

Campagne électorale : combien

Pour tenter de convaincre les électeurs avant les 11 et 18 mars, les candidats ont dû trouver le financement de leur campagne. De 10 000 à plus de 500 000 francs, chacun a sa stratégie

SE lancer dans la rude bataille des élections municipales n'est pas un départ simple à prendre. Il faut avoir des ressources, de bonnes ressources même... Si durant plusieurs mois les candidats doivent déborder d'énergie pour « tenir » jusqu'au jour J, ils doivent également avoir les moyens de s'investir.

Les choses sérieuses commencent alors : obtention de prêts personnels, avances, dons... Toutes les aides — autorisées d'après le code électoral — seront utiles pour mener à bien cette campagne. Sans financement, difficile d'imaginer dans quelles mesures les têtes de liste peuvent louer des permanences, sortir des affiches, des tracts, leurs programmes... à plusieurs milliers d'exemplaires.

Les dépenses plafonnées à 600 000 francs

Tout doit être alors rigoureusement géré. Mais pas question de faire ce que l'on veut. Le Code est strict. Pour la Seyne, le plafond légal des dépenses électorales est fixé à 600 914,70 F, dont 300 457,35 F remboursables si le candidat dépasse les 5 % de suffrage au premier tour. À partir de ces données, libre à chacun, donc, d'organiser sa campagne comme il l'entend. Quelles stratégies ont donc été adoptées par les huit candidats seynois ? Petit tour d'horizon...

Au bas de l'échelle figure la liste conduite par **Jean-Luc Gay**, avec un budget de 10 000 F. À ce tarif, pas d'affiche, de plaquette ou de permanence : juste le strict minimum pour les bulletins de vote, les professions de foi...

À l'inverse, en tête du hit-parade, **Arthur Paecht** (« Devenons des gagners ») avec un budget légèrement en dessous du seuil maximal. Et pour cause, la campagne aura été longue : 33 panneaux 4x3 en novembre, un document de campagne tiré à 25 000 exemplaires, des cartes postales, des lettres, des plaquettes, des tracts et 200 affiches, comme l'indique la mandataire, Annie Torregrosa. Pour la campagne d'A. Paecht, 60 % du budget aura donc été consacré à la communication. Le reste se disperse entre les frais fonctionnels (permanence, téléphone, papiers...) et les frais d'organisation (apéritifs, location de salles, sonorisation, éclairage...). Mais comment le candidat s'y est-il pris pour rassembler une telle somme ?

« A. Paecht a fait un prêt de 150 000 F, confirme sa mandataire. Les apports des colistiers, qui ont donné en fonction de leurs possibilités, avoisinent les 250 000 F. Sans compter les dons de personnes physiques ». Ce qui est certain néanmoins, c'est que ce budget a été défini dès le début de la campagne. « Ce choix relève de la responsabilité de la tête de liste. C'est une liberté qui lui est accordée ».

Les autres candidats ont joué la prudence ou la sérénité, selon certains. Aucun d'entre eux ne devrait, à terme, dépasser les 300 000 F remboursables. Mais comment ont-ils pu rivaliser avec le leader Paecht ? Les comptes sont épluchés...

Prisca THIVAUD.

Les bons comptes...

Du côté du maire sortant **Maurice Paul** (« Pour La Seyne gardons le cap »), on annonce un budget variant entre 200 000 et 250 000 F, quasiment identique à celui de 1995 selon son mandataire M. Demaue.

Mais quand il s'agit d'entrer dans le détail, cela devient plus délicat. « Nous ne connaissons pas le budget exact car nous n'avons pas encore fait les comptes précisément, je ne sais pas à combien s'élève le prêt fait par Maurice Paul, enfin, je ne sais pas si je peux le dire... »

La carte de la transparence est loin d'être jouée. Mais le colistier Charles Bot

a tenu à éclaircir la situation. « Rien n'est secret. Le maire sortant a fait un prêt de 150 000 F et les formations PS, MDC, PRG en ont fait un autre de 90 000 F. Nous nous limitons à cela car il ne faut pas oublier que nous ne serons remboursés que dans un an et que les intérêts courent ».

