

M.E.S., Numéro 133, Vol. 2, mars – avril 2024

<https://www.mesrids.org>

Dépôt légal : MR 3.02103.57117

N°ISSN (en ligne) : 2790-3109

N°ISSN (impr.) : 2790-3095



Revue Internationale des Dynamiques Sociales
Mouvements et Enjeux Sociaux
Kinshasa, mars - avril 2024

L'ENTREPRENEUR POLITIQUE ET LA CONQUÊTE DU POUVOIR EN RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO :

Analyse théorique et empirique des facteurs clés de succès.

par

Yannick MULUEBA KIBAMBE

*Titulaire d'un Master en Économie monétaire,
Université d'Illinois, USA*

Léon SHINGA YUHA YA YUHA

*Assistant et Apprenant au Troisième Cycle,
Faculté des Sciences Économiques et de Gestion,
Université de Kinshasa*

Résumé

L'objectif de cet article sur l'entrepreneur politique et la conquête du pouvoir en RDC est d'analyser les facteurs conduisant à la victoire d'un candidat politique à l'élection présidentielle dans le pays. Sur la base de notre analyse des élections présidentielles de 2006, 2011 et 2018, 2023 et en utilisant la dialectique et la critique de l'événement, nous avons constaté que la combinaison de facteurs tels que : un fort capital politique, une bonne capacité de communication, une forte notoriété politique du parti politique du candidat, la coalition faite par son parti, ont un impact positif sur la victoire du candidat à l'élection présidentielle. De plus, les leaders musiciens peuvent également contribuer davantage à cette victoire. Par conséquent, nous suggérons une recherche ultérieure axée sur la mesure du poids de chaque facteur à la réalisation de cette victoire.

Mots-clés : entrepreneur politique, conquête du pouvoir, facteurs clés du succès, RD Congo

Abstract

The objective of this article on the political entrepreneur in the DRC is to analyze the factors leading to the victory of a political candidate in the presidential election in the country. Based on our analysis of the presidential elections of 2006, 2011 and 2018, 2023 and using the dialectic and criticism of the event, we found that the combination of factors such as: strong political capital, good communication ability, strong political notoriety of the candidate, the coalition made by the candidate's party have a positive impact on the candidate's victory in the presidential election. In addition, musical leaders can also contribute more to this victory. Therefore, we suggest further research focused on measuring the weight of each factor in achieving this victory.

Keywords : political entrepreneur, conquest of power, key factors of success, DR Congo

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat économique reste la forme la plus connue de tout le monde, du fait de son objectif de création de la valeur et d'enrichissement. Cependant, d'autres formes d'entrepreneuriat qui ont les mêmes objectifs que lui existent, mais ils restent méconnus du public. Parmi ces formes d'entrepreneuriat figure l'entrepreneuriat politique dont l'objectif est la conquête du pouvoir. L'entrepreneuriat politique fait la jonction du domaine économique avec le domaine politique (Facchini, 2006). Il tire ses origines de travaux de Richard Wagner (1966) et Mancur Olson (1965).

Pour atteindre son objectif de conquête du pouvoir, l'entrepreneur politique doit se doter d'une certaine notoriété et des capacités à bien communiquer. Et cela, grâce à l'organisation des élections qui est l'un des moyens pour acquérir le pouvoir dans le système démocratique. Si ce domaine d'entrepreneuriat politique fait l'objet de certaines recherches dans le monde, il reste encore inexploité en République Démocratique du Congo.

En République Démocratique du Congo par exemple, le processus électoral direct est à un tour pour choisir le Président de la République ainsi que les députés nationaux et provinciaux. Ces derniers choisissent aussi les sénateurs et les gouverneurs des provinces. Les chances de succès d'un

candidat à ce processus sont déterminées par son capital politique et la capacité de son regroupement à atteindre le seuil fixé par la commission électorale indépendante.

Au regard de ce qui précède, cet article va se focaliser sur le processus électoral au niveau présidentiel afin de déterminer les facteurs permettant au candidat président de la République entant qu'entrepreneur politique de remporter les élections présidentielles.

Pour ce faire, notre problématique tourne au tour de la question de savoir : Quels sont les facteurs clés de succès d'un entrepreneur politique dans la conquête du pouvoir à la présidence de la République ?

Pour répondre à cette question, nous présumons que, le capital politique de l'entrepreneur, la notoriété de son parti politique, sa capacité à convaincre les autres leaders et partis politiques ainsi que sa capacité à communiquer sont autant d'atouts qui peuvent le conduire à la victoire.

