

Les socialistes candidats au Conseil d'Etat (comme ici Nuria Gorrite) se présentent aussi seuls sur des affiches, ce qui n'est pas le cas des PLR, qui «doivent forcément rester unis pour faire passer Jacques Nicolet», analyse le conseiller en communication Marc Comina. CHANTAL DERVEY



Le périlleux exercice des affiches électorales

Tenter de se «vendre» n'est pas aisé pour les partis. Décryptage de quelques «perles» et autres ratés sous la loupe d'un sociologue, d'un communicant et d'un photographe

Stéphanie Arboit

«**Q**ue la cohaforce soit avec toi!» Ce slogan peut faire sourire ou atterrir. Des perles du genre se sont invitées dans la campagne pour les élections cantonales. Trois spécialistes de l'image - sociologue, communicant et photographe - livrent leurs interprétations. Zoom sur des éléments choisis pour la course au Conseil d'Etat et au Grand Conseil (*lire ci-après*).

Slogan imbitable et illisible

Le candidat au Conseil d'Etat Serge Melly déclame à la fin de sa vidéo de présentation sur le site de l'Alliance du Centre (AdC): «Que la cohaforce soit avec vous!» «La quoi?» s'interrogeront les moins avertis. L'intéressé lui-même semble peu convaincu, au petit sourire qu'il esquisse. Il ne s'en cache pas: «C'est vrai, je n'aurais pas choisi ce mot-valise (*ndlr: contraction de cohésion, créativité et force*). Mais je m'aligne sur le parti.» Une référence à *Star Wars* et à son «Que la force soit avec toi»? «Etant plus âgé, cela me fait surtout penser au «Que la paix soit avec vous» des cultes», remarque Serge Melly.

Sociologue à l'Université de Lausanne, Gianni Haver estime qu'il n'est «peut-être pas si maladroit de se référer à un classique du cinéma qui touche quatre généra-

tions. Cela rapproche les électeurs d'une politique qu'ils comprennent mal.» «C'est raté si l'on ne comprend pas le jeu de mots», argue quant à lui Marc Comina, conseiller en communication.

L'affiche n'est pas plus réussie, car la police - façon écriture manuscrite et en rose - ne permet pas de déchiffrer de loin cet étrange vocable qui se détache sur une photo de champs de blé. «Vise-t-on les agriculteurs? Est-ce une affiche de l'UDC? s'interroge le photographe François Wavre. Heureusement qu'il est écrit Alliance du Centre.» Cette union regroupe le PDC, Vaud Libre, le PBD, l'UDF et le PEV, sans compter parfois les Vert'li-

béraux pour les listes au Grand Conseil. «L'image montre que l'AdC peine à afficher son profil et son enracinement clairs, raison de la valorisation de l'amalgame de différentes choses, jusque dans le slogan», analyse Gianni Haver.

«Le fossile, c'est fini»

«Dans la très grande majorité des affiches, soit le slogan fait défaut, soit il fait problème, constate Marc Comina. La difficulté des partis à en trouver est révélatrice du fait que c'est un travail difficile! Chaque campagne ne produit pas des réussites telles «La force tranquille» de Mitterrand ou le «Yes We Can» d'Obama.»

A Vevey, à côté du credo de la décroissance, «Moins de biens, plus de liens», une phrase détonne: «Le fossile, c'est fini.» «De qui parle-t-on?» s'interroge François Wavre. «Il y a un double sens sur le pétrole et les fossiles politiques, soit les anciens politiciens», explique Gianni Haver. Le registre ironique n'est-il pas contre-productif en politique? «En faisant sourire, on attire l'attention, selon le sociologue. L'ironie est présente partout, et depuis longtemps dans la pub.»

Ces slogans de l'extrême gauche ne sont affichés qu'à Vevey, «dans la ligne de ce qui était affiché pour les communales», explique Hadrien Buclin, l'un des trois

candidats, aux côtés de Céline Misiege et d'Yvan Luccarini, pour Ensemble à Gauche. «Nous devrions peut-être nous inspirer de leur technique, assez percutante, pour le reste du territoire. Ailleurs, nous n'avons que nos deux autres affiches: le slogan seul, «Changeons la donne», ou avec nos trois photos», détaille Hadrien Buclin.

Un film d'auteur?

En effet, derrière le nom d'Ensemble à Gauche en gros, cette formation affiche ses trois candidats avec leurs noms en tout petit, façon film d'auteur. «Ils ont un parti pris, justifiable, de ne pas se marquer», constate Gianni Haver. «C'est sûr qu'ils ne nous promettent pas des lendemains qui chantent! s'exclame François Wavre. Ils présentent le graphisme le plus original, mais ils n'envoient pas du rêve, contrairement aux candidats PLR, où l'avenir semble radieux.»

