aesthetic representation and Political Style: Rebalancing identity difference in media democracy*. În: CORNER JOHN; PELS, DICK, *Media and the Styling of Politics*. Londra, Sage, 2003, pp.41-46.

<sup>4</sup> LILLIKER, DARRENG, *Key Concepts in political Communication*, Londra, Sage, 2006, p. 25 Apud. ARABELA BRICIU, *Comunicarea și discursul politic. Între teorie și practică*. Presa Universitară Clujeană, 2017.

purilor, managementul evenimentelor, al sponsorizărilor, crearea pseudo - evenimentelor și construirea noilor identități de tip corporativ. Se observă un transfer conștient, vizibil al deprinderilor din spațiul pieței de masă și al afacerilor spre politică. PR-ul politic este o formă importantă și în continuă dezvoltare a relațiilor publice, într-un context de pluralism accelerat, având caracteristicile politicii moderne<sup>5</sup>”.

Există opinii care situează termenul de americanizare ca sinonim pentru *profesionalizarea* comunicării politice. Această profesionalizare poate fi înțeleasă și ca ceea ce Norris<sup>6</sup> definește prin termenul de *campanie postmodernă*, ce presupune utilizarea diversificată a comunicării personalizate de marketing (*narrowcasting*), a advertisingului și a campaniei permanente. În opinia noastră, social media devine un instrument de importanță și eficiență majoră în implementarea acestei paradigme comunicaționale.

În această ordine de idei, președintele Emmanuel Macron - în context electoral - își va face apariția într-un stil vestimentar cum nu a mai fost văzut vreodată de francezi. Emmanuel Macron a purtat un hanorac de la comandoul Air Parachutist nr.10 (CPA 10), duminica aceasta, la Salonul de Aur, Élisée<sup>7</sup>. În campania de imagine începe etapa de „vedetizare”, care mai poate fi considerată și americanizarea comunicării politice.

Americanizarea comunicării politice mai presupune adaptarea politică a unor strategii de comunicare specifice pieței, gestionarea complexității sociale, ca indicatorcheie al modernizării. Strategiile de proiectare importate din marketing structurează proiectul actorului politic ca ofertă politică construită în conformitate cu profilul pieței electorale. Aceasta înseamnă apariția consumerismului, creșterea orientării pieței media

dinspre furnizarea informațiilor spre divertisment. În aceeași ordine de idei, Philippe Maarek<sup>8</sup> vorbește despre noua comunicare politică, care se deosebește semnificativ de vechea comunicare politică, axată pe ideologiile politice și concurența dintre ele, și care acceptă ca tehnologie de PR „umanizarea” candidatului la președinție, lucru neverosimil în perioada mandatului lui Charles de Gaulle.

Noua comunicare politică se axa, în principal, pe strategia de personalizare a candidatului, de crearea mărcii politice. Philippe Maarek este cel care a formulat principiul de creare a *mărcii* liderului politic și de *poziționare* a ei în perioada campaniei prezidențiale. *Marca liderului politic*, constată Maarek, trebuie să fie într-o perfectă armonie cu personalitatea acestuia, să nu vină în contradicție cu ea. Autorul exemplifică teza expusă printr-un caz elocvent: în timpul campaniei prezidențiale, Valéry Giscard d’Estaing (președinte în anii 1974-1981) a comis o greșală fatală. Fiind aristocrat de firea sa, acesta a încercat să cucerească simpatiile alegătorilor simpli cu un statut social modest. Anume în acest scop a decis, într-o emisiune televizată, să interpreteze ceva la acordeon, cunoscând pasiunea față de acest instrument anume a acestei categorii sociale. Se părea că „apropierea” s-a produs, însă rezultatul a devenit nul imediat ce într-o emisiune realizată în direct s-a dovedit că „săracul” candidat nu cunoștea prețul unui tichet la metroul din Paris.

Un caz similar s-a produs în timpul campaniei prezidențiale din România (1992). Sloganul candidatului PSD-ist la președinție, Ion Iliescu, era „*Sărac, dar cinstit!*”, în timp ce pe billboard -urile electorale Iliescu purta pe mână un ceas marca „Rolex”, care valora, potrivit presei, „cât o garsonieră în centrul Bucureștiului”<sup>9</sup>.

<sup>5</sup> MOLONEY, KEVIN *Rethinking Public Relation: The Spin and the Substance*, Londra, Routledge, 2006, p.117.

<sup>6</sup> NORRIS, PIPPA. *A virtuous circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004.

<sup>7</sup>[https://mobile.twitter.com/1\\_thinktank/status/1503364280095236099](https://mobile.twitter.com/1_thinktank/status/1503364280095236099) (accesat la 02.06.22).

<sup>8</sup> MAAREK, PHILIPPE. *Communication et marketing de l'homme politique*, LexisNexis, 2014.

<sup>9</sup> PERU-BALAN, A. *Imagine, Comunicare, PR în campaniile electorale*. Chișinău, CEP USM, 2022.