Se faisant, l'objectif principal de cet article est d'analyser les facteurs de réussite d'un entrepreneur politique et de décrire sa personnalité ainsi que son héritage politique. Pour atteindre cet objectif, nous utilisons les méthodes dialectique et critique.

Afin de bien aborder la question de l'entrepreneur politique, notre article est structure en cinq points. Le premier point présente la définition des concepts, le deuxième traite des théories et évidences empiriques y afférents, le troisième point présente la démarche méthodologique, le quatrième point fait l'analyse des résultats et le cinquième et dernier point fait la discussion des résultats.

I. DÉFINITION DES CONCEPTS

1.1. Entrepreneuriat politique

L'entrepreneuriat politique est à la croisée des chemins entre les sciences politiques et les sciences économiques (Facchini, 2006). Elle trouve ses origines des deux économistes de l'école des choix publics de Richard Wagner (1966) et Mancur Olson (1965). Cependant, Wagner est celui qui a utilisé pour la première fois la notion de l'entrepreneur politique pour critiquer le mode de résolution du paradoxe de l'action collective proposée par Olson (1965).

Selon Olson, la logique de l'action collective est basée sur l'analyse des coûts-bénéfices de la part des acteurs.

Sheingate (2003) souligne quant à lui que la théorie de l'entrepreneur politique s'inspire de la théorie autrichienne des processus de marché. À ce sujet, Bonardi (1997) considère que les entrepreneurs sont comme les garants du déséquilibre sur les marchés car, ils saisissent les opportunités ignorées par les autres.

La contribution de l'école autrichienne est au centre du courant néo-constitutionnaliste, juridique et politique. Il en découle que la notion de l'entrepreneuriat politique se focalise sur la dimension politique qui consiste à donner solution à un problème des sociétés et de mobiliser l'action collective autour d'un idéal commun.

1.2. Entrepreneur politique

L'entrepreneur politique est un individu (fonctionnaire, homme politique, élu à un poste quelconque,) qui remet en cause l'ordre établi et/ou les valeurs dominantes. Il joue un rôle innovant et structurant au sein de son organisation (Paysan, 1996)

En sociologie politique, l'entrepreneur politique est au service d'un groupe d'intérêt pour organiser l'action collective, notamment les actions d'influence des décisions publiques. Il emprunte à la figure de l'entrepreneur économique son sens d'innovation (Paysan, 1996), sa capacité à prendre des risques (Salisbury, 1969), sa capacité à identifier les opportunités et sa capacité à organiser et mener les actions collectives (Kingdon, 1984).

L'entrepreneur politique se distingue des autres groupes d'intérêts et des lobbies par ses qualités spécifiques d'expertise, de communication, de légitimité, de négociation et de persévérance pour promouvoir sa vision, ses solutions ou ses projets auprès des décideurs publics ou auprès des électeurs (Ravinet, 2004).

II. THÉORIES ET ÉVIDENCES EMPIRIQUES SUR L'ENTREPRENEUR POLITIQUE

2.1. Théories sur l'entrepreneur politique

Bien que la théorie sur l'entrepreneuriat politique soit peu abondante, certains auteurs ont eu à mener des recherches sur le sujet.

La théorie du capital politique rend compte des prédispositions des entrepreneurs pour l'identification d'un profil de coordination. Selon cette théorie, la figure du candidat se recrute dans les rangs des entrepreneurs qui ont un fort capital politique car, la possession de ce capital accroît les chances de succès ou les chances d'obtenir de voix suffisantes pour faire partie de la négociation et pouvoir être un élément important des transactions entre les différents projets en présence. L'entrepreneur politique acquiert ce capital politique lorsqu'il a l'investiture de son parti (Ortiz, 2000) parce qu'une partie de la notoriété du parti est en principe transférée aux candidats.

La théorie Schumpétérienne de l'entrepreneur utilise la figure du leader pour donner les explications à son succès politique. La recherche de profit devient un motif subalterne. Les entrepreneurs peuvent vouloir le succès politique, la notoriété, le prestige ou la recherche d'un statut social particulier (Schneider et Teske, 1992). Leur motivation peut-être simplement la volonté d'être les meilleurs (Schumpeter, 1912-1934) cité par Wohlgemuth (2000, p275). L'entrepreneur politique recherche le pouvoir et se bat pour le saisir et le conserver.

