

05.12.2003

Les recettes du berlusconisme

Autour du premier ministre italien, il y a, d'abord, Forza Italia, un vrai mouvement, à structure pyramidale, qu'il contrôle. Il y a, ensuite, les médias, sur lesquels il a accru son emprise. Enquête sur un modèle inédit de populisme moderne.

C'était à l'automne 1993. Il y a dix ans, presque jour pour jour. Qui s'en souvient ? Lui, bien sûr, et les fidèles de la première heure, ceux qui l'ont suivi en politique et sont descendus dans son sillage *in campo* ("sur le terrain"), comme il dit si souvent. A l'époque, Silvio Berlusconi était un homme d'argent, de médias et de football. Surtout de football. Son club, le Milan AC, régnait sans partage. Même la Juventus, du clan Agnelli - l'élite du patronat, un autre monde -, s'inclinait devant ses succès. Berlusconi, milanais de naissance, appréciait la compagnie des footballeurs. Un samedi sur deux, il allait d'ailleurs les voir dans leur centre d'entraînement de Milanello, au nord de la ville. A l'heure du déjeuner, son hélicoptère se posait en contrebas du bâtiment principal. Il en descendait d'un pas auguste, escorté par ses gardes du corps. Un minibus le conduisait vers le restaurant. Les serveurs le saluaient, le buste droit, la serviette sur l'avant-bras. Le repas ne reprenait qu'après son discours.

Une chose amusait - discrètement - les joueurs : la tenue de M. Berlusconi. L'homme le plus riche d'Italie portait toujours un vieux pantalon de jogging en coton, râpé et peluché, ainsi qu'un tricot de corps et un pull en cachemire. Ses chaussures de ville n'étaient pas non plus du meilleur goût, du moins avec un tel pantalon. Pareil accoutrement lui donnait des allures de bricoleur du samedi devant un parterre de jeunes élégants. Lui, évidemment, n'en avait pas conscience. Il parlait, parlait, parlait... Du sport. De la vie. Parfois, aussi, de ses ennuis judiciaires ou de l'opération "Mains propres", cette traque aux corrompus qui minait la classe politique depuis février 1992. Ses mots étaient simples, ses phrases courtes, avec une pointe d'accent lombard. Passant de table en table, il plaisantait avec les uns et les autres.

Puis arriva le jour, à l'automne 1993, où M. Berlusconi annonça aux joueurs son intention de fonder un mouvement, Forza Italia ("En avant l'Italie !"). Pour faire

barrage à la gauche (il disait "*les communistes*"), il allait franchir le pas, entrer en politique. *In campo*, donc. En Italie, personne n'y croyait. Avec son sourire figé et ses manières de bonimenteur, l'homme paraissait peu crédible. On le savait en proie à des difficultés financières, menacé par la justice, suspecté de toutes sortes de malversations. Quant à son mouvement, lancé comme un produit de marketing, il sonnait le creux : des moyens, mais peu d'idées, et surtout aucune base sociale.

Dix ans ont passé. Forza Italia existe toujours. Le seigneur de Milanello est premier ministre. Mieux : il est désormais question de "*berlusconisme*". Suprême récompense que ces trois dernières lettres accolées à son nom ! Comme si l'entrepreneur à succès était devenu, à 67 ans, un système, une doctrine à lui tout seul. Communisme, fascisme, socialisme, libéralisme... Et maintenant berlusconisme !

Est-ce vraiment si étonnant ? Dès 1993, il n'avait pas seulement de l'argent, un puissant groupe de communication (Mediaset) et une très haute idée de sa personne ; il recelait - et ses "gens" du Milan AC le savaient - une qualité plus discrète, qui ne relevait d'aucune stratégie : un côté italien moyen, une capacité innée, instinctive, à être en phase avec ceux de ses compatriotes qui ne se reconnaissaient ni dans l'aristocratie de la finance ni dans celle des idées. C'est cet homme-là, l'Italien en jogging peluché et non l'affairiste orgueilleux, que la classe politique traditionnelle, en particulier à gauche, a sans doute sous-estimé. Le Berlusconi de 1993 annonçait pourtant celui de 2003 : capable de mise en scène et de spontanéité, de distance et de proximité, de calcul et de maladresse.

