

Faire campagne

Les partis politiques suisses
face à l'électorat depuis 1945

Zoé Kergomard



SAVOIR
SUISSE

Faire campagne

Savoir suisse

Le Savoir suisse publie, sur divers sujets concernant le pays, des ouvrages de référence destinés à un large public. Il vise ainsi à rendre accessibles les travaux de recherche réalisés par les communautés académiques de Suisse ou des auteurs indépendants.

Lancée en 2002, sa collection encyclopédique au format de poche contribue à nourrir le débat public au moyen de données fiables et de réflexions qui situent l'évolution des connaissances dans le contexte européen et international. Elle couvre les domaines suivants : *Arts et culture, Histoire, Politique, Société, Économie, Nature et environnement, Sciences et technologies*. Le *Savoir suisse* propose aussi des biographies dans une série *Figures* et accueille des prises de position personnelles dans une série *Opinion*.

Depuis 2021, il publie également des ouvrages hors collection qui, dans des formats variés et des formes d'expression délibérément décloisonnées, proposent des regards différents sur la Suisse.

Les ouvrages du *Savoir suisse* sont publiés par les Presses polytechniques et universitaires romandes (PPUR), sous la direction d'un Comité d'édition qui comprend : Robert Ayrton, politologue et avocat ; Olivier Babel, secrétaire général de LIVRESUISSE ; Julia Dao ; Dominique Dirlewanger, historien, maître de gymnase et chercheur associé à l'Université de Lausanne ; Nicole Galland-Vaucher, professeure honoraire de l'Université de Lausanne ; Véronique Jost Gara, vice-présidente du Comité ; prof. Jean-Philippe Leresche, Université de Lausanne, président du Comité.

Membres honoraires : Jean-Christophe Aeschlimann, journaliste et conseiller en communication, Bâle ; Stéphanie Cudré-Mauroux, conservatrice aux Archives littéraires suisses, Berne ; Giovanni Ferro Luzzi, professeur à l'Université de Genève ; Bertil Galland, journaliste et éditeur ; Nicolas Henchoz, directeur EPFL+ECAL Lab ; Eric Hoesli, ancien professeur titulaire à l'EPFL et ancien rédacteur en chef du *Temps* ; Anne-Catherine Lyon, ancienne conseillère d'État (Vaud) ; Thierry Meyer, conseiller en communication, ancien rédacteur en chef de *24 Heures*.

La publication des volumes du *Savoir suisse* est soutenue à ce jour par les institutions suivantes :

UNIVERSITÉ DE LAUSANNE – SOCIÉTÉ ACADÉMIQUE VAUDOISE – FONDATION PITTET
– FONDATION PHILANTHROPIQUE FAMILLE SANDOZ – FERRING PHARMACEUTICALS
que l'Association « *Savoir suisse* » et l'éditeur tiennent ici à remercier.

L'édition de cet ouvrage a également bénéficié de l'aide généreuse de l'INSTITUT HISTORIQUE ALLEMAND DE PARIS.

La maison d'édition PPUR bénéficie d'un soutien structurel de l'OFFICE FÉDÉRAL DE LA CULTURE pour les années 2021-2024.

Faire campagne

Les partis politiques suisses
face à l'électorat depuis 1945

Zoé Kergomard

SAVOIR
SUISSE

Conseillers scientifiques du Savoir suisse pour ce volume :
Bernard Voutat, Ioannis Papadopoulos et André Mach

Cet ouvrage paraît dans la série *Politique*.

Chargé d'édition du Savoir suisse : *Jean Rime*

Couverture : *Photographie de deux hommes collant des affiches pour les élections fédérales en octobre 1963 à Zurich*, © KEYSTONE/PHOTOPRESS-ARCHIV/Grunder.

Maquette intérieure, couverture et mise en page : *Kim Nanette*

Impression : *PCL Presses Centrales SA, Renens*

L'autrice et l'éditeur ont fait les meilleurs efforts pour identifier les titulaires des droits des illustrations reproduites dans cet ouvrage. Si certains n'avaient pas été contactés, ils peuvent se faire connaître auprès du Savoir suisse.

La Fondation des Presses polytechniques et universitaires romandes (PPUR) publie principalement les travaux d'enseignement et de recherche de l'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), des universités et des hautes écoles francophones.

Savoir suisse, PPUR, EPFL-Rolex Learning Center,

CM Station 10, CH-1015 Lausanne,

info@savoirsuisse.org, tél.: +41 21 693 21 30

www.savoirsuisse.org

Première édition, 2023

© Presses polytechniques et universitaires romandes, Lausanne

ISBN 978-2-88915-915-515-6

ISSN 1661-8939 (Savoir suisse)

Tous droits réservés.

Reproduction, même partielle, sous quelque forme ou sur quelque support que ce soit, interdite sans l'accord écrit de l'éditeur.

TABLE DES MATIÈRES

- 1 Remonter le fil des campagnes
électorales suisses _____ 9
Du « consensus » à l'« américanisation » ? • Une plongée dans
le travail partisan de mobilisation et de représentation •
Partis et acteurs partisans : quelles voix et quelles archives ?

- 2 Pourquoi faire campagne ? _____ 27
Vers l'« harmonie des classes » en 1947 ? • « Stagner, c'est déjà
reculer » : faux-semblants de la stabilité électorale en 1959 •
« Que veut dire gagner des élections » en 1971 ? • Gagner des
voix : le basculement du tournant des années 1980 • De la
lutte de position au combat de mouvement

- 3 Professionnaliser les campagnes _____ 49
Une professionnalisation par effet d'entraînement •
L'invisible ubiquité des sondages et de la publicité politique
• Récupérer le citoyen-consommateur dans le « nouvel
espace public » • « Plus le choix » : l'engrenage du tournant des
années 1980 • L'amplification d'une dynamique ancienne de
professionnalisation des campagnes

- 4 Les partis face à leurs électorats _____ 71
Mobiliser sa « classe » ou partir à la « chasse » ? • Paradoxes
de la déconfectionnalisation du PDC • Entre « jeunesse du
Bunker » et « femmes de la campagne » • Des partis attrape-
tout ? Le grand kaléidoscope électorale des années 1970 et
1980 • Offensives électorales et luttes de redéfinition de
l'électorat

- 5 Candidats et candidates _____ 95
L'acclamation des «hommes de notre confiance» dans les années 1940 et 1950 • Démocratisation en demi-teinte des processus de nomination à partir des années 1960 • Entre «concerts de biffage» et «féminisme électoral» en 1971 • De plus en plus de candidatures... avec de plus en plus de critères • Une représentation plus «proche du peuple»? • Une personnalisation polycéphale, médiatisée ou non • Des conflits récurrents autour de la représentativité et de la personnalisation de la politique suisse
- 6 Récits de campagne _____ 123
Imaginer la Suisse de l'après-guerre • Se distinguer derrière le «consensus de la croissance» • Entre réformisme et «*law and order*» • Critique de l'État et mort des forêts • Rémanences narratives et nouveaux récits
- 7 (Re)créer la proximité _____ 141
Faire nombre : réunions et congrès électoraux d'après-guerre • Aller au contact : les transformations du porte-à-porte • Du monologue au débat ? Gérer la médiatisation des événements de campagne • Réinventer les traditions : fêtes de la rose et petits déjeuners paysans • Quels lieux pour faire campagne ?
- 8 Des campagnes exceptionnellement suisses ?__ 157
- Bibliographie _____ 165

REMERCIEMENTS

Ce livre résulte d'un voyage encore en cours au fil de l'histoire politique suisse ponctué de belles rencontres. Comme toute recherche historique, ce travail n'aurait pas été possible sans l'aide précieuse de nombreux archivistes, professionnels ou non, des Archives fédérales jusqu'aux caves des partis politiques suisses. Merci également à l'Institut historique allemand (Paris) pour son soutien financier. Je remercie tout particulièrement Bernard Voutat, Jean-Philippe Leresche et Ioannis Papadopoulos pour leurs retours critiques sur ce texte, ainsi que Samuel Beroud et Jean Rime pour leur exigeante relecture. Un grand merci enfin à mes collègues et mes proches pour leur soutien, leurs idées et leurs remises en question toujours bienvenues.

1

REMONTER LE FIL DES CAMPAGNES ÉLECTORALES SUISSES

Du « consensus » à l'« américanisation » ?

« Jusqu'au début des années 1990, les campagnes électorales débutaient quelques mois avant l'échéance, et l'harmonie régnait – tous les acteurs politiques s'appliquaient à trouver un consensus. »

Dans un manuel de campagne publié en 2014, le publicitaire alémanique Mark Balsinger reprend en ces termes une représentation répandue de la politique suisse d'antan : paisible, consensuelle, voire ennuyeuse. Il note une rupture majeure, celle des années 1990, qui mettent en effet fin à une période de grande stabilité électorale en raison de l'offensive d'une Union démocratique du centre (UDC) radicalisée. Ce passé idéalisé lui sert de contrepoint pour regretter les transformations contemporaines de la communication politique introduites par la « nouvelle » UDC (Mazzoleni, 2008), parfois réduites à une « américanisation » : « campagne permanente », publicité politique tous azimuts, médiatisation, polarisation idéologique, personnalisation, campagnes négatives (*negative campaigning* – contre les autres partis ou contre des personnalités politiques). Mais peut-on réellement appréhender ainsi les décennies

précédentes, seulement à rebours du présent? Les partis politiques suisses restent-ils vraiment figés dans le temps jusqu'à l'offensive de l'UDC? Comment comprendre l'«harmonie» et la recherche du «consensus» au cours d'une campagne, alors que toute élection démocratique implique précisément une mise en compétition de partis, de programmes et de candidatures pour gagner des voix et des mandats?

Issu d'un projet de recherche financé par le Fonds national suisse (Rossini, 2018; Kergomard, 2020), ce livre propose de remonter le fil des transformations contemporaines des campagnes électorales pour le Conseil national et le Conseil des États, en questionnant les récits qui érigent, hier comme aujourd'hui, la démocratie suisse en exception immuable («*Sonderfall*»). Pour dépasser l'opposition classique entre démocratie directe (en Suisse) et démocratie représentative (à l'étranger) (Voutat 2002), s'intéresser aux campagnes électorales en Suisse permet d'étudier les pratiques de mobilisation électorale et les mécanismes de la représentation politique dans une démocratie dite semi-directe. Certes, le système de «milice» (voire son mythe) a longtemps limité le processus de professionnalisation politique en impliquant d'adjoindre au travail politique une activité rémunérée (Pilotti et Mazzoleni, 2019). Mais en Suisse comme ailleurs, les institutions politiques dépendent du renouvellement du personnel politique et de sa légitimité face à l'électorat. Or électorat comme partis ne sont pas figés dans le temps.

L'ÉMERGENCE D'UN ESPACE DE COMPÉTITION ÉLECTORALE À PLUSIEURS NIVEAUX

Loin de l'impression d'une immuabilité, les partis politiques suisses se sont constitués à la fin du 19^e siècle dans une dynamique de structuration et de différenciation de l'offre politique à la suite de l'élargissement du droit de vote, comparable à ce qu'on observe dans les démocraties voisines, comme en témoignent les liens transnationaux des grandes traditions politiques : radicaux, socialistes et conservateurs-catholiques (Gruner, 1977). En revanche, les partis politiques suisses se distinguent par leur faiblesse structurelle en comparaison avec les groupes d'intérêt économiques, tôt intégrés aux processus de décision politique. Mais les partis s'organisent progressivement pour proposer une offre politique lors des élections, principalement aux niveaux communal et cantonal – fédéralisme oblige.

Émerge alors un espace de compétition électorale complexe à plusieurs niveaux interdépendants, de la commune à l'État fédéral, dont les acteurs politiques peuvent changer les paramètres. Ainsi, l'adoption en 1919 de la représentation proportionnelle au Conseil national, après une initiative victorieuse des conservateurs-catholiques et des socialistes, fait des cantons des circonscriptions électorales et renforce donc le poids des partis cantonaux. Cette réforme permet aux socialistes de percer au Conseil national et contribue à l'émergence de nouvelles forces politiques dans le contexte politique polarisé de l'entre-deux-guerres : les partis agrariens tout d'abord, puis, dans les années 1930, les mouvements frontistes, d'extrême droite, et l'Alliance des Indépendants (AdI), parti oppositionnel de centre gauche fondé par Gottlieb

Duttweiler, fondateur des supermarchés Migros. Les nouveaux venus profitent de faibles coûts d'entrée sur le marché électoral : il leur suffit de déposer une liste soutenue par des citoyens et il n'y a pas de seuil pour obtenir un mandat. Proportionnelle oblige, les chances de gagner un siège sont cependant plus élevées dans les grands cantons, où la réforme renforce la pluralisation des systèmes partisans, tandis que le mono- ou le bipartisme reste pour un temps la règle des plus petits cantons. Les partis fédéraux doivent composer non seulement avec des traditions politiques différentes, mais aussi avec des réalités électorales et partisans particulièrement contrastées d'un canton et d'une région linguistique à l'autre.

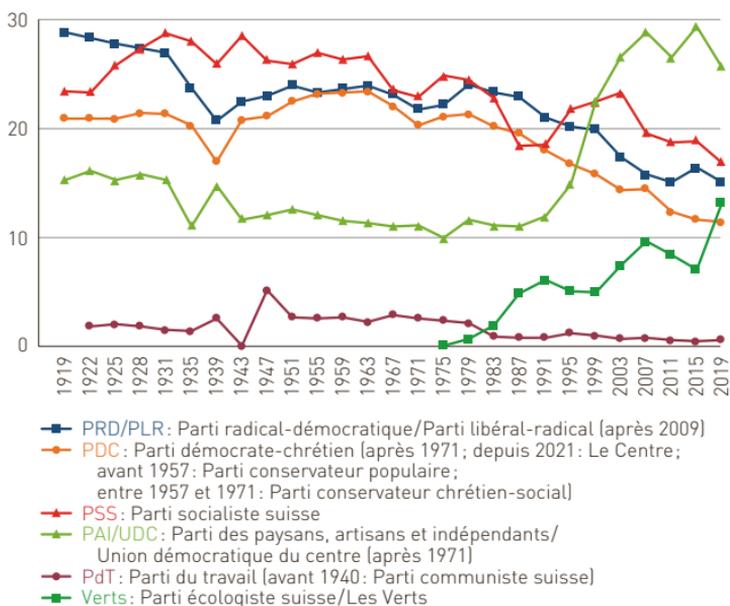
L'idée reçue d'une mobilisation « harmonieuse » de l'électorat par les partis avant les années 1990 apparaît déjà moins évidente quand on prend en compte, d'un côté, la rapide inclusion des Suisses, au moins juridiquement, au *demos* (1848) et, de l'autre, la longue exclusion des Suissesses (jusqu'en 1971 au niveau fédéral) – sans compter les barrières à la participation politique persistant pour les personnes sans passeport à croix blanche, dans un pays de forte migration. Cette histoire n'est pas propre à la Suisse. Comme le note Brigitte Studer (2010), elle est en réalité exemplaire de la construction andro- et natiocentrique des démocraties contemporaines, la représentation informelle par les hommes suisses de « leurs » femmes servant d'ailleurs d'argument pour maintenir l'exclusion de ces dernières.

Il n'en demeure pas moins qu'après la Seconde Guerre mondiale, la stabilité des résultats électoraux (voir le graphique à la page suivante) se répercute dans la consolidation d'une coalition quadripartite au Conseil fédéral, avec l'élection d'un, puis de deux ministres socialistes respectivement en 1943 et en 1959. La répartition des sièges de 1959 perdurera jusqu'en 2003 – deux pour le Parti socialiste suisse (PSS), deux pour le Parti radical-démocratique (PRD, aujourd'hui Parti libéral-radical, PLR), deux pour le Parti conservateur chrétien-social (depuis 1971 Parti démocratique-chrétien, PDC, aujourd'hui Le Centre), et un pour le Parti des paysans, artisans et indépendants (PAI, depuis 1971 Union démocratique du centre, UDC). Cette formule de coalition, qualifiée – à l'origine de manière péjorative – de « formule magique », est souvent présentée dans le débat public comme le point d'orgue d'un processus d'intégration des minorités linguistiques, religieuses et politiques, voire d'une culture politique de « consensus » supposée couler de source depuis le Moyen Âge (Burgos, Mazzoleni et Rayner, 2011).

Une lecture plus critique de ce récit national met pourtant l'accent sur les sacrifié(e)s de cette histoire, à commencer par les femmes, comme le souligne Brigitte Studer (2014) : l'alliance avec les conservateurs-catholiques et les agrariens, opposants à l'égalité politique, a certainement contribué au manque d'entrain des radicaux, partagés sur la question. En outre, si la participation des socialistes au gouvernement ainsi que le renoncement progressif des syndicats à la grève dans le cadre des accords dits de la « paix du travail »

et l'intégration néocorporatiste des groupes d'intérêt aux processus de décision ont semblé signer un « compromis de classe » pour l'après-guerre, celui-ci s'avèrera asymétrique au détriment des forces de gauche, éternellement minorisées tout en étant contraintes à la loyauté (Zimmermann, 2007 ; Tanner, 2015).

Surtout, les récits « exceptionnalistes » de la démocratie suisse d'après-guerre s'appuient souvent sur des lectures culturalistes et anhistoriques des processus politiques. Postuler une « culture » ancestrale du consensus nous en dit en effet peu sur les interactions concrètes entre acteurs politiques.



Force des principaux partis historiques en %, élections au Conseil national, 1919-2019.

Source : Office fédéral de la statistique.

S'agit-il d'une règle de comportement, à l'instar de la collégialité attendue entre membres des exécutifs fédéraux et cantonaux? Il reste alors à en étudier les contours en temps de campagne et les transformations au cours du temps: comment cette règle est-elle formalisée, et sa transgression peut-elle faire l'objet de sanctions? Peut-on aussi penser que le «consensus», stéréotype omniprésent dans les représentations collectives de la Suisse, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays, en devient une prophétie autoréalisatrice, devenue vitale pour l'image de la place bancaire et économique suisse à l'étranger (Guex et Schnyder Burghartz, 2001)?

Pour dépasser les explications culturalistes, la science politique suisse a, depuis son émergence dans les années 1950 et 1960, cherché à modéliser les mécanismes politiques à l'œuvre dans le pays. Selon Leonhard Neidhart (1970), les instruments de la démocratie directe, en particulier le référendum facultatif permettant de contester un projet de loi, poussent d'un côté à la recherche de compromis, en servant de menace, et aspirent de l'autre une partie de la conflictualité politique, qui s'exprime en conséquence moins dans les élections. Erich Gruner et son équipe renvoient également à l'absence de responsabilité du gouvernement devant le Parlement: particulièrement après 1959, les élections parlementaires doivent certes confirmer le soubassement électoral de la coalition, mais n'appellent pas à une évaluation – encore moins à une sanction – de l'action gouvernementale (Gruner, Daetwyler et Zosso, 1975: 88).

Revenant sur la genèse pour le moins incertaine de la « formule magique », Élie Burgos, Oscar Mazzoleni et Hervé Rayner (2011 : 53) analysent aussi la mécanique même de ces accords de partage du pouvoir, qui amène les quatre partis de gouvernement à respecter une règle informelle de « confrontation restreinte, voire de désistement partiel, durant les élections parlementaires, évitant le risque de mettre en péril leur quote-part dans la distribution des sièges pour l'exécutif ». Ce bien nommé « *gentleman agreement* » interdit de braconner sur les « réservoirs » des autres, selon l'expression de Neidhart (1972 : 737), les quatre forces principales étant par ailleurs longtemps protégées par le maintien de solides organisations parapatrisanes et d'une forte presse partisane. Profitant de leur érosion et des profonds bouleversements des années 1990 (fin de la Guerre froide, question européenne), c'est l'offensive électorale de l'UDC qui, dans cette analyse, a remis en cause le fondement de ces accords en bouleversant les équilibres interpartisans, menant à l'élection d'un deuxième conseiller fédéral UDC au détriment du PDC en 2003.

Or cette lecture des événements prête justement à s'interroger sur la façon dont les partis de gouvernement, au cœur de ce livre, ont maintenu cette situation de concurrence limitée des années 1940 aux années 1980. Les rapports de force entre partis ne disparaissent pas par la simple vertu d'alliances interpartisans pour la répartition des postes, d'autant que celles-ci ne sont pas garanties dans le temps et sont à géométrie variable selon les marchés électoraux. À côté des coalitions gouvernementales au

niveau fédéral (mais aussi cantonal et communal), les partis ont en effet noué, puis parfois dénoué, des ententes interpartisanes plus ou moins larges, sur la base de savants calculs électoraux, pour l'accès aux deux sièges de chaque canton au Conseil des États (sous la forme d'un « ticket » commun restreignant la compétition) et pour les élections au Conseil national (à travers des apparentements de listes rentabilisant le partage des mandats restants).

De même, on peut se demander comment les partis politiques auraient concrètement réussi à mener campagne sans vraiment le faire pendant des décennies. À moins de voir dans les campagnes électorales suisses des rites figés dans le temps, comme l'historien Hans Ulrich Jost, qui identifie dans la célébration de la sacro-sainte stabilité partisane une manière de masquer le pouvoir des organisations économiques et patronales dans les décisions politiques. Jost explique ainsi l'impression d'une politique suisse surannée, recyclant *ad vitam aeternam* de vieilles pratiques, conflits et expressions, entre « hommes de confiance », « barons fédéraux » ou « faiseurs de roi » (Jost, 1986). Appréhender dans une perspective anthropologique les campagnes électorales comme un rituel aux fonctions légitimatrices n'empêche cependant pas d'y identifier une tension permanente entre la surface et les coulisses, et donc la réaffirmation mais aussi la renégociation du *statu quo*, dont les conditions mêmes de légitimation ne restent pas forcément stables.

Est-ce en effet si simple pour les partis politiques de (re)mobiliser leur « quote-part électorale » d'élection en élection, avec des résultats quasi constants ?

Si les politistes parlent pour cette période d'un « gel » des clivages sociopolitiques hérités du 19^e siècle (capital/travail; État/Église; centre/périphérie; ville/campagne), cette analyse centrée sur les résultats électoraux contraste, d'un point de vue historique, avec les profonds bouleversements économiques, sociaux et politiques de la Suisse depuis 1945. Les conditions et les styles de vie sont transformés par la croissance économique, la massification de l'accès à l'enseignement secondaire et tertiaire, le déclin du secteur agricole, puis la tertiarisation. La carte du pays est remodelée par la (péri)urbanisation et les mouvements de migration internes et externes. Le rapport au religieux se modifie avec la baisse de la fréquentation des églises et de l'importance des conflits entre protestantisme et catholicisme. Les rapports de pouvoir au sein de la société sont bouleversés par les contestations multiples de l'autorité dans les « années 68 » (Skenderovic et Späti, 2012) et, *last but not least*, les mouvements pour l'égalité des droits politiques et civils entre hommes et femmes. Autrement dit, l'électeur de 1991 ou 2007 n'est pas celui de 1947 – quant à l'électrice, elle n'existe pas pour les partis avant 1971 au niveau fédéral.

Ces multiples transformations affectent la socialisation politique et particulièrement la transmission intergénérationnelle des loyautés partisans, voire du vote lui-même comme norme sociale, qui n'est plus forcément garantie. La participation aux élections fédérales décline d'ailleurs tout au long de la période considérée ici, partant de 80 % dans les années 1940 pour se stabiliser autour de 50 % au tournant des

années 1980 – la participation aux votations, fluctuant en fonction des objets soumis au vote, suivant une tendance similaire. Si les enquêtes électorales par sondage ne permettent que de remonter au début des années 1970, elles donnent à voir une baisse de l'identification partisane de l'électorat dès cette période. Les clivages historiques d'ordre confessionnel et économique ont perdu en importance pour expliquer le choix du parti, avant que d'autres n'apparaissent autour d'aspirations culturelles dites « postmatérialistes » (Inglehart, 1977 ; Nabholz, 1998), qui s'exprimeront d'abord dans les nouveaux mouvements sociaux féministes, écologistes et pacifistes issus de 1968. Line Rennwald remonte également avant les années 1990 pour expliquer les transformations contemporaines de l'électorat du PSS, dont le centre de gravité s'est déplacé en quelques décennies des ouvriers spécialisés vers les personnes issues des classes moyennes salariées dans les domaines sociaux et culturels. Elle note la baisse plus générale de la part de la classe ouvrière dans l'électorat suisse, mais surtout le « désalignement » d'une partie de cet électorat vis-à-vis de ce parti, dont les programmes sont plus à gauche sur les enjeux culturels dès les années 1970 (Rennwald, 2015).

Une plongée dans le travail partisan de mobilisation et de représentation

Que font justement les partis face à ces mutations et comment ont-ils cherché à mobiliser le corps électoral sur le temps long ? Ce livre propose de plonger dans les transformations des campagnes électorales « au

concret», en observant les pratiques développées par les acteurs partisans pour mobiliser l'électorat : l'organisation et la définition d'une stratégie, la constitution d'une offre électorale, la campagne sur le terrain. Plutôt que de s'arrêter aux résultats électoraux comme à un « donné » de la représentation politique, il s'agira d'étudier, dans une perspective constructiviste, comment les partis politiques, appréhendés comme « entreprises de représentation » (Offerlé, 2022 : 123), prétendent représenter les identités et les intérêts de tout ou partie de l'électorat. Pendant les campagnes, ces « prétentions à représenter » (Saward, 2010) émises par les partis politiques et leurs porte-parole entrent en compétition les unes avec les autres, mais aussi avec celles d'autres acteurs, internes (sections jeunesse, par exemple) ou externes aux partis.

AU-DELÀ DES PARTIS : LES TRANSFORMATIONS DES SYSTÈMES D'ACTION

Étudier les partis en campagne nécessite de ne pas les isoler fictivement d'autres acteurs, *a fortiori* en Suisse, au vu de leur faiblesse historique en comparaison avec les groupes d'intérêt (associations patronales et syndicats en particulier). Les citoyens et citoyennes peuvent en effet s'engager et porter leurs revendications auprès d'autres types d'organisations politiques, qui sont aussi amenées à les représenter, formellement (comme les syndicats ou les associations professionnelles) ou plus informellement, en parlant en leur nom (comme les mouvements féministes). Ces acteurs politiques contribuent donc aussi à l'articulation de revendications et d'identités sociopolitiques au long cours.

Pour étudier les conservateurs-catholiques, Pierre-Antoine Schorderet a ainsi emprunté à Jacques Lagroye le concept de « système d'action » désignant l'ensemble hétérogène d'acteurs qui entretient l'identité, les références communes et la cohésion d'un groupe, ici le monde catholique (Schorderet, 2007). Contrairement à la notion de « milieu partisan », ce concept ne présume pas la centralité d'un parti. Dans le contexte fédéral suisse, les systèmes d'action peuvent être plus ou moins fortement reliés aux partis selon les cantons. Mais, pour une bonne partie du 20^e siècle, c'est bien la force et la cohésion des systèmes d'action dans leur ensemble qui peut expliquer l'influence sociale des partis politiques suisses, malgré leurs faiblesses organisationnelles. Outre la presse partisane, les partis peuvent s'appuyer sur de multiples organisations professionnelles, culturelles, sportives ou spécifiques à certaines catégories sociales (telles les organisations féminines et de jeunesse) comme espaces de socialisation et de mobilisation politique.

Cependant, comme ailleurs en Europe, les transformations sociales de l'après-guerre affectent la cohésion interne des systèmes d'action et leurs liens plus ou moins exclusifs avec les partis. L'intégration politique et l'homogénéisation des styles de vie au-delà des frontières économiques et confessionnelles rendent moins nécessaires les systèmes d'action ouvrier et catholique comme « contre-sociétés ». Les sociabilités et rites collectifs, des Journées catholiques au 1^{er}-Mai, perdent en importance. Les acteurs non partisans restants se détachent progressivement de leurs partis historiques, qui doivent en conséquence s'adapter à ces changements.

Or si les rites électoraux contribuent à la légitimation de l'ordre politique et du principe même de la représentation politique comme mode de dévolution du pouvoir, ils peuvent aussi en mettre en lumière les contradictions (Lehingue, 2011). En observant les campagnes, on peut ainsi étudier les tensions autour des idéaux de la représentation négociés par les acteurs lors de la sélection et de la promotion des candidatures – de l'idéal abstrait du mandat jusqu'à la représentation de groupes sociaux spécifiques. Comme l'a montré Bernard Manin (1996), l'élection au suffrage universel (masculin) promet à la fois la participation égale de tous et la sélection des « meilleurs », un biais élitiste qui se retrouve dans la difficile démocratisation sociale des parlements (Pilotti, 2017). Cette tension entre égalité et élitisme est particulièrement sensible en Suisse, précisément parce que les récits autour de la démocratie helvétique, à commencer par le mythe de la « milice », façonnent l'image d'une communauté politique (masculine) horizontale où tous peuvent également participer à la politique et à l'armée, sans « tête qui dépasse ». Comment dès lors légitimer le choix des « meilleurs » tout en insistant sur l'égalité entre citoyens (et plus tard citoyennes) ?

La démocratie suisse s'imagine également comme « anti-personnelle » (Mazzoleni, 2006 : 75), la professionnalisation et la personnalisation des campagnes électorales apparaissant dès lors comme un problème de l'étranger. Mais comment faire campagne sans incarnation ? D'autant que les systèmes électoraux mettent eux-mêmes l'accent sur les personnes.

Pour les élections au Conseil des États, la grande majorité des cantons connaît le scrutin majoritaire – sauf les quelques cantons qui faisaient élire leurs conseillers par le Parlement cantonal jusque dans les années 1970, et le Jura (depuis sa fondation en 1978) et Neuchâtel (depuis 2010) qui connaissent le scrutin proportionnel. Pour le Conseil national, l'introduction de la représentation proportionnelle en 1919 a donné aux électeurs la possibilité de panacher, biffer et cumuler les candidats sur les listes, ce qui contrebalance le pouvoir des partis sur les candidatures. Les candidats et candidates d'une même liste sont mis en concurrence: ils doivent dépasser un certain de seuil de voix préférentielles par rapport à leurs concurrents pour espérer être classés en haut de la liste et obtenir un mandat.

Partis et acteurs partisans : quelles voix et quelles archives ?

Pour étudier les pratiques de campagne des partis, ce livre se penche sur les archives des quatre principaux partis suisses (radical-démocratique, socialiste, démocrate-chrétien et agrarien) aux niveaux fédéral et cantonal. Pour tenir compte des différences politiques, mais aussi socioéconomiques, culturelles et religieuses en Suisse, il s'intéresse plus particulièrement à certains cantons: le Tessin, canton italo-phonie à majorité catholique, longtemps très rural, marqué par un conflit historique entre radicaux et conservateurs; Vaud, canton francophone à majorité protestante, à la fois urbain et rural, connaissant un

multipartisme sous hégémonie radicale; et Zurich, canton plus industriel et à majorité protestante, au système partisan particulièrement pluraliste.