Macron și-a creat imaginea de președinte liberal-tehnocrat, dar s-a poziționat, totuși, ca un elitist. În contextul scrutinului prezidențial, dar și al președinției franceze la Consiliul European (din 1 ianuarie 2022), a încercat să-și creeze o imagine de lider pe timp de război, inclusiv prin convorbirile telefonice cu V. Putin și vizita de lucru la Moscova, dar i-a reușit mai puțin. Din retorica președintelui Macron, opinia publică internațională a reținut următoarele declarații, percepute neunivoc: „*Rusia nu trebuie umilită*”. De asemenea, Emmanuel Macron a refuzat să catalogheze crimele comise de ruși în Bucha ca fiind *genocid*, așa cum declarase pentru opinia publică președintele SUA, Biden.

„Vreau să încerc în continuare, pe cât pot, să opresc acest război și să readuc pacea. Nu sunt sigur că o escaladare a retoricii servește acestei cauze”, a declarat acesta. Președintele francez în exercițiu Emmanuel Macron anunță că „nu va folosi” epitele folosite de către omologul său american Joe Biden împotriva lui Vladimir Putin, pe care l-a catalogat drept un „măcelar”, respingând o escaladare atât „în vorbe”, cât și „în fapte.”

#### **Macron: startul campaniei**

Președintele Franței a așteptat ultimul moment pentru a-și oficializa candidatura pentru un al doilea mandat. În spiritul tradițiilor comunicării electorale franceze, a făcut-o prin intermediul unei scrisori adresate francezilor. Pentru rima dată, această modalitate de adresare către francezi a fost utilizată de către François Mitterrand, în 1988 (Anexa 1).

În scrisoare, candidatul Macron amintește că de cinci ani a traversat, împreună cu francezii, o serie de încercări - terorism, pandemia de Covid, războiul în Europa, și declară că „*acum, miza este de a construi Franța copiilor noștri, nu să o retrăim pe cea a copilăriei noastre* :

“*Sunt candidat pentru a inventa cu voi, pentru a face față provocărilor acestui secol, pentru a avea un singur răspuns francez și european. Sunt candidat pentru a apăra valorile noastre, pentru a putea decide, în prezent și în viitor, pentru noi*”. /, „*Je suis*

*candidat pour inventer avec vous, face aux défis du siècle, une réponse française et européenne singulière. Je suis candidat pour défendre nos valeurs que les dérèglements du monde menacent*”<sup>10</sup>.

Emmanuel Macron recunoaște că, din cauza contextului actual, a războiului din Ucraina, campania sa nu va fi așa cum și-o dorea. Dar, împreună „*se poate transforma acest moment de criză într-un punct de plecare a unei noi epoci, franceze și europene*”:

“*Ensemble, nous pouvons faire de ces temps de crises le point de départ d'une nouvelle époque française et européenne. Avec vous. Pour vous. Pour nous tous. Vive la République ! Vive la France !*”, își încheie liderul de la Elysée scrisoarea adresată francezilor cu ocazia oficializării candidaturii sale pentru un nou mandat prezidențial.

#### **Președinția franceză la UE: impact imagologic pentru prezidențiabil**

O coincidență cu impact de imagine a fost și faptul că scrutinul prezidențial a coincis cu președinția franceză la UE – 1 ianuarie - 30 iunie. Macron a dorit să pună unele accente pe agenda de lucru a instituției. Prioritățile președinției franceze: „*Europa mai suverană, mai digitală, mai socială, mai umanistă*”. Prioritățile președinției franceze se reflectă în sloganul: „*Relansare, putere, apartenență*”:

- **relansare**, pentru a permite Europei să sprijine tranziția ecologică și cea digitală;
- **putere**, pentru a apăra și promova valorile și interesele noastre;
- **apartenență**, pentru a construi și dezvolta o viziune europeană comună, prin cultură, prin valorile noastre și prin istoria noastră comună.<sup>11</sup>

Din discursul președintelui Franței, Emmanuel Macron, rostit la 9 decembrie 2021, în care a prezentat prioritățile preșe-

<sup>10</sup> <https://www.lavoixdunord.fr/1147895/article/2022-03-03/emmanuel-macron-candidat-sa-lettre-aux-francais-dans-son-integralite> (accesat la 03.03.2020).

<sup>11</sup> <https://www.consilium.europa.eu/ro/council-eu/presidency-council-eu/> (accesat la 22.06.22).

dinții franceze, activitățile președinției s-au axat pe trei domenii principale:

- urmărirea unei agende pentru suveranitatea europeană, prin care se înțelege capacitatea Europei de a exista în lumea de astăzi și de a-și apăra valorile și interesele;
- construirea unui nou model european de creștere;
- crearea unei Europe mai „umane”.
- Macron afirma că, dacă ar trebui să rezume într-o singură propoziție obiectivul acestei președinții, ar spune că „trebuie să trecem de la o Europă a cooperării în interiorul frontierelor noastre la o Europă puternică la nivel mondial, pe deplin suverană, liberă să facă alegeri proprii și stăpână pe soarta sa”<sup>12</sup>.

Retorica sa în calitate de lider al unui stat ce deține președinția UE a avut impact și asupra dispoziției preelectorale a francezilor, Macron reprezentând tabăra politicianilor proeuropenei.

