

Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 46 (2019)
Heft: 4

Artikel: Le secret du financement des campagnes politiques attise la jalousie
Autor: Herzog, Stéphane
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-912776>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.05.2025

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

Le secret du financement des campagnes politiques attise la jalousie

La Suisse est régulièrement critiquée par le Conseil de l'Europe à cause de l'opacité du financement des campagnes. L'inégalité des ressources serait le vrai cœur du problème.

STÉPHANE HERZOG

La Suisse verra-t-elle bientôt son système de financement des partis et des campagnes politiques mis à nu? C'est l'objectif de l'initiative populaire sur la transparence portée par le PS, les Verts et le PBD. Celle-ci est à l'image de textes déjà adoptés par Genève, le Tessin et Neuchâtel, et plus récemment Fribourg et Schwytz. Selon cette nouvelle approche, les partis devront communiquer leurs comptes de campagnes et déclarer l'origine des dons supérieurs à 10 000 francs.

Le système actuel ne permet pas de connaître dans le détail les montants dépensés dans les campagnes ou en vue d'élections. «Le manque de transparence est complet», résume Georg Lutz, directeur du Centre de compétences suisse en sciences sociales. Ce qui fait que la Suisse est régulièrement épinglée par le Conseil de l'Europe via son Groupe d'États contre la corruption (GRECO). «Celui-ci a été fondé à la base pour lutter contre la corruption dans les pays de l'Est», rappelle Andreas Ladner, directeur de l'Institut de hautes études en administration publique.

En Suisse, la politique est une affaire privée

Comme le déplore à chaque rapport le GRECO, «aucune restriction n'est posée aux contributions (...) et les pièces comptables des partis politiques ne sont jamais soumises à publication.» En Suisse, pays qui ne dispose pas d'une loi sur les partis politiques, cette activité demeure une affaire privée. «Les partis sont souvent organisés en petites, voire très petites, associations au niveau cantonal et communal», décrit le GRECO. Il en découle que les appareils de partis au niveau fédéral disposent de moyens très modestes. «Une législation applicable à tous les acteurs de la vie politique générerait un travail administratif considérable et des coûts importants», a jugé le Conseil fédéral. Début mai, la Commission des institutions politiques du Conseil des États a décidé de soutenir un contre-projet à l'initiative, mais en réhaussant le plancher des dons non anonymes à 25 000 francs.



La publicité politique, avec ici l'exemple de l'initiative «Monnaie pleine», coûte cher, et même très cher. Mais la Suisse manque de règles de transparence à ce sujet, critique le Conseil de l'Europe.

Photo Keystone

Dans le viseur des promoteurs d'une loi sur la transparence, on trouve toute la droite, et plus encore l'UDC, dont les campagnes choc, de l'entrée de la Suisse dans l'Espace économique européen à l'interdiction des minarets, ont reçu l'appui de leur direction, à commencer par celle du tribun Christoph Blocher. «Combien d'argent j'investis dans une campagne électorale? Quelle est la part dans ce paquet de dons et de ressources propres? C'est ma vie privée financière», a lancé dans la presse le candidat au

Des élections toujours plus chères?

Les élections vont battre des records de coûts. «Cette annonce se répète chaque fois, mais il y a un manque de données précises et l'expression des dépenses dépend aussi de la méthodologie», nuance Andreas Ladner. Pour 2018, l'agence Media Focus a estimé le coût en publicité des élections fédérales à 55,5 millions de francs, en croissance de 18,8% par rapport à 2017. En 2015, l'étude «Select-Fors» avait demandé aux candidats le montant de leurs dépenses pour leur campagne. Réponse: 29 millions de francs, avec dans l'ordre le PLR, le PDC, l'UDC et le PS. Les dépenses des partis nationaux, cantonaux et locaux ainsi que des associations auraient fait doubler ce chiffre. En 2015, les dons individuels pour des partis déduits des impôts à Genève se sont élevés à près de 2,5 millions de francs (et à 50 millions au niveau suisse). Ils ont concerné 3200 donateurs, dans un canton où le maximum admis pour les dons est de 10 000 francs. Le montant de dépense par votant est comparable à celui des élections aux États-Unis, précise la même recherche. (SH)

Conseil des Etats Roger Köppel (ZH), qui estime «que le secret des élections et des votes en Suisse est vital pour l'État de droit et la démocratie.»