À défaut d'une obligation légale d'archivage, les archives des partis politiques en Suisse sont à la fois très inégales dans leur état de conservation et diversement accessibles, ce qui freine tant leur propre conscience historique que la transparence de la vie politique. Pour cette recherche, l'UDC et le PLR ont par exemple refusé l'accès à leurs archives fédérales les plus récentes qui sont conservées à leur secrétariat. Le corpus récolté est donc inégal, mais les procès-verbaux, rapports, études ou correspondances consultés permettent d'étudier les calculs, savoirs et croyances sur les campagnes, les conflits (et donc la négociation de règles de comportement), les tentatives de coordination des pratiques... Les acteurs qui y apparaissent sont divers et n'ont pas forcément les mêmes objectifs, d'autant qu'ils n'ont ni les mêmes positions ni les mêmes ressources. Si les membres des exécutifs des partis fédéraux, concordant avec les élites de l'après-guerre en général, très longtemps quasi exclusivement masculines et très liées à l'armée, cumulent souvent les positions, les ressources et les réseaux dans et hors le parti – dans les champs politique, économique, médiatique et militaire (Gruner [dir.], 1970) –, ils doivent composer avec de multiples autres acteurs: personnel salarié, prestataires extérieurs, activistes aux différents échelons du parti ou encore membres des sections jeunesse ou féminines. Parler avec Pierre Bourdieu (1981) de « champ politique » permet de

tenir compte de l'autonomisation (forcément relative) de l'activité politique comme « jeu » aux règles spécifiques (mais renégociables), tout en analysant les dynamiques d'inclusion, d'exclusion et de compétition entre agents selon leurs positions et leurs ressources dans d'autres champs.

En suivant différentes étapes des campagnes, de la définition de leurs objectifs jusqu'aux événements électoraux, le présent ouvrage se concentre sur quatre campagnes de l'après-guerre, dont l'exemplarité historique permet de mettre en lumière les profondes transformations de la vie politique suisse durant cette période, derrière sa grande stabilité électorale et institutionnelle. En 1947, les premières élections fédérales après la Seconde Guerre mondiale et après l'élection d'un premier socialiste au Conseil fédéral en 1943 servent de test pour les équilibres politiques d'après-guerre. Celles de 1959 ouvrent la voie à l'élection historique de deux conseillers fédéraux socialistes. En 1971, dans une période marquée par de nombreuses contestations, les femmes suisses votent et peuvent se porter candidates aux élections fédérales pour la première fois. Dans un contexte caractérisé par de multiples diagnostics de crise (économique, écologique, voire démocratique), 1983 marque un regain de polarisation dans la politique suisse, avec un nouveau dynamisme à droite mais aussi à gauche (émergence des partis écologistes). Pour tirer le fil des transformations étudiées, qui amorcent les bouleversements des campagnes depuis les années 1990, chaque chapitre se conclut par un épilogue remontant jusqu'à nos jours.

2

POURQUOI FAIRE CAMPAGNE ?

Pourquoi faire campagne ? Dans un contexte de grande stabilité électorale et institutionnelle, il importe de poser cette question avant d'aller voir *comment* les partis font campagne, sans y lire à rebours les résultats électoraux, les accords de partage de pouvoir qui en résulteront ou encore moins y plaquer une lecture naïve du consensus comme règle de comportement immuable. Ce chapitre interroge donc les enjeux des campagnes électorales fédérales du point de vue des divers acteurs partisans aux niveaux fédéral et cantonal, en fonction de leurs lectures du contexte et, en particulier, de leurs relations avec les autres partis.

Vers l'« harmonie des classes » en 1947 ?

Comment la politique suisse sort-elle des années de guerre qui ont fortement contraint la vie démocratique ? Dès 1939, le Conseil fédéral met en place le régime dit des pleins pouvoirs qui limite les compétences parlementaires et le recours aux outils de la démocratie directe. Cette même année, les élections fédérales n'ont lieu dans certains cantons que de manière tacite – une option ouverte par le droit suisse en l'absence de candidatures multiples –, tandis que

les partis s'accorderont pour une campagne « en sourdine » en 1943. Face aux dangers extérieurs, les principaux partis se rapprochent, notamment dans le cadre de la politique culturelle de « défense spirituelle » développée depuis 1938. Les ambiguïtés de cette politique, entre « compromis antitotalitaire » (Imhof, 1998) et réaffirmation de la communauté nationale, ont des effets durables sur la vie politique suisse. La restriction du pluralisme au nom de la défense de la démocratie se fait à gauche (interdiction du Parti communiste en 1940), mais pas à droite, ne touchant ni les mouvements frontistes (extrême droite) du début des années 1930 ni les divers mouvements affichant des sympathies nazies au début de la guerre. À la sortie de la guerre, le court débat sur les complicités suisses avec l'Allemagne nazie est vite refermé par la mise en avant d'une démocratie suisse idéalisée à l'intérieur et à l'extérieur du pays et par la réorientation de la « défense spirituelle » vers un ennemi unique : le communisme.

Dans ce contexte, la campagne pour les élections fédérales de 1947 doit permettre un retour au pluralisme démocratique ; les communistes ont d'ailleurs refondé un parti, le Parti du travail (PdT), en 1944. Mais, fait révélateur d'une gêne persistante vis-à-vis du pluralisme voire de la conflictualité démocratique, la campagne est marquée, comme en 1943, par des appels à l'unité nationale provenant de la Ligue du Gothard, une association de droite patriotique fondée en 1940 et qui plaidait à l'époque pour l'instauration d'un régime autoritaire. Avec des slogans comme « Ce qui unit est juste, ce qui divise est

mauvais », la Ligue cherche à contrer le retour à un « déchirement réciproque » qu'elle associe à l'entre-deux-guerres et en particulier à la conflictuelle sortie de la Première Guerre mondiale, marquée en Suisse par une grève générale. Proposant une représentation figée de la société, la Ligue appelle à l'unité des « paysans » et « citadins » d'une part, des « ouvriers » et « employeurs » de l'autre, représentés en piliers stables de la croix suisse. En demandant l'unité nationale en pleine campagne électorale, la Ligue pousse à l'extrême le mythe du consensus et en montre par là les limites. Les partis bourgeois partagent certes les mêmes peurs et, en conséquence, l'idéal d'une « harmonie entre les classes » pour l'après-guerre, mais ils ne savent que faire de ces appels à l'unité (et à l'immobilisme) en pleine campagne électorale, et reprocheront à la Ligue d'avoir démobilisé leurs électeurs.

Pour les partis, l'espace de compétition électorale est en effet encore ouvert. Même si la représentation proportionnelle rend peu probable un basculement majeur des équilibres politiques au niveau fédéral, la sortie de guerre donne aussi en Suisse des ailes à la gauche. À côté du nouveau PdT, le PSS, tout en soutenant la politique de défense nationale depuis 1937 et en participant depuis 1943 au gouvernement, cherche à porter une alternative politique pour l'après-guerre, avec le programme planificateur « La nouvelle Suisse » (1942). Sans marges de manœuvre suffisantes pour véritablement peser sur la politique économique de sortie de guerre, le PSS et les syndicats obtiennent tout de même une victoire historique avec l'assurance vieillesse et survivants (AVS) en juin

1947 et envisagent les élections de la même année dans cette lancée. Les partis bourgeois s'inquiètent de ces ambitions. Le président du PRD suisse, Max Wey, insiste donc auprès des secrétaires cantonaux en mai 1947 sur le fait que « l'enjeu [pour ces élections] n'est pas seulement de maintenir et consolider notre représentation au Conseil national, mais surtout de maintenir nos trois sièges au Conseil fédéral ».

D'autant que la compétition est aussi plus ouverte qu'il n'y paraît au niveau cantonal. La forte polarisation gauche-droite des années 1930 n'avait pas empêché certains partis cantonaux bourgeois (surtout agrariens) de nouer des apparentements de listes avec les socialistes, souvent dans un objectif commun : affaiblir les radicaux. Dans d'autres cantons où la polarisation gauche-droite est plus rigide, les socialistes se sont souvent alliés aux communistes (Gruner, 1977 : 211). Au sortir de la guerre, ces deux types d'alliance restent envisageables dans certains cantons, bien que les dirigeants du PSS se soient engagés auprès des partis bourgeois, avant l'entrée au Conseil fédéral d'Ernst Nobs, à ne pas s'allier avec les communistes (Jeanneret, 2002 : 42). Au Tessin, l'antifascisme a rapproché radicaux et socialistes, qui forment en 1946 une « entente de gauche » à l'exécutif cantonal. Mais avec huit mandats au Conseil national pour ce canton, les apparentements de listes entre partis sont peu susceptibles de faire basculer un siège d'un parti à l'autre, ce qui explique qu'aucune proposition d'apparementement n'aboutisse (ni entre radicaux et socialistes, ni entre socialistes et agrariens, ni entre socialistes et communistes). Dans

le canton de Vaud, les socialistes envisagent, eux, des alliances avec les communistes ou les agrariens, tous cherchant à affaiblir le bloc libéral-radical dans le canton. Ils se heurtent cependant à l'antisocialisme de nombreux agrariens. Les tensions croissantes entre socialistes et communistes font également échouer toute alliance entre les deux partis, y compris pour le Conseil des États. Pour se défendre de faire cavalier seul et de diviser le mouvement ouvrier, ils se rejettent mutuellement la faute de cet échec.

Les positions partisanses sont d'emblée plus rigides à Zurich. D'abord en raison des rapports de force entre les partis, qui contribuent à verrouiller l'élection au Conseil des États: les socialistes y occupent un siège depuis 1930, ce qui laisse un seul siège pour l'ensemble des partis bourgeois. Pour le Conseil national, le nombre important de mandats (trente et un, trente-cinq après 1962) rend les apparentements plus rentables qu'ailleurs. Portés par leur opposition commune aux gauches, presque tous les partis bourgeois s'entendent sur un tel apparentement depuis les premières élections à la proportionnelle, ainsi que sur un candidat commun aux États. La polarisation gauche-droite matérialisée par ces ententes est amplifiée par le début de la Guerre froide et l'anticommunisme virulent en Suisse alémanique, qui renforce une logique de double cordon sanitaire, antisocialiste du côté des partis bourgeois, et anti-communiste du côté des socialistes, qui craignent d'être stigmatisés par association. Alors que les socialistes s'étaient encore alliés avec les communistes pour les élections de 1946 en ville de Zurich,

cette option n'est plus sur la table pour les élections fédérales de 1947. Si elle n'était donc pas certaine à l'aube des élections, cette configuration, entre bloc bourgeois et isolement des gauches, se normalise à leur issue. Surtout, en dépit des espoirs socialistes, la quasi-reconduction des résultats électoraux entre 1943 et 1947 permet aux acteurs bourgeois de conclure à la « stabilité » et à la « clarté » des équilibres partisans et de refermer d'autant plus vite la fenêtre de discussion sur les années de guerre et sur les compromissions des élites suisses à cette époque.

« Stagner, c'est déjà reculer » : faux-semblants de la stabilité électorale en 1959

Derrière la stabilité des résultats électoraux dans les années 1950, les élections législatives de cette période ne sont pas sans enjeu pour les partis : il s'agit pour eux de consolider leur position dans le champ politique, *a fortiori* devant la perspective de renouvellements du Conseil fédéral. Pour les socialistes, cette décennie est jalonnée par une série de déceptions politiques, d'échecs référendaires et de conflits internes face au front des partis bourgeois. La démission spectaculaire de leur conseiller fédéral Max Weber en 1953, après la mise en échec par les partis bourgeois de son projet de réforme financière, ne permet pas au PSS, malgré les espoirs de son président Walther Bringolf, de profiter d'une « cure de jouvence dans l'opposition ». En espérant récupérer des marges d'action, les socialistes, forts de leur poids électoral, revendiquent alors une double

représentation au gouvernement, au détriment du troisième siège radical. En coulisses, ils ont obtenu en 1954 l'accord des conservateurs en ce sens, qui y voient l'opportunité de renforcer leur position de pivot du champ politique, et, surtout, d'affaiblir durablement les radicaux. Si ceux-ci n'empêchent pas l'élection de deux conseillers socialistes en décembre 1959, c'est davantage par « paralysie tactique » que par volonté d'intégration des socialistes, contrairement aux mythes construits postérieurement sur la formule magique (Burgos, Mazzoleni et Rayner, 2011 : 48). Pendant la campagne pour les élections parlementaires précédant cette élection historique au gouvernement, les cadres radicaux rappellent d'ailleurs aux militants que même quelques mandats en plus ou en moins peuvent faire basculer les équilibres interpartisans – du Conseil fédéral jusqu'à la composition des commissions parlementaires.

Avec si peu de variations d'une élection à une autre, de nombreux acteurs partisans partagent cette lecture très fine de la compétition électorale, d'autant plus que, dans les cantons, les jeux d'alliance entre partis diffèrent aussi de ce que la conclusion prochaine de la « formule magique » pourrait laisser penser. Le fort anticommunisme renforcé par la répression soviétique de l'insurrection hongroise en 1956 consolide encore davantage la logique de « bloc bourgeois » à l'œuvre, y compris contre les socialistes. C'est même précisément en 1959 que les radicaux, agrariens, conservateurs et libéraux vaudois concluent pour la première fois un apparentement de liste et un ticket radical-libéral pour le Conseil des États sous

l'étiquette d'« Entente vaudoise », qu'ils dramatisent comme seul moyen de prévenir un « effondrement civilisationnel » causé par les « rouges », socialistes inclus. La lutte commune contre les partis de gauche n'empêche cependant pas les conflits entre les partis bourgeois eux-mêmes. À Zurich, la vieille alliance entre partis de droite échoue à la suite de conflits touchant à l'hégémonie radicale sur la politique cantonale. Alors qu'ils s'entendaient jusque-là sur un candidat bourgeois commun au Conseil des États, les agrariens annoncent même (sans suite) une candidature dite « de combat » avec l'AdI. La campagne zurichoise est marquée par une série d'attaques plus ou moins publiques entre partis et candidats bourgeois : circulaires à l'interne, lettres diffusées par le biais des groupes d'intérêt alliés, annonces anonymes dans la presse. Les cadres radicaux refusent en effet la « trêve politique » proposée par les agrariens, mais s'accordent à l'interne pour éviter une « campagne publique contre [ceux-ci] », qui « ne nous amènerait aucune voix ». Cette retenue se limite donc à l'espace public – et ne s'applique évidemment pas aux partis de gauche.

Les élections d'octobre 1959 ne se laissent donc pas résumer à l'accession historique de deux socialistes au Conseil fédéral un mois plus tard – d'ailleurs, la perte de deux conseillers nationaux socialistes n'invalidera pas la revendication de ce parti à une représentation gouvernementale indexée sur sa quote-part électorale. Pour tous les partis, la question se pose en outre de la stratégie à adopter à long terme face au figement des positions acquises, tant

électorales qu'institutionnelles. Dans son bilan des élections au début 1960, Martin Rosenberg, secrétaire du parti conservateur et également journaliste au journal catholique lucernois *Vaterland*, prévient que « stagner, c'est déjà reculer » et juge nécessaire d'augmenter les voix du parti au niveau national.

« Que veut dire gagner des élections » en 1971 ?

La « formule magique » reconduite après 1959 ne clarifie pas la question des objectifs électoraux, ni ne conduit naturellement à un pacte de non-agression entre les quatre partis de gouvernement. Elle ne fait d'ailleurs pas l'unanimité, comme en témoigne le premier usage ironique de cette expression par un radical dépité, le conseiller national Willy Bretscher (Burgos, Mazzoleni et Rayner, 2011 : 45). Dans les rangs des trois autres partis aussi, des voix critiques s'interrogent sur les marges de manœuvre de leur formation dans cette grande coalition, alors que les institutions politiques suisses apparaissent de plus en plus dépassées par les conséquences économiques, sociales et environnementales de la « haute conjoncture ». Dans le débat public, les partis de gouvernement sont présentés comme immobiles, interchangeable, faibles, et en partie responsables d'un « malaise » démocratique, selon la formule de l'intellectuel libéral Max Imboden (1964), qui se manifesterait notamment dans la (relative) montée de l'abstention, passée de 27,6 % aux élections fédérales de 1947 à 33,9 % à celles de 1963. S'ensuit

un esprit de «réforme» qui touche les partis tout comme les institutions, avec la relance d'un vieux projet de révision totale de la Constitution fédérale.

Mais à ce «malaise» d'en haut répond un ensemble d'oppositions par le «bas» (König, 1999 : 163), qui conduisent aux mouvements protestataires des «années 68» et affectent la démocratie interne des partis (renouveau des sections jeunesse, dissidences à gauche). Les partis de gouvernement doivent en outre composer avec des partis d'opposition en pleine forme. Il s'agit à la fois d'anciens partis, comme le PdT, requinqué en Suisse romande par le renouveau du marxisme, ou l'AdI, dont la maîtrise des outils publicitaires fait mouche, mais aussi de nouveaux venus, à commencer par les mouvements xénophobes, qui lancent des initiatives populaires et participent aux élections pour mettre leur rejet de l'immigration sud-européenne à l'agenda. Les élections de 1967 sont perçues comme un tournant du fait des succès de ces différents partis, qui réduisent le pourcentage cumulé des partis de gouvernement de 85 % à 79 % des voix. Une telle dynamique ne fait que donner du poids à leur critique du fonctionnement en «cartel» des quatre partis au pouvoir. Si les partis politiques suisses, à l'époque comme aujourd'hui, ont peu recours aux ressources étatiques et ne correspondent donc pas à l'idéal-type des «partis-cartels» proposé par les politistes Richard Katz et Peter Mair (1995), la métaphore du cartel semble si limpide dans les années 1960 qu'elle est également utilisée par certains politistes suisses pour décrire la logique de partage des mandats entre les partis de gouvernement lors des élections fédérales. En réaction

à ces critiques, différentes options sont discutées au sein des quatre partis pour mieux se positionner et défendre leur participation gouvernementale, dont la conclusion d'un programme minimal de gouvernement. Après les élections législatives de 1967, ils s'entendent ainsi sur des « directives gouvernementales », qui restent cependant non contraignantes.

Pour les élections fédérales de 1971, les quatre partis de gouvernement sont d'autant plus inquiets qu'ils perçoivent la nouvelle participation des Suissesses comme une « inconnue » électorale (voir le chapitre 4) et qu'ils sortent à peine de la difficile campagne contre l'initiative dite « Schwarzenbach » (du nom de son initiateur, le tribun d'extrême droite James Schwarzenbach) visant à limiter la population étrangère en Suisse, rejetée en septembre 1970 à seulement 54 % de « non » avec une participation record de 75 %. Ils abordent cependant très différemment la question de leur responsabilité gouvernementale. Le concept de campagne des radicaux appelle à « améliorer l'image des partis de gouvernement à travers une action politique claire ». Chez les socialistes, la participation au gouvernement est de plus en plus ouvertement mise en cause par une partie des activistes. Le parti défend dans son manifeste électoral son rôle au sein du Conseil fédéral « pour influencer la politique suisse dans le sens des intérêts des travailleurs », mais se représente sur ses affiches comme « contrepoids » dans la politique suisse.

Mais c'est surtout le PDC, en plein processus de réforme partisane, qui s'interroge sur la pertinence du *statu quo* figé par la « formule magique ». Son

président, Franz Josef Kurmann, se demande même devant le comité directeur ce que veut dire «gagner les élections»: «ne pas perdre de mandats parlementaires et augmenter le total des voix. [...] Mais ne nous trompons pas: avec des “armes” conventionnelles, nous ne percerons plus». Le parti propose à ses partenaires de convenir d'un programme gouvernemental avant les élections au Conseil fédéral, mais seulement après les élections parlementaires. Même moins ambitieuse qu'un véritable programme de coalition proposé par certains, cette proposition pousse les autres partis à réagir. Mais, à moins de changer le mode de scrutin des élections au Conseil national pour rebattre les quotes-parts électorales, aucun parti n'a intérêt à remettre en cause son ou ses mandats au Conseil fédéral au nom d'un programme. Loin de conditionner sa participation à un accord programmatique, le PDC lui-même finit par négocier en coulisses pour assurer l'élection de Kurt Furgler au Conseil fédéral, révélant ainsi son «hypocrisie» selon la presse – ce qui montre que sa proposition avait été prise au sérieux. Elle débouchera au moins dans un contrat de législature non contraignant en 1972 et, à plus long terme, dans l'institutionnalisation des «entretiens de la Maison de Watteville» entre Conseil fédéral et chefs des partis gouvernementaux (Hablützel, 1986).

Si, au niveau fédéral, la campagne de 1971 donne donc à voir les conséquences ambiguës, et contestées, des accords de partage du pouvoir, au niveau cantonal, les partis de gouvernement font face à des espaces de compétition en pleine transformation. Le

regain de compétition se matérialise dans l'augmentation générale des listes, non seulement du fait des nouveaux partis, mais aussi parce que les partis établis lancent de plus en plus souvent deux, voire trois listes, segmentées selon des critères géographiques, générationnels puis de genre (voir le chapitre 5). Des postes supposément garantis au Conseil des États se retrouvent également en péril : à Zurich, en 1967, les partis bourgeois lancent des candidatures individuelles et les deux conseillers sortants, un agrarien et un socialiste, se trouvent détrônés par un radical et un indépendant. Afin d'éviter de devenir l'arroseur arrosé, radicaux et indépendants zurichois concluent aux élections suivantes, en 1971, un « accord de non-intervention ».

Les fronts politiques gelés au début de la Guerre froide se détendant peu à peu, l'option de candidatures communes à gauche pour le Conseil des États est de nouveau sur la table en Suisse romande, ce qui aboutit en 1971 dans les cantons de Genève et de Vaud. Ce tournant, porté par la base dans les congrès cantonaux, passe mal auprès des dirigeants, ainsi qu'en Suisse alémanique. En réaction, les partis bourgeois vaudois, qui présentent toujours une liste et un ticket communs, s'entendent de leur côté pour un « accord d'“armistice” » pendant la campagne. Loin d'une culture évidente du consensus, ce type d'accord montre bien la nécessité de formaliser une certaine retenue électorale, précisément pour réagir au regain de compétition. Et les nouvelles alliances sont un signe de plus que les fronts bougent, au point que, dans la *Tribune de Lausanne*, le journaliste Théo

Bouchat y voit la fin des « élections garanties ». Dans le canton de Vaud, elles aboutiront en 1975 à l'élection d'un premier conseiller aux États socialiste.

Au Tessin aussi, les équilibres politiques des dernières décennies sont remis en cause tant par la fin de l'alliance cantonale radicale-socialiste en 1966 que par l'apparition de mouvements contestataires à gauche, qui conduiront à la création du Parti socialiste autonome (PSA) en 1969. Après des décennies d'élections tacites au Conseil des États, deux candidatures de gauche sans étiquette partisane sont lancées en 1967. Demandant depuis longtemps le scrutin proportionnel pour les élections à la Chambre haute, les socialistes préfèrent appeler au boycott de ces élections pour porter cette revendication. Mais l'efficacité de ces candidatures, qui ouvrent la possibilité même d'une élection, amène finalement tant le PS que le PdT à lancer leurs propres candidatures au Conseil des États en 1971.

Gagner des voix : le basculement du tournant des années 1980

Contrairement aux inquiétudes des partis, les élections de 1971 confirment globalement les rapports de force électoraux, mis à part les succès (temporaires) des partis xénophobes Action nationale et Républicains. Mais, dans la suite de la décennie, les relations se compliquent entre les quatre partis de gouvernement eux-mêmes, alors que la récession économique et les mobilisations écologiques érodent le « consensus de la croissance » (Tanner, 2015 : 338) qui

les avait rapprochés dans les décennies précédentes. Des contestations de 1968 émergent de nouveaux mouvements sociaux, écologistes (notamment anti-nucléaire), féministes et pacifistes, qui proposent d'autres manières de s'engager politiquement et perturbent la politique gouvernementale en recourant aux outils de la démocratie directe, en particulier à l'initiative populaire, plus fréquemment que dans les décennies précédentes (Leemann, 2015). Malgré ses divisions internes, entre autres sur la politique nucléaire et environnementale, le PSS pense dans un premier temps tirer profit de ce contexte troublé : il gagne 2 % des voix aux élections au Conseil national de 1975 et en profite pour remettre en question le siège gouvernemental de l'UDC, passé en dessous de 10 %. Faisant face au déclin démographique du monde paysan, ce dernier parti cherche encore une ligne politique depuis sa création en 1971 par la fusion du PAI et du Parti démocrate de Glaris et des Grisons, à la tradition plutôt centriste et ouvrière, tandis que le parti zurichois prend la tangente à droite à partir de 1977 sous la présidence de Christoph Blocher.

Mais ce sont d'abord les radicaux qui lancent une nouvelle dynamique avec leur campagne offensive de 1979. Ils ne gagnent certes que 2 % de voix en plus au Conseil national, mais parviennent ainsi à 24 % des suffrages, un résultat inédit depuis 1931 qui fait alors les gros titres. Investir dans les campagnes permet non seulement de maintenir ses positions, mais aussi de gagner des voix supplémentaires : c'est la leçon que tirent de ces élections les radicaux comme leurs concurrents. Pour la campagne de 1983, les

quatre partis annoncent ainsi des objectifs ambitieux de gains de voix dans les médias. Même si, vus d'aujourd'hui, les résultats restent encore globalement stables, cette attention sur les gains électoraux va de pair avec des spéculations croissantes quant au plus petit mouvement de voix, renforcées par l'augmentation du recours aux sondages préélectoraux et savamment entretenues par les médias.

« NOUVEL ESPACE PUBLIC » ET FEUILLETONNISATION DES CAMPAGNES

Au-delà des stratégies partisans, les représentations collectives des enjeux d'une campagne sont façonnées en bonne partie par la couverture médiatique de celle-ci, et dépendent donc de la configuration du champ médiatique. Dans les années 1940 et 1950, l'importance de la presse partisane induit un champ médiatique très fragmenté. Les thèmes mis en avant diffèrent d'un titre à l'autre, et la campagne en elle-même est peu couverte par la presse. À côté de la radio, un ensemble de titres non affiliés, depuis les journaux d'annonces locaux jusqu'aux magazines indépendants comme le *Beobachter*, peuvent tout de même devenir des espaces de lutte entre partis – par annonces interposées ou par l'intermédiaire des communiqués d'agences de presse, comme celle, très puissante, de la Société pour le développement de l'économie suisse (SDES).

À partir des années 1960, un « nouvel espace public » (Imhof, 2010) émerge, façonné par l'importance grandissante de la télévision et de la presse indépendante et par le déclin parallèle de la presse partisane, surtout à gauche, ce qui n'empêchera pas une repolitisation (à

droite) de grands titres de presse comme la *Weltwoche* ou la *Basler Zeitung* dans les dernières décennies. Avec des perspectives différentes, ces nouveaux médias s'intéressent de plus en plus à la politique suisse et en particulier aux campagnes – souvent avec l'objectif proclamé d'y (ré)intéresser le public suisse. Invoquant un nouvel « impératif de transparence », les journalistes s'intéressent tant aux programmes des partis qu'aux coulisses des campagnes et dramatisent ainsi stratégies, conflits ou pronostics sondagers. Cette feuilletonnisation des campagnes, qui passe aussi par une plus grande concentration sur les personnes, entre petit à petit dans une dynamique circulaire : les partis affinent d'autant plus leur stratégie de communication en fonction des médias que ceux-ci raffolent du « méta-commentaire » sur les coulisses des campagnes. Inversement, les médias ont d'autant plus besoin de « décrypter » la communication partisane qu'ils doivent prouver au public qu'ils ne se font pas influencer par les partis (Riutort, 2020). Avec la concentration des titres de presse à l'échelle des régions linguistiques et la couverture journalistique croissante des campagnes, leur cartographie s'est transformée : alors même que les candidatures restent cantonales, les médias délaissent ce niveau à partir des années 2000 pour préférer un espace de discussion régional, si ce n'est national (Lutz et Tresch, 2022 : 525).

Au niveau cantonal aussi, le mouvement d'intensification de la compétition, déjà notable en 1971, se poursuit et ouvre de nouvelles possibilités d'alliances entre petits partis. Nombre d'entre eux issus de la

«nouvelle gauche», comme les Organisations progressistes de Suisse (en allemand POCH) ou les partis écologistes, lancent des candidatures au Conseil des États, ne serait-ce que comme «locomotives» pour leurs listes au Conseil national, c'est-à-dire pour leur donner de la visibilité et une incarnation dans les médias. À droite, les ambitions électorales réaffirmées peuvent perturber la paisible reconduction d'accords tacites de partage des mandats selon les quotes-parts électorales. À Zurich, les partis bourgeois (PRD et UDC en tête) revendiquent en 1983 deux sièges au lieu d'un aux États, arguant que les intérêts du canton seraient mieux représentés par une «voix unique» que par un duo partagé entre la droite et les socialistes. Ces ambitions se heurteront dans les années suivantes à la désunion de plus en plus fréquente de la droite, ouvrant parfois des opportunités aux partis de gauche. Le Conseil des États est cependant globalement resté un bastion radical et démocrate-chrétien, où les autres partis (particulièrement l'UDC) sont sous-représentés par rapport à leur poids électoral (Lutz et Tresch, 2022 : 536-537).

De la lutte de position au combat de mouvement

L'équilibre politique des décennies d'après-guerre, nécessitant la reconduction parallèle des quotes-parts électorales et gouvernementales, est plus fragile qu'il n'y paraît. Derrière les célébrations collectives de la stabilité politique suisse, les partis gouvernementaux ont construit des alliances électorales

ou des « pactes de non-intervention » à géométrie variable, reproduisant le plus souvent une logique de « bloc bourgeois » renforcée par le fort anticommunisme de la Suisse de cette époque. Engagés dans une lutte de position, les quatre partis de gouvernement se sont tôt inquiétés de « stagner » ou de se contenter du « maintien du *statu quo* », comme l'affirmait le secrétaire du PSS Fritz Escher dans la revue socialiste *Rote Revue* en 1959. Ils se sont également préoccupés de mouvements électoraux n'affectant que marginalement la répartition des mandats, mais pouvant remettre en cause leur légitimité représentative, comme la montée de l'abstention, qui dépassera pour la première fois le seuil symbolique de 50 % en 1979. Parallèlement, la « formule magique » reconduite à partir de 1959 et ses conséquences sur l'action gouvernementale font rapidement l'objet de débats dans l'espace public et au sein des partis, et cela précisément à l'occasion des élections législatives. Particulièrement au sein du PSS, contraint à une position ingrate de « *junior partner* », les conditions de la participation gouvernementale font débat, *a fortiori* lorsqu'elle se fait au détriment de l'élection des femmes, comme avec les scandales autour de la non-élection des socialistes Lilian Uchtenhagen en 1983 et Christiane Brunner en 1993.