„Da, Europa se trezește! Independența ei trebuie să fie acum în centrul proiectului nostru. Proiectul unei Europe stăpân pe destinul său, liber de alegerile sale, puternic și deschis lumii. O Europă care își alege partenerii și nu mai depinde de ei. Dar, pentru o mai bună eficiență a Europei noastre, trebuie să ne reformăm textele. Una dintre modalitățile acestei reforme este să solicite revizuirea tratatelor. Este o propunere a Parlamentului European și o susțin!”<sup>13</sup>

Spre final de președinție la Consiliul European, precum și între cele două tururi de scrutin pentru Adunarea Națională a Franței, Macron efectuează o vizită de lucru în Europa de Est – România și Republica Moldova.

Vizita în estul Europei, în viziunea noastră, a avut mai multe conotații și mai multe obiective. Desigur, transmiterea unui mesaj de susținere R. Moldova în contextul

depunerii cererii de obținere a statutului de stat – candidat la aderarea la UE. Dar, principalul, credem a fost consolidarea flancului estic al UE și al NATO în contextul războiului din Ucraina. Mai cu seamă că anume Macron declara în 2019 despre „moartea cerebrală” a Blocului Nord-Atlantic, președintele francez optând pentru reconfigurarea ordinii europene în materie de securitate<sup>14</sup>.

Franța începe să-și fortifice prezenta în Blocul Militar Nord-Atlantic. Macron vine în România pentru a avea o întâlnire cu Grupul de luptă NATO, dislocat din martie 2022 la Baza Militară Kogălniceanu, din care fac parte 500 de militari francezi și 300 belgieni, dar care urmează să ajungă până la 1000 de militari.

#### **Macron la București și Chișinău: tehnici de PR**

Președintele francez Emmanuel Macron, sosit în România, nu a vrut să meargă la un hotel din Constanța, ci a preferat să doarmă într-un cort la Baza Militară Mihail Kogălniceanu. Decizie mai puțin obișnuită pentru un șef de stat.

La Chișinău, președintele francez, Emmanuel Macron, și președinta Republicii Moldova, Maia Sandu, s-au plimbat pe jos prin parcul din centrul Chișinăului, au depus flori la bustul lui Mihai Eminescu de pe Aleea Clasicilor, apoi au făcut o plimbare pe strada pietonală E. Doga, până la o patiserie cu nume francez „Creme de la creme”, unde au servit prăjituri și au făcut fotografii cu reprezentanți ai societății civile, jurnaliști și cu soprana Valentina Naforniță, aflată și ea la Chișinău în acea perioadă.

Este o tehnică de PR, cunoscută ca „vedetizare” sau *americanizare*, și la care ne-am referit mai sus, care a avut un enorm impact mediatic – atât în presa clasică, cât și în social media.

<sup>12</sup> <https://www.consilium.europa.eu/ro/council-eu/presidency-council-eu/> (accesat la 22.06.22).

<sup>13</sup> <https://www.facebook.com/EmmanuelMacron> (accesat la 21.06.22).

<sup>14</sup> <https://www.digi24.ro/stiri/externe/ue/macron-nu-regreta-afirmatia-privind-moartea-cerebrala-a-nato-vrea-reconfigurarea-apararii-europene-1875327> (accesat la 22.06.22).

### Macron – turneul în Europa de Est

După Chișinău, Macron ajunge la Kiev, alături de alți doi lideri europeni - cancelarul german și președintele României, Iohannis Klaus. Acest turneu a fost, de fapt, ca un semnal că UE va accepta cererile celor două state de a deveni candidate la aderare la UE. Iar sub aspectul actului comunicațional, trebuie remarcat faptul că Emmanuel Macron (mai exact, stafful său PR) a preferat să plaseze pe pagina sa de Facebook mesaje în limba oficială a statelor pe care le-a vizitat:

#### Emmanuel Macron

*Ще не вмерла Україна. Ви можете розрахувати на братство Європи, аби Україна залишалася вільною. До повернення миру в вільну і незалежну Україну, доки буде потрібно, ми продовжимо мобілізувати свої зусилля. Гуманітарна, економічна та військова підтримка, щоб дозволити українським солдатам змінити на краще ситуацію на місцях в умовах нападів російської армії.<sup>15</sup>/8k 581 distribuirii/*

#### Emmanuel Macron

*Poporului Republicii Moldova, locuitorilor Chișinăului: vă mulțumesc pentru primirea călduroasă. Vom acționa pentru a consolida și mai mult relația dintre Franța și Uniunea Europeană cu Republica Moldova. Avem multe lucruri în comun și multe de făcut împreună! Pe curând!<sup>16</sup>.*

#### Programul electoral al lui Emmanuel Macron.

Macron și-a prezentat programul electoral într-o conferință de presă. Acesta s-a axat pe 9 domenii prioritare, iar punctul 10 a fost rezervat pentru biografia candidatului: Suveranitate franceză și europeană; Sectorul energetic; Munca, angajare; Fiscalitate; Educație, cercetare; Măsuri Sociale; Sănătate; Securitate, migrație; Instituții; Biografie.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> <https://www.facebook.com/EmmanuelMacron>

<sup>16</sup> <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-emmanuel-macron-candidat-20220303> (accesat la 19.06.22).

