**Zeitschrift:** Domaine public

**Herausgeber:** Domaine public

**Band:** - (2010)

**Heft:** 1854

**Artikel:** Election 2011 : la question oubliée du financement des partis : il reste nécessaire d'agir pour que la prochaine campagne électorale ne soit pas pire que la précédente

**Autor:** Schöni Bartoli, Daniel

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-1009734

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 15.07.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch**

– et de la contrainte qui va avec – est exercé par l'Etat, par l'intermédiaire d'un procureur. L'avocat des animaux voulu par l'initiative – en réalité un procureur spécialisé indépendant de l'appareil étatique – arriverait dans le procès pénal comme un chien dans un jeu de quilles.

Comme le déplorait récemment Me Eric Stoudmann, un ténor du barreau vaudois, au moment de raccrocher sa robe, *«la victime est devenue la vedette du procès»*. Rien de plus logique dans cette tendance que l'on cherche également à doter de porte-parole ceux qui ne peuvent s'exprimer par des mots. Au détriment de l'accusé qui, tel le taureau dans l'arène, doit désormais faire face à ces deux matadors que sont l'Etat et la victime. Sans vouloir chercher des poux à l'initiative, on ne peut que relever ce paradoxe. Les non victimes que sont les animaux vont pouvoir bénéficier des services d'un avocat alors que de nombreux délinquants en sont encore privés lorsqu'ils sont pris dans les griffes de la justice pénale.

# Elections 2011: la question oubliée du financement des partis

*Il reste nécessaire d'agir pour que la prochaine campagne électorale ne soit pas pire que la précédente*

Daniel Schöni Bartoli (18 janvier 2010)

En ce début 2010, nous passons désormais à la deuxième partie de la législature et les partis préparent déjà activement les élections fédérales de 2011. La campagne des élections fédérales 2007 avait été qualifiée de *«campagne la plus chère de tous les temps»* et le montant total investi estimé à 50 millions de francs. Le constat était implacable: l'UDC réussissait à elle seule à engager un montant comparable à au total de celui des autres partis. On relevait par exemple que 40% des encarts publicitaires parus dans la presse incitaient à voter pour les candidats de ce parti. Là où les autres continuent à mener campagne de manière traditionnelle, l'UDC agit désormais comme une agence de marketing qui impose sa *«marque»*. Le combat devient inégal.

Dans les semaines qui suivaient les élections, les réactions d'éditorialistes, de politiciens et de politologues furent nombreuses. On assistait à une avalanche de propositions permettant de garantir une concurrence plus loyale entre les partis. Deux ans après, une chape de plomb est retombée sur cette question.

Et pourtant, il y aurait lieu de s'inquiéter sérieusement. Non seulement la concurrence politique emprunte de plus en plus les techniques du marketing politique au détriment des idées et des programmes. Mais l'importance des sommes en jeu contribue aussi au discrédit des politiques dont les ressources sont à juste titre considérées comme occultes. Le risque réside également dans le développement du clientélisme: une enquête de la fondation ACTARES a estimé que la moitié de sociétés cotées en bourse participait au financement des partis. A cet égard, on se souvient en particulier du débat parlementaire sur les conditions auxquelles une majorité politique formée de partis subsidiés par UBS a offert son soutien à cette grande banque. Le danger réside encore dans une pression grandissante sur les partis pour trouver de l'argent. Quelles seront les compromissions auxquelles ceux-ci devront un jour se prêter pour assurer un rôle reconnu comme essentiel dans une démocratie?

Il ne faudrait cependant pas surestimer les effets de l'argent dans les campagnes électorales; à lui seul, il ne garantit pas la victoire. De petits partis politiques (les partis verts) moins bien dotés que les partis gouvernementaux ont réussi à tirer leur épingle du jeu. Mais ceux-ci mettent en avant des questions qui font régulièrement la Une de l'actualité. Ils sont cependant encore bien loin des 29% d'électeurs rassemblés par la seule UDC. Si ce n'est pas en premier lieu l'argent qui fait le succès de l'UDC, il y contribue

en permettant de mieux faire connaître ses thèses et d'accroître son score de quelques précieux pourcents.