Surtout, en particulier depuis les années 1960, la compétition entre partis, mais aussi entre candidats et candidates, s'intensifie mécaniquement avec l'augmentation quasi continue du nombre de candidatures, du fait des partis gouvernementaux eux-mêmes et de l'apparition de nouveaux acteurs

politiques, à droite comme à gauche. Dans le « nouvel espace public », ceux-ci perturbent l'entre-soi des partis gouvernementaux en utilisant les élections et les instruments de la démocratie directe pour mettre leurs idées à l'agenda. Depuis 1967, la part totale des partis de gouvernement dans l'électorat n'aura presque fait que diminuer au profit de petits partis : 80 % cette année-là, au lieu de 85 % en 1963, proportion qui s'érode encore à 69 % en 1991, cette fois-ci principalement au profit de partis d'extrême droite comme l'éphémère Parti des automobilistes. Avec la feuilletonnisation médiatique de la vie politique, partis d'opposition comme gouvernementaux se mettent à annoncer des ambitions électorales, qui impliquent bien de partir à la conquête des voix, de s'engager dans un combat de mouvement vis-à-vis des autres partis, et donc de faire campagne.

Rendu possible par des transformations profondes de l'électorat (voir le chapitre 4), le bouleversement électoral des années 1990 et 2000 transforme donc l'essai d'une mise en compétition amorcée des décennies plus tôt. À partir des élections de 1995, les importants mouvements électoraux au profit de l'UDC, qui devient le premier parti du pays en nombre de voix en 1999, augmentent l'enjeu des élections législatives parce qu'ils peuvent remettre en jeu la répartition des sièges au Conseil fédéral. La participation aux élections fédérales remonte d'ailleurs légèrement avant de se stabiliser autour de 50 %, ce qui est généralement expliqué par le regain de polarisation de la vie politique suisse (Lutz et Tresch, 2022 : 528-233). Dans un contexte de conflits autour

de l'interprétation de la « formule magique » (Burgos, Mazzoleni et Rayner, 2011 : 69-106), l'UDC obtient un deuxième siège au détriment du PDC en 2003. Si les élections des années 2010 donnent avant tout lieu à des mouvements au sein des trois nouveaux pôles partisans – gauche, centre et droite (Lutz et Tresch, 2022 : 533-536) –, la formule de coalition reste d'autant plus sur la table que, face à l'urgence climatique, la montée (en dents de scie) des Verts et dans une moindre mesure des Vert'libéraux a de nouveau affaibli la représentativité électorale des quatre partis de gouvernement. Ceux-ci ont donc plus que jamais des raisons de faire campagne.

3

PROFESSIONNALISER LES CAMPAGNES

Si les campagnes électorales ont donc de réels enjeux, comment les partis les organisent-ils ? Depuis les années 1990, la science politique suisse s'est intéressée aux transformations les plus récentes des campagnes, parallèlement aux débats qu'elles ont suscités dans l'espace public. En comparant les pratiques suisses de manière synchronique avec celles d'autres pays, notamment les États-Unis, ces travaux nuancent l'impression d'un tournant dû à l'UDC et infirment la thèse médiatique un peu rapide d'une « américanisation » des campagnes (Hardmeier, 2003) ou ne notent qu'une « modernisation en demi-teinte » (Engeli et Tonka, 2010).

Le problème reste que ces échelles de mesure sont modelées sur un certain standard, états-unien ou britannique (Farrell et Webb, 2002). Or, il y a forcément un gouffre entre les campagnes pour les élections présidentielles aux États-Unis d'un côté et celles pour élections parlementaires helvétiques de l'autre, qui mettent en jeu de multiples candidatures à l'échelon cantonal. De nombreuses particularités du contexte suisse demandent de nuancer l'analyse : les partis, historiquement faibles par rapport aux groupes d'intérêt, ne sont par exemple pas les seuls acteurs

à prendre en compte. Surtout, le risque est de lire les transformations organisationnelles des campagnes de manière linéaire, voire inéluctable, sans relier les pratiques partisans aux contextes d'action dans lesquels elles prennent leurs sens.

Au lieu de postuler une rationalité et/ou un standard « moderne » (ou « américain ») de la communication politique, remonter dans le temps demande donc de tenir compte des calculs, des croyances et des savoirs pertinents pour les acteurs politiques. La notion de professionnalisation est en ce sens plus ouverte, et mieux adaptée pour étudier les efforts d'amélioration des pratiques vers des standards définis – et constamment renégociés – par les acteurs politiques eux-mêmes (Papathanassopoulos *et al.*, 2007: 10).

Une professionnalisation par effet d'entraînement

Parce qu'ils partagent au moins l'objectif de consolider leurs positions électorales, les cadres des partis fédéraux et de certains partis cantonaux ambitionnent dès les années 1940 et 1950 d'investir plus de ressources financières, personnelles, organisationnelles et informationnelles dans les campagnes ainsi que de les centraliser davantage, au niveau cantonal, voire fédéral. Durant la campagne de 1947, cette dynamique concerne surtout le PSS. En comparaison avec la faiblesse organisationnelle et financière des secrétariats nationaux des partis bourgeois, il profite certainement de son organisation mieux

centralisée, qui lui donne les moyens d'envisager une campagne pour tout le pays. Alors que ses concurrents se contentent encore de mandater un artiste pour réaliser quelques affiches, les socialistes demandent même un concept de campagne complet au publicitaire autodidacte Victor Cohen, membre du parti et déjà en charge de la campagne des syndicats pour l'AVS au printemps 1947. Dans ses notes d'intention, Cohen prend soin de distinguer « réclame » (pour vendre des biens) et « propagande » (pour défendre des idées politiques), un terme utilisé sans connotation péjorative à l'époque. Cohen développe notamment une série d'annonces non seulement pour la presse partisane, mais aussi pour la presse dite indépendante. Les partis bourgeois, déjà sur la défensive, reconnaissent la force de frappe de la campagne socialiste et modifient leurs pratiques dans les années suivantes. Les radicaux, en particulier, envient aux socialistes leur réseau d'« hommes de confiance », leur coordination nationale et la cohésion de leur presse partisane. Pour compenser la faiblesse décisionnelle et financière de leurs propres structures fédérales, ils mettent en place des conférences de secrétaires ou de présidents cantonaux. Mais, comme pour les autres partis bourgeois, l'utilisation d'une affiche et d'un manifeste électoral commun dépend des partis cantonaux, qui organisent la campagne sur le terrain.

Les socialistes n'ont cependant plus l'avantage lors de la campagne de 1959. Dans son bilan des élections dans la *Rote Revue*, le secrétaire du PSS, Fritz Escher, remarque la capacité financière des radicaux, avec

lesquels seule l'AdI pourrait lutter. En outre, les socialistes s'inquiètent régulièrement de la force de frappe d'un ensemble nébuleux d'acteurs de droite comme la SDES, qui interviennent par exemple lors des campagnes de votation au moyen d'annonces et de communiqués de presse, et auxquels ils attribuent certains de leurs échecs. Ces différents acteurs agissent parfois de manière concertée avec les partis bourgeois, parfois en « francs-tireurs de la concordance », mais cet éparpillement devient une force par la démultiplication des canaux de diffusion de leurs idées anti-communistes et anti-tatistes (Werner, 2000). Sans atteindre le niveau de centralisation du PSS, les partis bourgeois ont également renforcé leurs secrétariats nationaux, qui développent des manuels de campagne, proposent des formations et du matériel de campagne communs. Ceux-ci sont pourtant surtout utilisés par les plus petits partis cantonaux, alors que les grands partis cantonaux, mieux dotés, préfèrent concevoir leurs propres modèles de communication. Les efforts de centralisation des partis fédéraux se heurtent ainsi à un processus parallèle de professionnalisation des campagnes au niveau cantonal.

Il faut dire que l'idée même d'une campagne nationale suscite aussi des résistances, comme chez les conservateurs. Le secrétaire du parti, Martin Rosenberg, ambitionne d'en faire la première formation politique de droite en nombre de voix, ce qui implique de nationaliser les pratiques de campagne. Cette stratégie compte sur l'essor démographique, dû à l'exode rural, des « diasporas » catholiques dans les cantons protestants du Plateau, couloir industrialisé

courant de Genève à Saint-Gall où de nouvelles sections cantonales, souvent de tendance chrétienne-sociale, ont été fondées depuis les années 1940. Pour lui, même les plus petits partis cantonaux, sans grande chance d'obtenir un mandat, ont une « obligation d'honneur » de présenter une liste et de faire campagne pour augmenter le nombre de voix du parti à l'échelle nationale. Mais certains partis cantonaux s'opposent à une telle stratégie : à Saint-Gall, canton biconfessionnel, le parti cantonal, qui obtiendra pourtant six sièges, refuse ainsi l'affiche qu'il juge « américaine » et ne lance sa campagne que huit jours avant le scrutin. Au niveau national, le parti perdra des voix en comparaison avec 1955, ce que Rosenberg ne manquera pas de reprocher aux partis cantonaux récalcitrants. Dans son rapport sur les élections, il insiste ainsi sur la nécessité de faire réellement campagne, suffisamment en amont, voire de manière continue entre les élections, et d'unifier la conduite et les supports de campagne. Malgré les réserves, de tels objectifs offensifs finissent souvent par l'emporter à l'interne, puis amènent les autres partis à en faire de même.

L'invisible ubiquité des sondages et de la publicité politique

Cet effet d'entraînement est particulièrement net en ce qui concerne le recours aux nouvelles formes de savoirs électoraux qui se diffusent en Europe de l'Ouest après la guerre. Certes, lorsque l'Institut suisse de l'opinion publique, fondé à Lausanne en

1943, réalise en 1946 un « sondage populaire » pour le compte d'un groupe de libéraux visant à réformer la Constitution, de nombreux acteurs politiques et médiatiques rejettent cette expérience, trop orientée par les intentions politiques de ses initiateurs (Stettler, 1997). Les partis politiques ont en outre déjà recours aux statistiques électorales, qu'ils produisent et commentent souvent eux-mêmes. Mais ils commencent aussi à s'intéresser en coulisses aux études de marché, qui incluent parfois des questions à dimension politique – sur les opinions politiques et syndicales, ou encore sur les sources d'information des sondés.

Les multiples positions d'influence de nombreux cadres des partis (notamment à droite), entre entreprises, groupes d'intérêt et organisations politiques, favorisent en effet la circulation discrète de ces études, tout comme la diffusion des savoir-faire publicitaires. Pour la campagne de 1959, le secrétaire général du PRD, Hans-Rudolf Leuenberger, demande ainsi un sondage et des conseils à son compatriote biennois Pierre-André Gygi, directeur de l'Institut suisse pour les études de marché et d'opinion et lui-même encarté au PRD. Les agences de communication gérant les campagnes de votation pour les acteurs économiques, comme la SDES, jouent en outre un rôle de pionnier et de passeur dans l'appropriation politique de techniques auparavant utilisées à des fins commerciales. En 1959, les radicaux intègrent ainsi à leur commission de « propagande politique » Heinz Schmutz, spécialiste en « relations publiques » de la SDES, qui formera également des cadres cantonaux.

L'utilité des savoirs sondagiers comme publicitaires ne fait pourtant pas encore consensus. Les politistes suisses eux-mêmes doutent alors de l'efficacité électorale de la « propagande » (Gruner et Siegenthaler, 1964 : 135) et les grandes études états-uniennes de l'époque insistent encore sur la stabilité des prédispositions électorales. Surtout, certains cadres partisans se refusent toujours à aborder la « propagande » politique comme de la « réclame » publicitaire. Au sein de la « commission de propagande » des radicaux zurichois, le journaliste de la *Neue Zürcher Zeitung* Ernst Bieri refuse, encore en 1959, l'analogie faite entre « citoyen » et « consommateur » par le lobbyiste Robert Eibel, acteur d'une multitude de campagnes antiétatistes et anticommunistes. À la place, Bieri insiste sur le rôle « pédagogique » des partis envers les citoyens durant les campagnes. La commission rejette cependant sa proposition d'un « vade-mecum citoyen » informatif, car « qui garde et consulte une telle brochure ? »

Mais c'est bien parce que les concurrents ont recours aux savoirs publicitaires et sondagiers que tous finissent par s'y mettre. Cet effet d'imitation est très net chez les socialistes, moins proches des milieux économiques et donc de ces savoirs. Fin 1958, l'agence d'études états-unienne Nowland, qui s'implante tout juste en Suisse, vante auprès du président du PSS, Walther Bringolf, les mérites de ses études, qui auraient notamment permis au parti catholique belge de gagner de nouveaux électeurs « périphériques ». Constatant l'« avance » en matière de sondages des partis bourgeois, le comité directeur du PSS, appuyé

par un financement de l'Union syndicale suisse, décide de lui commander un sondage sur le même sujet, pour « essayer quelque chose de nouveau ». Seule l'origine états-unienne de l'entreprise pose un problème, pour des raisons d'image, et l'étude ne circulera donc qu'auprès des dirigeants du parti et du mouvement ouvrier. C'est ce qui explique le paradoxe de l'invisible ubiquité des savoirs électoraux dans la Suisse de l'après-guerre: soucieux d'éviter le stigmate de l'« étranger » et particulièrement de l'« américanisation », les partis (et certains candidats bourgeois) préfèrent y recourir *in petto*, tout en dénigrant officiellement de tels instruments. L'autoreprésentation d'une politique suisse non professionnalisée conduit ainsi les partis à cacher, au moins pour un temps, leurs dynamiques de professionnalisation.

Mais les sondages s'invitent peu à peu dans l'espace public. Vitrine de ces nouveaux savoirs, la Gesellschaft für praktische Sozialforschung (GFS, Société pour la recherche sociale pratique) est fondée en 1959, et compte comme membres des entreprises, des groupes d'intérêt, des syndicats, le PRD comme seul parti, et des titres de presse indépendants. Les médias commencent d'ailleurs à commander eux-mêmes des sondages et à les intégrer à leur couverture des campagnes, ce qui les rendra définitivement incontournables. Pour les élections de 1963, le politiste Erich Gruner dirige ainsi un sondage réalisé par l'institut bâlois Konso pour un consortium de six journaux. Dans son introduction, il plaide justement pour en finir avec les sondages « secrets » et vante les vertus cette méthode permettant de mieux comprendre les

enjeux de la « nouvelle politique » au lieu d'attendre le vote populaire comme une « catastrophe naturelle ».

Cette promesse de transparence n'empêche pas les réticences. L'assemblée communale d'un village argovien décide de faire expulser les sondeurs de Konso par la police, tandis que le Conseil fédéral censure à l'occasion de l'Expo 64 un sondage aux questions bien trop critiques. Max Imboden (1963) lui-même développe une critique exceptionnaliste des sondages : en Suisse, la démocratie directe suffirait à appréhender l'opinion publique. Ironiquement, alors qu'Imboden avertit du risque d'un « cercle vicieux » consistant à répondre au « malaise » par plus de publicité, c'est bien ce qui se passe dans les années suivantes : les sondeurs et publicitaires s'appuient sur un diagnostic de crise démocratique pour justifier l'utilité des nouveaux savoirs électoraux et publicitaires, et plus largement la nécessité de professionnaliser les pratiques de campagne.

Récupérer le citoyen-consommateur dans le « nouvel espace public »

La campagne de 1971 consacre ainsi l'usage médiatique et partisan des études d'opinion. Les mêmes questions, mots-clés et donc modes d'appréhension circulent depuis les sondages jusque dans les réunions partisans, les concepts de campagne élaborés par les publicitaires et les commentaires médiatiques. Or les spécialistes des sondages et les publicitaires consultés par les partis diffusent une interprétation de l'« éloignement » de l'électorat

à travers un prisme économiciste. Pour y remédier, l'objectif n'est plus d'« informer », mais de « séduire » l'électeur type (un homme) appréhendé comme un consommateur. Il s'agit alors de « refonder » l'« image » du parti en la pensant comme une marque reconnaissable dans tout le pays : avec un « programme d'action » pour quatre ans, mais aussi avec un logo au graphisme « moderne », une couleur identifiable, un slogan simple, qui seront déclinés sur des affiches, annonces, tracts ou encore objets publicitaires au design épuré. Pour développer une campagne cohérente, les partis commandent donc des concepts de campagne clé en main à des agences de publicité. Le publicitaire lucernois Edgar Küng, admiratif des campagnes de l'AdI, développe par exemple un tel concept pour le PRD et conçoit des affiches vendant le vote PRD comme un choix de « prestige ». Alors même que la trop grande proximité programmatique des partis de gouvernement est critiquée dans le débat public, l'expertise publicitaire renforce leur tendance à présenter une image « positive », « moderne », la moins clivante possible – tout en prétendant se distinguer les uns des autres.

Les cadres des partis se sentent d'autant plus dépendants des nouveaux savoirs électoraux pour mobiliser l'électorat qu'ils peinent à s'adapter au « nouvel espace public », à l'opposé des acteurs politiques émergents qui apprennent vite à faire des « coups » pour mettre leurs sujets à l'agenda médiatique. Alors que les journaux partisans entrent en crise ou s'ouvrent au pluralisme, les partis traditionnels ne peuvent plus simplement y relayer leurs

campagnes, mais doivent se tourner davantage vers la presse indépendante et, pour ce faire, se familiariser avec des outils de communication forcément plus indirects et donc moins contrôlables, comme les conférences de presse, les lettres de lecteurs et lectrices et surtout les annonces payantes. Alors que la publicité politique est interdite à la télévision dès 1964, acteurs partisans et médiatiques réfléchissent à de nouveaux formats télévisuels pour animer la campagne. À côté des émissions de débat à la télévision et à la radio, la campagne de 1971 est ainsi marquée par les premiers (et derniers) spots de campagne à la télévision, un défi organisationnel pour les partis qui se révélera finalement peu concluant. La presse ne manquera pas d'ironiser sur les tentatives artistiques ou humoristiques des partis, à la fois en dénonçant le fait que la pantomime proposée par l'UDC serait «non suisse» et en se gaussant de la mauvaise qualité de ces essais en comparaison avec l'étranger. C'est bien le caractère commercial de ces spots aux couleurs des partis qui pose problème, en les rendant «antipolitiques» – au contraire du résultat recherché.

La publicité politique reste en effet stigmatisée. Au PSS, le concept de campagne développé par l'agence du spécialiste en «relations publiques» Jean-Pierre Wälchli n'est qu'inégalement mis en œuvre selon les cantons, voire frontalement contesté. Différences de culture entre le parti et son prestataire extérieur, jargon publicitaire, multiplication des groupes de travail, problèmes de communication... L'externalisation du travail de campagne fait dans ce cas long feu et conduit même à une campagne particulièrement

hétérogène d'un canton à l'autre, dans un contexte de fortes divisions internes. La professionnalisation peut cependant s'imposer précisément à la suite de tels ratés. Alors que le concept de campagne à vocation nationale du publicitaire Edgar Küng n'est pas repris par tous les partis radicaux cantonaux, le secrétaire du parti fédéral, Hans-Rudolf Leuenberger, réfléchit à mettre fin au « système volontaire » laissant aux sections cantonales toute latitude pour les campagnes. Particulièrement à droite, les partis s'engagent justement, dans les années suivantes, dans un processus de centralisation et de professionnalisation de leurs structures, notamment pour permettre des campagnes plus nationalisées.

LES RÉFORMES STRUCTURELLES DES PARTIS BOURGEOIS

Dans les années 1960 et 1970, les trois grands partis bourgeois entreprennent des réformes structurelles d'envergure pour répondre tant au diagnostic de crise des partis qu'aux nouvelles exigences supposées de la mobilisation politique. Chez les conservateurs, une nouvelle génération propose à la fin des années 1960 de moderniser le parti de fond en comble, en changeant non seulement son nom, mais aussi ses structures, encore très faibles au niveau fédéral. Il s'agit notamment de trouver un équilibre entre efficacité de l'entité fédérale (de surcroît en période de campagne) et participation des membres. Confrontés aux mêmes difficultés, PRD et UDC lancent leurs propres processus de refondation dans les années 1970. Mais les trois réformes butent sur la tradition

d'autonomie cantonale. La communication souhaitée entre membres et parti fédéral se confronte également à la difficulté de constituer un fichier fédéral des membres, ce qui pourra prendre plusieurs décennies (Ladner et Brändle, 2001 : 199).

Mais parallèlement à ces ambitions réformatrices, l'appartenance (formalisée ou non) à un parti perd en évidence dans la société suisse. Erich Gruner estime que la proportion de membres dans l'électorat passe de 38 % dans les années 1963-1967 à 11 % à la fin des années 1970, une évaluation rendue complexe par les révisions des modalités de cotisation (Gruner, 1977 : 218). Si ce chiffre peut être interprété comme indiquant un désintérêt de l'électorat pour les partis, il en dit aussi long sur les difficultés de ces partis, en particulier démocrate-chrétien et agrarien, à intégrer les femmes – *a fortiori* dans les instances dirigeantes (Amlinger, 2017).

En dépit de ces limites, tous les partis tendent à l'époque vers le renforcement de leurs instances dirigeantes et de leurs secrétariats centraux. Le secrétariat fédéral du PRD, par exemple, passe de 3,5 postes en 1960 à 7 en 1970, puis 9,5 en 1980 (Ladner et Brändle, 2001 : 196). La présence de secrétaires professionnels se normalise également dans un grand nombre de partis cantonaux. Il s'agit aussi d'internaliser certaines compétences, comme le travail avec les médias. Cette professionnalisation (en demi-teinte) du travail partisan vient aussi pallier l'affaiblissement des systèmes d'action : le PDC zurichois ne peut plus simplement s'appuyer sur les registres paroissiaux pour animer sa base militante et électorale, comme le notera l'historien et ancien secrétaire du parti Marco Jorio en 1996.

« Plus le choix » : l'engrenage du tournant des années 1980

La professionnalisation des campagnes devient incontournable alors que l'objectif de maximisation des voix s'impose à partir de la fin des années 1970. Cet engrenage est particulièrement précoce pour les partis bourgeois et dans les grands cantons, les plus marqués par la montée des ambitions électorales. Ainsi, lorsque le nouveau président de l'UDC zurichoise, Christoph Blocher, lance en 1977 une collaboration avec le publicitaire Hans-Rudolf Abächerli, de l'agence Goal, c'est déjà dans le but d'en faire « le plus fort parti bourgeois du canton ». Mais c'est bien le succès électoral attribué à la campagne du PRD en 1979 qui consacre la nécessité d'investir dans des campagnes « offensives ». La presse dénigre certes la tendance « à l'américaine » de cette campagne, mais elle est aussi fascinée par sa nouveauté et son omniprésence dans l'espace public, avec annonces, ballons, drapeaux, foulards, parapluies, miroirs de poche, vêtements de sport déclinés dans un catalogue.

En 1981, dans l'un des premiers manuels de campagne non partisan en Suisse, le publicitaire Klaus Stöhlker appelle à en finir avec la « modestie » des budgets pour réaliser des « campagnes dans l'air du temps ». Ce manuel présente d'ailleurs de nouvelles pratiques comme des nécessités : développer la campagne autour d'une « *corporate image* », utiliser le « *direct mailing* » pour atteindre les citoyens. Ironiquement, à l'aube de la campagne de 1983, le publicitaire du PRD lui-même, Rudolf Bolleter,

décrit une escalade irrépressible vers ce qu'Érik Neveu appelle une « course aux armements symboliques » (Neveu, 1999: 43): « La publicité et la communication sont aujourd'hui tellement développées et professionnalisées que nous n'avons comme parti pas d'autre choix que de suivre. »

Les radicaux ont ainsi contribué à alimenter une spirale ascendante de communication politique, qui se répercute clairement dans les dépenses des campagnes tout comme dans leur allongement en fonction de leur médiatisation. Il s'agit de « lancer » la campagne assez tôt avec de bons thèmes, voire de créer des événements de toutes pièces. Le PRD lance ainsi une « campagne de mi-législature » en 1981: toujours selon Bolleter, « le PRD doit parler quand les autres se taisent » pour imposer ses thèmes, sur lesquels les autres partis doivent ensuite se positionner. Vu l'intérêt des médias, les partis commencent également à dévoiler eux-mêmes les coulisses de leurs campagnes – y compris pour se défendre de pratiques « américaines », comme le PDC vaudois expliquant dans une annonce ne pas avoir « les moyens de mener une campagne à l'américaine ». En 1983, tous les partis fédéraux et cantonaux étudiés travaillent pourtant bien avec des publicitaires, y compris les petits partis cantonaux socialistes, qui s'appuient sur des bénévoles.

Mais les partis peuvent d'autant plus jouer avec les stigmates de la professionnalisation ou de l'américanisation que certaines évolutions contribuent à masquer leur recours à des formes d'expertise externe. Ainsi, les sondages sont devenus omniprésents dans

les médias, notamment avec l'institutionnalisation des études postélectorales Vox à partir de 1977 pour les votations et 1979 pour les élections de la même année. Les partis ne doivent plus forcément en commander, et leurs responsables se les approprient d'autant plus aisément qu'ils et elles sont parfois eux-mêmes formés à la science politique. Alors qu'ils ne cessent de mentionner sondages ou études statistiques dans les réunions internes, ils se montrent volontiers plus circonspects à leur égard en public. Interrogés par la *Basler Zeitung* en 1983, le président du PSS, Helmut Hubacher, dénonce le caractère « commercial » des sondages, tandis que le secrétaire du PDC, Hans Peter Fagagnini, les trouve simplement inutiles du fait de la démocratie directe.

Soigneusement entretenus, les stéréotypes de la politique suisse jouent donc encore à plein régime pour camoufler les profondes transformations des pratiques partisanes. Mais celles-ci ne sont pas pour autant linéaires. En septembre 1983, le secrétaire de l'UDC suisse, Max Friedli, rejette dans le *Bund* l'idée de faire « une grande campagne de quatre semaines », affirmant préférer quatre années de travail sérieux. Le manque d'impulsion fédérale laisse paradoxalement le champ libre à l'UDC zurichoise pour expérimenter une stratégie de « campagne permanente », amplement commentée par Christoph Blocher lui-même dans les médias. Dans d'autres partis, les efforts de coordination fédérale se heurtent justement à la professionnalisation des campagnes cantonales. De mieux en mieux dotés en ressources financières ou en compétences internes,

les partis cantonaux développent leur propre matériel de campagne, souvent pour garder un fil rouge entre échéances fédérales et cantonales. Même sans cohérence nationale, ces jeux d'échelle contribuent à l'intensification générale de la communication politique, y compris de la part des candidats et candidates eux-mêmes, qui investissent de plus en plus dans des campagnes d'annonces dans la presse.

LA DIFFICILE TRANSPARENCE DES DÉPENSES DE CAMPAGNE

En l'absence d'une obligation de déclarer les dépenses de campagne (jusqu'en 2023) et sans séries de données complètes dans les archives, il demeure difficile d'évaluer l'évolution des dépenses des campagnes électorales dans le temps, d'autant plus qu'elles proviennent en Suisse à la fois de tous les niveaux partisans, des candidats et candidates eux-mêmes (surtout à droite) et de différents acteurs non partisans. Des estimations réalisées à partir des années 1960 indiquent en tout cas une augmentation générale des budgets des partis, ne serait-ce que pour couvrir de croissantes masses salariales. Les quatre grands partis disposaient ainsi d'un budget annuel de moins d'un million de francs en 1968, une somme que les trois premiers d'entre eux ont réussi à doubler jusqu'en 1984 (Vatter, 2016 : 137). Les partis ont également repensé leurs modes de financement. Les trois partis bourgeois profitent de leurs liens avec les groupes d'intérêt et ont mis sur pied des cercles de donateurs à partir des années 1970. Mais alors que différentes possibilités de financement étatique de la

vie politique sont sur la table dans les années 1960, ces discussions ne débouchent que sur des indemnités pour les parlementaires (1968) et le financement des secrétariats des fractions parlementaires (1971).

Source de données complémentaires, les médias publient à partir des années 1960 des évaluations des dépenses pour chaque campagne, qui montrent une augmentation de campagne en campagne. Pour 1975, Erich Gruner estime à 9 millions de francs les dépenses des partis fédéraux et cantonaux (Gruner, 1977: 221). En 1983, le journaliste de la *Basler Zeitung* Peter Amstutz estime les dépenses totales de la campagne à 20 millions, qu'il s'amuse à contraster avec les bien plus modestes déclarations des secrétaires fédéraux. Pour cette même campagne, l'*Argus* de la presse évalue pour la première fois les annonces électorales dans les journaux à 7,4 millions de francs (dont 33,9 % pour le PRD, 21,2 % pour l'UDC, 14,4 % pour le PDC, 7,6 % pour le PSS et 22,9 % pour les autres partis, dont l'AdI). Ces chiffres sont amplement discutés dans l'espace public et l'étude de Hans Peter Hertig (1982) démontrant l'impact des campagnes (référendaires) sur le vote fait scandale. Si les partis suisses sont restés de petites structures, les dépenses de campagne ont continué à augmenter, et atteignent actuellement, ramenées à la population, des chiffres comparables à d'autres pays européens (Lutz et Tresch, 2022: 528).

Malgré les discours récurrents minimisant le problème, la possibilité de réglementer la transparence des budgets des partis et des campagnes est régulièrement débattue et a abouti depuis les années 1980 à des réglementations idoines dans certains cantons

et villes – particulièrement en Suisse romande et au Tessin. Le sujet devient de plus en plus brûlant dans les années 2010, alors que l'absence de réglementation suisse est régulièrement épinglée par l'organe du Conseil de l'Europe chargé de la lutte contre la corruption (GRECO). Pour la première fois lors des élections fédérales de 2023, les partis politiques représentés à l'Assemblée fédérale, ainsi que les acteurs engageant plus de 50 000 francs dans une campagne pour l'élection à l'une des deux chambres, devront rendre compte de leurs sources de revenus (dons dépassant 15 000 francs par donateur et par an et recettes) – une mesure dont les conséquences sur la vie politique suisse resteront à évaluer.

L'amplification d'une dynamique ancienne de professionnalisation des campagnes

Bien avant les années 1990, la professionnalisation des campagnes n'arrive pas comme une réaction mécanique à des menaces extérieures (changements médiatiques ou sociaux), mais par un effet d'entraînement entre partis, qui trouve par ailleurs son origine dans l'intérêt plus précoce des acteurs économiques pour diverses formes d'expertise, utilisées notamment pour leurs campagnes de votation. L'intensification de la communication politique à partir des années 1960 et 1970 et *a fortiori* l'offensive électorale de l'UDC à partir des années 1990 s'appuient sur cette dynamique plus ancienne et l'amplifient.