La théorie de l'entrepreneur politique soutient que l'entrepreneur politique détruit plus de richesse qu'il en crée par les réformes institutionnelles qu'il met en place. Elle avance trois arguments :

- la prédation légale tend à dominer la réforme alors que les produits de prédation sont individualisés (transfert de la richesse de X à Y) les profits collectifs sont non exclus. La recherche des profits collectifs devient négligeable aux dépens de profits de prédation. Les changements institutionnels porteurs des profits collectifs seront moins nombreux que des projets de redistribution (Buchanan, 1993 et Holcombe, 2000, p 150).
- la réforme est limitée par les stratégies des prédateurs qui ont intérêt à limiter la concurrence politique levant des barrières à l'entrée pour défendre leurs profits. Ces barrières sont telles que l'absence de referendum des élites politiques dans des réseaux fermes et opaques, et la manipulation de l'étendue des circonscriptions électorales (Wolgemuth, 2000-2002, Holcombe, 1991). Le travail de l'entrepreneur politique sera de protéger sa position de monopole afin de toucher le plus longtemps possible les profits qui y sont attachés (Sheingate, 2003, p190).
- la recherche des profits collectifs sera moins importante que la recherche des profits de prédateurs parce que les bénéfices sont moins visibles que les coûts de la réforme, qui ne peuvent apparaître que sur le long terme alors que les coûts sont concentrés et qu'ils sont portés par des majorités latentes mais non organisées. La seule limite à la prédation sera les effets sur le processus de création des richesses. Une prédation exagérée baisse la productivité et la création des richesses par conséquent favorise la fraude, la corruption et les mouvements révolutionnaires. Cela réduit le potentiel de transfert à long terme et conduit à l'action des prédateurs qui souhaitent installer durablement leur activité de recherche de profit de prédation (Holcombe, 1994, p112).

Cette théorie de l'entrepreneur politique correspond à ce qui se passe dans le sphère politique en République Démocratique du Congo.

2.2. Évidences empiriques sur l'entrepreneur politique

Deux études sur l'entrepreneur politique nous intéressent dans le cadre de ce travail, étude est celle réalisée par Facchini en 2006 et celle de Jaziri Raouf réalisée en 2019.

a) L'étude réalisée par Facchini (2006)

Cette étude porte sur l'entrepreneur politique et son territoire. Dans cet article, l'auteur conclut que l'entrepreneur politique est un sous-produit de la théorie des processus de marché et une réussite pour l'école autrichienne qui a dépassé ses frontières disciplinaires et a donné à la science politique une théorie pour penser, une théorie dans les changements institutionnels hors équilibre.

b) L'étude réalisée par Jaziri Raouf (2019)

Elle porte sur l'entrepreneur politique au regard de la théorie des conventions : vers une typologie des maires entrepreneurs. Pour l'auteur, la théorie des conventions aide les maires entrepreneurs à prendre les décisions à travers les informations contenues dans les conventions.

La contribution de l'auteur est la découverte de 12 comportements des entrepreneurs tels que le maire businessman, le maire rationnel, le maire expert, le maire professionnel, le maire patron, le maire paternaliste, le maire solidaire, le maire impartial, le maire égocentrique, le maire chargé de communication, le maire fee, et le maire illuminé.

Tout en s'appuyant sur ces deux évidences empiriques, cet article met l'accent sur la combinaison des facteurs pouvant conduire l'entrepreneur politique à réaliser son objectif de conquête du pouvoir.

III. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE ET MODÈLE THÉORIQUE

3.1. Approche méthodologique

Pour bien mener notre analyse, nous allons utiliser une démarche à la fois dialectique et critique. La dialectique nous aide à faire une comparaison entre la coalition au pouvoir et la coalition à l'opposition. Cette comparaison va nous amener à faire des critiques constructives permettant de formuler un modèle théorique propre au contexte de la République Démocratique du Congo.

Ainsi, nous allons baser notre analyse sur les résultats des élections présidentielles qui se sont déroulées depuis 2006 jusqu'à ces jours. À cela pourra suivre l'analyse de certains événements ayant caractérisé le processus électoral et certains discours de campagne qui ont porté certains candidats au pouvoir.

3.2. Modèle théorique

Le modèle théorique utilisé dans cet article est le modèle de la démocratie. Selon ce modèle, l'entrepreneur politique forme les coalitions gagnantes. De ce fait, la théorie de l'équilibre réduit l'entrepreneur politique à un vendeur de politiques publiques à préférences des données (Mitchell, 1984, p166).