<sup>17</sup> <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-emmanuel-macron-candidat-20220303#le-programme-d-emmanuel-macron-pour-l-election-presidentielle-2022>

#### Mandats d'Emmanuel Macron

Président de la République Française	mai 2017- aujourd'hui
Ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique	août 2014- août 2016
Secrétaire général adjoint du cabinet du président de la République	mai 2012- juillet 2014

#### Suveranitate

Macron promite investiții într-un „model de armată completă” cu dublarea numărului de rezerviști; Consolidarea independenței agricole: susținerea tinerilor fermieri, revizuirea strategiei agricole europene „De la fermă la furculiță” (*De la ferme à la fourchette*).

#### Energie

Macron promite renovarea termică a 700000 de locuințe pe an; dezvoltarea energiei nucleare, eoliene și solare; Instituirea unui mecanism de închiriere a mașinilor electrice pentru gospodăriile cu venituri mici.

#### Muncă și angajare

Creștere graduală planificată a vârstei minime de pensionare de la 62 la 65 de ani.

#### Educație și cercetare

O remunerare mai bună a profesorilor; Mai multă „libertate” pentru școli; Consolidarea autonomiei universităților.

#### Securitate, migrație

Crearea a 200 de brigăzi de jandarmi; dublarea prezenței forțelor de securitate internă; tripla amendă antihărțuire; recrutarea a 1500 de patrulieri cibernetici; reducerea procedurilor greoaie pentru cererile de azil; refuzul azilului va obliga părăsirea teritoriului francez.<sup>18</sup>

**Politica economică promovată de Macron** are un caracter liberal-tehnocrat. Din acest motiv, mai este numit „liberal-etatist.” Politica economică a președintelui E. Macron în mandatul 2017–2022 s-a axat pe modernizarea și transformarea întregului

<sup>18</sup> <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-emmanuel-macron-candidat-20220303#le-programme-d-emmanuel-macron-pour-l-election-presidentielle-2022>

model economic al Franței. Principalele obiective - reducerea prezenței statului în economie și stimularea inovației<sup>19</sup>. Ca parte a politicii de inovare a fost instituită Fundația pentru Dezvoltarea Industriei și Inovării (Fonds pour l'industrie et l'innovation, FII) ; se preconizau resurse în valoare de 10 miliarde de euro, obținute de la privatizare, prin concesionarea acțiunilor minoritare ale statului din capitalul unor companii<sup>20</sup>.

Primul mandat al lui Macron a fost marcat de mai multe evenimente - pozitive și negative. Cel mai tânăr președinte din istoria Franței a avut de înfruntat cele mai multe crize. *Le Figaro*, de exemplu, recapitulează principalele imagini - cheie care au marcat acești cinci ani desfășurați într-un ritm alert: de la primirea lui Vladimir Putin și Donald Trump în 2017, până la președinția franceză a Consiliului Uniunii Europene în 2022, inclusiv protestele cu „vestele galbene” (2018), incendiul de la Notre-Dame-de-Paris (2019) și decapitarea lui Samuel Paty (2020)<sup>21</sup>.

### Poziționare prin strategii de imagine diferite

*Poziționarea* este un concept lansat, în 1969, de cercetătorii americani Al Ries și Jack Trout, făcând carieră în lumea businessului, ca mai apoi să ajungă și în sfera politică. Poziționarea nu este ceea ce faci cu un produs, ci ceea ce creează în mintea beneficiarului produsul respectiv. „Prin urmare, când poziționezi, bătălia se duce la nivelul minții consumatorului, și nu la nivelul produsului”, argumentează Ries și Trout.<sup>22</sup>

<sup>19</sup> *Statistiques de finances publiques*. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/government-finance-statistics/data/database> (acesat la 19.06.202).

<sup>20</sup> *Le programme d'Emmanuel Macron "En Marche!"*, 2017. 30 p. Available at: <https://storage.googleapis.com/enmarche-fr/COMMUNICATION/Programme-Emmanuel-Macron.pdf> (accesat la 19.03.2018).

<sup>21</sup> <https://www.lefigaro.fr/photos/presidentielle-2022-les-images-cles-du-quinquennat-macron-20220303> (accesat la 16.06.2022).

<sup>22</sup> RIES, AL.; TRAUT, J. *Poziționarea: Lupta pentru un loc în mintea ta*. București: Editura Curier Marketing, 267 p.67.

Claudiu Săftoiu<sup>23</sup> susține, la rândul său, că *poziționarea* poate fi concepută ca o amplasare a obiectului într-un mediu informațional favorabil acestuia [44, p. 131]. Sarcina inginerului de imagine este de a-l face cunoscut publicului electoral și de a-l convinge că este ceea ce are nevoie. Astfel, procesul de poziționare trebuie să fie marcat de întrebarea retorică: *Ce îmi oferă mie candidatul X?* Răspunsul la această întrebare conturează sarcinile strategice ale poziționării: individualizarea într-un mediu concurențial, identificarea motivației pentru votul favorabil.

Este important, totuși, să constatăm o deosebire dintre imaginea actorului politic și poziționarea actorului politic. Poziționarea și crearea imaginii se deosebesc radical, deoarece prima presupune plasarea produsului sau serviciului în mediul concurențial. Construcția imaginii se face în afara acestui context.

