

A portrait of Georg Lutz, a middle-aged man with short dark hair and glasses. He is wearing a dark blue blazer over a white button-down shirt, dark blue trousers, and a brown leather belt. He is standing in a restaurant or bar with a large, ornate chandelier in the background. His right hand is in his pocket, and he is looking directly at the camera with a slight smile.

«Qui se souvient encore des promesses faites par un candidat il y a quatre ans?», interroge le politologue Georg Lutz.

« Les candidats sortants sont rarement désavoués par les électeurs »

Le politologue Georg Lutz juge illusoire l'idée que des citoyens bien informés votent contre des politiciens qui n'ont pas fait leurs preuves. Il revient sur les prochaines élections fédérales, l'absence de transparence des dons électoraux et la manière dont se forme le vote des électeurs. *Nicole Tesar*

Monsieur Lutz, l'évaluation politique la plus sévère à l'échelle du pays a lieu tous les quatre ans lors du renouvellement des Chambres fédérales. Quel rôle joue le « certificat de réussite » dans la réélection des parlementaires ?

Il est en théorie extrêmement important. Dans une démocratie, on part du principe que les électeurs profitent de ces élections régulières pour examiner ce que les partis et le gouvernement ont réalisé au cours de la législature écoulée. Cela nécessite des citoyens émancipés et bien renseignés. Mais la réalité est toute autre : les gens ne sont informés que de manière sélective. Beaucoup n'ont que des connaissances limitées à certains aspects des programmes et ne peuvent donc pas vraiment évaluer les partis et les candidats.

Le respect des promesses électorales n'est donc pas pertinent ?

Qui se souvient encore des promesses faites par un candidat il y a quatre ans ? À cet égard, les sortants ont un réel avantage. Ils sont rarement désavoués par les électeurs. Lorsque cela arrive, c'est parce que leur liste a obtenu moins de sièges voire aucun, pas parce que les électeurs voulaient un changement. La non-réélection de Christoph Mörgeli au Conseil national en 2015 a été une exception.

Les électeurs sont-ils mal renseignés sur les candidats ?

La politique n'est au mieux qu'une activité annexe pour la plupart des gens. Cela ne fait pas partie des choses qui les touchent sur le plan émotionnel. La politique est relativement éloignée de leur quotidien.

Le site smartvote.ch, développé par l'association Politools, neutre sur les plans politique et confessionnel, permet de se renseigner plus précisément sur la position des candidats. Les électeurs l'utilisent-ils ?

Oui, nos sondages montrent que 20 % des électeurs ont utilisé Smartvote comme source d'information en 2015. L'influence de cette plateforme sur leur décision finale n'est cependant pas claire. Bien sûr, l'algorithme du programme et le choix des questions sont régulièrement critiqués. On peut en débattre. Il n'en reste pas moins qu'en comparaison d'une démarche souvent intuitive, où les gens retiennent les candidats qu'ils connaissent ou trouvent sympathiques, consulter Smartvote permet de décider en étant beaucoup mieux informé.

Qu'est-ce qui détermine alors le vote ?

En premier lieu les habitudes. Beaucoup ont une orientation idéologique relativement stable et s'identifient à un parti. Les sondages montrent que plus de la moitié des gens se sentent proches d'un parti politique. Ils votent toujours pour le

Georg Lutz

Georg Lutz (47 ans) est, depuis 2016, directeur de la Fondation suisse pour la recherche en sciences sociales (Fors) et professeur en sciences politiques à l'université de Lausanne. Il est également chef du projet de recherche « Voto », qui enregistre après chaque votation fédérale les motifs sous-jacents à la participation et aux décisions des électeurs suisses. Il a dirigé le projet d'étude électorale suisse « Selects » de 2008 à 2016. Il a étudié aux universités de Berne et de Genève ainsi qu'au Trinity College de Dublin. En 2004, il a achevé son doctorat à l'université de Berne. Ses recherches portent sur le comportement des électeurs, la participation électorale, les systèmes électoraux ainsi que la politique suisse et la méthodologie des sondages.



même groupe ou du moins dans le même bloc idéologique.

N'est-ce pas un peu simpliste ? Cela signifierait qu'il ne peut pas y avoir de changements ...

Il y a bien sûr aussi ceux qui s'informent en détail. Les thématiques phares, par exemple, sont essentielles. Les partis qui défendent des thèmes prioritaires de l'agenda politique améliorent souvent leur score aux élections.

Quels sont les thèmes d'actualité pour les élections de cette année ?

Pour certains électeurs, les thèmes sont récurrents : les coûts élevés de la santé, la prévoyance-vieillesse ou la peur d'une surpopulation étrangère. Pour d'autres, l'accent thématique peut fortement varier. La question climatique a ainsi pris beaucoup d'ampleur depuis une année. Il y a quatre ans, la grande préoccupation était l'immigration. Ce thème est pour l'instant bien moins présent dans l'ordre du jour politique.