Avec la normalisation du vote par correspondance, qui avance le moment du choix pour de plus en plus de citoyens et citoyennes, les campagnes électorales se sont encore allongées, d'autant plus que l'UDC, dans un but de « campagne permanente », a consacré l'instrumentalisation électorale de la démocratie directe en lançant des initiatives populaires et, grâce à ses importantes ressources financières, en investissant dans de coûteuses campagnes de votation (Marquis et Bergman, 2009). Alors que seuls les partis d'opposition et parfois le PSS lançaient auparavant des initiatives populaires, tous les partis s'y mettent dans les années 1990, y compris pour donner un coup d'envoi médiatique à leurs campagnes électorales. L'inégale « course aux armements symboliques » entre les partis se joue donc tant pour les campagnes électorales que pour les campagnes référendaires. Elle est en outre alimentée et amplifiée par leur médiatisation croissante, et par l'engagement financier ou communicationnel de divers acteurs non partisans – des organisations patronales comme Économiesuisse, issue en 2000 de la fusion entre la SDES et l'Union suisse du commerce de l'industrie, jusqu'à l'Association pour une Suisse indépendante et neutre (ASIN) proche de l'UDC, fondée en 1986 à la suite du refus populaire de l'adhésion à l'ONU, en passant plus récemment par le mouvement de centre gauche Opération Libero fondé en 2014. Face aux campagnes de votation de plus en plus polarisées sur les politiques européenne et migratoire, le Conseil fédéral lui-même a investi dans les « relations publiques de

l'État » pour défendre son action, suscitant des polémiques récurrentes autour de ses brochures d'explication des votations (Rayner, 2016).

En conséquence, le recours aux savoir-faire publicitaires et sondagiers, encore honteux et donc invisibilisé par les partis dans les années 1980, est devenu incontournable et s'est banalisé dans les décennies suivantes. Pour gérer cette communication politique quasiment constante, les partis politiques ont également poursuivi le développement de leurs secrétariats, en dédiant des ressources et des équipes spécialement aux campagnes électorales, y compris au niveau national (Rossini, 2018). En particulier, la « nouvelle » UDC des années 1990, remaniée par les cadres zurichois, s'est appuyée sur une structure partisane de plus en plus centralisée (et parfois contestée), tout en soutenant aussi son essor en fondant de nouvelles sections dans les cantons où elle n'était pas encore représentée. Au-delà, les sept plus gros partis disposaient d'une équipe de campagne nationale en 2015, alors que ce n'était le cas que de l'UDC et du PSS en 2003. La nationalisation des campagnes ne s'impose pourtant pas complètement : en 2015, la plupart des partis ne font toujours pas de campagne nationale d'annonces électorales dans la presse (Bühlmann, Zumbach et Gerber, 2016).

Restent deux paradoxes à cette indéniable professionnalisation. D'abord, les outils des campagnes suisses restent partiellement les mêmes que ceux institutionnalisés depuis l'entre-deux-guerres (affiches) et lors de l'avènement du « nouvel espace public » des années 1960 (annonces dans les journaux). Avec

l'intensification et l'allongement des campagnes, les partis en ont simplement massifié et démultiplié l'usage – comme les journaux papier « tous-ménages » régulièrement distribués à grands frais par l'UDC dans tout le pays. Depuis les années 2000, les partis et leurs candidats et candidates ont bien tenté d'investir les nouveaux outils de communication en ligne, mais ils restent encore inégalement présents sur les réseaux sociaux (Gilardi *et al.*, 2020). Les affiches en particulier assurent toujours la visibilité des campagnes électorales – et plus largement de la politique – dans l'espace public physique, voire dans l'espace médiatique, si elles font polémique (voir le chapitre 6). Dans un pays de pendulaires, leur (omni)présence dans les trains et les gares suisses fait elle-même régulièrement débat, comme en août 2011, lorsque l'UDC a recouvert toute la gare de Zurich de ses affiches électorales – une monopolisation interdite par la suite par les CFF (Chemins de fer fédéraux).

Un deuxième paradoxe, souligné par Hervé Rayner (2016), se cristallise jusqu'à aujourd'hui dans les réticences persistantes à la transparence du financement des campagnes. Face à la polarisation des dernières décennies, les acteurs politiques de droite et de gauche n'ont cessé de se référer à une « volonté populaire » idéalisée, alors même qu'ils croient manifestement en l'efficacité de leur communication sur la formation des opinions politiques, à court ou à long terme – une question qui reste débattue en science politique (Emmenegger et Marx, 2019; Lutz et Tresch, 2022).

4

LES PARTIS FACE À LEURS ÉLECTORATS

Quels groupes sociaux atteindre et comment ? Au vu du « gel » des clivages sociopolitiques dans les premières décennies de l'après-guerre, les partis politiques se sont-ils contentés à cette époque de mobiliser leurs électorats traditionnels ? Pour le politiste Robert Rohrschneider (2002), l'apparition de partis dits « attrape-tout » à partir des années 1960 marque le passage d'une stratégie partisane de « mobilisation » à une stratégie de « chasse » vers d'autres électorats. L'inventeur du concept de parti attrape-tout, Otto Kirchheimer, excluait cependant en 1965 la Suisse de cette évolution du fait des accords de partage du pouvoir incitant les partis à rester dans leur « chasse gardée » et à limiter leurs ambitions électorales.

Mais cette périodisation calquée sur celle des résultats électoraux appréhende l'électorat en un ensemble de groupes sociaux clairement délimités, stables dans le temps, et facilement mobilisables politiquement sur la base d'intérêts politiques objectifs et de valeurs communes. « Garder » un électorat au cours du temps demande en réalité un travail de maintien des identifications partisans dont l'importance ne devient visible que lorsque cet électorat vient à manquer, comme l'a montré Julian Mischi (2009) dans le cas

du déclin du Parti communiste français. Comment les partis politiques ont-ils alors eux-mêmes appréhendé, anticipé, voire tenté de façonner les transformations de leurs électorats, en fonction des outils, données et concepts à leur disposition ?

Mobiliser sa « classe » ou partir à la « chasse » ?

Après-guerre, la cible électorale pourrait sembler évidente pour le PSS, qui se définit lui-même comme un « parti de classe » depuis son programme de 1920. En 1947, « l'augmentation massive du nombre des ouvriers » indiquée par les statistiques compilées par le parti laisse les cadres fédéraux espérer de « nouvelles masses » de voix. Mais le PSS n'est pas le seul parti à revendiquer la représentation des ouvriers, et les cadres appellent à contrer la « corruption de la classe ouvrière par le PdT » et à reconquérir les « socialistes honnêtes ». En outre, cette focale ouvriériste n'empêche pas le parti de se présenter, dans la ligne de son programme de 1935, à la fois comme « parti de classe » et « parti populaire », représentant toutes les « couches exploitées ». Alors que les socialistes suisses sont inspirés par le succès des partis frères au Royaume-Uni et en Suède, qui revendiquent de représenter le « peuple » au-delà de la classe ouvrière, l'une des affiches de la campagne met en scène un peuple en marche, déclamant : « Nous ouvriers, paysans et employés, sommes la majorité. » Outre ses annonces dans la presse indépendante, le publicitaire Victor Cohen recommande

même au parti de se tourner « à droite, où se trouve le gros réservoir de l'électorat ».

Sans s'être clairement répercutés dans les urnes, les appels électoraux des socialistes au-delà du monde ouvrier ne datent donc pas du programme adopté en 1959 à Winterthour (Zimmermann, 2007). C'est la réception ultérieure du texte qui en a fait un tournant doctrinal consistant à abandonner le marxisme, comme l'a montré Karim Fertikh (2021) pour le programme de Bad Godesberg adopté la même année par le Parti social-démocrate d'Allemagne (SPD). Dans le cas du PSS, les préoccupations des dirigeants, Walther Bringolf en tête, concernent moins la théorie que l'adaptation de leur stratégie électorale aux changements sociaux en cours. La forte croissance économique de la Suisse dans les années 1950 bouleverse les conditions de vie, mais aussi les représentations collectives des classes sociales et de leur capacité d'action politique. Au congrès de Winterthour, alors qu'une minorité de délégués reproche au programme d'« endormir encore plus » les ouvriers, l'ancien conseiller fédéral Max Weber se défend d'abandonner « la lutte pour les intérêts de classe des travailleurs » en ne mentionnant plus la « lutte des classes ». Il s'agirait plutôt d'« écrire dans une langue qui soit comprise », afin de « gagner les couches d'employés » qui « augmentent plus rapidement que les ouvriers ».

Cette projection démographique dans le futur rejoint le sondage Nowland sur les « marges » de l'électorat du PSS, qui étudie trois cibles : l'« ouvrier non qualifié », l'« employé de base » et le « contremaître »

– ce qui indique, en creux, que l’ouvrier qualifié est la figure classique de l’électeur PSS (Zimmermann, 2007). Loin de poser un constat enchanté sur l’avènement d’une société sans classes, l’étude explique au contraire que ces électeurs seraient déstabilisés par la plus grande fluidité des frontières sociales. En conséquence, ils se replieraient sur l’« espace privé », et ne voteraient plus ou ne s’affilieraient plus au PSS. Dans une logique toute publicitaire, l’étude recommande de ne plus s’adresser à l’électeur comme à un « pauvre type », voire comme à un « rouge », puisque même « l’ouvrier d’aujourd’hui veut prendre part au prestige social ». Cette préconisation contraste encore avec les pratiques de campagne des socialistes sur le terrain, qui s’adressent principalement aux « ouvriers » et s’appuient sur le système d’action ouvrier. Mais elle est reprise dans les campagnes suivantes par le PSS, dont les secrétaires Jean Riesen et Richard Müller assument l’« orientation relativement “petite bourgeoise” ». En 1963, la brochure électorale du parti renvoie ainsi à l’électeur l’image d’un homme souriant, cravaté, auprès de sa femme et de son fils, présenté comme un « ouvrier autrefois humilié [qui] est devenu un citoyen sûr de lui dans notre pays. Il participe avec sa famille à la prospérité ».

La ligne « petite bourgeoise », parfois résumée à « Bad Godesberg », et plus rarement à « Winterthour », est cependant rapidement contestée par une nouvelle génération d’activistes à partir des années 1960. En 1971, en écho au sondage Nowland, le concept développé par l’agence Wälchli pour le PSS recommande de présenter le parti comme une

« alternative de qualité » pour convaincre les « couches latérales non activées de l'électorat PS potentiel », qui sont « désintéressée[s] de la politique, vote[nt] pour un parti bourgeois pour des motifs de prestige, soutien[nen]t l'ersatz d'opposition de l'Alliance des Indépendants ou prête[nt] l'oreille aux théories nationalistes-chauvinistes ». Parmi les nombreuses critiques de cette campagne au sein du parti émerge notamment la question sensible de la prise des idées xénophobes dans les milieux ouvriers. Davantage que de vendre le PSS comme choix de « prestige », les cadres de la section zurichoise demandent ainsi un engagement plus clair du parti national sur les questions sociales pour contrer frontalement les partis xénophobes, afin d'éviter que les ouvriers suisses « ne soient encore plus détournés de la pensée solidaire ».

Alors que le déclin de l'emploi industriel et l'essor des services se confirment dans les années suivantes, la centralité de la figure de l'ouvrier (suisse et masculin) est encore plus directement remise en cause au sein du parti au début des années 1980. En guise d'inspiration avant les élections de 1983, le comité directeur visionne un film réalisé pour la campagne fédérale de 1931, *Ein Werktag*, qui met en scène une journée de travail d'ouvriers de toutes générations comme illustration de la lutte historique du mouvement ouvrier contre le capitalisme. Mais pour appréhender l'électorat des années 1980, les cadres fédéraux comme cantonaux mobilisent moult sondages d'opinion publiés dans la presse et lancent même leurs propres études sur la base de statistiques électorales, en multipliant à chaque fois les critères de catégorisation, des ouvriers

et syndicalistes jusqu'aux « travailleurs sociaux, [...] intellectuels etc. ».

Certains proposent plus radicalement de choisir, comme, au sein du PS zurichois en plein *aggiornamento*, le conseiller national Hansjörg Braunschweig, acteur important des mouvements pacifistes : « Aujourd'hui, les ouvriers suisses ne sont pas seulement exploités, ils exploitent eux-mêmes (les groupes marginalisés [femmes, jeunes, étrangers], le tiers-monde). » Les syndicats, ajoute-t-il, « et une partie de notre parti ne veulent pas voir que la lutte des classes ne se déroule plus aujourd'hui principalement sur le lieu de travail, mais dans les domaines du maintien de la paix et de la protection de l'environnement ». Braunschweig embraye ici sur le fait que le PSS s'éloigne des syndicats et sur son rapprochement parallèle des nouveaux mouvements sociaux, dont les thématiques pacifistes, écologistes et féministes ont été reprises dans le nouveau programme de 1982. Il questionne même plus fondamentalement la figure de l'« ouvrier » en faisant implicitement référence au modèle sociologique, discuté dans les revues socialistes à l'époque, de la « sous-prolétarianisation » (« *Unterschichtung* ») des nouveaux arrivants, qui permettrait la mobilité sociale des Suisses. En contraste avec le malaise régnant sur ces questions en 1971, ces discussions font écho à l'engagement croissant, aux côtés des mouvements de travailleurs et travailleuses non suisses eux-mêmes, des partis de gauche et des syndicats pour le droit des personnes étrangères de rester en Suisse et de participer à la vie politique du pays.

Mais alors que leur propre électors est de plus en plus composé de personnes issues des classes moyennes, souvent salariées dans les domaines sociaux et culturels (Rennwald, 2015), les socialistes se retrouveront dans les décennies suivantes, en Suisse comme ailleurs en Europe, soupçonnés d'avoir abandonné les ouvriers, les classes populaires, voire le «peuple». Or l'impression (en partie confirmée) d'un exode des ouvriers (nationaux) vers les partis de la droite radicale populiste a aussi commencé comme une offensive électorale. Dès 1979, l'UDC zurichoise, dont l'ancienne base paysanne a décliné tout au long de l'après-guerre, conteste à la gauche son électors historique en se présentant en campagne comme «l'autre parti des travailleurs», s'adressant à eux non comme «prolétaires», mais bien comme «citoyens responsables». Pendant la campagne de 1983, Christoph Blocher s'en prend aussi, dans le *Tages-Anzeiger*, à «la tendance de la gauche de salon [qui] perd les préoccupations légitimes des anciens sociaux-démocrates», un discours décliné sous toutes les coutures par l'UDC suisse dans les décennies suivantes. Les transformations de l'électors sont aussi des dynamiques politiques façonnées par les prétentions concurrentes des partis à le représenter.

Paradoxes de la déconfessionnalisation du PDC

Le clivage confessionnel, hérité des conflits historiques entre majorité protestante et minorité catholique, peut *a priori* sembler une évidence des

campagnes de l'immédiat après-guerre. Les conservateurs s'appuient encore sur un solide système d'action catholique – en 1947, le clergé lui-même appelle ses fidèles à voter pour « le seul parti fondamentalement catholique ». Mais les références au « devoir » et les formulations impératives des campagnes conservatrices indiquent en creux que le vote conservateur des catholiques doit être constamment réactivé. Même au Tessin, où les affiliations partisanses sont encore souvent une affaire de famille, les conservateurs demandent aux sections locales des fiches très précises sur les départs de jeunes Tessinois ailleurs dans le pays et sur les arrivées de « Confédérés » venus d'autres cantons. Ces fiches signalent ainsi de potentielles recrues, comme en 1959 un Lucernois catholique nouvellement marié à une villageoise de la commune de Medeglia, certes de « maison radicale », mais fréquentant souvent l'Église.

Dans les cantons de la « diaspora », comme à Zurich, l'aile chrétienne-sociale du parti, en plein essor, compte sur les ouvriers venus de cantons catholiques, mais craint également leur intégration progressive à la société majoritaire protestante, voire leur recrutement par les partis de gauche. Insistant sur l'« anticatholicisme » ambiant, effectivement entretenu par les partis bourgeois protestants, le parti se présente comme le rempart des droits des catholiques. En 1947, ses tracts s'adressent aussi aux femmes, appelées à mobiliser leurs époux, pères ou frères, ou encore « les protestants qui sympathisent avec nous et ceux qui sont mariés avec des femmes catholiques, [qui] sont souvent très sensibles à nos idées et nos objectifs ».

Dès les années 1950, les conservateurs font de plus en plus appel aux « chrétiens » plutôt qu'aux « catholiques ». En reprenant le slogan de la « démocratie chrétienne » inspiré des partis italien et allemand, la campagne de 1959 marque un pas vers l'ouverture confessionnelle, au moins symboliquement. Se défendant de brader l'identité catholique, Rosenberg explique en effet dans un manifeste pour les élections qu'il s'agit d'un appel à « la défense de l'Occident chrétien à partir de la ligne de front suisse », mais surtout d'une sorte de mantra positif pour sortir les catholiques de la « parade défensive », du « barrage » et de la « mentalité de ghetto ». Cette campagne inédite fera pourtant temporairement réapparaître des tensions interconfessionnelles. Dans la presse, des personnalités protestantes rejettent toute main tendue des catholiques envers les électeurs protestants. Signe d'une logique de « chasse gardée » : les radicaux invitent ironiquement le « citoyen catholique » à les rejoindre, vu qu'« il est aussi libre que tout autre citoyen dans l'exercice de son droit de vote constitutionnellement garanti ». Peu après, le concile Vatican II affirme la liberté de vote des catholiques et entérine le détachement progressif de nombre d'organisations catholiques du parti conservateur. En miroir, catholicisme politique et anticatholicisme protestant perdent en virulence.

Après des débats internes nourris, les nouveaux statuts adoptés en 1970 font finalement du nouveau « Parti démocrate-chrétien » un parti ouvert aux « femmes et hommes de tous les milieux sociaux qui veulent agir, dans la vie publique, selon un concept

chrétien de la dignité de la personne humaine et d'après les principes de la solidarité et de la subsidiarité». Pour la campagne de 1971, un sondage réalisé pour le parti par l'agence allemande Wema identifie la variable favorisant une proximité avec le parti non plus dans la confession, mais bien dans la religiosité. Dans cette perspective, la campagne fédérale a en ligne de mire l'électorat protestant, en particulier dans les agglomérations du Plateau.

En interne, les cadres dirigeants souhaitent cependant éviter de «négliger les régions d'origine». Le «dilemme historique» du PDC identifié par l'historien du parti, Urs Altermatt (2012), entre ouverture interconfessionnelle et maintien de l'ancrage catholique est très présent dans les discussions, comme lorsqu'un cadre zurichois s'interroge : « Ne risquons-nous pas de perdre des gens, sans gagner de nouveaux électeurs périphériques ? » Sur le terrain, partis cantonaux et communaux utilisent d'ailleurs toujours les pratiques de mobilisation ciblant l'électorat catholique, celles-là mêmes que la réforme voulait abandonner. Des cantons catholiques à la diaspora zurichoise, mobiliser après la messe reste (encore) efficace pour s'assurer au moins le vote des catholiques pratiquants.

Cet électorat demeure crucial : en 1979, le parti ne compte toujours que 10% de membres protestants (Altermatt, 1979 : 86-87). À cette époque déjà, Urs Altermatt voit donc le succès de la réforme « non dans le gain de nouveaux électeurs protestants, mais bien dans le maintien des anciennes masses électorales catholiques », grâce à la modernisation

de l'image du parti. Mais la transmission intergénérationnelle de l'affiliation au PDC pâtit à plus long terme de la diminution de la pratique religieuse ainsi que de l'affaiblissement de son système d'action et de ses anciens « piliers » internes, à commencer par son aile chrétienne-sociale. Dès la campagne de 1983, le parti s'inquiète de ses difficultés à mobiliser même les « milieux d'action catholique ».

Ironie de l'histoire, la lente érosion du socle électoral démocrate-chrétien résulte du même (timide) processus de nationalisation du champ politique initié après-guerre, qui avait permis la poussée (limitée) du parti dans les cantons protestants depuis les années 1940. Les migrations internes, le rattrapage économique des cantons ruraux, l'affaiblissement du clivage confessionnel et la médiatisation de la politique y compris à un niveau supra-cantonal ont contribué à atténuer les contrastes politiques d'un canton à l'autre – même si les systèmes partisans cantonaux restent particulièrement hétérogènes jusque dans les années 1990. Le PDC a d'abord cherché à capitaliser sur ces dynamiques, puis à s'y adapter. Mais, en définitive, l'ouverture interconfessionnelle du parti n'aura pas réussi à attirer les foules protestantes, tandis que, dans les années 1990, de nombreux catholiques, surtout non pratiquants, ne rechigneront plus à voter pour des partis traditionnellement protestants – en particulier l'UDC. En gommant son identité catholique et en s'ouvrant, au moins symboliquement, à l'électorat protestant, le PDC a été à la fois un acteur important et le grand perdant de la déconfessionnalisation de la politique suisse.

LE CLIVAGE VILLE-CAMPAGNE,
SERPENT DE MER DE LA POLITIQUE SUISSE

L'influence de la géographie sur le vote est une bien vieille question de la politique suisse, d'autant que l'industrialisation du pays conduit dès le 19^e siècle à d'importantes migrations internes et à une forte urbanisation du Plateau. Dans ce contexte, les rapports entre « villes » et « campagnes » ne sont pas figés et sont hautement politiques, derrière le récit national qui lie Suisse et paysannerie, abondamment alimenté par le PAI en particulier (voir illustration 1, page 84). Les partis bourgeois mettent en avant la « paysannerie » et les « classes moyennes » comme « rempart » contre la gauche, en particulier à l'occasion de la grève générale de 1918. Dans les années de la « défense spirituelle », l'insistance fréquente des bourgeois sur « l'unité de la ville et de la campagne » vise justement à prévenir le spectre de telles tensions entre urbains et ruraux. Parallèlement, l'exode rural progresse et modifie la sociologie du parti agrarien, pour lequel la mise en scène de l'identité paysanne sert donc de compensation symbolique (Gruner, 1977).

La périurbanisation du Plateau dans les années de la « haute conjoncture » brouille pourtant les frontières entre ville et campagne. Dans les villages de l'arrière-pays zurichois, les nouveaux venus perturbent les monocultures partisans (souvent agrariennes ou radicales). Dans les années 1960, les partis et les sondeurs s'intéressent à cet électorat mobile, mais s'inquiètent de son « déracinement » supposé, pouvant conduire à l'abstention. Les partis politisent pourtant rapidement ces nouvelles situations

de vie, dénonçant la spéculation immobilière et le mitage du territoire. En 1971, un tract du PS de Greifensee et Volketswil s'adresse ainsi à la figure de la « veuve verte », « qui [vit] la journée avec ses enfants “au vert” » et qui se retrouve bloquée du fait d'une « construction désordonnée [...] dans des villes dortoirs, des lieux de bannissement des femmes “au vert” ». Utiliser cette figure discutée dans les médias de l'époque permet aux socialistes de lier mobilisation des femmes et revendications concrètes sur le logement, les transports ou la qualité de vie.

Ces dernières décennies, la géographie électorale a cartographié des différences de vote notables, selon les lieux de vie, sur les questions de politique européenne ou migratoire. Mais les cartes électorales, très populaires dans les médias suisses les lendemains d'élection ou de votation, ont tendance à figer des réalités plus complexes et labiles, dans un contexte d'« agglomération » de la Suisse. Les discussions dans les médias du « fossé ville-campagne », parallèlement à la « barrière de röstis » entre Suisse alémanique et Suisse romande, contribuent à réifier de supposées cultures politiques urbaines ou rurales, alors que le lieu de vie n'a pas d'effet unidirectionnel sur le vote. En retour, cette évidence apparente devient facilement mobilisable par l'UDC qui, en septembre 2021, dans la perspective des élections de 2023, annonce vouloir défendre les « populations rurales et périurbaines » de « la redistribution sournoise et [du] moralisme idéologique des villes de gauche ».



Illustration 1 Affiche du PAI conçue par Armin Bieber pour les élections fédérales de 1947. Museum für Gestaltung Zürich, 26-0057.

Entre « jeunesse du Bunker » et « femmes de la campagne »

Puisque les partis actent, voire anticipent, l'affaïssement de l'importance des identités socioprofessionnelles et confessionnelles dans la socialisation politique, ils se tournent vers d'autres lignes de différenciation et donc vers d'autres catégories sociales, à commencer par les « jeunes ». Jusque-là, les partis avaient longtemps compté sur la transmission des identités sociopolitiques et donc des loyautés partisans de père en fils. Alors que la « jeunesse » émerge comme groupe social distinct dans l'espace public à l'aube des années 1960, sous l'effet de la publicité et des cultures jeunes, les partis semblent encore réticents à en faire une cible électorale explicite – par peur de déplaire aux électeurs « moyens » (plus âgés), selon Gruner et Siegenthaler (1964). Les « jeunes », comme force politique aux contours flous, s'imposent pourtant aux partis avec les mouvements de 1968, d'autant plus que certains s'invitent dans les congrès et réunions partisans, ou redynamisent les sections jeunesse. En 1971, les partis ciblent les jeunes pour leurs campagnes, qu'il s'agisse des « jeunes du Bunker » (référence à la « république autonome » du même nom fondée par des jeunes à Zurich en 1970) pour le socialiste Jean Riesen, de la jeunesse « anti-Schwarzenbach » selon la radicale Lise Girardin, ou encore de la jeunesse « ouverte et tolérante », opposée par le conseiller fédéral radical Nello Celio aux « fauteurs de trouble » de 1968.

Au cours des années 1970, la « politique de la jeunesse » s’ancre dans les agendas législatifs, mais les « jeunes » deviennent alors un « problème » politique. Dans une surprenante réaction au « moment » 1968, l’accent est soudainement mis sur leur « apolitisme » et leur « passivité » (Bühler, 2019). Alors que de nombreux jeunes activistes socialisés dans les contestations de 1968 sont entre-temps devenus actifs dans les nouveaux mouvements sociaux, voire les partis de gauche, les mouvements de jeunes des années 1980 revendiquent, eux, une autonomie totale qui gêne jusqu’à cette génération soixante-huitarde. En 1983, un concept de campagne du PRD reconnaît même ne pas réussir à atteindre « les jeunes » directement, et recommande en conséquence de passer par les « parents de ces jeunes ». La construction des « jeunes » comme groupe politique autre, forcément distant de la politique institutionnelle, marquera par la suite les débats sur l’abaissement de la majorité politique à dix-huit ans (ce qui aboutira en 1991 au niveau fédéral), voire à seize ans (seulement à Glaris depuis 2007).

En miroir, les seniors, groupe social en augmentation, aux loyautés partisans établies et à la forte participation, sont devenus une cible électorale essentielle, parallèlement à l’importance croissante des politiques de l’âge et aux débats récurrents sur le système de retraite. En 1983, le politiste Leonhard Neidhart recommande ainsi au PDC de davantage mobiliser l’électorat âgé et religieux, tandis que la socialiste Lilian Uchtenhagen explique que « ce sont plutôt les gens plus âgés qui vont aux urnes, et donc la sécurité sociale est d’une grande importance ».

Mais c'est aussi et surtout l'arrivée des femmes sur le marché électoral qui perturbe les catégorisations habituelles des partis politiques. Jusque dans les années 1960, les campagnes électorales réaffirmaient symboliquement, et donc légitimaient, l'exclusion juridique des femmes du champ politique. Elles n'y apparaissaient qu'à la marge, comme objet digne de la protection des « citoyens », plus rarement comme éminence grise de leur époux, jouant sur le lieu commun de leur influence « en coulisses » – un argument fréquent contre le suffrage féminin. En 1959, les hommes suisses refusent le suffrage féminin au niveau fédéral, mais les Genevois et Vaudois l'acceptent au niveau cantonal. S'ouvre alors une période ambivalente, où l'exercice du droit de vote et d'éligibilité des femmes dans ces cantons (puis dans d'autres), qui reste partiel car limité aux scrutins cantonaux et communaux, sert de test pour évaluer les conséquences de ces nouveaux droits sur la « démocratie des hommes » et sur l'ordre de genre lui-même. Partis, politistes et journalistes surveillent alors particulièrement le comportement électoral des femmes, suspectées, comme dans d'autres pays, de voter « mal » (trop conservateur), « moins », ou plutôt « encore moins », que les hommes.

La perspective du suffrage féminin ne fait en effet pas disparaître la présomption d'incompatibilité entre « femme » et « politique » ni, corrélativement, l'androcentrisme plus ou moins explicite de la figure de l'« électeur ». Par conséquent, les partis perçoivent même les mouvements de 1968, malgré l'émergence d'une nouvelle génération féministe, à

travers un prisme androcentrique. Pour les élections de 1971, le secrétaire du PSS, Jean Riesen, oppose ainsi les « jeunes du Bunker » aux « femmes de la campagne », et juge difficile de leur trouver un dénominateur commun. L'« électeur » reste donc le standard, tandis que l'« électrice » ou la « femme » devient certes une cible électorale, mais reste perçue avant tout comme une « autre » mystérieuse – et comme la grande « inconnue » du scrutin. Alors qu'à l'exception des femmes socialistes, les sections féminines sont encore faibles, voire inexistantes (Amlinger, 2017), les partis semblent bien désemparés pour aborder ce nouvel électorat qu'ils peinent à appréhender dans toute son hétérogénéité. De la statistique aux sondages en passant par des catégorisations de sens commun, les outils habituels d'analyse de l'électorat sont souvent basés sur les identités socioprofessionnelles (masculines) et les femmes sont d'abord envisagées en tant que « ménagères » ou « femmes de » (paysans, ouvriers). Les campagnes des partis s'adressent ainsi souvent à « la femme » de manière indifférenciée, et en font davantage un objet de désir masculin qu'un sujet politique. En écho à la campagne pour le « oui » au suffrage féminin, qui en faisait un acte d'amour masculin, le PRD s'affiche ainsi comme le parti qui « aime les femmes » (voir illustration 2). L'agence des socialistes développe quant à elle une campagne « femmes » séparée de la campagne « générale », remplie de roses et de dames souriantes, jusqu'à ce que les femmes socialistes exigent de montrer des femmes non seulement auprès de leurs enfants, mais aussi au travail.



Illustration 2 Affiche du PRD conçue par Edgar Küng pour les élections fédérales de 1971. Museum für Gestaltung Zürich, 11-0712.

Or la quasi-reconduction des résultats électoraux à l'issue de la campagne de 1971 fait penser aux cadres des partis que les femmes votent finalement comme les hommes (voire comme « leurs » hommes). Les partis se désintéressent alors pour un temps de l'inclusion des femmes, tant dans les campagnes que dans la vie partisane. Ils délèguent le travail de mobilisation des femmes à leurs sections féminines, encore faibles et sous-financées, mais qui lutteront par la suite pour ancrer leurs revendications au cœur des agendas partisans (Amlinger, 2017).