L'entrepreneur politique découvre les préférences des électeurs, mais n'a aucun moyen de les modifier. Pour réussir, il doit innover en apportant une offre politique publique afin d'influencer les préférences des électeurs (Wohlgemuth, 2000, Dilorenzo, 1987). Le choix est porté sur ce modèle parce que c'est celui-ci qui est appliqué dans l'espace politique de la République Démocratique du Congo. Sans coalition, aucun candidat ne peut gagner les élections vu la configuration politique du pays : la multiplicité des partis politiques et les ambitions de nombreux leaders. L'inconvénient de ce modèle est sa faiblesse à faire fédérer les leaders des partis politiques en coalition sur un même idéal et cela conduit aux conflits d'intérêt qui alourdissent le fonctionnement de l'appareil étatique.

IV. PRÉSENTATION DES ÉLÉMENTS À ANALYSER ET ANALYSE

Cet article base son analyse sur les résultats des élections de 2006 et de 2011 qui donnent Joseph Kabila vainqueur et les résultats des élections de 2018 et 2023 qui font de Felix Tshisekedi gagnant des élections. À ceci s'ajoutent les coalitions MP, FCC et CACH, USN.

4.1. Résultats des élections 2006 et 2011

Avec son slogan "MOMEMI MAKI ABUNDAKA TE" et son projet de la modernité dénommé « 5 chantiers » Joseph Kabila a été vainqueur des élections de 2006 avec 58% et 2011 avec 46% selon la CNI et la cour constitutionnelle. Plusieurs facteurs ont concouru à ses résultats notamment son capital politique, sa coalition avec Antoine Gizenga, l'une des figures emblématiques de la politique congolaise ainsi que le concours de certains autres partis affiliés comme le parti de l'ancien premier Ministre Kengo wa Ndondo, de UFERI de Kyungu wa Kumuanza, etc.

Aussi, la présence de Vital Kamerhe comme directeur de campagne a été un atout majeur pour la communication au profit de Joseph Kabila pour les élections de 2006. Les résultats de ces élections étaient serrés de telle manière qu'il y avait de contestations de la part de son challenger Jean-Pierre Bemba, ce qui a conduit à des échanges des tirs et des émeutes dans la ville de Kinshasa.

En 2011, face à Etienne Tshisekedi, la coalition FCC s'était renforcée car le capital politique d'Etienne Tshisekedi étant fort, il fallait regrouper plusieurs partis politiques pour l'emporter. Malgré ce renforcement de la coalition FCC, les résultats étaient tellement serrés que cela avait conduit également à des contestations et la mise d'Etienne Tshisekedi en résidence surveillée pendant un long moment. Ainsi, malgré la faiblesse de sa communication personnelle et la baisse de sa notoriété due aux atrocités commises dans le pays, Joseph Kabila s'était imposé comme vainqueur de ces élections.

De ce qui précède, il y a lieu de souligner que le succès de Joseph Kabila dans ces deux élections était lié à sa coalition avec les autres partis politiques et à son capital politique. Cependant, la communication individuelle du candidat et la notoriété de son propre parti politique le PPRD n'ont pas eu tellement d'influence sur son élection.

4.2. Résultats des élections de 2018 et 2023

Suite aux déboires du PPRD et sa coalition FCC causés au pays, la population cherchait à tout pris une alternance au pouvoir. Profitant de cette opportunité offerte, les deux leaders d'opposition (Felix Tshisekedi et Vital Kamerhe) se mettent ensemble pour former le Cach (cap pour le changement). La particularité de cette coalition est le fait que les deux leaders ont tous un fort capital politique. Leader du grand Kivu, Vital Kamerhe a un atout communicationnel et sait persuader et convaincre. À côté de lui-même, son parti UNC a aussi une certaine notoriété.

De même, Felix Tshisekedi profitant de l'héritage de la notoriété léguée par son père, son parti UDPS étant le mieux implanté au pays, bénéficie d'une grande notoriété parmi les partis politiques de l'opposition. En plus de son héritage *notoriel*, Felix Tshisekedi a également une forte capacité communicationnelle. Avec son slogan "LE PEUPLE D'ABORD" et son projet de développement de 145 territoires, cette coalition des talentueux politiques ne pouvait que faire mal aux élections de 2018.

