Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1983)
Heft: 703

Rubrik: En bref

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: 11.07.2025

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

Au niveau des districts et des communes, les chiffres sont encore plus difficiles à trouver. Le secrétariat du Parti évangélique populaire zurichois les évalue pour son compte à 50-60 000 francs pour ce canton, l'Action Nationale au maximum à 50 000 francs (campagne cantonale du même montant), pour le PDC c'est 100 000 francs. La source de ces renseignements: le numéro du 22 septembre de l'hebdomadaire gratuit «Züri-Woche».

Les associations, quant à elles, font campagne pour les candidats qui, selon elles, les représentent le plus valablement. Cet appui est de toute évidence important, mais il est souvent très discret et n'est pas facilement quantifiable financièrement quand il s'exprime par des annonces ou recommandations dans le journal de l'association.

8,6 millions, c'est la somme totale dépensée par les partis politiques en annonces diverses dans les journaux et revues depuis le 1er septembre jusqu'au jour des élections. Ce chiffre a été publié lundi dernier par l'«Argus de la presse» qui a dépouillé quelque 21 000 annonces parues. Soit 3,2 millions pour les radicaux, 1,9 million pour l'UDC, 1,27 million pour les démocrates-chrétiens et 613 000 francs pour les socialistes, et le reste réparti entre les autres formations en lice. Calcul mené à bien en chiffres bruts, bien entendu, c'est-à-dire sans tenir compte d'éventuelles facilités de paiement ou de rabais sur la quantité, par exemple. Dans son édition du 15 octobre dernier, le «Tages Anzeiger» s'était livré à une analyse financière de la campagne menée sur la scène zurichoise selon le même décompte d'annonces: les radicaux et l'UDC arrivaient aussi largement en tête.

Une indication précise: l'Union syndicale zurichoise prend à sa charge un tiers des frais de la campagne socialiste, parce qu'il y a un tiers de candidats syndicalistes sur la liste socialiste zurichoise («SHZ» 22.9) — L'Union syndicale suisse collabore de la même manière à la campagne socialiste.

A Berne, un comité des arts et métiers a engagé une campagne en faveur de quatre candidats (deux radicaux et deux UDC). A la clef, des affiches sur les emplacements officiels, soit une dépense de plusieurs milliers de francs!

Les candidats y mettent aussi de leur poche. A part la cotisation à leur parti, certains candidats investissent de fortes sommes dans une campagne personnelle.
Le «Tages-Anzeiger» (13.10) donne même des exemples. Il rappelle la campagne de l'entrepreneur zurichois Robert Spleiss qui, bien qu'ayant dépensé 150 000 francs, n'a pas été élu en 1979. Des partis encouragent les campagnes personnelles, les radicaux zurichois par exemple. D'autres les tolèrent. D'autres enfin les réprouvent, la gauche en particulier, mais avec de moins en moins d'autorité sur le terrain. Les radicaux zurichois imposent la présentation du plan publicitaire au parti; ils fixent une limite de 70 000 francs par personne (selon «Blick» du 13.10); le PDC zurichois a même désigné quant à lui un arbitre pour se prononcer sur les campagnes contestées.

Ces indications, qui pourraient être complétées, permettent déjà de cerner le coût d'une campagne nationale. Soit peut-être pas tout à fait la somme indiquée plus haut mais un total certainement supérieur à 10 millions!

BROUILLARDS PARTISANS

Et il reste tant d'inconnues... C'est ainsi que le chef de l'information du PDC (Peter Frei) a évalué à un minimum de 1,5 million de francs la campagne des PDC cantonaux, c'est-à-dire un minimum de 2,1 millions de francs pour les diverses campagnes de son parti. La barre est certainement placée aussi haut pour le Parti radical. Christophe Berger, dans l'article déjà cité de la «Schweizerische Handelszeitung» est à coup sûr en dessous de la réalité lorsqu'il évalue à un maximum d'un demi-million l'effort des partis socialistes cantonaux; on n'est certainement pas loin du million; ce qui, avec les dépenses du PSS, culmine à un total de 1,3 million. Même montant pour l'UDC. Avec le million et demi de l'Alliance des indépendants, les quatre partis gouvernementaux et le mieux doté financièrement des partis non gouvernementaux nous amènent déjà à un total supérieur à 8 millions de francs! Evaluons à 500 000 francs le coût des campagnes du Parti libéral, au même montant celles du Parti évangélique populaire et à un million les campagnes de tous les autres partis réunis. Nous dépassons ainsi la limite inférieure des 10 millions. Et les campagnes personnelles et celles des «mécènes» coûtent aussi des millions...

D'où vient l'argent? N'insistons pas sur ce point, les partis sont encore plus discrets sur ce chapitre et gardent pratiquement le secret sur la source de leurs revenus.

EN BREF

Remarques acerbes du patronat helvétique après le discours de Pierre Aubert devant le dernier congrès de la FOBB à Fribourg. Le président de la Confédération aurait violé un tabou en entrant en matière sur les lacunes choquantes de la législation helvétique au chapitre de la protection contre les licenciements. «Ignorance totale des mécanismes économiques», clame le Vorort. «Attaques inadmissibles», écrit le Parti radical suisse. Il est bien entendu que lorsque d'autres conseillers fédéraux militent publiquement en faveur de l'économie de marché, par exemple, ils sont les bienvenus, porte-parole de l'ensemble de la population.