

# Louis Perron, politologue



**> Le démarchage politique par téléphone a-t-il de l'avenir en Suisse? Le politologue et conseiller politique fait l'analyse d'une tendance émergente.**

PERRONCAMPAGNS.CH

## 1. La mobilisation téléphonique à l'américaine n'est-elle pas trop intrusive pour la Suisse?

Beaucoup pensent qu'en Suisse, les gens n'aimeront pas cette méthode. Moi je trouve l'idée prometteuse à condition de ne pas négliger les détails. D'abord, il ne faut pas appeler les gens de manière aléatoire, mais les électeurs susceptibles d'être des sympathisants. Dans ce cas, il y a très peu de réactions négatives comme l'attestent les essais du PS, du PDC en ville de Lucerne et des Jeunes Verts zurichoises. Il faut aussi que les téléphonistes soient des militants formés et ne pas hésiter à faire appel aux vedettes et dinosaures des partis. Aux Etats-Unis, même Obama s'est saisi du combiné.

## 2. La tendance est-elle amenée à se développer?

Je peux m'imaginer que les partis suisses aient de plus en plus recours à cette pra-

tique. Le bilan de l'action socialiste est attendu, même s'il sera difficile de connaître son influence réelle sur les votes. Aux Etats-Unis, les électeurs sont appelés à plusieurs reprises, aussi bien dans le camp démocrate que républicain: une première fois pour identifier s'ils sont sympathisants ou non, une seconde fois durant la campagne pour leur donner des informations et une dernière fois avant le jour du vote. Des études ont montré que ce processus porte ses fruits. Mais en Suisse, ce serait un peu exagéré. Nous n'en sommes pas encore là.

## 3. D'aucuns voient d'un mauvais œil la constitution de bases de données sur les électeurs par les partis politiques...

Les Suisses ont tendance à exagérer en invoquant la protection des données. Nous vivons dans un monde où nous dévoilons délibérément des informations en ligne. Facebook et Google savent plein de choses sur nous et on s'indigne du fait que les partis puissent connaître les coordonnées de leurs propres sympathisants. Je trouve cela plutôt positif. De nos jours, il existe des sections qui ne disposent même pas des adresses de leurs membres. D'autres n'ont toujours pas créé de statuts de membres au niveau cantonal. Comment peut-on fonctionner sans base de données dans une perspective de marketing politique? CW