Plusieurs tentatives d'imposer plus de transparence ont échoué devant le Parlement. La Suisse reste d'ailleurs un des seuls Etats démocratiques qui ne se soit pas doté d'une loi, si on excepte les dispositions adoptées par les cantons de Genève et du Tessin (DP 1786). La transparence rencontre en effet une opposition résolue de la part des partis bourgeois. Ces derniers reconnaissent qu'ils perdraient une partie de leurs bailleurs de fonds si l'anonymat n'était plus garanti. Mais des règles transparentes se heurteraient aussi à d'autres limites, car il sera toujours possible de les contourner. Si tous les dons de 1'000 francs et plus devaient être publiés, nul doute que se multiplieraient les dons à hauteur de 999 francs. Si les partis devaient présenter officiellement leurs comptes, on assisterait à une multiplication des comités de soutien direct aux candidats. Et quid des jeux comptables permettant des sur-facturation ou des sous-facturation ou la mise à disposition du personnel d'une entreprise en faveur de la campagne d'un parti? La solution d'un financement public des partis politiques ne doit pas non plus être attendue à court terme; elle se heurte pour l'instant à une majorité de l'électorat. Elle pourrait aussi introduire des distorsions.

La forte croissance des sommes investies en politique devrait toutefois inciter à l'action. Cette évolution conduit à des campagnes à l'américaine très personnalisées et mettant en scène les candidats comme des marques publicitaires en s'appuyant sur des slogans de plus en plus simplificateurs. On s'éloigne ainsi des valeurs de la démocratie et du débat argumenté. Il faudrait encore prendre en compte les risques de dérive des autres partis qui devront tout tenter pour régater avec l'UDC dans cette nouvelle manière de faire de la politique.

Sans être naïf, car les règles peuvent toujours être contournées, il convient de ne pas décourager par avance toute tentative d'assurer une compétition équitable. Des solutions mériteraient d'être sérieusement explorées pour fixer des *«règles du jeu»* plus justes. S'il est difficile d'aboutir à une transparence des comptes ou à un financement équitable, il est en revanche imaginable d'assurer l'égalité de traitement dans un certain nombre de domaines bien délimités. Ainsi, il serait tout à fait possible de mettre en place des mesures assurant une présence égale dans l'affichage public et la publication d'encarts dans les journaux, en tenant compte des divers soutiens de comités extérieurs aux partis. Dans ces deux cas, un contrôle pourrait facilement être mis en place: à défaut de contrôler les sommes investies, on pourrait ici en contrôler partiellement l'usage. De plus, une limitation de la propagande de ce genre serait une bonne façon d'inverser une tendance à la surenchère dans le marketing politique. Un organe indépendant pourrait être mis au service des cantons et de la Confédération pour assurer les évaluations nécessaires.

Au delà de la publicité politique, un des enjeux fondamentaux de la campagne à venir reste l'extraordinaire médiatisation que l'UDC a si bien réussi à orchestrer. Sur ce terrain, les autres partis ont encore bien des progrès à faire pour intéresser les médias.

## La formation, seule réponse efficace contre le chômage

*Plutôt que de remettre en cause la libre circulation avec l'UE en oubliant ses bénéfices, il serait plus efficace d'investir sur la main-d'oeuvre potentielle*

Jean-Daniel Delley (22 janvier 2010)

Le taux de chômage continue de progresser. En moyenne annuelle, il atteindra 5,2% en 2010 selon le Secrétariat d'Etat à l'économie (seco). La faute à la libre circulation des personnes tonne l'UDC, pour qui tout accord avec l'Union européenne fait figure d'épouvantail. Et le parti du splendide isolement d'exiger la dénonciation de cet accord, sans évoquer bien sûr les avantages que procure à la Suisse un marché du travail