După 24 februarie, Macron încearcă să-și creeze *imaginea de lider pe timp de război*. Anume dânsul a discutat cu Vladimir Putin, la Moscova, cu 3 săptămâni înainte de invazia armatei ruse pe teritoriul Ucrainei – la 7 februarie 2022 (întâlnirea s-a produs la cunoscuta masă de 5 metri). La fel, la 20 februarie, cu 4 zile înainte de începerea „operațiunii speciale”, liderul francez a avut o convorbire telefonică cu președintele rus vizavi de situații tensionată la hotarul celor două state. Intenția lui Macron însă de a schimba prin retorica diplomației planul Kremlinului a eșuat.

De cealaltă parte, Le Pen a evitat să vorbească prea multe despre conflictul din Ucraina și și-a făcut o campanie, vizitând numeroase sate și orașe mici din Franța, unde a vorbit cu oamenii de rând despre problemele de zi cu zi cu care se confruntă.

Macron a fost perceput în campanie ca un președinte *elitist*, rupt de realitatea francezilor de rând. Considerat fost „bancher de

<sup>23</sup> SĂFTOIU, C. *Jurnalismul politic – manipularea politicianilor prin mass-media, manipularea mass-media de către politicieni*. București: Editura Trei, 2003.



investiții”, Macron nu a reușit să scape de imaginea de președinte al celor bogați, chiar dacă guvernul său a oferit ajutoare masive în timpul pandemiei Covid-19.

Marine Le Pen a reușit să se distanțeze de originile antisemite ale partidului fondat de tatăl ei, „diavolul republicii”, Jean-Marie Le Pen, precum și de propriile declarații controversate și poziții radicale din alegerile prezidențiale din 2017. În ultimii ani a încercat să își „îmblânzească” imaginea, preluând în platforma sa inclusiv teme ecologiste pentru a-și crește popularitatea în rândul stângii franceze și să se prezinte drept o campioană a oamenilor de rând. Ea declara că este pentru Frexit în 2012; în 2017 a spus că este în favoarea părăsirii zonei euro. Acum nu mai spune asta.

Sloganul de campanie al lui Macron - „*Nous tous !*”; Le Pen - „*Pour tous les frances*”.

### Dezbaterile electorale TV

Dezbaterile candidaților în ajunul turului doi nu sunt obligatorii, dar de o jumătate de secol au devenit deja o tradiție politică în Franța. De obicei, dezbaterile nu perturbă dinamica intențiilor de vot, dar pot, totuși, în funcție de subiectele dezbătute, să mobilizeze anumite segmente de electorat.

Aproximativ 60% dintre telespectatori au luat partea lui Macron în dezbaterile televizate cu Le Pen, care a avut loc la 20 aprilie 2022 pe platoul TF 1. Rivala sa, Marine Le Pen, a primit 39% din voturile audienței. Dezbaterile au durat miercuri timp de 2 ore și 50 de minute. În cadrul actualei întâlniri, Macron și Le Pen au reușit să discute o gamă largă de probleme - de la politica socială și economică a Franței până la relațiile cu Rusia. În timpul dezbaterilor, Le Pen ironiza pe seama lui Macron, considerat un "Mozart al finanțelor". La rândul său, Macron i-a amintit rivalei sale despre relațiile „financiare” cu Putin: "Ați fost, cred, unul dintre primii politicieni europeni, în 2014, care a recunoscut rezultatul anexării Crimeii", a denunțat Macron. Ai făcut-o, de ce? (...) Pentru că depinzi de puterea rusă și depinzi de

domnul Putin”.<sup>24</sup> Aceasta a fost o aluzie la un împrumut de 9 milioane de euro contractat în 2017 de partidul de extremă dreapta al lui Le Pen de la o bancă rusă.

Macron a avut o strategie eficientă, axată pe sprijinul său pentru aprofundarea integrării europene, atrăgând alegători moderați din stânga și din dreapta. Ca și în 2017, campania de imagine a avut un caracter pozitiv și optimist. După cum a scris-o în cartea care i-a conturat viziunea politică, încă în 2016 (Macron 2016, p. 237): „Nu ar trebui să uităm niciodată că este loc pentru conducerea franceză în Europa, dar asta necesită să dăm un exemplu”.<sup>25</sup>

Agenda europeană a avut un loc central în strategia sa de campanie. Macron s-a poziționat ca lider al taberei proeuropene în rândul forțelor politice interne. Pe durata mandatului său a contribuit la dinamizarea relațiilor pe axa Paris-Roma-Berlin, construindu-și o imagine de vizionar și om de stat influent. Totodată, și stilul de la președinția UE a determinat dispoziția de vot a electoratului francez: propuneri de politici, influența personală a lui Macron în UE și (geo)politica europeană.

### Cine sunt votanții lui Macron?

Macron a fost susținut predominant în Paris, vestul, sud-vestul și centrul țării, în timp ce Le Pen - în centrele industriale deprimare din nord, sudul Mediteranei și teritoriile franceze de peste mări. Reprezentanții clasei de mijloc și locuitorii bogați din orașele mari au votat mai des pentru Macron, în timp ce segmentele mai puțin bogate ale populației au preferat-o pe Le Pen. Deși are 44 de ani, Macron se bazează pe sprijinul larg al concetățenilor mai în vârstă și îi este greu să câștige simpatia tinerilor francezi. Potrivit estimărilor companiei de cercetare Ipsos și ale firmei de analiză Sopra Steria, 71% dintre cetățenii cu vârsta peste 71 de ani și-au exprimat

<sup>24</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=PYr4IAjboAE> Le DÉBAT - Macron vs Le Pen: Suivez en DIRECT le débat de l'entre-deux-tours • FRANCE 24 (961929 de vizionări, Redat în stream live pe 20 apr.).