Des partis attrape-tout ? Le grand kaléidoscope électoral des années 1970 et 1980

Qu'il s'agisse de sortir de leur ancrage socioprofessionnel ou confessionnel, les quatre partis gouvernementaux insistent à partir des années 1960 sur leur dépassement des clivages historiques, des catégorisations sociales tout comme des anciennes « idéologies ». Peu après le baptême du « Parti démocrate-chrétien » en français, et « Parti populaire démocrate-chrétien » en allemand, les agrariens du PAI abandonnent le triptyque de leur nom pour se rebaptiser « Union démocratique du centre » en français et en italien et « Parti populaire suisse » en allemand. Mais certains partis cantonaux sont attachés à l'ancien équilibre entre « paysans, artisans et indépendants », et garderont cette appellation jusqu'au début des années 1980. Sur le terrain coexistent souvent différentes manières d'aborder

et de mobiliser l'électorat, entre anciennes catégories et courroies de transmission liées aux systèmes d'action d'un côté, discours « attrape-tout » et nouvelles cibles électorales de l'autre.

Les partis appréhendent en effet l'électorat de manière de plus en plus kaléidoscopique, ce qui se matérialise dans les diverses catégories, plus ou moins nettement délimitées, utilisées dans les sondages et les concepts de campagne, alors qu'ils craignent de ne même pas pouvoir maintenir leurs quotes-parts électorales. Face à la montée de l'abstention, le comportement de vote lui-même devient un critère de catégorisation. Les concepts de campagne de 1971 invitent ainsi à (re)conquérir les « indifférents » ou encore les « abstentionnistes chroniques ». Après les élections de 1971, marquées par de nouveaux succès des partis xénophobes, le secrétaire du PSS, Aloïs Bertschinger, juge nécessaire de poursuivre l'ouverture du parti afin de « compenser l'exode d'anciens électeurs PSS en faisant irruption dans d'autres couches de l'électorat ».

Ce kaléidoscope électoral rejoint l'émergence d'une lecture des élections comme marché compétitif, avec niches et nouveaux potentiels, comme les « nouvelles classes moyennes », catégorie rarement définie, mais identifiée comme cible par les quatre partis en 1983. La volatilité croissante de l'électorat, qu'elle soit déjà mesurée ou simplement remarquée par les acteurs partisans, renforce leur impression de pouvoir (ou devoir) gagner des voix les uns sur les autres. Avant même les bouleversements électoraux des années

1990, les années 1980 sont donc marquées par la figure de l'«électeur flottant», qui semble d'autant plus justifier des stratégies de campagne offensives.

Offensives électorales et luttes de redéfinition de l'électorat

Depuis les années 1940, les partis de gouvernement n'ont cessé de s'interroger sur leurs cibles électorales, d'autant que le corps électoral, lui, changeait – ne serait-ce qu'avec l'accession des Suissesses au suffrage universel en 1971. Ils se sont tôt préoccupés de la possibilité, voire de l'opportunité, de maintenir le *statu quo*, et ont donc cherché à capitaliser sur leurs «réserves». Ils ont parfois parallèlement intégré des appels électoraux «attrape-tout», comme signe de modernité. Ces appels deviennent incontournables à partir des années 1960 et 1970, pour s'adresser à de «nouveaux» électorats : les femmes, les jeunes en 1971, puis les «nouvelles classes moyennes» et les «électeurs flottants» au tournant des années 1980.

À partir de ce moment-là, l'UDC zurichoise puis l'UDC suisse prétendront au monopole de la représentation du «peuple». Cette catégorie floue (mais ethniquement, voire racialement essentialisée) permet, d'un côté, de renvoyer à la triade classique du PAI, paysans / classes moyennes / nation (Skenderovic, 2013). De l'autre, l'UDC prétend représenter le «populaire» et donc partiellement les «travailleurs responsables», opposés à la «gauche de salon» puis à la «classe politique», nouvel épouvantail populiste des débats de politique migratoire et européenne des années 1990

et 2000. Ces prétentions populistes et nationalistes à la représentation de « tout » le peuple « suisse » (Müller, 2016) sont difficiles à contrer pour les autres partis, à moins de cadrer autrement l'opposition ancienne entre « ceux d'en haut » et « ceux d'en bas », comme le tente en un sens le PSS des années 2010 et 2020 avec le slogan « pour toutes et tous, sans privilèges ».

Or les campagnes contemporaines sont plus que jamais marquées par une combinaison d'appels électoraux attrape-tout et d'appels plus segmentés, notamment sur les réseaux sociaux, selon des proportions encore peu transparentes, faute de sources sur la question. Dans le même temps, les partis comme le grand public n'ont sans doute jamais disposé d'autant d'outils et de variables pour appréhender l'électorat. Certains modes de catégorisation comme les différents fossés (« barrière de röstis », « fossé ville-campagne », « perdants » contre « gagnants » de la mondialisation) circulent largement entre scientifiques, politiques et médias et n'en deviennent que plus « réels ». La boucle est bouclée lorsque les citoyens et citoyennes eux-mêmes s'approprient les différentes étiquettes en circulation pour définir un « nous » *versus* un « eux », les « cosmopolitains tolérants et sociaux » contre les « xénophobes égoïstes » et à l'inverse les « citoyens suisses travailleurs » contre les « gens paresseux et non conformistes » (Zollinger, 2022).

5

CANDIDATS ET CANDIDATES

Qui représente les Suisses, et, après 1971, les Suissesses? Ce chapitre suit les processus incertains de nomination puis de promotion des candidats et candidates, une sorte de «bricolage» interne aux partis, dont les règles formelles et informelles transparaissent surtout lors de conflits (Achin et Lévêque, 2011). Les tensions autour de la représentation et de son caractère (in)égalitaire se donnent particulièrement à voir lors de la nomination des candidats, un processus qui, selon la «loi d'airain» mise en avant par Robert Michels (1914), cristallise les tendances oligarchiques des partis. Mais, au cours de la campagne, les partis doivent ensuite légitimer leurs candidats et candidates, voire délégitimer leurs concurrents, et engager ainsi un travail de mise en scène. En suivant le devenir d'une candidature, on peut donc étudier la mise en forme de la représentation politique avant son acceptation par l'électorat, prise entre rapports de force internes et externes aux partis, objectifs électoraux et idéaux de la «bonne» représentation.

L'acclamation des « hommes de notre confiance » dans les années 1940 et 1950

Dans les années 1940 et 1950, les processus de nomination sont souvent verrouillés d'en haut par les cadres partisans cantonaux. La priorité est l'élection ou la réélection de candidats souvent déjà passés par les différentes étapes du *cursus honorum* politique : mandats au niveau local puis cantonal, responsabilités dans le parti ou dans des organisations non partisans. Certains partis et certaines villes ou certains cantons restreignent déjà le cumul des mandats, mais les différentes formes de capital politique dans les partis et en dehors d'eux – « compétence » reconnue, réseaux, notabilité... – servent à la fois de critères de sélection et de principes de légitimation des candidats. Depuis leur nomination et durant la campagne, les partis politiques mettent en avant la « responsabilité », le « mérite », le « service » des « hommes de notre confiance » pour présenter leur (ré)élection comme incontournable. Le motif de la « confiance » revient souvent pour souligner le lien entre les électeurs et leurs élus. À côté des qualités « exceptionnelles » de ces derniers, les campagnes mettent en valeur la « responsabilité » commune des hommes suisses en tant que citoyens, pères de famille et soldats – « des hommes comme vous », selon le PAI zurichois en 1959. Pour la campagne de 1963, Gruner et Siegenthaler (1964) notent que les partis insistent moins sur le grade d'officier (très courant chez les candidats et *a fortiori* les élus) que sur l'expérience commune de soldat, partagée avec les citoyens.

Alors que les procédures de nomination sont peu formalisées en Suisse, la cantonalisation des élections depuis 1919 a eu tendance à renforcer le pouvoir des instances cantonales au détriment des sections locales, et *a fortiori* des membres (Gruner, Daetwyler et Zosso, 1975 : 75-77). Il est ainsi courant que les exécutifs des partis « corrigent » les propositions venues des sections, comme au PS zurichois en 1959. La presse partisane célèbre ensuite l'« unanimité » des délégués, qui n'ont effectivement qu'à « acclamer » la liste. Une pratique fréquente, dite du « pré-cumul », contribue en outre à verrouiller l'élection : en 1947 et 1959, la grande majorité des partis étudiés place ses notables deux fois en début de liste, leur assurant d'emblée deux voix si les électeurs la reprennent telle quelle, ou appelle les électeurs à indiquer deux fois leur nom s'ils préfèrent modifier, voire établir eux-mêmes la liste.

Pour les positions plus basses sur la liste, n'apportant pas (ou peu) de chances d'élection, d'autres critères que le capital politique entrent en jeu afin de contenter les différents réseaux du parti, mais aussi d'attirer des voix venues d'autres partis au moyen du panachage. Les partis visent notamment un équilibre des sections locales et ainsi de tout le canton. La solution des multiples listes régionales se répand dans les grands cantons, par exemple à Berne, pour faciliter cet objectif. Mais c'est surtout la représentation de différentes professions qui est au cœur des discussions, en particulier pour les candidats soutenus par les syndicats et groupes d'intérêt professionnels, dont les relations avec les partis se jouent aussi

sur ces candidatures. Ainsi les revues des associations d'employés font-elles valoir, en 1947, leur poids démographique et économique grandissant pour que leurs candidats ne servent pas simplement « d'appât aux voix des employés » sur les listes conservatrices, socialistes ou du Parti démocrate (centre gauche), et qu'ils soient aussi placés en position éligible.

Or les associations professionnelles peuvent facilement faire valoir leur soutien économique, mais aussi, en cas de désaccord, leur pouvoir de nuisance pendant la campagne pour dénigrer des candidats qui ne leur plairaient pas. Dans certains cantons, comme à Zurich, les socialistes passent des accords très détaillés avec les unions syndicales sur la répartition des positions sur la liste, sur le choix des candidats placés en tête et pré-cumulés, ainsi que sur les règles de comportement pendant la campagne – ce qui ne prévient pas tous les conflits, particulièrement en 1959. Cette année-là, la *Neue Zürcher Zeitung* note même le contraste entre « la campagne calme » dans les médias et les campagnes virulentes sur le terrain « pour des fauteuils devenus libres ou pour le placement convoité dans les premiers rangs des viennent-ensuite ».

LES PARTIS FACE AUX « CAMPAGNES SPÉCIALES »
DANS LES ANNÉES 1940 ET 1950

Dès les années 1940, les multiples acteurs des campagnes suisses adressent des consignes de vote formulées de manière impérative aux électeurs, qui se retrouvent donc face à des injonctions potentiellement

contradictaires. Alors que les partis recommandent de voter la liste « sans modifications », les associations professionnelles, civiques, religieuses, de propriétaires, etc. enjoignent au contraire de cumuler, respectivement de biffer, certains candidats, mais aussi de panacher des candidats de différentes listes. Les partis bourgeois sont parfois gênés par ces prétentions alternatives à la représentation. Le sondeur Pierre-André Gygi recommande au PRD de montrer que le panachage, « c'est comme le sport-toto [paris sportifs] et qu'au vu des conséquences, ça n'a plus rien d'un acte viril », révélant, en creux, une représentation du vote comme performance d'une masculinité à contrôler.

À gauche, la culture partisane du collectif implique en revanche souvent une règle, formalisée ou non, d'interdiction, ou en tout cas de limitation, de telles « campagnes spéciales ». Cette règle est diversement respectée par les syndicats, sans que le PSS puisse vraiment les sanctionner. La diffamation entre camarades candidats constitue cependant une ligne rouge dont la transgression peut mener à l'exclusion du parti, comme au Tessin en 1947, alors qu'une campagne de dénigrement au sein du syndicat cheminot contre le secrétaire du parti, tête de liste officielle, conduit à l'élection d'un candidat de ce syndicat à sa place. De tels cas se multiplient en 1959, sur fond de conflits multiples au sein des syndicats et du parti, en particulier autour de la politique nucléaire. À Zurich, des activistes proches du Mouvement suisse contre l'arme atomique appellent à biffer des candidats socialistes « de droite ». Le comité régional du mouvement lance en outre un questionnaire auprès des candidats afin de les recommander (ou non) aux

16 000 signataires de son initiative dans le canton. Le PS zurichois interdit à ses candidats d'y répondre et lance une procédure d'exclusion contre le président du comité régional, Walter Gyssling. Après les élections, le secrétaire du PS zurichois, Hans Nägeli, dénoncera le poids croissant de «groupements puissants» et des «campagnes personnelles», citant également les cabales diffamatoires du publicitaire et candidat radical Robert Eibel tant contre les candidats de gauche trop «rouges» que contre d'autres candidats radicaux.

Mais la campagne de 1959 révèle déjà de multiples contestations des pratiques et des critères de nomination des candidats, alors que de nombreux parlementaires sont reconduits d'une élection à l'autre. À Zurich, un comité d'action aux initiateurs anonymes intitulé «Union des jeunes citoyens» lance une campagne d'annonces pour appeler à biffer tous les sortants ayant quatre législatures ou plus à leur actif. La *Neue Zürcher Zeitung* s'indigne de cette «guillotine d'un "rajeunissement" schématique» qui ne prendrait pas en compte «le mérite individuel, l'activité parlementaire remarquable et l'efficacité intacte» de ces députés. Avec la demande de renouvellement, la pratique du précumul des candidats pour garantir leur élection est de plus en plus critiquée, y compris par des cadres partisans pour qui elle nuit aux partis eux-mêmes en limitant le nombre de places et donc la mise en avant de leur diversité interne. Cette pratique

décline effectivement dans les années suivantes, et disparaît même totalement à partir de 1975 pour les partis étudiés. La plupart des partis continuera cependant à mettre en avant une poignée de candidatures, en les plaçant en haut des listes ou en appelant les électeurs à les cumuler.

Démocratisation en demi-teinte des processus de nomination à partir des années 1960

À partir des années 1960, les processus de nomination font l'objet à la fois d'une demande accrue de démocratisation de la part des membres des partis et d'un nouvel impératif de transparence venu des médias indépendants. En outre, les partis notent que l'électorat a de plus en plus tendance à modifier les listes. S'il n'y avait, en 1947, que 31 % de listes modifiées et 3,2 % de listes libres parmi les bulletins valides, on en compte respectivement 52,1 % et 4,6 % en 1971, et jusqu'à respectivement 57,5 % et 5,4 % en 1987 (Kergomard, 2020 : 81). Dans le contexte de la « crise des partis », Erich Gruner voit en 1970 dans cette évolution un besoin progressif pour l'électorat de contourner la discipline partisane. Les injonctions à voter les listes « en bloc » ne paraissent en tout cas plus utiles ni adaptées aux mentalités, et les partis les abandonnent. En outre, au lieu de demander aux délégués d'« acclamer » une liste toute prête, les cadres des partis se rendent compte qu'ils doivent permettre un véritable choix sur les candidatures et leur priorisation.

Cette démocratisation relative des processus de nomination ne réduit pas la tension sur les critères des candidatures, bien au contraire. Certes, les partis ont parallèlement davantage de places à attribuer sur les listes, du fait du déclin du pré-cumul des candidats et grâce à la popularisation de la pratique des listes multiples (encore principalement fondées sur des critères géographiques). Mais ces places sont d'autant plus convoitées que les revendications de représentativité se multiplient, y compris pour les places dites « décoratives », sans grandes chances d'élection, ainsi que le constatent Erich Gruner et son équipe (1975) dans une étude détaillée des candidatures aux élections de 1971. Tout comme du côté de l'électorat, les nouveaux critères de représentation entrent en concurrence avec les anciens dans le choix des candidatures. Les listes doivent faire montre de la nouvelle ouverture des partis : les radicaux et les démocrates-chrétiens tentent (difficilement) de prévoir des candidatures catholiques dans un cas, protestantes dans l'autre. Lors de sa réforme, le PDC adopte même un principe général d'équilibre régional, confessionnel, générationnel, « sociologique » et de genre pour les listes électorales, qui est diversement interprété et appliqué d'un canton à l'autre. Chez les socialistes, l'importance historique des candidatures syndicalistes est remise en cause par une partie des activistes, à Berne notamment.

Surtout, les partis, en particulier le PSS, se retrouvent face à des demandes de candidatures « jeunes » portées par les sections jeunesse, redynamisées par les mouvements de 1968. À Zurich, la

National-Zeitung voit ainsi un symbole dans la nomination, sur la liste du PS cantonal, du jeune journaliste et activiste de l'Union des étudiants suisses Peter Wettler (né en 1946) en meilleure place que le journaliste de l'*Arbeiterzeitung* Hans Hitly (né en 1925). Les jeunes socialistes vaudois revendiquent même – sans succès – une limite d'âge à cinquante-six ans sur les listes pour le Conseil national. Mais les cadres s'inquiètent de ce que de telles propositions puissent stopper net la carrière des sortants et nuire aux chances électorales du parti. Malgré tout, même sans mesures contraignantes, de nombreux partis mettent en avant davantage de candidatures de vingtenaires dans les années 1970, quasiment absentes jusque-là des listes des partis étudiés. Pratique encore peu courante à l'époque, le PAI zurichois lance une liste « Jeune centre » et renonce pour cela à lancer comme à son habitude une liste « Ville » et une liste « Campagne » – au grand dam de militants des sections de l'arrière-pays zurichois. Ce rajeunissement contribue également à la transformation au long court des masculinités politiques telles qu'elles sont mises en scène dans les campagnes : sur les affiches et brochures, le costume trois-pièces n'est plus un passage obligé et la simple chemise, voire le col roulé deviennent des signes de modernité et de jeunesse.

La plus grande ouverture de la compétition pour les candidatures au sein des partis amène toutefois de nouveaux risques pour les élites partisans, dont les préférences et les manœuvres peuvent se retrouver publiquement contestées, d'autant plus que les

nouveaux médias indépendants et la télévision sont de plus en plus friands des conflits au sein des partis. Au PS vaudois, non seulement la « vieille garde » autour de Pierre Graber n'arrive plus à contrôler les listes, mais elle se retrouve même déboutée de ses positions acquises sur celles-ci. Pour parer à ces risques, certains partis expérimentent alors de nouvelles procédures de sélection.

Pour le grand intérêt de la presse, les radicaux zurichois organisent en 1971 une « primaire » explicitement inspirée des États-Unis, permettant à tous les membres (autour de 12 000) d'ordonner une liste de candidats proposée par la présidence du parti. La réforme n'empêchera pourtant pas les critiques internes, car la démocratisation annoncée se révèle un trompe-l'œil. Elle ne touche qu'à l'ordonnement de candidatures déjà sélectionnées, et la liste résultant du vote des membres est retravaillée par l'assemblée des délégués, invitée par la direction à favoriser les sortants tout comme deux « minorités » importantes pour le parti : les femmes et les membres du petit Parti démocrate, avec lesquels les radicaux zurichois viennent de fusionner. Malgré ces limites, ou peut-être à cause d'elles, le parti brandira l'expérience comme un modèle et l'institutionnalisera dans les années suivantes. Une telle solution semble avoir permis aux cadres du parti de trouver un équilibre entre les demandes de démocratisation et de meilleure représentation et la volonté de garder un minimum la main sur les positions éligibles et les chances de réélection des sortants.

Entre « concerts de biffage » et « féminisme électoral » en 1971

Ces tensions croissantes autour des nominations peuvent expliquer en partie que les cadres des partis (encore majoritairement des hommes) n'aient pas donné la priorité à la nomination de candidates pour les élections « historiques » de 1971. Gruner et son équipe constatent qu'une majorité de partis s'est contentée d'inclure quelques candidates sur leurs listes. Seule une minorité a déterminé à l'avance une proportion de candidates à atteindre sur leurs listes, sans toujours y parvenir – et avec des quotas visant 15 % à 30 % de femmes (Gruner, Daetwyler et Zosso, 1975 : 159-160). Tant cette étude que les discussions de l'époque mettent en avant des problèmes de recrutement, en particulier pour les partis bourgeois, dont les sections féminines étaient encore très faibles et qui n'avaient pas assez investi les associations féminines proches d'eux (comme les associations suffragistes pour les radicaux, les femmes paysannes pour le PAI, les femmes catholiques pour le PDC) comme réservoirs de candidates. Seules les femmes socialistes ont pu s'organiser pour prendre les devants et proposer le plus tôt possible des candidates.

Ces vraies difficultés ne doivent pas cacher les freins internes aux partis face aux candidatures féminines, qui expliquent que le laisser-faire de la majorité d'entre eux, parfois au nom d'une égalité de traitement de principe, ait finalement nui à la présence et aux positions des femmes sur les listes. Après plus de cent ans d'exclusion, les femmes étaient déjà

désavantagées par des règles et critères de sélection définis par et pour les hommes. Avec la multiplication des candidatures, elles sont souvent rentrées en compétition avec des ambitions masculines jugées plus légitimes, car plus anciennes et faisant montre d'une plus grande « compétence » – qu'il s'agisse des sortants ou des espoirs du parti déjà passés par les étapes locales et cantonales du *cursus honorum*. Les logiques discriminatoires se renforcent parfois, comme lorsque des cadres partisans expliquent préférer ne pas placer les femmes en trop bonne position, pour leur éviter l'« envie de biffage » des électeurs.

Cette menace est d'autant plus réelle que les candidates ne sont effectivement pas toujours bien reçues dans l'espace public. Avec leurs portraits et « *home stories* », les médias réduisent les candidates à des stéréotypes – soit mère de famille, soit séductrice. La candidate du PS zurichois au Conseil des États Doris Morf fait ainsi l'objet de portraits dans les médias avec des titres comme « Avec du sexe, du charme et Doris ». Or le sexisme et, dans le cas de la candidate radicale neuchâteloise Tilo Frey, la « misogynie » sont, en 1971, encore plus dicibles à l'oral ou par lettres et circulaires anonymes que dans les médias. Un membre écrit ainsi au PS zurichois au sujet de l'écrivaine Doris Morf : « Vous allez trop loin ! Une femme aussi vaniteuse au Conseil des États... [...] L'apparence ne remplace pas le cerveau ! » Un militant du Parti libéral-socialiste zurichois (petit parti de centre gauche) enjoint ses proches par circulaires à biffer une candidate trop « arrogante ». Des assesseuses de bureau de vote ont par la suite témoigné, dans les journaux

féministes, avoir vu passer des listes dont toutes les candidates avaient été biffées.

Les organisations de femmes s'attendaient à un tel contre-coup, également observé lors d'élections dans les cantons ayant déjà adopté le suffrage féminin. Pour réduire le biffage des candidates, les femmes socialistes zurichoises recommandent même de nommer moins de femmes sur les listes, mais des candidates à la réputation bien établie. Surtout, les femmes socialistes demandent au PSS des actions contre les potentiels « concerts de biffage » à venir. Le parti fédéral s'y refuse, pour ne pas « régenter » les partis cantonaux. Les cadres (principalement masculins) sont en effet bien réticents face à l'activisme des femmes socialistes, qui promeuvent leurs candidates avec un numéro spécial de leur journal et des flyers. À Berne, les femmes socialistes devront même renoncer à tout flyer, au vu de l'interdiction des « campagnes spéciales ». Ironiquement, en adoptant les mêmes pratiques de promotion des candidatures transgressant les règles formelles du parti que les acteurs établis (dont les syndicats), les femmes montrent leur maîtrise des règles tacites du jeu politique – mais sans jouer à armes égales, et en risquant donc la sanction.

Quant aux associations historiques pro-suffrage, tenues à la neutralité partisane, elles décident de promouvoir toutes les candidates lors de réunions et dans les revues du mouvement suffragiste, en appelant clairement « à améliorer les chances d'élection des femmes en les cumulant ». Là aussi, ces actions demandent des précautions : le centre de liaison

des associations féminines vaudoises assure par exemple au PS cantonal rappeler aux femmes que des hommes peuvent aussi bien représenter leurs intérêts. Parce qu'elle met le doigt sur l'androcentrisme de la représentation politique, la demande de représentation descriptive (sur les identités), voire substantielle (sur les intérêts) des femmes passe mal. Surtout, que les femmes s'organisent collectivement et au-delà des partis, pour ne pas laisser leurs chances d'élection aux hommes forts de chacun d'entre eux, dérange, voire fait scandale: dans la *Tribune de Lausanne*, le journaliste Max Syfrig dénonce un «lobby féministe».

Des partis aux médias, les nouvelles citoyennes se retrouvent donc coincées entre laisser-faire, sexisme plus ou moins «bienveillant», antiféminisme explicite et dénégation claire et nette de leur capacité à représenter – les électeurs tout comme les électrices. Derrière la couverture médiatique euphorique de l'arrivée de douze femmes au Conseil national, les élections de 1971 représentent donc aussi une déception pour les activistes pro-suffrage. Dans les années suivantes, de nombreuses actrices abandonnent en conséquence leur retenue initiale à faire campagne spécifiquement pour les femmes. Au sein des partis, elles poussent pour des modes de classement des listes plus démocratiques comme l'ordre alphabétique ou demandent des quotas de candidates sur les listes. En écho aux multiples réseaux des hommes, elles lancent des listes de femmes, font des campagnes collectives pour toutes les candidates ou lancent même des appels à biffer les hommes pour faire de la place

aux femmes. Avec l'institution des réunions de promotion des candidates dans les décennies suivantes, les associations féminines ont même réussi à changer les règles du jeu: aucune organisation n'avait jusque-là réussi à réunir des candidats de tous les partis (Amlinger, 2017: 241).

De plus en plus de candidatures... avec de plus en plus de critères

En 1983, les partis font face à un « impératif représentatif » (Godmer, 2009) sur la base de critères de plus en plus variés. Un document du PS zurichois liste ainsi comme critères l'expérience, l'« ancrage » local et partisan, la « compétence », le « potentiel de mobilisation dans les différentes parties du milieu sympathisant socialiste » et l'« équilibre social, de genre et de section ». L'impression kaléidoscopique reflète ici la vision de plus en plus fragmentée qu'ont les partis de l'électorat. Alors que les électeurs et les électrices modifient encore plus les bulletins de vote qu'en 1971, les places sur les listes pour le Conseil national sont également perçues comme autant d'opportunités de multiplier les profils et les appels électoraux. Les partis lancent donc de plus en plus souvent plusieurs listes sous-apparentées, différenciées encore principalement sur une base géographique (par exemple ville/campagne). La pratique se développera encore dans les années suivantes, en s'étendant à des listes « femmes » et « jeunes ».

Avec la concurrence accrue entre partis mais aussi en leur sein, le profil ainsi que le positionnement

politique des candidats et candidates prennent de l'importance, ce qui augmente le risque de conflits lors des nominations. L'étiquette «verte», par exemple, est considérée à droite comme à gauche comme un bonus électoral, mais peut également faire peur. Chez les radicaux, du Tessin à Berne en passant par l'Argovie, des candidats et surtout des candidates positionnés à gauche du parti sont contraints de se retirer, ce qui relancera publiquement la question de l'ouverture du parti aux femmes. Ces tensions sont aussi le résultat d'un certain laisser-faire des radicaux quant aux candidatures féminines, mis à part la promotion de quelques «stars» comme Elisabeth Kopp – politique que la section féminine elle-même justifie par des principes méritocratiques (Amlinger, 2007 : 245-247).

Les tensions sur les nominations peuvent être exacerbées par la pratique des campagnes individuelles, qui se sont entre-temps banalisées et contribuent à renouveler encore les modes de présentation de soi des candidats et candidates. En 1983, la mise en scène des candidats bourgeois peut conduire à poser en bleu de travail à côté de sa vache, en costume-cravate avec sa femme et ses enfants, ou encore en short de tennis dans son bureau. Dans le canton de Zurich, il est devenu fréquent de réunir autour d'une candidature au Conseil national des comités d'action dont les membres apportent leur soutien nommément dans la presse et surtout aident à financer les campagnes. Mais, alors que les budgets en augmentation et la dépendance au financement des groupes d'intérêt font jaser dans les journaux, les

campagnes individuelles trop tape-à-l'œil peuvent abîmer l'image d'un candidat ambitieux, et surtout celle de son parti. Les partis bourgeois eux-mêmes tentent d'encadrer ces pratiques avec des règlements électoraux. En 1983, le PRD zurichois interdit par exemple toute « propagande écrite » au moment des primaires. Pour la campagne elle-même, les candidats et candidates doivent soumettre un plan de campagne détaillant le budget et les actions prévues auprès d'un « jury d'honneur ». Les campagnes individuelles ne peuvent commencer que quatre semaines avant l'élection et doivent respecter une certaine limite budgétaire, sur laquelle la presse ne manquera pas de spéculer – selon le candidat radical Ernst Cincera, elle atteindrait 50 000 francs.

De nouveaux acteurs non partisans interviennent en outre au moment de promouvoir les campagnes. Le lobby conservateur « Hofer-Club » (Association suisse de télévision et de radio) attaque la télévision publique et les candidatures « gauchistes » tout en promouvant ses propres candidats, comme son fondateur, l'historien Walther Hofer, ou encore Christoph Blocher. À Zurich, une coalition d'associations pour la protection de l'environnement fait circuler, dans la presse et auprès de ses 100 000 membres, une liste promouvant des candidatures proches de leurs idées, parfois sans leur accord. Interdiction des campagnes individuelles oblige, cette pratique gêne particulièrement le PS zurichois. Mais, soucieux de ses relations avec les nouveaux mouvements sociaux, le parti se contente de critiquer le caractère transpartisan de la liste, qui conduirait l'électorat à soutenir

des candidatures vertes « alibi » des partis de droite, voire d'extrême droite. Cette liste, réitérée en 1987 au niveau fédéral, fait beaucoup parler d'elle dans les médias, d'autant que les nombreuses voix obtenues par certains des candidats et candidates concernés sont interprétées par le *Tages-Anzeiger* comme un « doigt d'honneur des électeurs » aux partis.

Une représentation plus « proche du peuple » ?