«Non seulement l'électeur n'a pas envie de voter pour quelqu'un qui tire la tête, mais en plus les noms sont beaucoup trop petits. Comment voulez-vous voter pour quelqu'un si vous ne connaissez pas son nom? Leur volonté de se retirer derrière le groupe est ici contre-productive.» Hadrien Buclin assume: «Nous revendiquons de promouvoir un collectif plutôt que des personnalités. Et l'écriture manuscrite façon graffiti sert à rappeler no-

Suite en page 14

● Les observateurs s'accordent tous: les affiches des candidats au Conseil d'Etat des deux grands partis gouvernementaux - PLR et PS avec leurs alliés respectifs - sont les plus réussies. Avec une préférence pour celle de la gauche: «Niveau photo et graphisme, la plus professionnelle», estime Marc Comina, conseiller en communication. «C'est la plus réussie esthétiquement et la plus exigeante techniquement, avec la lumière la plus travaillée», confirme François Wavre, photographe.

A souligner: les PLR Jacqueline de Quattro, Pascal Broulis et Philippe Leuba apparaissent individuellement avec les candidats au Grand Conseil de leurs arrondissements ou ensemble avec Jacques Nicolet sur l'affiche collective, mais jamais seuls.

A l'inverse, les socialistes n'ont normalement pas le droit de faire campagne individuellement. Mais ils apparaissent pourtant seuls sur leurs affiches (en plus des collectives et de celles avec les candidats de leurs

arrondissements). «On pourrait presque y lire moins de solidarité à gauche qu'à droite, où ils doivent forcément rester unis pour faire passer Jacques Nicolet», estime Marc Comina.

Une volonté de profiler ainsi Cesla Amarelle davantage que la sortante Verte Béatrice Métraux? «Nous procédons simplement de la même façon qu'il y a cinq ans, où cela avait bien fonctionné pour Nuria Gorrite», répond Gaétan Nanchen, secrétaire général du PS Vaud.

Suite de la page 13

tre attachement au côté contestataire, aux banderoles des manifestations». En accord avec le slogan «Changeons la donne», pourtant illisible derrière les candidats.

Le trublion se recycle

«Le recours à une police imitant l'écriture manuscrite vise à sortir du bureaucratique pour se rapprocher de l'individu», explique Gianni Haver. L'AdC, Ensemble à Gauche mais aussi Toto Morand en font usage.

Ce dernier réutilise la même affiche que lorsqu'il était candidat au Conseil d'Etat en 2012. Il a juste biffé la date pour l'actualiser en «avril 2017».

«C'est le seul qui ose la plongée», sourit François Wavre. Une prise de vue depuis le haut, qui a pour effet de placer le sujet en dessous de celui qui l'observe, normalement peu valorisante. «Il s'amuse à casser les référents et nous ressort son visuel d'il y

Singularité

Le teasing du PS lausannois

«Pourriez-vous voter pour stopper la hausse des primes maladie?» ou encore «Pourriez-vous voter pour plus de places en garderie?» Les Lausannois ont découvert la semaine qui vient de s'achever quatre questions sur leurs murs. Une tonalité de rouge ainsi que les thématiques semblent indiquer qu'il s'agit là du Parti socialiste.

Le voile a effectivement été levé en deux temps: par l'envoi d'un tous-ménages, puis par un collage rajouté (dans la nuit de vendredi à samedi) sur les questions: «Alors votez pour nous!»

«Nous sommes partis d'un raisonnement simple, explique Benoît Gaillard, président du PS Lausanne. Nous voulions renouveler le genre à notre modeste mesure. Et remettre l'accent sur l'élection au Grand Conseil, qui peut passer quelque peu au second plan par rapport à celle au Conseil d'Etat.»

Avec ces questions, le PS Lausanne entend rappeler une «spécificité» lausannoise: «La Ville vote plus à gauche que ce qu'elle élit», explique Benoît Gaillard.

Santé ou crèches, logements abordables ou transports publics performants, ne sont-ce pas là des thèmes qui parlent forcément à tous les électeurs, indépendamment de leur couleur politique?

«Nous ne chassons pas sur d'autres territoires: ce sont nos thèmes-clés, où notre légitimité est reconnue, estime Benoît Gaillard. Personne n'est propriétaire d'une thématique, et tant mieux si nous les partageons avec d'autres formations. De même que des sujets traditionnellement portés par la gauche ont été imposés dans la campagne des communales en 2016.»