<sup>25</sup> [https://www.sieps.se/globalassets/publikationer/2022\\_2epa.pdf](https://www.sieps.se/globalassets/publikationer/2022_2epa.pdf)

votul pentru Macron. Dintre grupa de vârstă 18-24 de ani, 61% s-au dovedit a fi astfel (în ciuda faptului că 41% dintre ei nu au mers deloc la vot), iar francezii de 25-49 de ani au votat doar puțin mai des pentru președintele în exercițiu<sup>26</sup>.

Macron a pierdut alegerile în teritoriile franceze de peste mări, unde trăiesc 3 milioane de cetățeni. Le Pen a primit majorități solide din insulele Caraibe, Guadelupa și Martinica, Guyana Franceză din America de Sud și insulele Reunion și Mayotte din Oceanul Indian. Doar insulele Pacificului din Noua Caledonie și Polinezia Franceză au votat pentru adversarul ei.

Este o manifestare - „sentimentul anti-Macron are multă putere”. Votarea pentru Le Pen a fost alegerea implicită; nu înseamnă că este susținută.

Sondajele de opinie, realizate în contextul scrutinului prezidențial, au prevăzut victoria lui Emmanuel Macron la un scor strâns de Le Pen. În discursul său de victorie, Macron, conform paradigmei discursivității prezidențiale, a făgăduit că va fi „un președinte al tuturor”.

### Rezultatele turului doi de scrutin prezidențial<sup>27</sup>

#### Emmanuel MACRON

La République en marche 58,55 %  
18 768 639

#### Marine LE PEN

Rassemblement National 41,45 %  
13 288 686

DONNÉE

TAUX

PARTICIPATION 71,99 %  
35 096 478

VOTES BLANCS 6,37 %  
2 233 904

VOTES NULS 2,29 %  
805 249

*Sursa:* <https://www.lemonde.fr/resultats-presidentielle-2022/>

<sup>26</sup><https://www.latribune.ca/2022/04/25/france-cinq-points-a-retenir-de-lelection-presidentielle-0f17e8f4a072df3d7daf8949022cbb4b>

<sup>27</sup> <https://www.lemonde.fr/resultats-presidentielle-2022/>

### Emmanuel Macron, discurs de victorie

„După cinci ani de crize excepționale, azi, pe 24 aprilie 2022, o majoritate mi-a acordat încrederea pentru încă cinci ani. Știu că mulți în această seară au votat pentru mine pentru a bloca extrema dreaptă și vreau să le mulțumesc și lor și să le transmit că înțeleg datoria care vine odată cu acest vot”. „De asemenea, am un gând și pentru cei care nu au votat, tăcerea este un răspuns. De acum încolo, nu mai sunt un candidat al unui partid, ci sunt președintele tuturor. Știu că pentru mulți dintre compatrioți care au votat pentru extrema dreaptă, înțeleg supărarea și furia lor și este responsabilitatea mea să le ofer și lor răspunsuri”.

„Poporul francez este o forță pe care o iubesc atât de mult și sunt mândru să îl slujesc în continuare”, a mai spus Macron, încheindu-și discursul cu „Trăiască Republica, trăiască Franța”.<sup>28</sup>

### Rezultatele alegerilor pentru

#### Adunarea Națională:

#### „Macron - minimal”

Prima dată sub cea de-a Cincea Republică (după 1958), alegerile pentru Adunarea Națională au rezultat absența unei majorități absolute, în 1988. Adunarea Națională este aleasă prin scrutin majoritar uninominal cu două tururi, unic în lume pentru un scrutin legislativ. În primul tur câștigă candidatul care obține majoritatea absolută a voturilor și aceasta reprezintă cel puțin 25% dintre alegătorii înscrisi pe liste. În turul al doilea se califică candidații care obțin cel puțin 12,5% dintre înscrisi și este ales deputatul care obține cele mai multe voturi, indiferent de procentaj.

Un astfel de mod de scrutin tinde să producă majorități clare și este în favoarea partidului clasat pe primul loc. Rezultatele

<sup>28</sup>[https://www.youtube.com/watch?v=\\_WrbnCVamKc](https://www.youtube.com/watch?v=_WrbnCVamKc), Le discours de victoire d'Emmanuel Macron en intégralité (accesat 20.06.22) (47595 de vizionări, 24 apr. 2022).

obținute sunt caracteristice unui parlament ales pe baza reprezentării proporționale.

