

Comment réussir son élection !

Autor(en): **Ley, Anne-Marie**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses**

Band (Jahr): **86 (1998)**

Heft 1425

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-284839>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

COMMENT RÉUSSIR SON ÉLECTION !

Journaliste avant de passer du côté des relations publiques, Bettina Jaques-Bosch parle d'expérience. Alors qu'elle était en train de tester l'efficacité des recettes auxquelles ont recouru les candidat-e-s aux élections fédérales de 1995, elle a postulé au Législatif de la ville de Rapperswil et réalisé le meilleur score de celles et ceux qui ont réussi leur course! Et écrit un livre de recettes... électorales.

Cent vingt-quatre des 200 conseillères et conseillers nationaux et 52 premières et premiers des «viennent ensuite» ont pris la peine de répondre anonymement au questionnaire détaillé qu'elle leur a soumis, complété souvent de remarques personnelles. Il en ressort que l'originalité est payante, de

même qu'un considérable investissement personnel pour se faire connaître dans les médias s'avère indispensable. Toutes proportions gardées, ces observations sont transposables à tous les niveaux électoraux.

Temps et argent

Tant du côté des parlementaires chevronné-e-s que de celui des candidat-e-s, les partis commencent généralement trop tardivement à préparer l'élection, constate Bettina Jaques-Bosch. De même, moins de la moitié des candidat-e-s ont recouru à un professionnel de la communication. Interpellé-e-s sur le coût de leur campagne, la moitié des candidat-e-s admettent avoir dépensé moins de 20000 francs, un quart, entre 20000 et 50000 francs, 17%, plus de 50000 francs. Seul le Parti socialiste déchargerait ses can-

didat-e-s du fastidieux souci de rechercher des fonds. Candidats et candidates ont consacré en moyenne 140 heures à leur campagne, dont 80 consacrées aux électrices et électeurs.

Doser les apparitions

Parmi les recettes pour se faire connaître dans le public, la constitution d'un dossier personnel adressé aux rédactions s'avère être un instrument utile, à condition d'être correctement ciblé, en vue de devenir un-e partenaire recherché-e pour participer à des débats ou faire l'objet d'interviews. Les apparitions en public doivent être subtilement dosées de manière à en accroître l'efficacité. Plutôt que de s'adresser – confortablement – au petit cénacle de leur parti local, les candidat-e-s devraient fréquenter les manifestations ouvertes à un public

diversifié. A la présence aux stands dressés sur la place publique, généralement jugée comme un mal nécessaire mais plutôt décevant, les candidat-e-s ne doivent pas hésiter à faire preuve d'originalité, à l'exemple de celles et ceux qui ont mis sur pied une exposition, joué du cor des Alpes ou pédalé de villes en villages. Les plus sédentaires préféreront à l'affiche ou à l'annonce de presse, la rédaction de lettres personnelles à leur électorat. En 1995, il n'y avait encore qu'une poignée d'aspirant-e-s à se présenter sur Internet.

Anne-Marie Ley

Bettina Jaques-Bosch: *So gewinnt man Wahlen!* Kranich-Verlag, 8702 Zollikon. A consulter utilement, pour autant qu'on lise l'allemand et que l'on veuille se lancer dans l'arène politique.



CREDIT PERSONNEL

Quand il s'agit d'argent, rien ne remplace la confiance

Dès maintenant:
Assurance perte d'emploi
sans majoration de taux, couvrant 50%
des mensualités (37 mois maximum)
Conditions & informations au
022 / 809 39 39

Exemple: Le coût d'un crédit personnel de CHF 10'000.- octroyé le 30 du mois, remboursable en 24 mensualités de CHF 458,40, est de CHF 1001,60 (déductible fiscalement) pour un

taux annuel effectif global de 9,75%

Choisissez en connaissance de cause



Banque Cantonale
de Genève

UNE QUESTION DE CARACTÈRE