Personne n'en disconvient : cette décennie fut la sienne. D'avril à décembre 1994, un premier passage à la tête du gouvernement : sept mois de pouvoir, conclus par une sortie peu glorieuse sous la pression des enquêtes judiciaires. Puis des années d'attente, à ruminer l'échec. Et enfin la revanche de 2001, ce jour de mai où, associé une fois de plus à l'Alliance nationale (AN, postfasciste) et à la Ligue du Nord, une formation séparatiste et xénophobe, le Cavaliere (chevalier de l'ordre du travail) a repris les rênes du pouvoir.

Serait-ce d'abord cela, le berlusconisme : l'art de renaître en s'appuyant sur une frange de l'électorat (20,1 % en 1994, 29,4 % en 2001) rétive aux formations politiques classiques ? Un populisme moderne, vide de toute idéologie, jouant avec habileté, et pas mal de démagogie, sur les frustrations d'un pays soumis à tant de crises qu'il exige dorénavant "*autre chose*" ? Pour revenir *in campo* en 2001, l'intéressé a en tout cas promis monts et merveilles à ses 57 millions de compatriotes. Moins de taxes, de contraintes ; plus d'argent, de liberté ! Des grands travaux ! Des services publics performants ! Peut-être aussi des amnisties fiscales... Le tout dans une Italie dynamique, fière de son identité, de ses valeurs.

Depuis, la conjoncture n'a guère été favorable. Il y a eu le 11 septembre, la déprime

économique, le conflit irakien, des remous sociaux. Le 59^e chef de gouvernement italien en est sorti affaibli.. Sa popularité est en baisse, sa coalition mal en point, et Forza Italia peine à expliquer aux électeurs pourquoi toutes les promesses n'ont pu être tenues. La déception est flagrante parmi les millions de petits entrepreneurs - le "*parti de la TVA*", comme on l'appelle ici -, longtemps fasciné par le modèle Silvio. Celui-ci tente malgré tout de tenir le cap. Ainsi s'apprête-t-il à lancer une énième campagne nationale - 20 millions de lettres, une par foyer - afin de raviver la flamme. Il en est capable, il l'a prouvé.

Faut-il pour autant le considérer comme un "*fasciste moderne*" (cela s'est dit) dont la dictature serait avant tout médiatique ? Voilà deux ans et demi que l'Italie se déchire sur le sujet. La gauche, elle-même divisée et un peu honteuse d'avoir sa part de responsabilité dans l'affaire, estime que la démocratie est en danger. Elle s'insurge contre les accommodements de M. Berlusconi avec l'AN et avec la Ligue, dénonce son mépris des magistrats, les conflits d'intérêt entre ses fonctions et son empire (trois chaînes de télévision, le groupe d'édition Mondadori...). Une partie de la presse (*La Repubblica*), des écrivains (Antonio Tabucchi, Vincenzo Consolo...), des cinéastes (Nani Moretti, Bernardo Bertolucci...) et même un Prix Nobel de littérature, le dramaturge Dario Fo, relaient ces craintes.

Hors des frontières, où la gauche italienne bénéficie d'un fort capital de sympathie, les critiques sont tout aussi virulentes. Les déclarations du président du conseil sur la supériorité supposée de la "*civilisation occidentale*", le 26 septembre 2001, ou sa tirade contre un député allemand, traité de "*kapo*" nazi, le 2 juillet 2003, devant le Parlement européen, ont fait scandale. Ses choix diplomatiques - soutien aux Américains en Irak, aux Russes en Tchétchénie - sont contestés. Ses détracteurs doivent cependant en convenir : le berlusconisme existe. Reste à savoir de quelle manière et jusqu'à quand. Pour tenter d'en mesurer les contours, peut-être faut-il commencer par s'intéresser à ses trois principaux piliers : Forza Italia, les médias, et M. Berlusconi lui-même.