Cependant, les résultats de ces élections furent fortement contestés à cause de faible écart avec Fayulu qui était son challenger. Ce dernier avait de difficulté du fait simplement qu'il s'était appuyé sur les partis politiques des autres leaders tels que Jean-Pierre Bemba et Moïse Katumbi. Avec sa faiblesse communicationnelle, Martin Fayulu avait du mal à convaincre l'électorat congolais.

Se basant sur les contestations des résultats de 2018 dont il fut vainqueur avec 39% devant Fayulu 35%, Felix Tshisekedi avait anticipé les élections de 2023 par la création de l'Union Sacrée de la Nation, une structure gigantesque qui regroupe les indécis du FCC et certains autres partis de l'opposition. Cette coalition qui regroupe la plupart des grands leaders de la politique congolaise dont Vital Kamerhe, Jean-Pierre Bemba, Bahati Lukwebo, Mohindo Zangi, Mbusa Nyamuisi, Lambert Mende, Sama Lukonde, Julien Paluku etc., a pu faire trop mal aux élections de 2023. Étant tous bons communicateurs et bénéficiant chacun de la notoriété de son coin d'origine, ils ont fait gagner Tshisekedi avec un pourcentage très élevé (73%). À cela, il faut ajouter l'apport de tous les leaders musicaux qui avaient appuyé la campagne par des chansons (J.-B. Mpiana, Koffi Olomide, Nyokalongo, Werrason, etc.

Face à lui, Moïse Katumbi sans un capital politique fort, avec une faible capacité communicationnelle et un parti politique n'ayant pas une forte notoriété ; avec des leaders politiques n'ayant pas un poids politique, comme : Franck Diongo, Jean-Claude Vuemba, Denis Sesanga, etc., le match était déjà gagné d'avance.

Tenant compte de ce qui précède, il y a lieu de noter que Felix Tshisekedi a pu gagner les élections suite à son capital politique fort hérité de son père, la notoriété de son parti politique l'UDPS, ses alliés ayant une forte notoriété non seulement dans leurs coins d'origine comme Jean-Pierre Bemba et Kamerhe mais aussi national à cause de leurs partis politiques. En plus de cela, c'est une équipe composée des personnalités ayant un bon capital communicationnel.

4.3. De l'héritage de l'entrepreneur politique

Tout comme pour l'entrepreneur économique, l'entrepreneur politique peut léguer son héritage à ses enfants. Cela se vérifie par ceux qui sont conduits à la destinée du parti après le décès du leader. Après la mort du feu le Président Mobutu, son fils Zanga est le bénéficiaire du fruit du MPR qui l'a conduit à ce qu'il soit nommé Ministre pendant la période de 1+4. De même à l'arrivée au pouvoir du feu le Président Laurent Désiré Kabila, Justine Kasavubu et Julianna Lumumba ont été bénéficiaires de l'héritage politique de leurs pères. Récemment, après la mort d'Etienne Tshisekedi, son fils Felix Tshisekedi a été conduit à la destinée du parti UDPS. Avant d'aller aux élections de 2006 ; Joseph Kabila avait succédé à son père, après son assassinat.

Ceci se justifie premièrement par le fait que les parents investissent d'abord pour le bien de leurs enfants et non pour le bien de tous. Donc, les sacrifices endurés ne peuvent bénéficier qu'aux premiers sacrifiés. Deuxièmement, il y a une théorie entrepreneuriale selon laquelle dans une famille des commerçants, il ne manquera pas un enfant commerçant. Ce constat est également appuyé par la théorie de prédation selon laquelle les intérêts individuels priment sur les intérêts collectifs.

V. DISCUSSION DES RÉSULTATS

La présente réflexion a pour but de vérifier l'hypothèse selon laquelle le succès aux élections présidentielles en République Démocratique du Congo est fonction des facteurs tels que le capital politique fort, une forte communication politique, la notoriété du parti politique du candidat, la meilleure coalition. L'objectif principal était d'analyser les facteurs de réussite d'un entrepreneur politique aux élections présidentielles.

Se basant sur les élections présidentielles de 2006, 2011 et 2018 et 2023, nous déduisons que pour être élu en RDC, vous devez forger un fort capital politique, savoir bien communiquer, se choisir des bons alliés possédant un fort leadership des coins dont ils sont originaires afin d'influencer les électeurs à voter pour vous en tant que candidat de la coalition. Aussi, il faut associer les leaders musicaux dans la campagne communicationnelle du candidat.