Au programme des dépenses pour le candidat : trois documents, comprenant une lettre, le programme et des affiches. Mais là aussi, impossible de connaître le nombre d'exemplaires tirés... « Je ne le sais pas, soutient le mandataire. Je n'ai pas encore reçu les factures... ».



<Aucun> La plupart des candidats en présence ne devrait dépasser la barre des 300 000 Francs remboursables.

(Photo Dominique Leriche)

« Le souci de la dépense »

Du côté de chez **Jean Pin** (« Renouveau pour La Seyne »), la situation est claire, comme aime le préciser son colistier, Bernard Reynaud, chargé de nous communiquer les chiffres en l'absence du mandataire. « Le candidat a contracté un prêt de 150 000 F. S'ajoutent ainsi 47 635 F de dons faits par 152 personnes. Tout est calculé au jour le jour et nous en sommes actuellement à 187 429,79 F ». Difficile d'être plus précis...

Et pour la répartition ? « Les panneaux publicitaires 4x3 s'élèvent à 40 000 F, deux

plaquettes ont été éditées à 30 000 exemplaires pour un coût de 100 000 F. Vient ensuite les professions de foi, le programme, les tracts classiques, les divers frais de fonctionnement... ».

Mais pourquoi Jean Pin n'a-t-il pas imité son adversaire Paecht ? Pourquoi n'a-t-il pas tout mis pour tenter de gagner la mairie de La Seyne ? « Jean Pin ne voulait pas dépasser les 250 000 F, insiste M. Reynaud. Par souci de la dépense et pour ne pas provoquer. Il mène là une politique de rigueur ».

« Une campagne modeste »

Pour **Patrick Martinenq** (« Parce que La Seyne mérite mieux, faisons la majorité »), pas question de dépasser le seuil de remboursement. « C'est une volonté politique, explique sa mandataire, France Martinenq. Nous aurions pu faire une campagne à 600 000 F car nous sommes sûrs de dépasser les 5 %. Nous optons pour une campagne modeste, mais bien utilisée ».

Cette campagne sera donc plafonnée à 300 000 F maximum en fonction du prêt du candidat et des dons. Au niveau des dépenses, 75 % du budget va tout droit à

l'imprimerie, le reste pour les divers frais. « Au total, Patrick Martinenq a sorti un 16 pages à 15 000 exemplaires, le trombinoscope, le projet du futuroscope et le programme complet, tirés à 30 000 exemplaires chacun ».

Quant à la « Martinenqomobile », qui est intégrée dans les comptes de campagne, « nous avons racheté une carcasse que nous avons rénover. Au total, avec l'assurance, cela revient à 15 000 F maximum ». Selon le candidat, tout le monde sera remboursé à l'issue des élections. « Et celui qui dépasse 500 000 F dépense forcément mal ».

« Je n'ai rien demandé »

Gilbert Péréa (« Immigration, chômage, impôts, insécurité... Ça suffit. Sauvons La Seyne ! ») estime que son budget global avoisinera les 250 000 F. Le financement de sa campagne ? « J'ai contracté un prêt, mais je n'ai pas demandé un centime à mes colistiers ni à la population locale, car c'est assez difficile comme ça pour les Seynois, non ? »

Concernant les frais de gestion et d'organisation, les comptes sont vite faits. « Je n'ai pas de permanence, car je n'en ai pas les moyens d'une part. De l'autre, je ne souhaite pas me cacher derrière une permanence. J'ai donné mon adresse personnelle. Les réunions... elles sont inutiles, car ceux qui viennent sont déjà convaincus ». Et pour Gilbert Péréa, pas de distribution sur le marché non plus... « Je préfère les réunions de voisinage. Le contact, au moins, est direct, tandis que la distribution sur le marché embête tout le monde ».

Côté brochures, le candidat a distribué trois documents couleurs, tirés à 25 000 exemplaires chacun, ainsi que 11 000 affiches et 4 000 bandeaux.