On note donc une démocratisation relative (variable d'un parti cantonal à l'autre) des candidatures, surtout sur certains critères comme le genre et l'âge. La mise en avant de certaines professions sur les listes, en accord avec l'identité partisane, s'est affaiblie dans plusieurs cas, qu'il s'agisse des paysans et paysannes au PAI ou des ouvriers et ouvrières au PS. Surtout, cette démocratisation n'a qu'un effet limité sur le profil des parlementaires, du fait du « tamis de l'élection » (Sineau et Tiberj, 2002) qui a tendance à amplifier une dynamique élitiste, depuis la constitution des listes jusqu'à l'élection elle-même en passant par la campagne. Les logiques partisans de reproduction du capital politique rejoignent ici partiellement les préférences de l'électorat suisse lui-même, qui accorde souvent une « prime aux sortants » en les cumulant. L'introduction d'une indemnité parlementaire en 1968 puis son augmentation à partir des années 1990 ont permis d'ouvrir le Parlement à de nouveaux profils, mais n'a pas ébranlé la place prédominante des professions

libérales et des diplômés et diplômées de l'enseignement supérieur, y compris à gauche (Pilotti, 2017 ; Pilotti et Mazzoleni, 2019).

Or les campagnes électorales peuvent donner l'occasion de faire le bilan de ces biais de représentation. À partir des années 1960, politistes, journalistes et essayistes en discutent dans l'espace public. Les premiers travaux des politistes sur le profil des parlementaires soulignent d'un côté les effets paradoxaux du système de milice : le manque d'indemnités et la difficulté de mener de front une carrière professionnelle et une carrière politique expliquent la prépondérance des professions libérales et « politiques » (secrétaires de syndicat, journalistes de la presse politique...) parmi les parlementaires (Gruner [éd.], 1970). Avant les élections de 1971, les médias s'intéressent par exemple à Ernst Jaggi, conseiller national de Spiez et conducteur de locomotive, qui finit par démissionner de son mandat à cause de sa surcharge de travail : pour la *National-Zeitung*, la « réalité du système de milice », c'est qu'il ne laisse « aucune chance pour l'ouvrier en bleu de travail ». La plus grande transparence des processus de nomination rend également visibles les conflits internes aux partis autour de certains critères comme le genre. Les médias se font l'écho des protestations internes aux partis contre le rôle de « bouche-trou », voire d'« alibi » laissé à nombre de femmes. Des politistes et essayistes critiques comme François Masnata et Claire Rubattel (1978) ou Hans Tschäni (1983) mettent aussi en avant l'importance des liens des parlementaires avec les groupes d'intérêt.



Illustration 3 Carte postale diffusée par le PSS pour les élections fédérales de 1983. Schweizerisches Sozialarchiv, F Ka-0001-155.

Cette dernière question, qui pose plus largement la question du pouvoir de ces acteurs en Suisse, est politisée par les partis d'opposition, mais aussi par les socialistes, qui se présentent par exemple dans une annonce en 1983 comme les « vrais représentants du peuple », contrairement aux parlementaires bourgeois représentant les « lobbys » (voir illustration 3).

Mais pour les partis de gouvernement, transformer cette critique de la représentation en argument électoral comporte le risque habituel de l'arroseur arrosé. Le PDC zurichois s'embarque par exemple dans la nouvelle polarisation électorale zurichoise en dénigrant l'élitisme supposé de ses concurrents : « Le mécanicien préfère voter pour des gens au Conseil

national qui argumentent à Berne [z’Bern, en dialecte] de manière que lui aussi comprenne». Pourtant, les cadres du parti regretteront après les élections le «manque de diversité sociale» de leur liste, avec «un excès de juristes» et des têtes de liste «vieillissantes». Médias comme partis s’enlisent parfois dans la ventriloquie à la place de citoyens et citoyennes forcément «décus» de la politique, voire frustrés par les «gens d’en haut», «*die da obe*», une expression en dialecte qui devient un lieu commun du débat public. Dès la campagne de 1983, l’UDC zurichoise se présente comme particulièrement «proche du peuple» («*volksverbunden*» ou «*volksnah*»), en opposant le «bon sens» de ses candidats et candidates à la «gauche de salon». À partir des années 1990, les larges discussions (auto)critiques sur le personnel politique suisse alors ouvertes seront partiellement étouffées par leur instrumentalisation populiste et xénophobe avec l’épouvantail de la «classe politique» trop européenne (Mazzoleni, 2008 ; Skenderovic, 2009).

Une personnalisation polycéphale, médiatisée ou non

La personnalisation est souvent abordée comme l’un des aspects négatifs de la modernisation des campagnes électorales. Elle serait la conséquence presque mécanique de leur médiatisation croissante, tout en servant à compenser l’affaiblissement des identifications partisans. Mais, dès lors que la politique est forcément incarnée d’une manière ou d’une autre par des acteurs et actrices politiques, la

question est moins de savoir si les campagnes sont personnalisées que de comprendre comment elles le sont. En effet, les premières décennies d'après-guerre donnent bien à voir des campagnes individuelles de candidats, avec ou sans médiatisation : les appels à cumuler ou biffer des candidats passent par des mots d'ordre à l'oral dans les lieux de sociabilité quotidienne, des bulletins ou des lettres. Avant 1971, la taille plus réduite de l'électorat permet de s'appuyer sur des réseaux interpersonnels, *a fortiori* à la campagne, et la notabilité locale constitue une ressource politique essentielle. Une des premières études sur la politisation en Suisse, réalisée par le politiste bernois Jürg Steiner (1959), note d'ailleurs qu'à la campagne, les électeurs connaissent leurs élus communaux et peuvent leur confier leurs soucis, pour déplorer que ce ne soit plus le cas en ville.

Mais l'importance des formes locales de notabilité ne disparaît pas avec la (péri)urbanisation, la médiatisation des campagnes et le doublement de l'électorat à la suite de l'introduction du suffrage féminin. En 1983, le *Bund* s'amuse de voir l'écrivain Friedrich Dürrenmatt recommander son confrère et candidat radical François Loeb par lettre, une pratique largement répandue, avec ou sans célébrité médiatique : « Les enseignants se tournent vers leurs anciens élèves, les médecins vers d'anciens patients, les membres de n'importe quelle association, fédération ou autre organisation vers les autres membres et leur parenté jusqu'au troisième et quatrième degré – tout ce qui existe comme relations personnelles horizontales et verticales est pressé jusqu'à

l'épuisement. Créer des contacts avec les électeurs, comme on dit.»

Ces contacts personnels apparaissent d'autant plus vitaux aux cadres des partis qu'ils attribuent parfois la montée de l'abstention à l'anonymisation ou même la «massification» des relations sociales. Depuis l'étude de Nowland, une série de sondages pointe un besoin des électeurs, *a fortiori* «périphériques», de davantage s'identifier avec les hommes politiques. Dans les années 1960, la plus grande personnalisation des campagnes à travers les médias est d'abord vue, par les journalistes et au sein des partis gouvernementaux, comme une évolution positive et un possible remède au «désintérêt» des citoyens. Lors des discussions sur une possible révision totale de la Constitution dans les années 1960, certains politiques avaient d'ailleurs plaidé pour un mode de scrutin mixte (mêlant principes proportionnel et majoritaire), pour rendre les campagnes plus «personnalisées» et donc «attractives».

Particulièrement en 1971, les quatre partis visent ainsi des campagnes «personnalisées». Les radicaux mettent en avant leurs «têtes pensantes», comme les conseillers fédéraux Ernst Brugger et le télégénieur Nello Celio, jusqu'à placer leur photographie sur des boîtes d'allumettes. Mais alors que certains partis comme le PRD plaident pour faire participer leurs conseillers fédéraux aux premiers et derniers spots télévisés de l'histoire suisse, arguant que le procédé est courant dans d'autres pays, les conseillers fédéraux eux-mêmes s'interdisent de telles pratiques. Ces réticences s'amointrissent dès 1983,

alors que la polarisation croissante freine les injonctions à la collégialité. Outre ces figures tutélaires, les partis politiques réfléchissent de plus en plus en amont aux personnalités à mettre « sous les feux de la rampe », en les nommant pour les élections au Conseil des États ou en constituant des « *top teams* » de candidats et candidates. Ils s'appuient également sur des personnalités déjà connues, comme l'écrivain Max Frisch, qui intervient dans le spot télévisé du PSS en 1971. D'autres figures émergent de manière moins planifiée, y compris à un niveau régional ou national, par le jeu de la médiatisation des campagnes. Les présidents ainsi que les secrétaires des partis cantonaux et nationaux interviennent davantage dans les médias, déjà en 1983, ne serait-ce que pour commenter leur stratégie de campagne – une visibilité amplifiée par la suite, mais avec des variations selon les personnes et les régions linguistiques (Gilardi *et al.*, 2020).

Les formes de personnalisation de ces campagnes, qui se concentrent sur des candidatures cantonales, diffèrent évidemment de contextes électoraux qui focalisent l'attention sur une poignée de politiques, voire un seul acteur par parti, au niveau national. En Suisse, les campagnes des partis sont en réalité polycéphales, qu'elles mettent davantage en avant un collectif comme à gauche ou qu'elles permettent la multiplication des campagnes individuelles comme à droite. Les affiches cantonales des dernières décennies privilégient d'ailleurs les photographies de candidats et candidates. C'est pourtant encore et toujours la comparaison avec des possibles

excès de la personnalisation à l'étranger qui amène les acteurs suisses à la retenue. En 1971, le journaliste Théo Bouchat s'interroge dans la *Tribune de Lausanne – Le Matin* sur le devenir du « mariage entre des exigences aussi contraires que la personnalisation des débats (nécessité TV) et l'absence de vedettariat qui découle du système de représentation proportionnelle et du style politique suisse ». Alors même qu'ils mettent de plus en plus en avant leurs candidats et candidates, les partis soulignent leur modestie et cherchent à se distinguer du stigmate anti-suisse des « têtes qui dépassent ». Interrogé dans le *Bund* en 1983, le conseiller national agrarien Heinrich Schnyder constate ainsi que « le Bernois en particulier a un sens aigu de la mesure : celui qui dépasse une certaine limite avec sa campagne personnelle est sanctionné, c'est-à-dire biffé des listes ».

Des conflits récurrents autour de la représentativité et de la personnalisation de la politique suisse

La stabilité électorale de l'après-guerre masque l'augmentation du nombre de listes et de candidatures, qui se poursuit jusqu'à aujourd'hui. L'accroissement des candidatures n'a pas amoindri les débats autour des critères d'une « bonne » représentation, bien au contraire, d'autant plus que de nouveaux acteurs non partisans s'invitent dans les campagnes, notamment en recommandant des candidatures proches de leurs idées – des mouvements antinucléaires en 1959 ou écologistes en 1983 et 1987 aux lobbys automobiles

en 1987 ou au mouvement libéral Opération Libero à partir de 2019, en passant par les mouvements féministes de 1971 jusqu'à nos jours. Alors que les décennies précédentes valorisaient le lien de confiance entre électeurs et élus méritants, basé sur une masculinité partagée camouflant les inégalités, les années suivant les mouvements de 1968 et l'introduction du suffrage féminin en 1971 voient la montée en puissance d'un « impératif représentatif » autour de critères comme l'âge et le genre. Avec l'amplification des candidatures et campagnes individuelles, le programme politique des candidats et candidates eux-mêmes compte également plus, ce qui, depuis le mitan des années 2000, est favorisé par l'émergence (régulièrement critiquée) d'outils d'aide au vote comme Smartvote, qui promettent de trouver les candidatures les plus proches de ses propres opinions.

Ce souci croissant de représentativité sociale et politique est cependant entré en conflit avec la persistance de logiques de reproduction du capital politique. Bien souvent, l'« impératif représentatif » s'est limité aux positions peu ou non éligibles sur les listes, ce qui explique les distorsions de la représentation persistant entre les profils des candidats et candidates d'un côté et ceux des parlementaires de l'autre, en particulier concernant le genre et la classe sociale. L'importance des campagnes individuelles, en particulier à droite, explique en outre la persistance de logiques oligarchiques favorisant les candidats et candidates proches des groupes d'intérêt et bénéficiant de soutiens financiers (Lutz *et al.*, 2015).

Face à ces tendances contradictoires, les campagnes électorales représentent pourtant des moments importants pour rendre visibles, voire corriger des biais de représentation. La représentation des femmes a ainsi fait l'objet de flux et de reflux depuis 1971, mais les déceptions récurrentes – cristallisées par les non-élections au Conseil fédéral des socialistes Lilian Uchtenhagen en 1983 et Christiane Brunner en 1993 – n'ont fait que motiver les importantes mobilisations des sections féminines des partis et des organisations féministes en ce sens, des premiers essais en 1971 jusqu'aux campagnes d'« Helvetia vous appelle » à la suite de la grève féministe pour les campagnes de 2019 et 2023. Alors que les questions de genre sont restées sous-représentées dans les médias et les campagnes des partis en 2019 (Gilardi, 2022), c'est bien grâce à ces actions que la représentation des femmes au Conseil national a atteint le chiffre historique de 44 %. Il a fallu en effet que les partis s'engagent sur ce sujet pour que les femmes soient suffisamment nombreuses et bien placées sur les listes (Giger *et al.*, 2022). À cette condition, elles ont aujourd'hui de bonnes chances d'élection. Ce n'est toujours pas le cas des personnes portant un nom à consonance étrangère, qui ont comparativement plus de risques d'être biffées des listes, comme l'ont montré Lea Portmann et Nenad Stojanović (2019).

Pour répondre aux demandes de représentativité sociale, les partis ont également invoqué la « proximité » de leurs candidats et candidates avec l'électorat, tout en reprochant aux autres partis leur élitisme

supposé. Dès les années 1960, la mise en avant de personnalités politiques dans les médias est aussi une réponse au diagnostic de « malaise démocratique », pour refonder le lien avec les électeurs – bien que les partis se défendent de le faire, et préfèrent renvoyer le reproche de la personnalisation à leurs adversaires, voire à l'étranger. Mais le système électoral ouvre en soi la possibilité pour des candidats et candidats aux places non garanties, voire pour des acteurs non partisans, de miser sur des campagnes individuelles – ce qui explique la récurrence de conflits plus ou moins ouverts sur ce sujet.

La personnalisation devient réellement un « problème » politique – et donc un phénomène visible – dès lors qu'elle se concentre sur la personne des conseillers et conseillères fédéraux, en campagne pour leur parti et pour le ou les sièges de celui-ci au gouvernement. Alors que la médiatisation des ministres en campagne s'est amplifiée depuis les années 1980 (Kriesi, 2012), leur engagement dans les campagnes est entré régulièrement en conflit avec le principe de collégialité. Après les affiches de l'UDC « Soutenez Blocher! Votez UDC! » en 2007 affublées d'une photographie dudit conseiller fédéral devant un drapeau suisse, le Conseil fédéral s'accordera en 2011 à faire preuve de retenue et à ne pas permettre l'utilisation de photographies de membres du gouvernement sur les affiches partisans – les boîtes d'allumettes étant entre-temps passées de mode.

Comment mettre en récit une campagne? Contrairement aux campagnes de votation qui se racontent de manière binaire (oui/non, et souvent utopie/dystopie), les campagnes électorales suisses n'imposent pas *a priori* de cadre narratif, d'autant qu'au cours des premières décennies d'après-guerre, personne ne s'attend à un changement politique majeur à l'issue des élections. Bien avant les formations de *storytelling*, les partis ont pourtant cherché, avec leurs programmes, slogans, tracts et affiches, à dire quelque chose d'eux-mêmes ou de leurs concurrents et à proposer aux électeurs (puis aux électrices) des récits séduisants du passé, du présent et de l'avenir.

Imaginer la Suisse de l'après-guerre

Quelle Suisse après la Seconde Guerre mondiale? Cette question est ouverte en 1947 et elle est d'autant plus sensible que l'image du pays est ternie par les compromissions des acteurs politiques et économiques avec l'Allemagne nazie. Dans la ligne de la « défense spirituelle », les quatre partis gouvernementaux compensent en se réclamant tous des symboles de la Suisse éternelle, entre le drapeau

suisse, Guillaume Tell, les Alpes et la figure mythique du paysan. Les affiches, encore souvent conçues par des artistes, imaginent aussi un futur déterminé par l'issue des élections.

L'imaginaire européen de la reconstruction est particulièrement efficace à cet égard, même dans une Suisse épargnée par la guerre. Dans la lancée de son programme planiste « La nouvelle Suisse » de 1942, le PSS affectionne ainsi une iconographie du chantier, mettant en scène de fiers ouvriers, acteurs du progrès, qui construisent une meilleure Suisse. Cet appel à l'action se retrouve aussi dans des affiches montrant un timonier barrant à gauche. En miroir, les partis bourgeois proposent un autre imaginaire de la reconstruction et du progrès. En représentant sur leur affiche la reconstruction par une route alpine menant à une croix, les conservateurs appellent à un « progrès social » basé sur la famille et la défense de la chrétienté (voir illustration 4). Dans leur appel pour les élections, ils présentent leur parti, et au-delà la Suisse, comme une vigie occidentale contre le communisme : « Faisons en sorte les 25 et 26 octobre 1947 de montrer au monde que le peuple des Alpes suisses veut organiser un État chrétien et est décidé à défendre la liberté et l'indépendance. »

Ces différents imaginaires du futur reflètent le rôle âprement discuté de l'État dans la politique d'après-guerre. Les partis bourgeois attaquent le « socialisme d'État » de la gauche, mais le PAI s'oppose également au « libéralisme économique » des radicaux, en se présentant dans son appel électoral comme le « parti de la patrie libre et indépendante ».



Illustration 4 Affiche du Parti indépendant-chrétien-social (nom de la section genevoise du Parti conservateur populaire, futur PDC) conçue par Oscar Cattani pour les élections fédérales de 1947. Bibliothèque de Genève, 7.24.



Illustration 5 Affiche du PRD genevois conçue par Noël Fontanet pour les élections fédérales de 1947. Bibliothèque de Genève, 8.29.

De son côté, le PRD se pose en rempart contre une « étatisation » rampante. Ses affiches représentent un homme suisse luttant pour se libérer des chaînes du « dirigisme » et de la « centralisation » (voir illustration 5), ou encore attaqué par un serpent représentant la bureaucratie fiscale. Les partis bourgeois recyclent par là des classiques de l'iconographie anticommuniste et antisocialiste de l'entre-deux-guerres. Signe de l'importance de la « liberté » dans les discours politiques suisses de l'époque, le PSS répond aux attaques indifférenciées contre « les rouges » en se présentant comme le « parti de la liberté », au vu de ses combats pendant la guerre « contre la petitesse et les tergiversations des politiciens bourgeois ».

Se distinguer derrière le « consensus de la croissance »

L'apaisement (ou l'évitement) des tensions liées à la politique de la Suisse pendant la Seconde Guerre mondiale, l'institutionnalisation d'un « compromis de classe asymétrique » au détriment du mouvement ouvrier (Zimmermann, 2007) combiné à la logique binaire de la Guerre froide contribuent à rapprocher, de gré ou de force, les quatre partis de gouvernement. Avec l'« avance de prospérité » que connaît la Suisse, ils se retrouvent au moins autour d'un « consensus de la croissance » (Tanner, 2015), à défaut de s'accorder sur la répartition de ses bénéfices et sur la gestion de ses coûts, notamment environnementaux. À la veille des élections de 1959, chaque parti fait mine

de se féliciter du succès de ses idées. À l'assemblée des délégués du PRD en septembre 1958, le conseiller national Alfred Schaller estime que « les idées libérales, sur lesquelles les radicaux ont fondé et construit la Constitution de la Confédération, sont devenues le bien commun de la grande majorité de notre peuple ».

Le PSS aussi se réclame de certains progrès comme l'AVS. Surtout, il fait campagne sur la base de son nouveau programme adopté au congrès de Winterthour en mai 1959 qui, s'il dessine un « socialisme démocratique », évite les références à la « lutte des classes ». En dehors du programme, la campagne elle-même fait écho aux recommandations de l'étude Nowland en présentant un « homme au centre » (voir illustration 6) et ses aspirations « petites-bourgeoises » aux loisirs et au temps libre. Le PSS rejoint en cela le futur radieux mis en avant par ses partenaires gouvernementaux. Pour se distinguer, les partis doivent donc davantage envisager des lignes de front idéologiques ou symboliques. Radicaux et conservateurs se contestent réciproquement le monopole de l'anticommunisme et du patriotisme. Là où le parti conservateur rappelle les succès européens de la démocratie chrétienne, et notamment ceux de son parti frère allemand, la CDU, les radicaux dénoncent dans leurs journaux ces « inspirations étrangères », inadaptées à la Suisse, dont « le monde entier, y compris la CDU allemande » envierait à l'inverse la « vraie réalisation » : la « démocratie libérale ».



Illustration 6 Affiche du PSS conçue par Joe Mathis pour les élections fédérales de 1959. Schweizerisches Sozialarchiv, FP2-0271.

Entre réformisme et « *law and order* »

À partir des années 1960, les quatre partis gouvernementaux sont d'autant plus confrontés à la difficulté de se distinguer tout en étant partenaires qu'ils ont désormais tous adopté un discours similaire proclamant leur « modernité » et leur « dynamisme ». Ils proposent des programmes politiques calibrés pour les quatre années à venir afin de répondre aux nouvelles attentes médiatiques. Pour les élections de 1971, tant le PRD que le nouveau PDC déportent leurs programmes vers la gauche en incluant de nouvelles questions, de l'égalité de genre à la révision totale de la Constitution. Parce que « s'arrêter, c'est démissionner », le PDC, comme « centre dynamique », veut secouer la Suisse, représentée dans une annonce comme un chalet en forme de croix suisse plein de toiles d'araignée, et « prendre les problèmes de notre pays à bras-le-corps » (voir illustration 7). Les quatre partis de gouvernement reprennent d'ailleurs, souvent en les édulcorant, des revendications mises à l'agenda par d'autres acteurs, mouvements sociaux et syndicats, comme la participation des salariés et salariées aux décisions des entreprises ou la protection de l'environnement. Mais ils prennent soin d'éviter les thèmes risquant de créer des conflits entre eux ou avec les partis d'opposition, comme la politique européenne ou migratoire.

Si l'affichage progressiste du PRD et du PDC est partiellement une réaction « d'en haut » aux oppositions « d'en bas », il se heurte, au sein du camp bourgeois, à un discours d'ordre anti-1968, recyclant

Warten löst keine Probleme!



Bildung darf kein Privileg sein. Jeder muss die gleichen Möglichkeiten haben, seine Begabungen und Fähigkeiten zu entwickeln. Dazu muss vorrangig die Schulkoordination vorangetrieben, der Kindergarten ausgebaut und das Stipendienwesen verbessert werden. Die berufliche Bildung schliesslich muss tiefgreifend erneuert und der allgemeinen Bildung gleichgestellt werden.

Wir packen
die
Probleme an
CVP
die Partei
der
dynamischen
Mitte

Vater Staat ist nicht mehr der Jüngste. Seine Verfassung wird hundert Jahre alt. Sie soll irgendwann total revidiert werden. Doch darauf zu warten, fehlt uns die Zeit. Wir brauchen jetzt eine starke Regierung mit einem klaren Programm, eine Regierung, die weiss, was sie soll und die Gewähr dafür bietet, dass die Probleme unseres Landes entschlossen angepackt werden.

Illustration 7 Affiche du PDC pour les élections fédérales de 1971. Schweizerisches Sozialarchiv, F Pe-0228.

l'anticommunisme contre les nouveaux « subversifs » et réaffirmant l'importance de la police et de l'armée. Même le secrétaire du PDC, Urs C. Reinhardt, artisan de la réforme de son parti, espère en 1970 pouvoir capitaliser sur la ligne de « *backlash* » (retour de bâton) qu'il voit dans les élections législatives françaises de juin 1968. Les partis bourgeois ne retiennent ainsi pas leurs coups contre le PSS, en interrogeant sa loyauté vis-à-vis de l'État au vu des alliances socialistes-communistes nouées à Genève et dans le canton de Vaud, ou de la candidature sur la liste PS bernoise du militant pacifiste et opposant au service militaire obligatoire Arthur Villard. Les radicaux zurichois lancent une campagne d'annonces contre la « critique destructive contre l'État », à combattre pour éviter que « le citoyen désorienté et effaré [ne] se réfugie auprès des groupes d'extrême droite ».

C'est que le récit de la modernité se fissure. Les affiches des années 1960 représentant le progrès par des autoroutes font place à de vives discussions médiatiques sur les conséquences de la « haute conjoncture » : l'inflation, le coût du logement, le mitage du territoire, mais aussi la supposée « emprise étrangère ». Là aussi, les partis gouvernementaux insistent sur leur capacité d'agir sur ces sujets, mais ne peuvent se différencier facilement. Ils se retrouvent coincés entre des mises en cause virulentes des notions de modernité et de progrès venues des marges du champ politique. À gauche, l'écrivain suisse alémanique Max Frisch développe une critique frontale de la société suisse et de la notion de progrès dans sa préface au manifeste électoral du

PSS, qui sera dénoncée dans la presse bourgeoise. À l'extrême droite, la campagne de l'Action nationale agrège une série de peurs : l'« emprise étrangère », la « vente de la patrie », la criminalité, l'« ensauvagement sexuel » attribué aux « travailleurs invités » italiens, ou encore la rébellion des jeunes. Les partis gouvernementaux sont donc obligés de défendre un certain « modèle suisse » dont ils vantaient auparavant les succès comme une évidence. Pour ce faire, une annonce des radicaux vaudois s'appuie sur des pays repoussoirs, à l'Est mais aussi au Sud, en opposant « des peuples [...] en guerre », « mour[ant] de faim », « pleurant la liberté », aux Suisses « libres », « viv[ant] en paix », profitant de hauts revenus et de bas impôts, « ignor[ant] le chômage ».

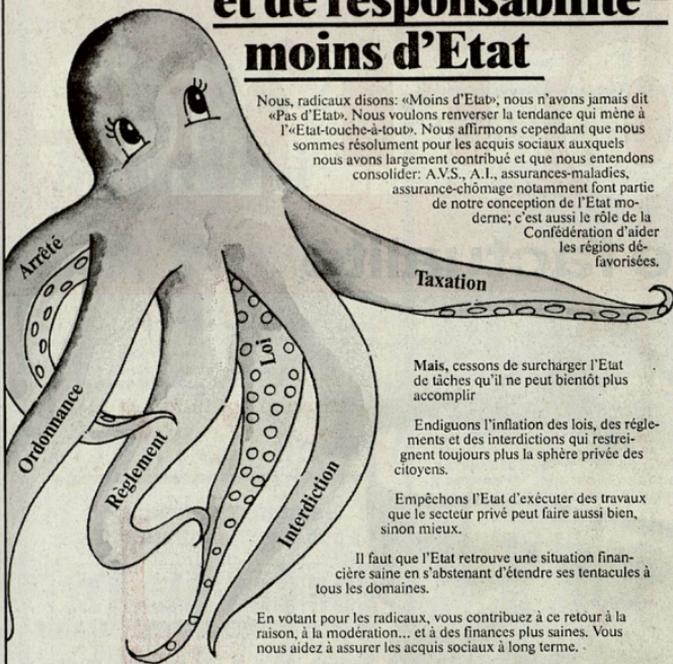
Critique de l'État et mort des forêts

À partir du milieu des années 1970, les multiples diagnostics de crise (économique, environnementale, mais aussi démocratique) circulant dans l'espace public suisse ébranlent encore ces certitudes et conduisent les partis à proposer de nouveaux récits. La campagne « à l'américaine » du PRD en 1979 martèle ainsi un slogan provocateur, « Plus de liberté, moins d'État », qui est souvent présenté comme une importation en Suisse du « tournant néolibéral » transnational comme nouveau « remède de choc ». Le publicitaire du parti, Rudolf Bolleter, dit d'ailleurs s'être inspiré du slogan de la CDU allemande en 1976, « La liberté plutôt que le socialisme » (« *Freiheit statt Sozialismus* »). Avec ce slogan, le PRD réactive

en réalité un discours anti-État bien plus ancien en Suisse, sans vraiment en discuter les implications programmatiques – les options pour «réduire» l'État étant peu nombreuses dans la Suisse des années 1970. Ce slogan pose pourtant des questions particulièrement délicates pour les radicaux quant à leur rapport à l'État, dans un contexte économique morose marqué par des fermetures d'usines. Dans les années suivantes, devenus une cible facile à cause de ce slogan, certains partis cantonaux et figures radicales tentent d'en recadrer le sens. Le PRD vaudois rappelle ainsi dans une annonce que «moins d'État» ne veut pas dire «pas d'État» (voir illustration 8).

Mais avec ce flou politique, les radicaux perdent le monopole du positionnement néolibéral en Suisse. Dans une dynamique de surenchère à droite, d'autres s'en réclament. L'UDC zurichoise, en particulier, commence à articuler une ligne économiquement néolibérale et socialement conservatrice, par exemple avec le slogan «Sauvez les emplois, arrêtez la bureaucratie». L'agenda néolibéral force aussi les socialistes à se positionner, tout en craignant de se retrouver dans une position défensive inconfortable. Pour la campagne de 1983, le PSS se présente comme la «conscience sociale de la Suisse» et attaque dans ses tracts les radicaux tant sur leur programme que sur les symboles – les radicaux zurichois deviennent ainsi «la clique financière bling-bling». Le rapport à l'État divise toutefois aussi les socialistes. Alors qu'une partie du parti, plus âgée et proche des syndicats, continue d'y voir le garant de la régulation du capitalisme et de la répartition

Plus de liberté et de responsabilité - moins d'Etat



Nous, radicaux disons: «Moins d'Etat»; nous n'avons jamais dit «Pas d'Etat». Nous voulons renverser la tendance qui mène à l'«Etat-touche-à-tout». Nous affirmons cependant que nous sommes résolument pour les acquis sociaux auxquels nous avons largement contribué et que nous entendons consolider: A.V.S., A.L., assurances-maladies, assurance-chômage notamment font partie de notre conception de l'Etat moderne; c'est aussi le rôle de la Confédération d'aider les régions défavorisées.

Mais, cessons de surcharger l'Etat de tâches qu'il ne peut bientôt plus accomplir

Endiguons l'inflation des lois, des règlements et des interdictions qui restreignent toujours plus la sphère privée des citoyens.

Empêchons l'Etat d'exécuter des travaux que le secteur privé peut faire aussi bien, sinon mieux.

Il faut que l'Etat retrouve une situation financière saine en s'abstenant d'étendre ses tentacules à tous les domaines.

En votant pour les radicaux, vous contribuez à ce retour à la raison, à la modération... et à des finances plus saines. Vous nous aidez à assurer les acquis sociaux à long terme.

Coupon
Veuillez nous faire parvenir votre documentation

Nom _____

Prénom _____

Adresse _____

NP/Lieu _____

A adresser à PRD, case postale 477, 1000 Lausanne 17

Si vous pensez que c'est la simple logique - soutenez les radicaux - votez pour eux

**Les radicaux:
du cran et du cœur**



Photo de M. Meyer

Illustration 8 Annonce du PRD parue dans la Tribune de Lausanne - Le Matin du 9 octobre 1983.

des richesses, une nouvelle génération proche des nouveaux mouvements sociaux se retrouve – tout comme certains à droite – dans le constat de la « lassitude de l'État » (« *Staatsverdrossenheit* »).