La transparence serait mauvaise pour les dons

Quel problème cette absence de transparence pose-t-elle? Les politologues contactés par la «Revue Suisse» pointent d'abord une question éthique. «Il existe déjà une inégalité de base, qui est due au pouvoir d'influence des groupes d'intérêt. Il serait donc au moins normal que le public

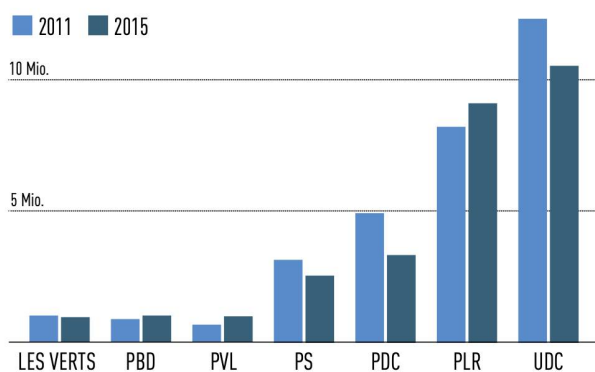
sache qui finance quoi», estime Georg Lutz. Selon ce chercheur, la transparence aurait peut-être pour conséquence de modifier le comportement des grands donateurs, ce que craint la droite en particulier, mais elle rendrait au moins manifeste l'intention politique. «Car si des personnes morales investissent dans des campagnes, c'est bien qu'elles attendent quelque chose en retour», pointe-t-il. «Si le patron de Ricola investit dans une campagne, il ne veut pas que la marque soit mise en lien avec un parti, car il veut en vendre à tout le monde», image Andreas Ladner, pour qui la source des grands donateurs relève en fait d'un secret de Polichinelle. Il souligne «une propension à droite à des investissements personnels, là où la gauche centralise les dons.»

Autre argument: l'argent n'est pas une garantie de réussite dans une campagne, et le secret du pouvoir est la capacité d'un groupe à réunir des majorités. Ainsi en 2011, l'UDC a dépensé plus de six fois plus par siège parlementaire que les Verts libéraux, qui ont été parmi les grands vainqueurs des élections de 2011, rapporte une étude de l'institut Sotomo. Une hausse de la transparence entraînerait peut-être une baisse des ressources. Pour certains, la solution à ce problème serait le passage à un système de financement des partis par l'Etat. «Cette idée ne passe pas bien à droite, commente Andreas Ladner, car elle impliquerait de lever des impôts pour la financer. La gauche y serait favorable, mais pas forcément les électeurs!» Le chercheur souligne ne pas voir une politique plus apaisée à Genève et au Tessin, cantons dotés d'une loi sur la transparence, mais qui a vu éclore de puissants partis populistes, bien dotés financièrement.

La question de l'inégalité entre les partis

Le politologue relève que cette demande pour plus de clarté provient d'abord et avant tout de la gauche suisse – et d'une coalition sur ce thème au niveau européen –, donc de partis qui bénéficient de moins de ressources. «Connaît-on plus de corruption en Suisse? Les pays dotés d'un tel système, comme la France et l'Allemagne, en ont-ils moins? S'il y a un problème, c'est plutôt que l'inégalité des ressources crée des injustices, car l'argent fait en sorte que les arguments développés par un parti qui a des moyens sont plus entendus que ceux des autres.» Que faire? Andreas Ladner estime «que la transparence pourrait se présenter comme un argument de campagne, ce qui pourrait profiter à des partis qui jouent cette carte, comme les Verts.» Il milite pour un soutien pratique et logistique en direction des petits partis, «afin qu'ils puissent mieux se faire entendre.»

Élections de 2011 et 2015 au Conseil national et au Conseil des États: dépenses totales des partis pour la publicité papier, en ligne et sur affiche



En 2015, la campagne électorale la plus chère de tous les partis a été celle de l'UDC, qui a investi 10,6 millions de francs dans la publicité papier, en ligne et sur affiche. Contrairement au PLR, qui a augmenté ses dépenses publicitaires, l'UDC a toutefois dépensé près de 2 millions de moins qu'en 2011, tout en progressant davantage en termes de voix (+ 2,8 %) que les libéraux-radicaux.