À qui cela profite-t-il ?

Très clairement aux Verts et aux Vert'libéraux. Dans nos sondages, nous avons constaté que les électeurs associent rarement le thème de la politique environnementale avec le PS ou d'autres

partis. En poussant le raisonnement à l'extrême, on peut dire que même si la campagne électorale du PS était axée sur le climat, cela profiterait aux Verts.

Est-ce à dire que le PLR arrive également trop tard en voulant se profiler en matière de politique environnementale ?

Dans ce cas-ci, je dirais qu'il y a en plus un problème de crédibilité. Ces positions ne se construisent pas du jour au lendemain.

La tactique du PLR fait-elle en fin de compte le jeu des Verts ?

Oui, probablement, car elle renforce l'opinion selon laquelle le climat est l'un des thèmes clés, favorisant ainsi les partis écologistes. Il y a quatre ans, la situation était la même pour la migration : les autres partis savaient qu'ils faisaient le jeu de l'UDC, quelle que fût leur position.

Les profils des partis sont donc plus importants que les candidats ?

Les deux ont leur importance. La plupart des gens choisissent d'abord un parti, puis certains candidats dans l'éventail proposé. Ils n'écrivent que très rarement dix nouveaux noms sur la liste, mais en biffent ou en cumulent certains. D'autres facteurs

jouent souvent un rôle: les uns ne veulent élire que des femmes, d'autres quelqu'un de la même profession et d'autres encore préfèrent les candidats qui ont des enfants ou un grade militaire.

Quand la situation conjoncturelle pèse-t-elle dans la balance ?

Elle le fait dans d'autres pays, par exemple aux États-Unis: si les bonnes perspectives conjoncturelles actuelles se maintiennent jusqu'à l'année prochaine, les chances de réélection de Donald Trump augmenteront sensiblement. Ce mécanisme ne joue pas en Suisse, parce que tous les grands partis siègent au gouvernement et que personne ne peut en être rendu responsable. Il agit cependant au travers des thèmes phares: les problèmes économiques et un chômage élevé favorisent des partis comme le PLR ou le PS. Leurs revendications d'un meilleur environnement économique ou d'un solide filet de sécurité sociale sont plus crédibles pour les électeurs.

Quel bilan tirez-vous de la législature écoulée ? Est-elle à oublier ?

Je n'irais pas aussi loin, mais elle n'a sûrement pas permis de réaliser des réformes majeures. Il n'y a pas eu de projets d'envergure pour les grands défis que sont les relations avec l'Europe, la prévoyance-vieillesse ou la politique climatique. Le dossier européen, notamment, est un énorme chantier. Ni le Conseil fédéral ni les partis n'ont réussi à imposer une stratégie de développement probante. Cela dit, la réforme de l'imposition des entreprises a permis de fêter un succès dans les urnes, avec la compensation pour l'AVS.

Il y a quatre ans, la poussée de la droite a suscité de grandes attentes dans les projets libéraux.

Je n'ai jamais pensé que l'étroite majorité du PLR et de l'UDC au Conseil national entraînerait des changements en profondeur, pour des raisons évidentes: d'abord, le PLR et l'UDC ne forment pas systématiquement des coalitions, mais concluent tout au plus des arrangements ponctuels. Et même dans ce cas, les majorités au sein du Conseil national sont si minces qu'elles sont rarement solides. En outre, l'UDC joue un rôle marginal au Conseil des États. Enfin, les urnes ont tendance à infliger une correction à ceux dont les exigences sont trop radicales.

Sur quelle participation tablez-vous pour les votations de cet automne ?

Elle pourrait à nouveau baisser légèrement. Après un plus bas en 1995, elle avait atteint presque 50 % en 2015. La montée de l'UDC avait polarisé l'opinion et engendré un mouvement d'opposition doté d'un certain effet mobilisateur. Ce ne sera pas le cas cette année, car l'UDC traverse une mauvaise passe.

Selon un calcul effectué dans l'étude électorale « Selects », la Fondation suisse pour la recherche en sciences sociales (Fors) estime qu'environ 40 000 francs ont été dépensés pour chaque candidat élu en 2015. Pensez-vous que ce montant va augmenter ou diminuer en 2019 ?

Ces chiffres sont des estimations et des extrapolations qui se limitent aux candidats. Ils ne tiennent pas compte des dépenses des partis et des associations d'intérêts. Je pense que les sommes engagées continueront d'augmenter, mais il est très difficile d'estimer de combien, car le financement de la vie politique en Suisse manque de transparence.

Les budgets des campagnes électorales devraient-ils être plus transparents ?