Le futur paraît en outre assombri par les multiples crises environnementales, cristallisées dans le diagnostic de la « mort des forêts » très présent dans les médias suisses à partir de 1982. Pour la campagne de 1983, tous les partis se positionnent donc, mais souvent superficiellement, sur ces questions. La presse interprète d'ailleurs la conclusion d'une loi sur l'environnement, douze ans après l'introduction d'un article constitutionnel en ce sens, par la perspective des élections. Le journal satirique *Nebelspalter* caricature les partis en train de faire campagne pour l'environnement... sur un gigantesque tracteur. Les partis se disputent déjà les uns aux autres, mais particulièrement aux partis écologistes, le monopole de la « bonne » écologie. L'UDC suisse se réclame même d'une tradition « verte », non sans attaquer en passant les mouvements écologistes : « Nous étions déjà verts au moment où plus d'un vert était encore rouge. » Certains acteurs politiques bourgeois commencent dès cette époque à prendre position sur la politique environnementale, non pas pour concurrencer les Verts, mais bien pour s'opposer frontalement à eux. En 1983, dans le journal de son parti, Christoph Blocher fait des « Verts » un « groupe absolutiste » cherchant à retrouver un « paradis protégé médiéval ». Cette nouvelle polarisation s'approfondira dans la suite des années 1980 avec l'émergence du Parti des automobilistes.

Rémanences narratives et nouveaux récits

Depuis les années 1940, les partis ont continûment repensé leur présentation d'eux-mêmes et proposé aux électeurs des récits et des imaginaires mobilisateurs construits sur des représentations concurrentes du passé, du présent et du futur. Si les programmes des quatre partis se sont rapprochés du fait de leur participation commune au gouvernement fédéral, mais aussi de la pression extérieure de la Guerre froide, ils ont constamment cherché, si ce n'est à attaquer leurs concurrents, du moins à s'en distinguer, y compris en se présentant dans les années 1960 comme toujours plus « modernes », « dynamiques » ou « efficaces » que les autres.

À partir du milieu de la décennie, tous ont cependant dû se positionner face aux récits de nouveaux acteurs remettant en cause, d'une manière ou d'une autre, le « consensus de la croissance » et le récit dominant du « succès » suisse. Les nouveaux partis xénophobes ont réactualisé la dénonciation ancienne de l'« emprise étrangère » pour l'instrumentaliser contre les travailleurs et travailleuses arrivés du sud de l'Europe, tandis que les nouveaux mouvements sociaux et partis issus de 1968 remettaient en cause les souassements autoritaires, sexistes ou productivistes du « modèle suisse ». Loin d'avoir été un non-événement en Suisse, les « années 68 » ont ainsi durablement rebattu les cartes à gauche, alors que les partis de droite ont vite appris, dans leurs récits de campagne, à remplacer la figure ennemie du « rouge » par celles du jeune « émeutier » ou des « absolutistes

verts» – des épouvantails réutilisés récemment contre les mouvements pour l'action climatique.

Avec le sentiment de crise polymorphe des années 1970, les partis de gouvernement eux-mêmes cherchent à durcir leurs positions et s'engagent déjà dans une dynamique de polarisation, le PRD en tête avec son slogan « Plus de liberté, moins d'État » à partir de 1979. Ses implications néolibérales ont cependant été rapidement récupérées par l'UDC zurichoise puis suisse, et réutilisées contre ce parti considéré comme le fondateur de l'État moderne suisse. La politique économique et financière, notamment en ce qui concerne la redistribution des richesses, ainsi que la politique environnementale et la politique migratoire sont donc des questions anciennes et récurrentes dans les campagnes électorales suisses, dont les cadrages montrent d'étonnantes continuités – comme celui de l'« emprise étrangère ».

En contraste, la question européenne, sous-jacente à partir des années 1960, devient surtout centrale dans les campagnes des années 1990 et 2000. L'UDC, mais aussi, en miroir, les partis de gauche mettent alors cet enjeu, conjointement avec la politique migratoire, au cœur de la compétition partisane, qui devient particulièrement polarisée autour d'un clivage dit « culturel » entre ouverture et fermeture. Alors que les publicitaires des années 1960 plaidaient pour une communication lisse et « positive », l'UDC en particulier fait campagne sur la base de figures repoussoirs, comme avec la figure raciste du « mouton noir » en 2007, ou encore en réactivant d'anciens grands classiques de l'iconographie

politique, comme la pieuvre, représentant désormais l'étouffante bureaucratie européenne (Dézé et Girod, 2006). Mais alors que le diagnostic de crise de la démocratie s'est estompé ou exporté dans les grands pays voisins, les récits de campagne de l'UDC, comme avec son slogan « Rester libre » dans les années 2010 et 2020, dépeignent la Suisse comme une citadelle assiégée, un « *Sonderfall* » à préserver de l'ingérence européenne. Depuis les années 2010, les récits dystopiques du futur des Suisses et des Suissesses proviennent bien plus des partis et mouvements pointant l'urgence climatique, qui se heurtent cependant à la prévalence de discours anciens défendant le *statu quo*, environnemental mais aussi social, pour protéger la « place économique suisse » (Emmenegger et Marx, 2019).

(RE)CRÉER LA PROXIMITÉ

Les réunions, fêtes et congrès électoraux, ou encore le porte-à-porte, ne sont-ils que des « rituels figés », suivant Hans Ulrich Jost (1986 : 330) ? En Suisse comme ailleurs, les congrès partisans en particulier font souvent figure de « grand-messes » et sont effectivement marqués par une liturgie politique très codifiée – des mots de bienvenue jusqu’aux drapeaux ou aux chants. Mais derrière son caractère immuable, un rite permet de renégocier des relations sociales. Comment les partis ont-ils, lors de leurs événements de campagne, mis en scène leurs liens avec l’électorat, particulièrement alors que ceux-ci paraissaient distendus ? Qu’ont-ils fait de la médiatisation croissante des campagnes ?

Faire nombre : réunions et congrès électoraux d’après-guerre

Alors que les partis cherchent, après-guerre, à marquer leurs positions, les événements de campagne des années 1940 visent souvent à montrer leur force. Les réunions électorales et les congrès sont de grands moments de rassemblement partisan, pendant lesquels les partis brandissent leur histoire

– et donc leurs ennemis – et leur engagement pour une certaine idée de la Suisse. Avant les élections de 1947, le congrès du PRD célèbre le « triomphe » du radicalisme en Suisse depuis 1848, dont les idées phares seraient devenues un « bien commun des Confédérés ». Le congrès du PSS, quant à lui, souligne l'engagement antifasciste des socialistes en Europe pendant la guerre. Ce rappel historique est particulièrement présent dans les meetings des socialistes tessinois, organisés avec le mouvement de jeunesse antifasciste Falschi Rossi (« Faucons rouges »).

Pour faire nombre, les partis peuvent souvent s'appuyer sur un système d'action solide et facilement mobilisable : les congrès du PSS font défiler à la tribune toutes les organisations amies, des faitières syndicales jusqu'aux organisations sportives et aux chœurs ouvriers de la ville hôte. Les sociabilités partisans se mettent en scène dans des lieux bien identifiés, comme les maisons du peuple ou des salles paroissiales. Elles s'entremêlent à des pratiques moins directement politiques, comme les messes qui accompagnent nombre de réunions des conservateurs-catholiques ou encore les chœurs et les fanfares de chaque couleur politique. Les partis s'appuient aussi sur des sociabilités bien ancrées, comme les « kermesses » et « vauquilles » organisées par les socialistes vaudois, ou encore la fête de la « Mi-Été » des agrariens vaudois, qui existera jusque dans les années 1990. Ce sont d'ailleurs des sociabilités festives de ce type qui sont les plus durables, d'autant qu'elles réactivent (ou inventent) des traditions culinaires, entre raclette et *Metzgete* (qui

désigne à la fois la fête automnale du cochon en Suisse alémanique et le plat qui s'y consomme). Les partis mobilisent à ces occasions une base militante bien identifiée et très organisée, enjoignant à venir « en masse ». À Dietikon, les conservateurs précisent sur un tract attendre « une large participation des hommes et jeunes hommes catholiques de notre paroisse ». Les rassemblements partisans donnent souvent lieu à une rhétorique toute martiale pour mobiliser les militants : au congrès conservateur, le président Escher parle d'« attaque », de « plan de guerre » et de « soldats du parti ».

Dès les années 1950, les cadres des partis s'inquiètent cependant d'un désintérêt graduel des électeurs pour ces réunions électorales. En 1959, le jeune secrétaire du PSS, Benno Hardmeier, constate dans la *Rote Revue* que « l'ancien format traditionnel des réunions publiques politiques a perdu tout pouvoir d'attraction ». Il rapporte le « grand vide » et l'« ambiance morose » d'une réunion électorale à Winterthour et plaide pour en finir avec les « monologues » et les « quelques drapeaux rouges ». Les partis semblent parfois compenser le manque d'enjeu de la campagne en mettant en scène leur histoire, leur identité et leurs oppositions. À droite, l'insistance sur le « communisme, danger pour le monde libre », titre de plusieurs conférences de Peter Sager, candidat pour le PAI bernois et directeur de l'Institut suisse de recherche sur les pays de l'Est, dramatise la campagne, mais conduit d'une certaine façon à la délocaliser hors de Suisse. Juste avant les élections de 1959, le PS zurichois invite

le maire SPD (social-démocrate) de Berlin-Ouest Willy Brandt à la Maison du peuple de Zurich pour célébrer « le combat de la liberté à Berlin », une réunion qui attirera 2500 personnes. La presse socialiste comme radicale débat de cet événement, mais quasiment sans référence à la campagne en cours.

Les difficultés croissantes des partis à faire venir les citoyens à des réunions « politiques » se lisent également dans le choix de proposer des moments de divertissement à côté des traditionnels exposés. Les films fréquemment montrés à de telles occasions perdent d'ailleurs en contenu politique. En 1947, les partis, et notamment le PSS, diffusent encore des films politiques, comme *Le soleil qui monte*, produit par les socialistes français la même année. En 1959, tous les partis promettent avant tout des documentaires, des diaporamas de voyages ou même, chez les jeunes radicaux vaudois, une projection sur les 24 Heures du Mans. Face aux difficultés des réunions traditionnelles, le socialiste Benno Hardmeier vante même le succès d'une « rencontre de la jeunesse » à Bâle sous forme de « cabaret non-stop », mélangeant musique, humour et « courtes discussions politiques ». Face à ces innovations, le conservateur Martin Rosenberg, tout en reconnaissant la popularité en baisse des « grands rassemblements », recommande plutôt de les remplacer par davantage de petites réunions dans les villages, pour soigner le « contact nécessaire entre élus et électeurs ».

Aller au contact : les transformations du porte-à-porte

La quête d'une proximité entre politiques et citoyens n'est pas nouvelle, et n'est pas résolue par les discours présentant les premiers tels des « hommes comme vous ». Les partis s'interrogent très tôt sur l'importance des contacts avec les électeurs, en particulier par le porte-à-porte. Regrettant la faiblesse de la base militante du parti, le secrétariat du PRD recommande même, avant la campagne de 1947, de s'inspirer des expériences de « propagande colportée d'homme à homme » menées par l'armée pendant la guerre. En face, le PSS rappelle souvent aux sections que les militants sont ses principales ressources – y compris au sens financier : ils sont chargés de récolter les cotisations et les abonnements aux journaux, peuvent distribuer les tracts et évitent ainsi des coûts au parti. Pendant la campagne de 1959, le secrétariat du PSS insiste sur « la parole transmise d'homme à homme, l'appel personnel au collègue de travail, à l'ami de l'association et au voisin ».

C'est bien parce que ce travail de fidélisation des électorats ne se fait pas tout seul que les partis le formalisent, au moyen de circulaires ou même de manuels. Pour ne pas abandonner des électeurs catholiques à d'autres partis, un manuel des chrétiens-sociaux zurichois publié en 1947 recommande même de ne rayer « un homme catholique » de la « liste de mobilisation [...] qu'à son décès ». Pour les convaincre, l'« homme de confiance » doit être lui-même un « bon catholique pratiquant », « bien

présenter», pour agir comme «représentant, émissaire de son parti». Qui envoyer au nom du parti, en effet? Dans la démocratie masculine d'avant 1971, le porte-à-porte est parfois directement qualifié «d'homme à homme», mais cette horizontalité autour d'une masculinité partagée peut justement servir à compenser la relation inégale entre représentants et représentés. Pour plaider l'importance de cette pratique auprès du secrétaire du PRD, Hans-Rudolf Leuenberger, le sondeur Pierre-André Gygi imagine ainsi un Suisse moyen – en dialecte biennois pour davantage d'authenticité: «“Le Suisse veut être salué”. “Son droit de vote doit aussi lui donner la possibilité d'être *bon seigneur* [en français] et de montrer ainsi que les ‘grands’ seigneurs, comme certains disent, dépendent de sa voix”.»

Mais alors que les partis s'inquiètent de perdre le lien avec leur électorat à partir des années 1960, «saluer le Suisse» paraît à la fois plus ardu et toujours plus indispensable. La prise de contact, tout comme la campagne de manière générale et notamment sa personnalisation, doit alors permettre non de simplement réactiver, mais bien de refonder le lien avec les électeurs. Les partis professionnalisent d'autant plus cette pratique, renommée «*canvassing*» en anglais (démarchage électoral). Selon un document du PSS datant de 1971, les militants (et militantes) doivent agir comme «leaders d'opinion», terme emprunté à la sociologie électorale, pour convaincre autour d'eux et contrer ainsi le «danger de l'anonymité» et l'éloignement entre parti et électorat. Un manuel du PDC donne également des

consignes très précises: il s'agit en particulier de cibler les nouveaux quartiers, les endroits où vivent les « électeurs flottants et les abstentionnistes », mais aussi, dans un but de multiplication, les « dignitaires publics, les présidents d'associations, certains hommes d'affaires, etc. et d'autres qui rencontrent beaucoup de gens ».

La précision de ces directives montre les difficultés des partis à repenser le porte-à-porte – et donc l'entrée de la politique au seuil de la sphère privée – pour s'adapter à la vie sociale des années 1970, en particulier dans les nouvelles zones périurbaines. À partir des années 1970, les partis cherchent de nouvelles méthodes, moins intrusives et moins gourmandes en ressources humaines, pour atteindre les électeurs et électrices dans leur vie quotidienne. Ils lancent des campagnes d'appel, des *hotlines* de renseignement sur les élections, des caravanes en bus ou à vélo – comme les socialistes zurichois pour parler d'écologie en 1983. Ils s'installent également davantage dans les lieux de passage, places de marché, supermarchés ou gares, pour distribuer tracts, boîtes d'allumettes, croissants ou encore marrons chauds. En 1983, le secrétariat radical vante ainsi l'efficacité de ses stands dans l'espace public, prouvant que « le PRD aussi peut mener une campagne vraiment proche des citoyens [*bürger nah*] ». Ce type de discours performatif révèle une mise en abyme permanente des partis en campagne. Il faut dire que même le porte-à-porte a été entre-temps médiatisé.

Du monologue au débat ? Gérer la médiatisation des événements de campagne

Centrés sur la mise en scène du nombre et de l'unité, les congrès et réunions électorales des années 1940 et 1950 sont rarement pensés comme des moments de débat avec les membres et sympathisants. La presse partisane insiste en outre sur la déférence du public vis-à-vis de l'autorité légitime des politiciens, en rapportant, comme à Lausanne en 1947, le « plaisir » d'écouter des « exposé[s] brillant[s] » des élus et candidats, les salles bien remplies, « l'attention nourrie » de l'auditoire, les applaudissements. Selon la *Neue Zürcher Zeitung* couvrant une réunion radicale en 1947, « plusieurs intervenants ont remercié le Dr Häberlin pour son travail infatigable et intelligent ; pour le reste, seul le problème des prix et des salaires a suscité un petit débat ». L'impératif de « correction » pendant les réunions électorales tranche avec les appels à la « bataille » et les attaques contre les adversaires.

Ces règles de comportement n'empêchent pas que des débats internes aient lieu, notamment lors des congrès. Mais les dissensions qui s'y expriment sont souvent minimisées par la presse partisane, tandis que les autres journaux n'y ont accès que par de rares fuites ou certains indices, comme les amendements. Les débats entre partis, eux, sont principalement réservés à la radio, en raison de la fragmentation partisane de la presse écrite. Mais dès lors qu'ils s'inquiètent de la désertion des réunions et du désintérêt des citoyens pour les campagnes, les cadres des

partis se rendent compte du risque que constitueraient des campagnes sans débat – y compris entre partis. En 1959, le PS vaudois organise une rare réunion avec d'autres partis et annonce dans la *Feuille d'avis de Lausanne* « souhaite[r] vivement, en accord avec ses habitudes traditionnelles [sic], que des citoyens de toutes tendances, mandatés ou non par un parti, participent aux débats à l'issue des exposés, voire même apportent la contradiction ».

Après cette campagne, de nombreux cadres plaident pour des formats de réunions électorales plus dialogiques, voire contradictoires, en invitant plusieurs partis. Observant la campagne de 1963, Gruner et Siegenthaler (1964) notent la popularité des tables rondes, qui évitent le monologue d'un seul politicien. Dans les années suivantes, les réunions à plusieurs partis se multiplient également, y compris à l'initiative d'acteurs non partisans comme les maisons de jeunes ou les unions d'associations féminines. Des journalistes, dont la neutralité est mise en avant, sont souvent invités à modérer ces débats selon des règles négociées préalablement. Parallèlement, ce type de débat interpartis s'institutionnalise aussi à la télévision dans chaque région linguistique, contribuant également à la personnalisation des campagnes dans les médias. Mais alors que les partis d'opposition contestent le « cartel » des partis gouvernementaux, l'un des enjeux de ces débats, télévisés ou non, réside dans la place accordée aux uns et aux autres. Les petits partis critiquent régulièrement le peu de temps de parole qui leur est alloué, voire leur mise à l'écart de certains débats.

Même davantage contradictoires, les rituels électoraux ne laissent qu'une portion congrue et très encadrée à la participation du public, ce qui ne correspond guère à l'esprit contestataire et antihierarchique des activistes socialisés dans les « années 68 ». En 1971, le secrétariat radical recommande ainsi d'organiser des réunions axées sur « la jeunesse », mais avec les précautions suivantes :

« À aucun moment, il ne faut donner l'impression d'une "manipulation" [...] il faut éviter que l'on ait d'emblée l'impression d'un fossé entre ceux qui posent les questions (jeunes) et ceux à qui elles s'adressent (hommes politiques). [...] Il est recommandé de s'assurer le concours de jeunes dirigeants de sociétés locales non politiques. [...] Pour éviter qu'une manifestation soit "noyauté" ou dominée par des adversaires ou des "saboteurs", il faut veiller à ce que des sympathisants soient présents et prêts à intervenir activement dans la discussion. »

La campagne de 1971 est effectivement marquée par la forte médiatisation d'événements électoraux perturbés par des activistes. Or les médias s'intéressent jusqu'aux plus petites réunions électorales et démultiplient ainsi l'impact d'un débat – y compris pour de potentielles perturbations. À plus grande échelle, c'est également le cas des congrès, qui deviennent des vitrines de la démocratie partisane, alors même que celle-ci est en plein changement. Au PSS en particulier, de jeunes activistes apprennent dès le milieu des années 1960 à se servir des congrès comme autant de plateformes pour leurs revendications.

Par la suite, la direction s'attache à éviter ce genre d'éclat, en essayant de démontrer l'ouverture, mais aussi l'unité du parti. En 1979, dans la *Rote Revue*, le président du parti, Helmut Hubacher, assume d'appréhender les congrès non comme une « grand-messe », mais bien comme une « vitrine » pour les « relations publiques » du parti. Lors de la campagne de 1983, le PSS invite à son congrès le militant écologiste allemand Robert Jungk, qui organise ses « ateliers du futur », des séances de discussion participative. Mais le calendrier de la campagne, pensé pour sa médiatisation, impose désormais d'élaborer le programme électoral en amont pour l'adopter lors du congrès, une pratique régulièrement critiquée par des délégués.

RARE PERTURBATION D'UNE RÉUNION ÉLECTORALE
EN 1971 : LES « APPRENTIS SORCIERS »
CONTRE L'« APOLOGISTE D'HITLER »

En 1971, année marquée par de grandes manifestations à Zurich et à Lausanne, le groupe de jeunes apprentis Hydra appelle à perturber les événements électoraux du tribun xénophobe James Schwarzenbach. Au vu des 46 % des voix obtenus par sa votation en 1970, des activistes de divers groupes issus des mouvements de 1968 partagent l'objectif de lutter contre l'extrême droite, même quand ils voient les élections en général comme une « farce ». En septembre, une centaine d'activistes d'Hydra et d'autres groupes venus de toute la Suisse et de la région s'invite à une réunion de Schwarzenbach à Uster, pour

s'opposer à cet «apologiste d'Hitler» et aux «Suisses petits-bourgeois qui le suivent». L'ambiance est électrisée par les réactions de Schwarzenbach lui-même, qui traite les manifestants de «Suisses de merde» et refuse de laisser traduire ses interventions en italien pour les travailleurs et travailleuses «invités» également présents.

Cet incident, rare dans une campagne électorale à l'époque, suscite de nombreux commentaires dans la presse – principalement négatifs, comme dans la *Neue Zürcher Zeitung* qui qualifie les activistes d'«apprentis sorciers hystériques». Même dans le quotidien socialiste *Volksrecht*, le journaliste et futur président du PSS Helmut Hubacher se demande si l'action n'a pas simplement renforcé le «culte du martyr» de Schwarzenbach. En stigmatisant de tels moyens d'action, la presse réaffirme les règles de comportement tacites dans les campagnes électorales suisses. Mais grâce à leur perturbation, les activistes ont fondamentalement interrogé les hiérarchies et les frontières du champ politique suisse, comme lorsque le groupe Hydra, réagissant à la presse, ironise sur la défense de la «démocratie» quand il s'agit de Schwarzenbach et note que celui-ci «s'est comporté comme un petit gamin [en dialecte]: il ne supporte pas de laisser parler un apprenti». Cependant, toutes ces réactions mettent de côté la participation de travailleurs (et potentiellement de travailleuses) non suisses à cette action. Comme si ce qui dérangeait le plus, c'était leur entrée en scène en tant qu'acteurs et actrices face à un homme politique les réduisant à des pions de sa politique xénophobe.

Réinventer les traditions : fêtes de la rose et petits déjeuners paysans

Si nombre d'événements de campagne sont donc bouleversés par la médiatisation, d'autres événements traditionnels disparaissent ou perdent en importance, en raison de transformations internes aux partis et à leurs écosystèmes. Alors que le système d'action catholique s'affaiblit et se distancie des conservateurs, ceux-ci ne peuvent plus s'appuyer sur certains événements jusqu'alors marquants comme les Journées catholiques, qui disparaissent dans les années 1950. Les socialistes, quant à eux, ne peuvent plus compter de manière unilatérale sur les mobilisations habituelles comme le 1^{er}-Mai, cependant que le mouvement ouvrier et les syndicats s'ouvrent à d'autres partis de gauche. Parallèlement, les socialistes commencent à penser leurs actions avec les nouveaux mouvements sociaux. Pour sa campagne de 1983, le PS zurichois participe ainsi aux marches des mouvements pacifistes et organise des événements avec des écologistes, tout en continuant à prévoir des rencontres avec les syndicats et les coopératives. Le parti fédéral remonte également à ses racines internationalistes, en sourdine depuis l'après-guerre : le congrès électoral de 1983 célèbre les mouvements de solidarité internationale et met à l'honneur les socialistes chiliens en exil. Toutefois, mis à part le PSS, les partis gouvernementaux, dans leurs événements de campagne, mobilisent moins leur histoire que par le passé. Cette déconnexion est partiellement due à l'affaiblissement de leurs

systèmes d'action, mais elle est aussi délibérée, dès lors que les campagnes visent à mettre en scène une « image moderne ». En 1979 et 1983, les radicaux utilisent leur traditionnelle « manifestation électorale » pour défiler avec leurs nouveaux slogans, couleurs et drapeaux, et se poser comme un « contrepoids à la culture alternative ».

L'affaiblissement des rites historiques ouvre aussi un espace pour inventer de nouvelles « traditions ». À partir des années 1980, les socialistes vaudois reprennent ainsi l'idée d'une « Fête de la rose », développée depuis 1973 par le socialiste français Pierre Joxe en Saône-et-Loire sur la base d'une ancienne fête patronale – la rose au poing étant pour un temps le logo des socialistes français et romands. Mais c'est surtout l'UDC zurichoise qui s'attache à développer de nouvelles traditions en combinant des habitudes de sociabilité rurale avec une mise en scène nostalgique du monde paysan. Dès 1978, le parti lance des *Buurezmorge* (petits déjeuners paysans) et *Frühschoppen* (apéritifs matinaux) pour animer la vie des sections, en créer de nouvelles et mener une « campagne permanente » souhaitée par Christoph Blocher (Schnydrig, 2007 : 131-134). En 1983, le parti se sert de ces rendez-vous pour mettre en lumière ses candidats et candidates et organise en outre le premier « tir de l'UDC » à l'Albisgüetli à Zurich. Là encore, l'événement fait référence aux fêtes de tir traditionnelles dans le canton et permet au président de vanter le modèle suisse du « citoyen-soldat » et de la « neutralité armée ».

L'effet de ces nouvelles traditions est démultiplié dans les médias, qui commentent à l'envi la mise en scène choisie par les partis, la nourriture proposée ou la présentation des candidats et candidates pour en tirer des interprétations politiques. En septembre 1983, comparant les kermesses des partis vaudois, *L'Hebdo* oppose les libéraux qui « essaient de parler une langue châtiée » avec les radicaux, plus vaudois jusque dans leur accent : « [Nul] ne cherche ici à camoufler son accent. [...] On le cultive avec délectation, on l'exhibe comme la preuve matérielle de son dévouement au pays. Un radical vaudois sans accent appuyé ne fait pas vraiment sérieux. Un radical vaudois sans complet-veston ne fait pas vraiment crédible. »

Quels lieux pour faire campagne ?

Derrière l'impression d'immuabilité des réunions, des congrès électoraux ou du porte-à-porte, les partis s'interrogent très tôt sur leur efficacité en campagne, notamment pour mettre en scène la proximité entre candidats et électeurs, entre partis et citoyens. Face aux multiples contestations des années 1960, les partis repensent leurs événements de campagne pour les nouveaux médias, mais aussi vers plus de débat contradictoire et de participation du public, sans pour autant pouvoir réduire les distances, voire les hiérarchies, entre acteurs politiques et électorat. Avec l'intensification des campagnes dans les dernières décennies, les partis ont d'autant plus cherché à « créer l'événement » pour mettre leur

campagne et leurs thèmes à l'agenda médiatique. Parce qu'ils sont pensés d'abord pour les médias, ces événements n'attirent pas les foules et mènent rarement à des débordements, qui restent de toute façon décriés dans les campagnes suisses. Quelques décennies après les perturbations des meetings de Schwarzenbach, une manifestation de l'UDC à Berne, imaginée comme le point d'orgue de sa campagne de 2007 autour de la figure raciste du « mouton noir », dégénère pourtant sur fond d'altercations avec une partie de la contre-manifestation antiraciste. L'incident ainsi que sa responsabilité font polémique et la ville de Berne décide en 2011 d'interdire les manifestations politiques sur la Place fédérale durant le dernier mois de campagne. La polarisation des dernières décennies a davantage vocation à s'exprimer dans les médias – y compris sur les réseaux sociaux – que dans la rue.

Mais alors que de nombreuses études ont entre-temps chiffré l'efficacité du traditionnel porte-à-porte pour mobiliser, y compris par rapport aux nouveaux outils numériques, les partis suisses cherchent toujours bien à démultiplier les formes plus directes et quotidiennes de « contact » avec l'électorat. La distribution de croissants dans les gares à l'heure de pointe s'est ainsi institutionnalisée depuis les années 1980, dans un pays de pendulaires où la politique est très présente dans l'espace public – en témoignent les nombreuses affiches aux balcons ou au bord des routes –, mais semble bien plus discrète dans les interactions sociales.

8

DES CAMPAGNES EXCEPTIONNELLEMENT SUISSES ?

Au cours des premières décennies d'après-guerre en Suisse, la stabilité tant des résultats électoraux que de la coalition gouvernementale laisse penser qu'il ne se passe rien dans les campagnes électorales, et pourtant ! Les cadres des partis gouvernementaux, raisonnant à partir de multiples incertitudes sur l'avenir, ont bien des raisons de faire campagne, ne serait-ce que pour maintenir ou consolider leurs positions face aux multiples changements sociaux en cours, et cherchent donc à s'assurer la fidélité de leurs électorats historiques ou à en gagner de nouveaux. Loin d'être un rituel figé dans le temps, chaque campagne électorale leur demande ainsi d'actualiser leur position dans le champ politique et de repenser leurs pratiques. *A minima*, ils se retrouvent, par un effet d'entraînement, à les ajuster à celles de leurs concurrents. Dans les années 1960 et 1970, ce sont les partis d'opposition (AdI, partis xénophobes, partis verts) tout comme les nouveaux mouvements sociaux qui lancent ainsi un renouvellement de la communication politique dans un environnement médiatique bouleversé.

C'est ensuite la campagne radicale « à l'américaine » de 1979, créditée d'un succès historique pour l'époque

(+ 2% des voix au Conseil national), qui rend incontournable une « course aux armements symboliques » entre partis gouvernementaux (Neveu, 1999: 43), non plus simplement pour maintenir leur quote-part électorale, mais bien pour l'augmenter. La suite est connue: c'est un autre parti, jusque-là rarement aux premières lignes, l'UDC, qui bouleverse le champ politique suisse avec son offensive électorale et référendaire capitalisant sur les bouleversements des années 1990 (fin de la Guerre froide, question européenne, crise économique). Les transformations des campagnes électorales de l'UDC puis de ses concurrents à partir de cette époque, entre polarisation et campagnes négatives, professionnalisation, médiatisation, centralisation et personnalisation, ne tombent donc pas du ciel, mais amplifient les dynamiques de mise en compétition des campagnes amorcées dans les décennies précédentes.

Loin de constituer une énième « exception » suisse, les évolutions des campagnes électorales suisses après 1945 peuvent en réalité être comparées, en tenant compte de la taille du pays et du fédéralisme, avec les transformations de la communication politique observables dans d'autres démocraties européennes d'après-guerre. Elles n'adviennent en effet pas dans un contexte politique insulaire et hermétique à toute influence étrangère. La professionnalisation des campagnes et notamment le recours à de nouvelles formes de savoirs électoraux dès les années 1950 sont ainsi portés par des réseaux d'acteurs transnationaux (experts en sondages, publicité ou « relations publiques »). Paradoxalement, c'est bien

parce qu'ils étaient structurellement faibles que les partis politiques suisses ont externalisé une partie de leurs campagnes, et ont profité, surtout à droite, de leurs liens avec des acteurs faisant le pont entre économie et politique, en pointe sur ces savoirs.