Ces considérations s'appuient sur les facteurs qui ont porté Joseph Kabila au pouvoir en 2006 et 2011 et les résultats ayant conduit au succès de Felix Tshisekedi en 2018 et 2023.

Ainsi, nous soutenons que pour gagner les élections en République Démocratique du Congo, le candidat doit avoir à la fois un capital politique fort, une forte capacité de communication, appartenir à un parti politique ayant une forte notoriété et former un regroupement politique composé des meilleurs leaders d'opinion. Aussi l'appui des leaders musicaux peut également booster cette réussite.

CONCLUSION

Cet article sur l'entrepreneur politique s'est engagé à répondre à la question de savoir les facteurs qui peuvent influencer l'élection d'un candidat aux élections présidentielles. Pour répondre à cette question, nous avons émis l'hypothèse selon laquelle un fort capital politique, une forte capacité de communication politique, la notoriété du parti du candidat et la bonne coalition sont les éléments qui peuvent impulser la victoire d'un candidat.

Nous avons poursuivi à travers cet article l'objectif d'analyser les facteurs qui prévalent au succès des candidats aux élections présidentielles afin de les confronter aux résultats d'analyse. Pour atteindre cet objectif, nous avons utilisé les méthodes dialectique et critique.

Utilisant les informations des élections présidentielles de 2006, 2011 et 2018, 2023 comme évidences empiriques, nous avons trouvé ce qui suit : qu'il s'agisse de Joseph Kabila ou de Felix Tshisekedi, les facteurs précités ont eu une forte influence sur leurs élections.

Ces résultats vérifient notre hypothèse de départ et appuie la théorie de coalition dans une démocratie pluraliste. Au regard de ces résultats, nous suggérons que les études ultérieures puissent mesurer le poids de chacun de ces facteurs dans la victoire d'un candidat aux élections présidentielles.

BIBLIOGRAPHIE

- BONARDI J.-P., "Processus de Marché et Rôle de l'entrepreneur: l'apport de l'école autrichienne au Management Stratégique" presented at the Vieme conference international de l'AIMS, Moreal, Canada, 1997
- BUCHANAN N., J., "The Domain of Constitutional Economics", *Constitutional Political Economic*, vol 1, Winter, 1990, p1-18
- DILORENZO T., J., "The Domain of Rent-Seeking Behavior: Private or Public Choice", *International Review of Law and Economics*, December, 1984, P185-187
- FACCHINI F., "Les Effets de l'absence des Prix Monétaires sur la Coordination Politique", *Journal des Economistes et des Etudes Humaines*, vol 10, no 2/3, 2000, p345-362
- FACCHINI F., "Complex individualism and the Legitimacy of Absolute property Rights", *European Journal of Law and Economics*, Vol 10, no 1
- FACCHINI F., "Entrepreneur Politique et son Territoire", *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 2006, P263-280
- JAZIRI RAOUF, " L'entrepreneuriat Politique au regard de la théorie des conventions: vers une Typologie des Maires Entrepreneurs Politiques (2019).
- HOLCOMBER, R. G., "Barriers and Political Competition", *Journal of Theoretical Politics*, 3, P231-240
- MITCHELL M., "Schumpeter and Public Choice Part II: Democracy and the Demise of Capitalism: the Missing Chapter of Schumpeter Public Choice", vol 42, no 2, p161-174
- OLSON M., "The logic of Collective action: Public and the Theories of Groups", Cambridge, Havard University Press, 1965
- ORTIZ D. R., "Duopoly versus Autonomy: How the two-Party System", *Columbia Law Review*, 2002, vol, 100, p 753-774
- SCHUMPETER J., A., "Théorie de l'évolution Economique", Dalloz, Paris, 1912-1934 (Traduction Française)
- SCHNEIDER M., TESKE P., "Toward a Theory of the Political Entrepreneur: Evidence from Local Government", *American Journal of Political Science*, 86, no 3, 1992, p 737-747
- WAGNER R., E., "Pressure Groups and Political Entrepreneurs: A Review Article" *Public Choice*, 1, p161-170
- WOLGEMUTH, M., "Political Entrepreneurship and Bidding for Political Monopoly", *Journal of Evolutionary Economics*, vol 10, 2000, p273-295
- WOHLGEMUTH M., "Evolutionary Approach to Politics", *Kylos*, 2002, vol 55, Fase 2, p223-246