Dix ans après sa création, le parti a pris racine et permet à l'homme d'affaires de rester en prise directe avec la population. Pour s'en convaincre, il suffit de pousser la porte de sa branche milanaise, au 137, avenue de Monza. Après tout, c'est ici que tout a commencé. Dans les couloirs, décorés d'affiches à la gloire du héros, les militants s'activent comme au premier jour. Les dirigeants, chefs d'état-major appliqués, disposent de cartes détaillées de l'agglomération. Commune par commune, toutes les sections sont répertoriées. Même si la cote de M. Berlusconi y est en baisse, la métropole lombarde demeure, avec la Sicile, les Pouilles et la Calabre, l'un de ses fiefs.

A l'origine, Forza Italia s'appuyait avant tout sur un réseau de clubs locaux, organisés comme des associations de supporters de football. L'édifice s'est par la suite consolidé en épousant le découpage administratif du pays. La direction nationale,

basée à Rome, supervise aujourd'hui une vingtaine de directions régionales, chacune chapeautant une centaine de branches provinciales, et ainsi de suite jusqu'à la base. Selon un sondage effectué fin octobre par l'institut ISPO, le Nord regroupe à lui seul 58,7 % des sympathisants. Viennent ensuite le Sud et les îles (28,6 %), loin devant le Centre, visiblement moins enthousiaste (12,7 %).

Dans cette structure pyramidale, rien d'important ne se décide sans l'aval de Rome. *"L'ensemble s'apparente davantage à un mouvement qu'à un parti, précise le politologue Sergio Romano, du Corriere della Sera. Les contours étant plus flous, la machine ne produit pas d'anti-leader. Tout est construit autour de M. Berlusconi. Il a son peuple de fidèles."* Combien sont-ils ? Forza Italia revendique entre 250 000 et 300 000 adhérents et un socle de 20 % des électeurs. Ces chiffres, s'ils paraissent surévalués dans le contexte actuel de déception, s'appuient sur une réalité soulignée par Carlo Rosella, directeur du magazine *Panorama* (groupe Mondadori) et "berlusconien" convaincu : *"La gauche n'a jamais compris la profondeur du phénomène ni à quel point il était ancré dans l'histoire italienne."*

"Comment peut-on encore dire que notre parti est artificiel ?", s'étonne à son tour Severino Candido, l'un des responsables de la section Province de Milan. *"N'oubliez jamais, insiste-t-il, que nous sommes nés après la mort de la Démocratie chrétienne et du Parti socialiste, dont les sympathisants se sont retrouvés orphelins. A la différence des partis habituels, nous avons une approche pragmatique de la politique."* Cette référence permanente au "pragmatisme", ce souci du "concret", par opposition aux idéologies jugées "abstraites", sont des arguments récurrents auprès des électeurs. Les adeptes du berlusconisme en ont fait leur credo.

Afin de quadriller au mieux la population, le parti dispose toujours de 2 300 clubs, mais aussi de trois branches spécifiques : la première rassemble les plus de 65 ans (les Seniores), la deuxième regroupe les femmes (Azzuro donna) et la troisième les jeunes (Forza Italia giovani, FIG). Tous font le berlusconisme au quotidien ; ils en sont les VRP, les missionnaires.

Chez les Seniores milanais, voici par exemple Pino Capellini, 69 ans, dont dix environ passés au Brésil. Une expérience qui l'autorise à écarter les critiques émises hors d'Italie sur son idole : *"Il faut vivre dans un pays pour le comprendre. C'est le cas ici, où la situation n'est pas celle que vous croyez en France."* Ce reproche est récurrent, y compris chez des Italiens moins favorables à Berlusconi : la presse étrangère, par sa méconnaissance des réalités locales, notamment du traumatisme provoqué en 1992 par l'opération "Mains propres" - présentée par le camp Berlusconi comme une *"tentative de coup d'Etat"* de la gauche -, aurait une vision réductrice, caricaturale, du pays. Pareil discours séduit les Seniores : selon le sondage ISPO, 32,7 % de l'électorat de Forza Italia auraient plus de 60 ans.