D'un parti à l'autre, les cadres se sont également convaincus de la nécessité de davantage centraliser leurs campagnes (au moins au niveau cantonal) et de les allonger en prévision de leur médiatisation. Les campagnes ont en conséquence mobilisé des ressources humaines, informationnelles et financières croissantes. Si l'effet direct de ces campagnes sur le vote reste un débat ouvert en science politique, le manque de transparence et la disproportion des moyens de la communication politique sont régulièrement pointés du doigt dans le débat public. Ironiquement, le discours exceptionnaliste sur la non-professionnalisation de la politique suisse et l'idéalisation de la «volonté populaire» ont pourtant régulièrement servi à contenir toute tentative de régulation des dépenses de campagne – dont l'absence jusqu'en 2023 a effectivement fait de la Suisse une exception parmi les démocraties.

En définitive, les particularités des campagnes électorales suisses sont souvent là où on ne les attend pas. Les différentes possibilités de modifier les listes au Conseil national laissent par exemple de plus grandes libertés à l'électorat, et leur usage grandissant a incité tant les partis à jouer sur les profils de leurs candidats et candidates que les acteurs non partisans à mettre en avant leurs propres candidatures. Avec l'absence de seuils électoraux, l'accessibilité

des outils de la démocratie directe et le fédéralisme, la relative ouverture du système politique suisse aussi bien pour les partis que pour les mouvements sociaux a d'ailleurs favorisé l'émergence d'acteurs politiques hors du carcan de la coalition gouvernementale, particulièrement dans les « années 68 ». Amorçant la reconfiguration du champ politique autour d'un nouveau clivage culturel, émergent à cette époque tant les partis de la « nouvelle gauche » que ceux de la « nouvelle droite ». La Suisse fait ainsi partie des premiers pays européens à connaître une nouvelle génération de partis xénophobes formulant un « racisme culturel » dans les années 1960 et 1970, une ligne reprise dans les années 1990 par l'UDC (Skenderovic, 2009). Ce dernier parti sera lui-même à l'avant-garde d'un ensemble de partis européens de droite radicale populiste et, loin d'être exceptionnelles, ses campagnes conçues pour choquer serviront de modèles à d'autres partis européens, du Rassemblement national en France à l'Alternative für Deutschland en Allemagne. Paradoxalement, l'UDC a misé sur l'affiche, support historique de la communication politique en Suisse, et dont l'omniprésence dans l'espace public contemporain contraste avec la présence encore inégale des acteurs politiques suisses sur les réseaux sociaux.

Derrière les discours de consensus national, puis l'intégration de deux socialistes au Conseil fédéral dès 1959, les campagnes de l'après-guerre sont en outre marquées, au niveau cantonal, par des dynamiques de compétition interpartisane variant selon les rapports de force en présence. En parallèle des coalitions

gouvernementales fédérales, les partis cantonaux négocient ainsi des alliances à géométrie variable pour les mandats cantonaux des deux chambres parlementaires, en fonction de calculs électoraux bien sentis et de leurs relations les uns aux autres. La période de Guerre froide est ainsi particulièrement marquée par les alliances dites du « bloc bourgeois » qui visent principalement à faire front contre les gauches, et contrastent avec la mythologie de l'intégration des minorités politiques – d'autant qu'elles n'empêchent pas, non plus, les conflits entre partis bourgeois. Parce que les partis de gouvernement, même dans les années de la « formule magique », cherchent à maintenir leurs positions, la compétition des élections fédérales nourrit un besoin de différenciation des uns vis-à-vis des autres, qui peut s'exprimer jusque dans des attaques négatives.

La fameuse « culture du consensus » n'a en effet pas empêché le « *negative campaigning* », les attaques contre les autres partis ou contre des personnalités politiques, qui marquent même particulièrement les décennies de la Guerre froide. Jusque dans les années 1960, les partis mettent en scène leurs inimitiés historiques, comme les radicaux et conservateurs-catholiques jouant les conflits entre protestantisme et catholicisme. Le fort anticommunisme de la Suisse d'après-guerre explique aussi la virulence des attaques contre les partis et candidats de gauche venant des partis bourgeois, mais aussi d'une nébuleuse d'acteurs de droite impliqués dans les campagnes de votation ou d'élection. Peu avant la stabilisation de la « formule magique », les élections de 1959 donnent ainsi

à voir nombre d'anathèmes *ad hominem* – y compris à gauche – dans la presse partisane ou indépendante (au moyen d'annonces payantes), par courrier ou même à l'oral. Si les publicitaires, lesquels gagnent en importance dans les années 1960 et 1970, déconseillent plutôt les attaques négatives contre les concurrents ou contre des candidatures précises pour favoriser des campagnes « positives », celles-là ne disparaissent pas de la vie politique suisse, et serviront particulièrement à « remettre à leur place » les premières candidates des élections post-suffrage féminin.

Dans le contexte de crise du tournant des années 1970, la « réidéologisation » des campagnes n'est plus un repoussoir et doit même permettre de réintéresser les citoyennes et citoyens à la politique. Le PRD part donc, déjà à cette époque, à l'offensive contre les autres partis de gouvernement. Si les dernières décennies ont ancré les partis suisses dans une dynamique de compétition et de polarisation, le niveau des attaques négatives semble de nouveau diminuer depuis les années 2010 (Lutz et Tresch, 2022 : 526). Les cadres des partis se montrent aujourd'hui plus sceptiques quant à l'efficacité des campagnes négatives, particulièrement pour convaincre des électrices et électeurs de l'autre bord (Stückelberger, 2021). Peut-être aussi parce que la plus grande visibilité de ces pratiques à l'étranger (notamment aux États-Unis) amène les acteurs politiques suisses à s'en distancier.

Enfin, alors que la mythologie de la démocratie directe a tendance à invisibiliser les mécanismes de la représentation politique en Suisse, les campagnes électorales de l'après-guerre donnent à voir de profondes

transformations dans les manières partisans de penser l'électorat, puis de prétendre le représenter. Derrière l'impression de stabilité électorale, les partis politiques n'ont pas fait que réagir aux profondes transformations sociales de l'après-guerre, mais les ont anticipées, interprétées, mises en récit, et donc façonnées. Face à l'affaiblissement des identités socio-politiques historiques et à l'arrivée des femmes dans le champ politique, ils ont adopté une vision de plus en plus kaléidoscopique de l'électorat, se décentrant des anciennes figures (masculines) du « citoyen », de l'« ouvrier », du « catholique » ou du « paysan ».

Les multiples nouvelles catégorisations des électeurs et électrices quant à leur position sociale, leur mode de vie, leurs engagements et préférences politiques contrastent cependant avec la montée en puissance d'appels électoraux faisant référence au « peuple », et ce dès les années 1980, répondant à une mise en opposition fréquente entre « ceux d'en bas » et « ceux d'en haut ». La nécessité de se montrer « proche du peuple » traverse certes déjà les manières d'être candidat ou candidate depuis l'après-guerre. Mais cette proximité mise en scène passe avant 1971 par une masculinité partagée, camouflant les différences sociales et le déséquilibre fondamental de la relation entre élu et électeur. La performance de la proximité n'en devient que plus importante après 1971, et passe tant par des rituels électoraux plus participatifs, personnalisés et « au contact » des citoyens et citoyennes que par la montée d'un « impératif représentatif » (Godmer, 2009), en écho à la catégorisation kaléidoscopique de l'électorat.

Alors que les années 1970 et 1980 sont marquées par un diagnostic de crise qui touche également la démocratie suisse, et notamment les partis et les élites, on peut penser que cette critique a été depuis démonétisée par son appropriation populiste et xénophobe par l'UDC – qui s'est d'ailleurs elle-même progressivement lassée de ses attaques contre la « classe politique ». Les tensions entre les « gens d'en bas » et ceux « d'en haut » ne sont pourtant pas une maladie contemporaine, mais manifestent bien une friction constitutive des démocraties (semi-)représentatives, indexée sur les inégalités sociales elles-mêmes. Cette tension s'exprime avec plus ou moins de virulence, mais présente aussi un potentiel plus ou moins émancipateur ou réactionnaire selon les situations. Les campagnes électorales restent ainsi un bon poste d'observation – et parfois de contestation – des inégalités dans la représentation politique, qu'il s'agisse des biais persistants dans la représentation des femmes et des classes populaires ou de l'exclusion du quart de la population sans passeport suisse.

BIBLIOGRAPHIE

- ACHIN Catherine et LÉVÊQUE Sandrine, « Le genre c'est la classe? Capitaux corporels identitaires, compétition politique et contextes sociaux », dans AGRIKOLIANSKY Éric, HEURTAUX Jérôme et LE GRIGNOU Brigitte (dir.), *Paris en campagne. Les élections municipales de mars 2008 dans deux arrondissements parisiens*, Paris, Éditions du Croquant, 2011, pp. 263-284.
- ALTERMATT Urs, « Aufbruch aus dem katholisch-konservativen Ghetto? », dans FAGAGNINI Hans Peter et ALTERMATT Urs (dir.), *Die CVP (Christlichdemokratische Volkspartei der Schweiz) zwischen Programm und Wirklichkeit*, Zurich, Benziger, 1979, pp. 85-105.
- , *Das historische Dilemma der CVP. Zwischen katholischem Milieu und bürgerlicher Mittepartei*, Baden, Hier + Jetzt, 2012.
- AMLINGER Fabienne, *Im Vorzimmer zur Macht? Die Frauenorganisationen der SPS, FDP und CVP (1971-1995)*, Zurich, Chronos, 2017.
- BOURDIEU Pierre, « La représentation politique: éléments pour une théorie du champ politique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 36/1, 1981, pp. 3-24.
- BÜHLER Rahel, *Jugend beobachten. Debatten in Öffentlichkeit, Politik und Wissenschaft in der Schweiz, 1945-1979*, Zurich, Chronos, 2019.
- BÜHLMANN Marc, ZUMBACH David et GERBER Marlène, « Campaign strategies in the 2015 Swiss national elections: nationalization, coordination, and personalization », *Swiss Political Science Review*, 22/1, 2016, pp. 15-28.

- BURGOS Élie, MAZZOLENI Oscar et RAYNER Hervé, *La formule magique. Conflits et consensus partisans dans l'élection du Conseil fédéral*, Lausanne, Savoir suisse, 2011.
- DÉZÉ Alexandre et GIROD Michaël, « Le Sonderfall en péril. Les figures de la menace dans les messages graphiques de l'Union démocratique du centre », *Mots. Les langages du politique*, 81, 2006, pp. 23-34.
- EMMENEGGER Patrick et MARX Paul, « The politics of inequality as organised spectacle: why the Swiss do not want to tax the rich », *New Political Economy*, 24/1, 2019, pp. 103-124.
- ENGELI Isabelle et TONKA Luc, « L'évolution des campagnes électorales en Suisse. Un processus de modernisation en demi-teinte », dans NICOLET Sarah et SCIARINI Pascal (dir.), *Le destin électoral de la gauche. Le vote socialiste et vert en Suisse*, Genève, Georg, 2010, pp. 397-437.
- FARRELL David et WEBB Paul, « Political parties as campaign organizations », dans DALTON Russell J. et WATTENBERG Martin P. (dir.), *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press, 2002, pp. 102-125.
- FERTIKH Karim, *L'invention de la social-démocratie allemande. Une histoire sociale du programme Bad Godesberg*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2021.
- GILARDI Fabrizio, DERMONT Clau, KUBLI Mael et BAUMGARTNER Lucien, « Der Wahlkampf 2019 in traditionellen und digitalen Medien », *Selects Medienstudie*, février 2020.
- GODMER Laurent, *Des élus régionaux à l'image des électeurs? L'impératif représentatif en Allemagne, en Espagne et en France*, Paris, L'Harmattan, 2009.
- GRUNER Erich, *Die Parteien in der Schweiz*, 2^e édition, Berne, Francke, 1977.
- (dir.), *Die schweizerische Bundesversammlung / L'Assemblée fédérale suisse, 1920-1968*, Berne, Francke, 1970.
- , DAETWYLER Martin et ZOSSO Oscar, *Aufstellung und Auswahl der Kandidaten bei den Nationalratswahlen in der Schweiz am Beispiel der Wahlen von 1971*, Berne, Forschungszentrum für schweizerische Politik an der Universität Bern, 1975.

- et SIEGENTHALER Jürg, «Die Wahlen in die eidgenössischen Räte im Oktober 1963», *Annuaire de l'Association suisse de science politique*, 4, 1964, pp. 113-153.
- GUEX Sébastien et SCHNYDER BURGHARTZ Albert, «La Suisse: pays du consensus?», *Traverse*, 8/3, 2001, pp. 7-23.
- HABLÜTZEL Peter, «Regierungsparteiengespräche im schweizerischen Konkordanzsystem», *Annuaire de l'Association suisse de science politique*, 26, 1986, pp. 273-288.
- HARDMEIER Sibylle, «Amerikanisierung der Wahlkampfkommunikation? Einem Schlagwort auf der Spur», dans SCIARINI Pascal, VATTER Adrian et HARDMEIER Sibylle (dir.), *Schweizer Wahlen 1999. Élections fédérales 1999*, Berne, Haupt, 2003, pp. 219-256.
- HERTIG, Hans Peter, «Sind Abstimmungserfolge käuflich? Elemente der Meinungsbildung bei eidgenössischen Abstimmungen», *Annuaire de l'Association suisse de science politique*, 22, 1982, pp. 35-57.
- IMBODEN Max, «Die Volksbefragung in der Schweiz», dans RITTER Gerhard A. et ZIEBURA Gilbert (dir.), *Faktoren der politischen Entscheidung. Festgabe für Ernst Fraenkel zum 65. Geburtstag*, Berlin, De Gruyter, 1963, pp. 385-409.
- , *Helvetisches Malaise*, Zurich, EVZ-Verlag, 1964.
- IMHOF Kurt, «Politik im "neuen" Strukturwandel der Öffentlichkeit», *Soziale Welt. Sonderband 14*, 2003, pp. 401-417.
- et JOST Hans Ulrich, «Geistige Landesverteidigung: Schweizer Totalitarismus oder antitotalitärer Kompromiss? Ein Streitgespräch», dans SCHWEIZERISCHES LANDESMUSEUM (éd.), *Die Erfindung der Schweiz. 1848-1998, 150 Jahre Bundesstaat*, Zurich, Chronos, 1998, pp. 364-380.
- INGLEHART Ronald, *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*, Princeton (New Jersey), Princeton University Press, 1977.
- JEANNERET Pierre, *Popistes. Histoire du Parti ouvrier et populaire vaudois, 1943-2001*, Lausanne, Éditions d'En Bas, 2002.
- JOST Hans Ulrich, «Critique historique du parti politique», *Annuaire de l'Association suisse de science politique*, 26, 1986, pp. 317-332.

- KATZ Richard S. et MAIR Peter, « Changing models of party organization and party democracy. The emergence of the cartel party », *Party Politics*, 1/1, 1995, pp. 5-28.
- KERGOMARD Zoé, *Wahlen ohne Kampf? Schweizer Parteien auf Stimmenfang, 1947-1983*, Bâle, Schwabe, 2020.
- KIRCHHEIMER Otto, « Der Wandel des westeuropäischen Parteiensystems », *Politische Vierteljahresschrift*, 6/1, 1965, pp. 20-41.
- KÖNIG Mario, « Rasanter Stillstand und zähe Bewegung: schweizerische Innenpolitik im Kalten Krieg und darüber hinaus », dans LEIMGRUBER Walter et FISCHER Werner (dir.), « *Goldene Jahre* ». *Zur Geschichte der Schweiz seit 1945*, Zurich, Chronos, 1999, pp. 151-172.
- KRIESI Hanspeter, « Personalization of national election campaigns », *Party Politics*, 18/6, 2012, pp. 825-844.
- LADNER Andreas, *Stabilität und Wandel von Parteien und Parteiensystemen. Eine vergleichende Analyse von Konfliktlinien, Parteien und Parteiensystemen in den Schweizer Kantonen*, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.
- et BRÄNDLE Michael, *Die Schweizer Parteien im Wandel. Von Mitgliederparteien zu professionalisierten Wählerorganisationen?*, Zurich, Seismo, 2001.
- LEEMANN Lucas, « Political conflict and direct democracy: explaining initiative use 1920-2011 », *Swiss Political Science Review*, 21/4, 2015, pp. 596-616.
- LEHINGUE Patrick, *Le vote. Approches sociologiques de l'institution et des comportements électoraux*, Paris, La Découverte, 2011.
- LUTZ Georg et TRESCH Anke, « Die nationalen Wahlen in der Schweiz », dans PAPADOPOULOS Yannis, SCIARINI Pascal, VATTER Adrian, HÄUSERMANN Silja, EMMENEGGER Patrick et FOSSATI Flavia (dir.), *Handbuch der Schweizer Politik / Manuel de la politique suisse*, 7^e édition, Zurich, NZZ Libro, 2022, pp. 519-557.
- MANIN Bernard, *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Flammarion, 1996.
- MARQUIS Lionel et BERGMAN Manfred Max, « Development and consequences of referendum campaigns in Switzerland,

- 1981-1999», *Swiss Political Science Review*, 15/1, 2009, pp. 63-97.
- MASNATA François et RUBATTEL Claire, *Le pouvoir suisse. Séduction démocratique et répression suave*, Paris, Bourgois, 1978.
- MAZZOLENI Oscar, «Critique et légitimation de la professionnalisation parlementaire en Suisse», *Politix*, 19/3, 2006, pp. 163-184.
- , *Nationalisme et populisme en Suisse. La radicalisation de la «nouvelle» UDC*, Lausanne, Savoir suisse, 2008.
- MICHELS Robert, *Les partis politiques. Essai sur les tendances oligarchiques des démocraties*, Paris, Flammarion, 1914.
- MISCHI Julian, «Faire la socio-histoire d'une institution "en crise". Enjeux et techniques d'une socio-genèse du déclin du PCF», dans BUTON François et MARIOT Nicolas (dir.), *Pratiques et méthodes de la socio-histoire*, Paris, Presses universitaires de France, 2009, pp. 87106.
- MÜLLER Jan-Werner, *Qu'est-ce que le populisme ? Définir enfin la menace*, Paris, Gallimard, 2016.
- NABHOLZ Ruth, «Das Wählerverhalten in der Schweiz: Stabilität oder Wandel? Eine Trendanalyse von 1971-1995», dans KRIESI Hanspeter, LINDER Wolf et KLÖTI Ulrich (dir.), *Schweizer Wahlen 1995. Ergebnisse des Projekts Selects*, Berne, Haupt, 1998, pp. 17-43.
- NEVEU Érik, «Médias, mouvements sociaux, espaces publics», *Réseaux. Communication – Technologie – Société*, 98, 1999, pp. 17-85.
- NEIDHART Leonhard, *Plebiszit und pluralitäre Demokratie. Eine Analyse der Funktion des schweizerischen Gesetzesreferendums*, Berne, Francke, 1970.
- , «Determinanten des politischen Verhaltens bei Sachentscheidungen», *Annuaire de l'Association suisse de science politique*, 11, 1971, pp. 61-79.
- OFFERLÉ Michel, *Les partis politiques*, 10^e édition, Paris, Presses universitaires de France, 2022.
- PAPATHANASSOPOULOS Stylianos, NEGRINE Ralph, MANCINI Paolo et HOLTZ-BACHA Christina, «Political communication in the era of professionalisation», dans NEGRINE Ralph, HOLTZ-BACHA Christina, MANCINI Paolo et

- PAPATHANASSOPOULOS Stylianos (dir.), *The Professionalisation of Political Communication*, Bristol, Intellect, 2007, pp. 9-26.
- PILOTTI Andrea, *Entre démocratisation et professionnalisation. Le Parlement suisse et ses membres de 1910 à 2016*, Zurich, Seismo, 2017.
- et MAZZOLENI Oscar, *Le système de milice et la professionnalisation politique en Suisse*, Neuchâtel, Éditions Livreo-Alphil, 2019.
- PORTMANN Lea et STOJANOVIĆ Nenad, « Electoral discrimination against immigrant-origin candidates », *Political Behavior*, 41/1, 2019, pp. 105-134.
- RAYNER Hervé, « Participationnisme d'État. Le gouvernement de la " libre formation de l'opinion " en Suisse », *Gouvernement et action publique*, 5/2, 2016, pp. 79-99.
- RENNWALD Line, *Partis socialistes et classe ouvrière. Ruptures et continuités du lien électoral en Suisse, en Autriche, en Allemagne, en Grande-Bretagne et en France, 1970-2008*, Neuchâtel, Alphil – Presses universitaires suisses, 2015.
- RIUTORT Philippe, *Sociologie de la communication politique*, 3^e édition, Paris, La Découverte, 2020.
- ROHRSCHEIDER Robert, « Mobilizing versus chasing : how do parties target voters in election campaigns ? », *Electoral Studies*, 21/3, 2002, pp. 367-382.
- ROSSINI Carolina, *Les partis politiques suisses en mutation (1991-2007)*, thèse, Université de Lausanne, 2018.
- SAWARD Michael, *The Representative Claim*, Oxford, Oxford University Press, 2010.
- SCHNYDRIG Samuel, *Aufstieg und Wandel einer Kantonalpartei. Strukturelle und programmatische Entwicklung der Zürcher SVP, 1971 bis 1991*, mémoire de licence, Université de Fribourg, 2007.
- SCHORDERET Pierre-Antoine, « Crise ou chrysanthèmes ? Le Parti démocrate-chrétien et le catholicisme politique en Suisse (XIX^e-XXI^e siècles) », *Traverse*, 14/1, 2007, pp. 82-94.
- SINEAU Mariette et TIBERJ Vincent, « Candidats et députés français en 2002 », *Revue française de science politique*, 57/2, 2007, pp. 163-185.
- SKENDEROVIC Damir, *The Radical Right in Switzerland. Continuity and Change, 1945-2000*, New York/Oxford, Berghahn Books, 2009.

- , «Bauern, Mittelstand, Nation. Imaginationen und Metamorphosen der Schweizerischen Volkspartei im 20. Jahrhundert», dans MAZZOLENI Oscar et MEUWLY Olivier (dir.), *Die Parteien in Bewegung. Nachbarschaft und Konflikte*, Zurich, Neue Zürcher Zeitung, 2013, pp. 49-76.
- et SPÄTI Christina, *Les années 68. Une rupture politique et culturelle*, Lausanne, Antipodes, 2012.
- STEINER Jürg, *Die Beziehungen zwischen den Stimmberechtigten und den Gewählten in ländlichem und städtischem Milieu. Versuch einer staatssoziologischen Untersuchung am Beispiel des Grossen Rates des Kantons Bern*, Berne/Stuttgart, Haupt, 1959.
- STETTLER Niklaus, «Demoskopie und Demokratie in der Nachkriegsschweiz: die "Volksumfrage 1946" der Neuen Helvetischen Gesellschaft als demokratische Herausforderung», *Revue suisse d'histoire*, 47/4, 1997, pp. 730-758.
- STUCKELBERGER Simon, «Mobilizing and chasing: the voter targeting of negative campaigning. Lessons from the Swiss case», *Party Politics*, 27/2, 2019, pp. 341-350.
- STUDER Brigitte, «Suffrage universel et démocratie directe: l'exemple de la Suisse, 1848-1990», dans FAURÉ Christine (dir.), *Encyclopédie politique et historique des femmes*, Paris, Les Belles Lettres, 2010, pp. 980-1002.
- , «Die Geschichte des Frauenstimm- und -wahlrechts: ein Misserfolgsnarrativ», dans ARLETTAZ Silvia et KREIS Georg (dir.), *Die Geschichte der Schweiz*, Bâle, Schwabe, 2014, pp. 544-547.
- TANNER Jakob, *Geschichte der Schweiz im 20. Jahrhundert*, Munich, Beck, 2015.
- TSCHÄNI Hans, *Wer regiert die Schweiz? Eine kritische Untersuchung über den Einfluss von Lobby und Verbänden in der schweizerischen Demokratie*, Zurich, Orell Füssli, 1983.
- VATTER Adrian, *Das politische System der Schweiz*, 2^e édition, Baden-Baden, Nomos, 2016.
- VOUTAT Bernard, «Suisse: réflexions sur les droits politiques et la citoyenneté», *Mouvements*, 24/5, 2002, pp. 128-134.
- WERNER Christian, *Für Wirtschaft und Vaterland. Erneuerungsbewegungen und bürgerliche Interessengruppen in der Deutschschweiz, 1928-1947*, Zurich, Chronos, 2000.

ZIMMERMANN Adrian, « Von der Klassen- zur Volkspartei? Anmerkungen zum ideologischen Selbstverständnis und zur gesellschaftlichen Basis der SPS im “kurzen 20. Jahrhundert” », *Traverse*, 14/1, 2007, pp. 95-113.

ZOLLINGER Delia, « Cleavage identities in voters’ own words: harnessing open-ended survey responses », *American Journal of Political Science*, 2022.

Les références aux sources et aux données qui ne figurent pas dans cette bibliographie ainsi qu’un glossaire sont disponibles sur le site Internet de l’auteurice : <https://zoekergomard.com/campagnes>.

L'AUTRICE

Chercheuse à l'Université de Fribourg, à l'Institut historique allemand de Paris puis à l'Université de Zurich, **Zoé Kergomard** est spécialiste de l'histoire de la démocratie et du genre en Suisse, en Allemagne et en France aux 20^e et 21^e siècles. Ses travaux interrogent en particulier les transformations contemporaines de la communication politique, de la représentation, des pratiques électorales et de la citoyenneté.

Principales publications

- « The “participationist state” and the “apathetic citizen”: educationalizing the “problem of non-voting” in postwar Switzerland (1940s–1970s) », *European Review of History / Revue européenne d'histoire*, 29/6, 2022, pp. 930-953.
- « Ni “rouge” ni “pauvre type”? Le Parti socialiste suisse à la recherche de son électorat dans les années du “consensus de la croissance” (années 1940-1980) », *Histoire@Politique*, 47, 2022.
- Wahlen ohne Kampf? Schweizer Parteien auf Stimmenfang, 1947-1983*, Bâle, Schwabe, 2020.
- « Moments of democratic evaluation? Literature review on the history of elections and election campaigns in Western Europe (from the nineteenth to the twenty-first century) », *Archiv für Sozialgeschichte*, 60, 2020, pp. 485-512.
- « “Mehr Freiheit, weniger Staat”. Zum Neoliberalismus als Patentrezept gegen die Krise der Schweizer Parteien um 1980 », dans LUDI Regula, RUOSS Thomas et SCHMITTER Leena (dir.), *Zwang zur Freiheit. Krisen und Neoliberalismus in der Schweiz*, Zurich, Chronos, 2018, pp. 111-136.

DERNIÈRES PARUTIONS DU « SAVOIR SUISSE »

- 140 LA FÊTE DES VIGNERONS
S. Carruzzo-Frey, F. Abbott
- 141 LA SUISSE DANS LA RUE
M. Giugni
- 142 ALFRED MÉTRAUX
É. Barilier
- 143 ASILE ET RÉFUGIÉS
E. Piguët
- 144 LE MYTHE D'ARTHUR
H. Dumont
- 145 CATHERINE COLOMB
A.-L. Delacrétaz
- 146 PHILIPPE JACCOTTET
F. Vasseur
- 147 TIRAGE AU SORT ET POLITIQUE
M. Mellina, A. Dupuis,
A. Chollet
- 148 LA RÉPUBLIQUE HELVÉTIQUE
B. Fontana
- 149 LES LANGUES DU POUVOIR
D. Kübler, E. Kobelt, R. Zwicky
- 150 ALBERTO GIACOMETTI
É. Barilier
- 151 POUR UNE NEUTRALITÉ ACTIVE
M. Calmy-Rey
- 152 LA COMMUNICATION
EN MILIEU MÉDICAL
P. Singy, G. Merminod
- 153 FRANK MARTIN
A. Corbellari
- 154 L'ART BRUT
ET SON ENVERS
N. Isoz
- 155 LE SON SUISSE
J. Tarradellas
- 156 19 FÉVRIER 1803:
L'ACTE DE MÉDIATION
RECRÉE LA SUISSE
G. Andrey, A.-J. Tornare
- 157 HABITER DURABLE
A. DuPasquier
- 158 ALBERT EINSTEIN
É. Barilier
- 159 LES ROBOTS
PARMI NOUS
J. Rochel
- 160 LE MARIAGE POUR
TOUS ET TOUTES
T. Delessert,
M. Roca i Escoda
- 161 LA RÉGÉNÉRATION
O. Meuwly
- 162 HISTOIRE DU THÉÂTRE
EN SUISSE ROMANDE
J. Aguet
- 163 BERTIL GALLAND
J.-P. Leresche, O. Meuwly
- 164 GUSTAVE ROUD
C. Jaquier, D. Maggetti,
S. Pétermann
- 165 6 JUILLET 1947
Dominique Dirlewanger
- 166 FAIRE CAMPAGNE
Z. Kergomard
- 167 SOPHIE TAEUBER
É. Barilier
- 168 LA BIODIVERSITÉ
M. Vonlanthen
- 169 ALAIN TANNER
A. Boillat

« Hors collection »

- DU PÂTÉ D'ÉLÉPHANT
CHEZ CALVIN
P.-Y. Frei, S. Marongiu
- HISTOIRE GÉOLOGIQUE
DE SUISSE ROMANDE
M. Joye, P. Joye

Faire campagne

Les partis politiques suisses face à l'électorat depuis 1945

Zoé Kergomard

Les campagnes électorales suisses de l'après-guerre jusqu'aux années 1990 ont longtemps été considérées comme des non-événements, marqués par une exceptionnelle stabilité et par l' ancestrale culture helvétique du « consensus ». Et pourtant ! En se basant sur les archives encore peu exploitées des quatre grands partis fédéraux, cet ouvrage montre comment ces rendez-vous démocratiques les ont conduits à régulièrement réévaluer leurs relations avec l'électorat et, par là, leur manière de parler aux « Suisses », aux « paysans » – ou aux « femmes » à partir de 1971. Depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, les partis ont cherché à professionnaliser leurs campagnes en les adaptant à un environnement idéologique, social et médiatique en plein bouleversement, amorçant ainsi les transformations plus récentes de la communication politique en Suisse.

ISBN 978-2-88915-515-6



9 782889 155156 >

Presses polytechniques et universitaires romandes