Dans une démocratie, le principe de l'égalité prévaut. Il implique d'une part le suffrage universel, mais aussi les mêmes chances – en théorie – pour tous de prendre part au discours politique. L'argent fausse complètement la donne. Nos chiffres sur les dépenses des candidats montrent que ceux qui ont plus d'argent obtiennent davantage de voix. Car c'est la notoriété qui permet aux candidats d'être élus, et il est possible de l'accroître durant la campagne. Pour corriger cette inégalité, il y a deux moyens: limiter globalement les budgets affectés aux campagnes électorales ou plafonner les dons admis par personne, à l'instar de la Belgique ou de la France. Ou alors, à tout le moins, faire la transparence sur ceux qui ont les moyens de s'acheter de l'audience. Aucune de ces options n'a jusqu'ici été jugée pertinente en Suisse.

Les cantons de Schwyz et de Fribourg ont pourtant déjà accepté des demandes en ce sens.

Oui, l'opinion est en train de changer, contre toute attente également dans les cantons bourgeois. Les voix appelant à la transparence se feront sans

doute plus fortes dans les 15 prochaines années, peut-être jusqu'à rallier une majorité.

Une solution en matière de transparence pourrait-elle changer la répartition de l'électorat ?

Je ne pense pas, car pour les partis, la campagne en elle-même est moins décisive pour le succès électoral. Les petits dons peuvent, du moins en partie, compenser la disparition éventuelle de dons majeurs. L'image actuelle et le positionnement sont plus importants. Il en va autrement pour les candidats. Les campagnes ont un effet plus direct sur leurs chances électorales. Un candidat encourt un risque de réputation s'il accepte de gros dons d'une entreprise individuelle et que les votants savent qu'il a déposé une intervention portant précisément sur ce thème lors de la législature passée. C'est pourquoi beaucoup s'opposent à une plus grande transparence, de peur de voir fondre leurs revenus.

En comparaison internationale, la Suisse est en tête des dépenses électorales par votant.

Pourquoi ?

La Suisse est un pays riche. Partout où il y a une réglementation, que ce soit dans le domaine de l'agriculture ou de la santé, il y a un intérêt à injecter de l'argent dans le système politique pour accroître son influence. Pondérées par le nombre d'électeurs, les dépenses engagées en Suisse sont tout à fait comparables aux montants exorbitants investis dans les campagnes électorales américaines.

À l'inverse, les budgets des partis consacrés aux élections sont relativement modestes. Pourquoi ?

Je ne fais pas vraiment confiance à ces chiffres. Pour les campagnes électorales en particulier, le financement passe moins par les budgets des partis que par des budgets de campagne, des fondations ou directement par des groupes d'intérêt.

Quel rôle joue l'engagement des membres des partis ?

À cause des médias de masse, leur rôle s'est plutôt atténué au cours des 60 à 70 dernières années. Les partis ont certes besoin de membres pour les campagnes, mais peuvent en partie compenser leur manque par de l'argent. Des sommes considérables sont désormais affectées aux campagnes dans les médias sociaux. Celles-ci nécessitent

de bonnes agences de communication et non plus des militants. Aux États-Unis et en Grande-Bretagne, les adhérents font du porte-à-porte et promeuvent leur parti. Des formations comme le PS ou l'UDC ont tenté d'utiliser ces contacts personnels en Suisse également. Le PS a pour cela recouru aux appels téléphoniques. Une publicité personnalisée exige toutefois de bonnes bases de données. Et qui les détient en Suisse se trouve dans une zone grise juridique.

Vers quels médias sociaux afflue l'argent ?

Facebook arrive en tête, mais d'autres canaux sont aussi systématiquement utilisés pour les élections et les campagnes. Miser uniquement sur les médias sociaux ne permet toutefois pas d'atteindre toutes les catégories d'électeurs. Les jeunes et les personnes âgées ne sont pas sur Facebook.

Cette année, les sièges de cinq des six femmes doivent être repourvus au Conseil des États.

Sera-t-il difficile de maintenir la part de femmes actuelle ?

La situation est effectivement particulière, d'autant que les femmes sont déjà peu représentées à la Chambre haute. Certaines des sortantes seront sûrement remplacées par des femmes, par exemple à Bâle-Ville et au Jura. Avec de probables nouveaux sièges féminins à Neuchâtel et Uri, leur part restera stable, bien qu'à un faible niveau.

L'étude « Selects » n'émet pas de prévisions électorales. Mais quel est votre pronostic personnel ?

Les récentes élections cantonales et les sondages suggèrent que les Verts vont gagner du terrain – ce qui ne se fera cette fois pas au détriment d'autres partis de gauche comme le PS. L'UDC aura du mal à maintenir son vaste électorat. Le PLR fera sans doute du surplace. Le PDC traîne toujours un problème structurel non résolu : son électorat ne cesse de s'éroder dans les régions qui lui sont traditionnellement acquises et il n'arrive pas à le remplacer. Pour le PBD enfin, ce sera déjà une question de survie. Voilà les tendances qui me semblent plausibles. Pour le reste, la situation restera globalement stable. Je ne m'attends pas à de grands chamboulements.

Entretien: Nicole Tesar, rédactrice en chef