TOUJOURS à Milan, voici Clara Pastori, membre d'Azzuro donna. Cette

physiothérapeute de 23 ans confie avoir été *"plutôt de gauche"* avant de voter Berlusconi. Les femmes seraient-elles plus sensibles que les hommes à ses fréquentes références à la famille, aux traditions, à la protection sociale ? Renato Mannheimer, directeur de l'institut ISPO, a noté une évolution récente : *"En 2001, le vote féminin a pesé dans la balance. La gauche a perdu parce qu'elle a sous-estimé ce facteur, à la différence de M. Berlusconi. Mais bien des femmes, qui avaient des attentes concrètes, ont été déçues. Forza Italia cherche à les reconquérir."*

Les jeunes, maintenant. A Milan comme ailleurs, ils ont leur organisation : Forza Italia giovani, créée en 1996. Effectifs annoncés : 95 000 personnes, dont 10 000 en Lombardie. Là encore, difficile de vérifier. Seule certitude : 19,1 % de l'électorat de M. Berlusconi auraient moins de 30 ans. Dans un pays où les jeunes votent peu et se désintéressent de la politique, ce résultat paraît honorable. *"Nous avons des groupes dans les grandes écoles, les universités, nous sommes beaucoup mieux acceptés qu'il y a quelques années..."*, assure le vice-président national de FIG, Paolo Zanetto. Cet étudiant de 24 ans incarne la "génération Berlusconi". Il est brillant, élégant, maîtrise l'anglais à la perfection. La rhétorique, les emportements, tout, chez lui, sonne "berlusconien", surtout quand il accuse la gauche : *"Pour atteindre le pouvoir, les soi-disant intellectuels essaient de donner de l'Italie la pire image qui soit !"*

Les *"intellectuels"*... D'un interlocuteur à l'autre, le sujet finit toujours par être abordé. *"Les Français les écoutent trop !"*, assure M. Rosella (*Panorama*). *Ils ont une vision déformée, très manichéenne, de la situation. Un film résume bien ce que vit la majorité silencieuse de notre pays, Caterina va in citta -"Catherine va en ville"-, de Paolo Virzi. Allez le voir, vous comprendrez.* Le film en question évoque le malaise des classes moyennes face à l'évolution du pays. Il a pour héroïne une adolescente de province, naïve et pure. Confrontée aux folies malsaines de la capitale, elle ne trouvera sa place ni chez les intellectuels de gauche ni chez les grands bourgeois fascisants, et rejoindra avec bonheur la bourgade de son enfance.

C'est sur cet électorat-là que mise M. Berlusconi. Le pays profond, qui calcule encore en lires, peste contre les taxes et contre les permis de construire. Celui qui rêve de réussite sociale se méfie des juges, des politiciens, des *"penseurs"*. L'Italie des familles et des PME, de la messe dominicale et du rejet d'un état sclérosé, beaucoup plus bureaucratique qu'on ne l'imagine à l'étranger. Forza Italia, dont 79,3 % des électeurs sont peu ou pas diplômés, ratisse large, des milieux ouvriers aux classes moyennes, et n'a pas son pareil pour capter les sympathisants. La méthode tient en un mot : proximité. A longueur d'année, des centaines de débats et de réunions sont organisés à travers le pays. Les élus descendent alors *in campo*. Comme le chef.