#### Rezultatul alegerilor după runda a doua<sup>29</sup>

Ensemble	246	38,63%
NUPES	142	32,64%
RN	89	17,30%
LR	64	7,28%
Alții		

*Sursa:* <https://www.lemonde.fr/resultats-elections/>

„Ensemble!”, blocul electoral al președintelui francez, a pierdut majoritatea absolută în camera inferioară a parlamentului francez, după al doilea tur al legislativelor, însă este, totuși pe primul loc, cu 246 de mandate din 577, fiind urmat de Noua Uniune Populară Ecologică și Socială (NUPES), cu 142 de mandate. Noua Uniune Populară Ecologică și Socială (numită și NUPES) este o alianță politică încheiată între mai multe partide de stânga în vederea alegerilor legislative din 12 și 19 iunie 2022 : Partidul Comunist Francez (PCF), Partidul Socialist (PS) și „La France insoumise.” De remarcat, Franța Nesupusă („La France insoumise”, stânga populistă), partidul dominant la NUPES și Rassemblement National /RN sunt partide anti-sistem, care vor face tot posibilul ca să blocheze guvernarea macronistă. NUPES devine în mod evident principala forță de opoziție a țării și va milita în continuare cu putere pentru obiectivele sale, printre altele, menținerea sau scăderea vârstei de pensionare, plafonarea prețului la mai multe produse, în contextul creșterii costului de trai. Marine Le Pen a reprezentat surpriza scrutinului, obținând un rezultat istoric – 89 de mandate de la cele 8 câștigate în urmă cu cinci ani - o creștere de mai bine de 11 ori, adică un „seism” politic. Astfel, Rassemblement National și-a atins obiectivele propuse: să-l facă pe Emmanuel Macron „președinte minoritar” și să formeze un grup de opoziție decisivă.

<sup>29</sup> <https://www.lemonde.fr/resultats-elections/> (accesat 02.07.22).

Conform art. 24 din Constituție, membrii Adunării Naționale, al căror număr nu poate fi mai mare de 577, sunt aleși prin vot direct. Alegerile pentru Adunarea Națională se desfășoară în două tururi de scrutin.

Absența majorității absolute în coaliția prezidențială va deveni un impediment semnificativ în punerea în aplicare a cursului trasat de președintele Emmanuel Macron. Poate că președintele va trebui să gestioneze și să adopte legi, fie prin ordonanțe - acte guvernamentale care sunt semnate de președinte, care vă permite să adoptați temporar legi care ocolesc parlamentul. Dar acesta este un paliativ care nu vă permite să conduceți țara cu calm. Există o mare discuție în acest moment în jurul aplicării articolului 12 din Constituția Franței, care permite președintelui să dizolve Adunarea Națională. Totuși, dizolvarea parlamentului nou ales este un pas dificil.

#### Cinci puncte care au caracterizat campania prezidențială din Franța, 2022:

- Harta Franței a rezultatelor alegerilor prezidențiale relevă o profundă disparitate teritorială - o Franță divizată.** Emmanuel Macron s-a clasat pe primul loc la Paris, precum și în vestul, centrul și sud-vestul țării. Marine Le Pen a fost susținută, în principal, în sud și în centrele industriale din nord. În orașele mari industrializate, clasa de mijloc, superioară, și pensionarii l-au votat în cea mai mare parte pentru Macron. Clasa muncitoare a favorizat-o pe doamna Le Pen.
- Absenteism record. Rata de abținere a atins 28%, cel mai ridicat nivel din 1969.** Un alt semnal pentru noul președinte ales: 8,6% au preferat să voteze în alb sau invalid și, prin urmare, nu aleg niciunul dintre cei doi candidați. Între abținere și voturi în alb și invalid, o treime dintre alegătorii înregistrați din Franța nu au făcut o alegere în timpul campaniei electorale.
- Furie.** Imediat după anunțarea rezultatelor, au avut loc demonstrații în

anumite orașe din Franța, precum Paris, Rennes sau Toulouse. Activiștii, majoritatea din extrema stângă, și-au exprimat furia. Emmanuel Macron, care se luptă să scape de eticheta de „președinte al bogaților”, a promis că va „guberna altfel” și că va fi „președinte pentru toți”. Cu toate acestea, criza socială a „Vestelor Galbene” care i-a zguduit primul mandat de cinci ani nu a fost niciodată rezolvată cu adevărat.

#### 4. Diviziunea dintre generații

În ciuda celor 44 de ani ai săi, Emmanuel Macron nu reușește să mobilizeze tinerii în spatele proiectului său și rămâne dependent de votul bătrânilor. S-a produs o diviziune sociologică majoră : o Franță veche, care a votat masiv pentru Emmanuel Macron, și o Franță tânără care s-a întors parțial de la vot.

#### 5. Un altfel de vot peste mări

Președintele republicii nu a reușit să convingă teritoriile de peste mări, care au votat în mare parte în primul tur pentru candidatul de stânga radicală Jean-Luc Mélenchon. În al doilea tur, aceste teritorii, care fac parte integrantă din Franța și care au aproape trei milioane de locuitori, au preferat-o pe Le Pen.

După alegerile pentru Adunarea Națională, președintele Macron și prim-ministra sa, Elisabeth Borne, rămân izolați politic, nevoiți de acum încolo să negocieze sprijin în Adunarea Națională pentru fiecare proiect de lege, ceea ce ar putea compromite o bună parte din programul cu care șeful statului a fost reales în aprilie.

Ceea ce este normal în majoritatea țărilor europene – Germania, Italia, Spa-

nia, Belgia, Țările de Jos, Cehia și chiar România, alianțele postelectorale, negocierea și compromisul politic – este, practic, inexistent în Franța.