«L'affiche de Toto Morand est réussie. Mais nous ne sommes pas dans un pays à ce point désabusé par la politique pour se jeter dans les bras d'un amuseur public»



Marc Comina
Conseiller
en communication

a cinq ans qu'il ne renie pas. Cela colle au personnage», observe Gianni Haver. «Il est génial! s'exclame Marc Comina. Il y a trois gags qui me font tous rire: en plus de la date biffée, son parti - le Parti de Rien - et son T-shirt «plan-B». Cette affiche est réussie comme amuseur public. Il y a une autodérision: il sait qu'il n'a pas plus de chances qu'en 2012, mais ça l'amuse.»

Sur le mode des comiques - Coluche à l'époque, en France, ou Beppe Grillo en Italie? «Nous ne sommes pas dans un pays à ce point désabusé par la politique pour se jeter dans les bras d'un amuseur public», estime Marc Comina.

Pictogrammes à déchiffrer

Une trousse de secours pour symboliser la santé. Voici l'un des cinq pictogrammes choisis par le PS. Le candidat Vert'libéral François Pointet, quant à lui, en affiche trois: des pièces renvoient assez logiquement à l'économie et une feuille verte à l'écologie, soit les deux faces de son parti. Mais quid des personnages sur le troisième

pictogramme? «Ils représentent les gens, notre société, explique François Pointet. C'est le côté humaniste et social de notre programme.»

Compréhensible par tout électeur? «Dans la société du clic, du déchiffrement rapide, nous avons appris à décoder les pictogrammes. Cela permet d'être différent, plus moderne, tout en restant assez lisible», selon Gianni Haver. Pas assez répandus, estime au contraire Marc Comina: «Ils font sens pour des lecteurs avertis, quelques *happy few*.»

«Amateurisme des miliciens»

● Le photographe François Wavre a immortalisé la Municipalité de Lausanne en 2016 et a assisté à des séances photos de politiciens (mais n'est pas partie prenante pour ces cantonales). Il constate: «Il y a très peu de temps à disposition. C'est un exercice difficile pour tout le monde. Mais je suis tout de même sidéré que certains viennent avec des taches sur leur cravate ou des costumes qui ne leur vont pas.»

Manches arrivant au milieu des mains, plis disgracieux ou mauvaises coupes, sans compter bras ballants, ombres étranges et fonds peu valorisants n'épargnent en effet aucun parti dans la campagne actuelle. A ajouter aux ratés techniques (type numéro de liste absent) ou conceptuels. Un exemple parmi d'autres: les affiches PLR des candidats au Grand Conseil invitent en même temps à voter pour le Conseil d'Etat... «Il y a un couac en voulant faire d'une pierre deux coups, estime Marc Comina, conseiller en communication. Normalement, une affiche doit porter un seul message! La tentation des partis est de mettre trop d'informations sur leurs affiches. Cela tue la lisibilité! De façon générale, l'inadéquation entre la photo et les légendes montre l'amateurisme de notre système de milice.»

Certains sont alignés en rangs d'oignons, d'autres regroupés. Effet peloton, effet amalgame? François Wavre avertit: «Notre jugement est orienté: si on déteste tel parti, par projection on trouvera moches ses candidats.» «Nous sommes de mauvais analystes pour les formations pour

lesquelles nous avons des sympathies», confirme le sociologue Gianni Haver.

Pour expliquer la disparité des visuels présents sur le territoire cantonal, les secrétariats des deux principaux partis gouvernementaux, PLR et PS, expliquent que priment les volontés des sections (qui ont des moyens financiers inégaux et donc leurs propres budgets). Certaines consignes doivent pourtant être respectées, au niveau des couleurs et des logos des partis. «Nous encourageons à reprendre notre ligne graphique, mais certains travaillent avec leurs propres graphistes», explique Gaëtan Nanchen, secrétaire général du PS Vaud. Au PLR Vaud, «nous leur avons conseillé de présenter moins de candidats par affiche», explique Joëlle Bettex, responsable de campagne. Malgré cela, certains se présentent tout de même de manière collective (sur la Riviera, dans la Broye ou à Aigle), mais en plus petits comités ailleurs.

Parfois au sein d'un même arrondissement apparaissent des divergences. Comme pour l'UDC Riviera, où Werner Riesen a ses affiches propres, contrairement aux autres candidats de son parti. «Pour travailler avec le graphiste avec lequel je collabore depuis bientôt vingt ans», explique ce dernier.

Autre bizarrerie: le drapeau savoyard sur les affiches du Parti nationaliste suisse? Pas du tout: «On nous pose la question tous les jours, explique Jérémy Oguey, candidat. Nous avons donc répondu sur notre site Internet. C'est idéologique et c'est un symbole de notre premier drapeau d'avant la guerre du Sonderbund.»