Ce vendredi soir, un dîner-débat se tient dans un restaurant de Ranzanico, à une trentaine de kilomètres à l'est de Bergame. Une centaine de notables, quelques femmes et beaucoup d'hommes discutent de l'avenir de leur vallée. Les orateurs de

Forza Italia se succèdent : deux parlementaires, des élus locaux, un ancien député démocrate-chrétien converti, comme tant d'autres, au berlusconisme... Ce soir, il ne sera pas question de grands mots, d'économie ou de politique internationale, ni même du Cavaliere, mais de tunnels, de routes, de trains... Diapositives et cartes à l'appui, tout est présenté sur écran. *"Voilà des projets concrets ! C'est cela notre force !"*, résume Marco Pagnoncelli, architecte de profession et coordinateur du parti pour la province de Bergame.

En fin de repas, alors que tous les convives se lèvent, un verre d'asti à la main, afin d'écouter l'hymne du mouvement, Marcello Moro, le chef de file des jeunes du parti à Bergame, observe l'assistance : *"Regardez, nous lance-t-il, ces gens-là représentent l'Italie véritable, et pas celle de Moretti ou de Tabucchi !"*

Ces *"gens-là"*, qu'ils soient citadins ou campagnards, de milieux aisés ou modestes, reconnaissent à leur leader le mérite de l'authenticité. *"Celui-là, au moins, il mange comme il parle"*, disent-ils en référence à un dicton populaire. La plupart d'entre eux se moquent donc des débats qui agitent l'autre Italie et une partie de l'Europe. Peu leur importent les polémiques sur les gaffes du premier ministre ou les critiques sur sa politique étrangère. Ils ne voient là qu'une *"campagne"* injuste, orchestrée par l'opposition.

Même le fait que M. Berlusconi ait été mis en cause dans une dizaine d'enquêtes judiciaires ces dernières années suscite peu d'indignation. *"Ce n'est pas que les Italiens s'en fichent, analyse Renato Mannheimer (institut ISPO), mais il faut savoir qu'ici chacun a plus ou moins un conflit d'intérêts ! La situation de M. Berlusconi ne choque donc pas outre mesure. Quant au débat sur le populisme, il concerne surtout 5 % à 10 % des Italiens, ceux que j'appellerai les gens informés, journalistes, intellectuels, enseignants, politiciens... Bref, les lecteurs de journaux. Le reste de l'électorat ne se soucie pas de ces questions de fond."*

Cette relative indifférence serait-elle due au contrôle d'une partie de la presse et de la télévision par M. Berlusconi ? Ses partisans s'en défendent et rétorquent que les chaînes publiques ne ménagent guère Forza Italia. *"Quiconque vit en Italie sait que la majorité des moyens d'information est contrôlée par la gauche, soutient Ferdinando Adornato, chef du groupe Forza Italia à la Chambre des députés. L'Italie est par exemple le seul pays du monde dirigé par la droite à ne pas avoir de grand quotidien gouvernemental."* *Il Giornale*, propriété de Paolo, le frère de Silvio, est certes pro-Berlusconi, mais ses ventes sont faibles. *Il Foglio*, contrôlé à 38 % par l'épouse du chef du gouvernement, est influent, mais pas toujours inféodé. Quant aux publications du groupe Mondadori, M. Rosella, directeur de *Panorama*, en témoigne : le premier ministre ou son entourage n'interviennent *"jamais"* pour indiquer la ligne à suivre.

Les médias constituent pourtant le deuxième pilier du berlusconisme. Sans doute le

plus robuste. Avec Canale 5, Italia 1 et Rete 4, Sua Emittenza - comme on le surnommait dans les années 1980 - possédait déjà la moitié du paysage audiovisuel italien. Depuis son accession à la présidence du conseil, il contrôle *de facto* aussi les trois chaînes de la télévision publique. La voilà, "*l'anomalie italienne*" dénoncée par beaucoup ! Qu'un chef de gouvernement puisse avoir la main sur six des sept chaînes nationales, soit plus de 90 % de l'audience, dans un pays où, selon les études récentes, 60 % des gens ne sont informés que par la télévision est au coeur du fameux conflit d'intérêts que fustige l'opposition.