Anul	Partidul Socialist /PS/	Uniunea pentru o Mișcare Populară/UMP/
1981	François Mitterrand: „110 propuneri pentru Franța”	Valéry Giscard d'Estaing: cartea „Starea Franței”
1988	François Mitterrand: „Scrisoare către toți francezii”	Jacques Chirac: „Deceniul reînnoirii”
1995	Lionel Jospin: „Propuneri pentru Franța”	Jacques Chirac: „Franța pentru toți”
2002	Lionel Jospin: „Mă angajez”	Jacques Chirac: „Angajamentul meu pentru Franța”
2007	Ségolene Royal: „Pactul prezidențial”	Nicolas Sarkozy își publică Programul prezidențial la nivel economic și social
2012	Françoise Hollande: „60 de angajamente pentru Franța”	Nicolas Sarkozy: Mesaj către francezi
2017	Emmanuel Macron	„En Marche!” La drum!
2022	Emmanuel Macron	Scrisoare către francezi „Avec vous. Pour vous !”

Anexa 1. Retorica electorală franceză. Formule de comunicare electorală în alegerile prezidențiale din Franța: 1981-2022

#### BIBLIOGRAFIE

1. Constituția Republicii Franceze, <https://constitutii.files.wordpress.com/2013/02/franta.pdf>
2. BECK, ULRICH; WILLMS JOHNNAS *Conversations with Ulrich Beck*, Cambridge, Polity Press, 2004.
3. PELS, DICK, *Aesthetic representation and Political Style: Rebalancing identity difference in media democracy*. În: Corner John și Pels, Dick, *Media and the Styling of Politics*. Londra, Sage, 2003, pp.41-46.
4. LILLIKER, DARRENG, *Key Concepts in political Communi-*

- ation, Londra, Sage 2006, p. 25  
Apud. ARABELA, BRICIU, Comunicarea și discursul politic. Între teorie și practică. Presa Universitară Clujeană, 2017.
5. MOLONEY, KEVIN *Rethinking Public Relation: The Spin and the Substance*, Londra, Routledge, p.117.
  6. NORRIS, PIPPA, *A virtuous circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004.
  7. [https://mobile.twitter.com/l\\_thinktank/status/1503364280095236099](https://mobile.twitter.com/l_thinktank/status/1503364280095236099) (accesat 02.06.22).
  8. MAAREK, PHIPPE, *Communication et marketing de l'homme politique*, LexisNexis, 2014.
  9. PERU-BALAN, A. *Imagine, Comunicare, PR în campaniile electorale*. Chișinău, CEP USM, 2022.
  10. <https://www.lavoixdunord.fr/1147895/article/2022-03-03/emmanuel-macron-candidat-sa-lettre-aux-francais-dans-son-integralite> (accesat 03.03.2022).
  11. <https://www.consilium.europa.eu/ro/council-eu/presidency-council-eu/> (accesat 22.06.22).
  12. <https://www.consilium.europa.eu/ro/council-eu/presidency-council-eu/> (accesat 22.06.22).
  13. <https://www.facebook.com/EmmanuelMacron>, accesat 21.06.22.
  14. <https://www.digi24.ro/stiri/externe/ue/macron-nu-regreta-afirmatia-privind-moartea-cerebrala-a-nato-vrea-reconfigurarea-apararii-europene-1875327> (accesat 22.06.22).
  15. <https://www.facebook.com/EmmanuelMacron>
  16. *Présidentielle 2022: le programme d'Emmanuel Macron*, <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-emmanuel-macron-candidat-20220303> (accesat 19.06.22).
  17. *Présidentielle 2022: le programme d'Emmanuel Macron*, <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-emmanuel-macron-candidat-20220303> (accesat 19.06.22).
  18. *Présidentielle 2022: le programme d'Emmanuel Macron*, <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-emmanuel-macron-candidat-20220303> (accesat 19.06.22).
  19. *Statistiques de finances publiques*. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/government-finance-statistics/data/database> (accesat 19.06.2022).
  20. *Le programme d'Emmanuel Macron "En Marche!"*, 2017. 30 p. Available at: <https://storage.googleapis.com/enmarche-fr/COMMUNICATION/Programme-Emmanuel-Macron.pdf> (accessed 19.03.2018).
  21. <https://www.lefigaro.fr/photos/presidentielle-2022-les-images-cles-du-quinquennat-macron-20220303> (accesat 16.06.2022).
  22. RIES, AL., TRAUT, J. *Poziționarea: Lupta pentru un loc în mintea ta*. București: Editura Curier Marketing, p.67.
  23. SĂFTOIU, C. *Jurnalismul politic – manipularea politicianilor prin mass-media, manipularea mass-media de către politicieni*. București: Editura Trei, 2003.
  24. *Le DÉBAT - Macron vs Le Pen: Suivez en DIRECT le débat de l'entre-deux-tours* • FRANCE 24, <https://www.youtube.com/watch?v=PYr4IAjboAE>
  25. [https://www.sieps.se/globalassets/publikationer/2022/2022\\_2epa.pdf](https://www.sieps.se/globalassets/publikationer/2022/2022_2epa.pdf)
  26. *France: cinq points à retenir de l'élection présidentielle*,
  27. *Resultats Présidentielle-2022*, <https://www.lemonde.fr/resultats-presidentielle-2022/>
  28. <https://www.lemonde.fr/resultats-presidentielle-2022/>