"Ceux qui disent qu'il n'y a pas de démocratie en Italie commettent une erreur caricaturale. Ce gouvernement est légitime, mais c'est la qualité de la démocratie qui se dégrade, principalement à cause de ce conflit d'intérêts et des menaces sur le pluralisme", explique Ezio Mauro, directeur de *La Repubblica*, le deuxième quotidien de la Péninsule, aux positions très anti-Berlusconi. Selon lui, il n'est pas anodin de constater que la majorité se déchire sur tout, sauf sur la justice et... la télévision. *"La télé, c'est l'idéologie du berlusconisme, dit-il. Grâce à elle, Berlusconi propose une simplification de la politique, il s'en sert comme d'un balcon pour parler directement aux gens, en s'exonérant des règles institutionnelles. En cela il est techniquement révolutionnaire. En Italie s'élabore un modèle inédit de populisme moderne qui pourrait gagner toute l'Europe."*

La plupart du temps, le Palazzo Chigi - le Matignon italien - n'a pas à intervenir, l'autocensure se charge des éventuels dérapages. Dernièrement, la direction de la RAI a suspendu d'elle-même une émission satirique dont le premier épisode était apparu fort irrévérencieux. Et l'on sourit encore, à Rome, de l'anecdote du discours de M. Berlusconi à l'ONU : dans le journal télévisé de RAI 1, les plans de coupe montraient une salle comble alors que, d'après les journalistes présents, elle s'était aux trois quarts vidée après le départ de Kofi Annan et de George Bush. Un montage dû à un excès de zèle, digne d'une démocratie populaire.

S'il n'est pas un professionnel de la politique, M. Berlusconi n'ignore rien de la communication par l'image. Au mois de septembre, pour convaincre les Italiens de la nécessité de la réforme des retraites, il avait adopté un ton solennel, costume sombre et cravate stricte sur fond de drapeau italien. Mais, quelque temps plus tard, c'est en père de famille, vêtu d'un pull sans façon, qu'il est apparu pour en expliquer les rouages, et surtout les avantages. Eternellement bronzé et souriant, tiré à quatre épingles, il est suivi en permanence par une "chargée d'image", Mity Simonetto, qui veille à tous les détails (vêtements, maquillage, décors, harmonie des couleurs...) afin que le chef apparaisse toujours sous son meilleur profil, au cas où une caméra passerait par là.

Dispositif plus discret, mais moins anecdotique, le groupe HDC (Holding della comunicazione), dirigé par l'un de ses fidèles, Luigi Crespi, est essentiel au système. HDC contrôle en effet quatre instituts de sondage, deux agences de publicité, une

société spécialisée dans l'affiche et un grand centre de télémarketing. L'ensemble permet de prendre le pouls de la population et constitue une redoutable machine à communiquer, à en croire Alessandro Amadori, auteur de deux livres sur M. Berlusconi (le dernier, *Mi Consenta 2*, est paru en octobre aux éditions Scheiwiler) : *"N'oublions pas qu'il a toujours été passionné de langage publicitaire. Depuis son entrée en politique, il n'a pas cessé de développer des techniques. Grâce à HDC, il a une approche scientifique de ces questions. Il prend soin de bien cibler ses messages à l'intention de telle ou telle catégorie de la population : les femmes, les jeunes, les entrepreneurs. A la différence des politiciens habituels, il a une faculté naturelle à parler le langage des gens simples. En s'entraînant, il a ensuite amélioré cette capacité."*

En dépit de cette sophistication, la communication de Silvio Berlusconi connaît d'in vraisemblables dérapages. Ses conseillers n'avaient pas été tenus au courant, l'été dernier, de l'entretien accordé à l'hebdomadaire britannique *The Spectator*, dans lequel il parlait des *"juges fous"* et minimisait les responsabilités de Mussolini. L'un de ces conseillers reconnaît : *"Pour nous, c'était une erreur de communication, pas forcément pour M. Berlusconi."* Généralement, ce dernier attend un jour ou deux, le temps que retombe le tollé médiatique, avant de s'excuser un peu, beaucoup ou pas du tout, en fonction des sondages de HDC sur le sujet. *Il Giornale* lui-même, pourtant pro-Berlusconi, a consacré en octobre un article au *"seigneur des gaffes"*. Les proches du premier ministre y voient la preuve de l'authenticité du personnage. *"Ces gaffes sont un sous-langage, nous assure l'un d'eux. Berlusconi se dit : "Moi, je suis moi, et c'est ma force"."*

A son pouvoir médiatique, *Il Cavaliere* peut ajouter, et c'est une autre caractéristique majeure du berlusconisme, une puissance économique personnelle que ne possède aucun dirigeant politique occidental. On se souvient ainsi du sommet OTAN-Russie de Pratica di Mare, qu'il avait voulu et organisé, fin mai 2002, avec George Bush en vedette américaine. Au moment d'affecter les 62 millions d'euros que la réunion avait coûtés, on raconte que les ministères de la défense et des affaires étrangères se renvoyaient la balle en conseil des ministres, jusqu'à ce que le chef du gouvernement mette fin au débat : *"C'est bon, je le paierai moi-même !"*

Se comportant en chef de clan, toujours prêt à récompenser ses amis ou associés de longue date, il gêne parfois ses hôtes, dans sa villa de Sardaigne, en leur offrant des montres hors de prix, comme cela se pratique dans les monarchies du Golfe. *"Il y a vraiment une grandeur princière dans la façon dont le Cavaliere applique les idées évangéliques du "qui m'aime me suive" et du "qui a la foi rejoindra le Royaume des Cieux", analyse Alessandro Amadori. Il se sent appartenir à l'espèce des grands personnages de l'Histoire."*

La définition du berlusconisme, selon Ezio Mauro (*La Repubblica*), c'est *"l'idéologie sans culture politique, ou plutôt sans culture institutionnelle"*. L'idée est confirmée

par un proche du Cavaliere : *"M. Berlusconi est un entrepreneur de Milan, qui déteste la politique et Rome."* Dans la capitale, il ne dirige d'ailleurs pas le pays depuis le Palazzo Chigi, siège officiel de la présidence du conseil, mais depuis le Palazzo Grazioli, un superbe hôtel particulier qu'il a acheté et aménagé à deux pas de là. Il se méfie des institutions, les comprend mal. Alors, il gouverne dans ses meubles, anime son gouvernement comme il dirigeait son entreprise, règle les problèmes de sa coalition en chef de famille parfois agacé.

Rien n'indique qu'il deviendra, à terme, un professionnel de la politique. Mais cela ne l'incite pas pour autant à s'entourer d'experts. Au contraire : son staff politique est très réduit. *"Et il ne suit qu'exceptionnellement les conseils que nous lui donnons !"*, avoue l'un des rares conseillers qu'il écoute. D'où ce mode de gouvernement à l'instinct, axé sur le paternalisme et l'extrême personnalisation du pouvoir. *"Contrairement à son ami George Bush, qui se contente d'appliquer les idées émises par ses conseillers, M. Berlusconi a ses propres idées et les met en application. Que cela nous plaise ou non, il est, comme il le dit lui-même, le meilleur acteur qui soit sur scène"*, commente Alessandro Amadori.

Et si possible au centre de la scène. Etre l'ami de Bush et de Poutine, ou s'en donner l'illusion, quelle revanche sur cette vieille Europe qui ne reconnaît pas ses mérites et lui bat froid ! *"Berlusconi aime épater le bourgeois, assure un ami de longue date. C'est un outsider de la politique qui compense son manque de professionnalisme par un langage ouvert, direct. De plus, il sait saisir l'air du temps. Les partis de gauche sont pleins de premiers ministres potentiels, mais aucun ne peut exercer le même leadership populaire."* Paradoxalement, ce leadership fait aussi la faiblesse du berlusconisme : l'édifice est si dépendant de son fondateur que l'après-Berlusconi est difficile à imaginer. En d'autres termes, rien ne dit que le match continuera quand l'homme de Milanello ne sera plus *in campo*.