



# Faire campagne au temps du coronavirus

Comme beaucoup d'autres candidats en Suisse romande, le Valaisan **Mathias Reynard**, en course pour le Conseil d'État, est confronté au défi de séduire des citoyens rendus difficiles d'accès à cause restrictions sanitaires.

**Texte:** Laurent Nicolet **Photos:** Sedrik Nemeth

**L**es CFF ont dit non. Candidat au Conseil d'État valaisan Mathias Reynard avait demandé de pouvoir distribuer du gel hydroalcoolique et des flyers dans les gares du canton. «Lors de mes précédentes campagnes, j'avais pris l'habitude, avant d'aller travailler, de me rendre tous les matins de 6 h à 7 h 30 dans une gare.» Cette fois ce ne sera donc pas possible. Adieu aussi les meetings, les visites d'entreprises, les sorties d'usines, les mains serrées sur les marchés, ainsi qu'à peu près tous les moyens ordinaires de draguer le vote populaire.

Comme les nombreux politiciens

engagés dans une joute électorale en ce début d'année, dans toute la Suisse romande, Mathias Reynard a donc dû imaginer autre chose. «J'ai la chance de pouvoir compter sur un large comité de soutien, avec des gens venant de tout le canton et de tous les partis. Ils me soutiennent en écrivant des lettres à leurs connaissances, qui ne votent pas forcément socialiste ou qui ne me connaissent pas. Cela peut être des collègues de travail, des gens de leur famille...»

Pas de quoi pourtant remplacer le contact direct. «J'ai toujours adoré faire campagne en allant voir des →



*Mathias Reynard  
garde le sourire  
durant cette  
campagne pas  
comme les autres.*

gens, en essayant de convaincre des personnes qui ont des idées différentes, plutôt qu'en prêchant à des convaincus. Se taper sur l'épaule en étant tous d'accord, ce n'est pas comme ça que l'on avance.»

#### **Sur le terrain et les réseaux sociaux**

Reste évidemment la force de frappe numérique qui apparaît soudain en bouée de sauvetage. Notamment à travers un site internet et des réseaux sociaux qui proposent «quotidiennement des contenus vidéo» alimentés par un programme participatif que

le Saviésan a eu la bonne fortune de mettre sur pied en août dernier déjà, «quand il était à nouveau possible de voir du monde».

Et du monde, cet été-là, Mathias Reynard en a vu: «Des centaines de personnes ont participé à la création de ce programme. Trop souvent, la politique se résume à des élus qui viennent expliquer à la population ce qu'il faut faire. Là il s'agissait d'entendre la réalité du terrain pour arriver à formuler des propositions concrètes et réalisables rapidement,

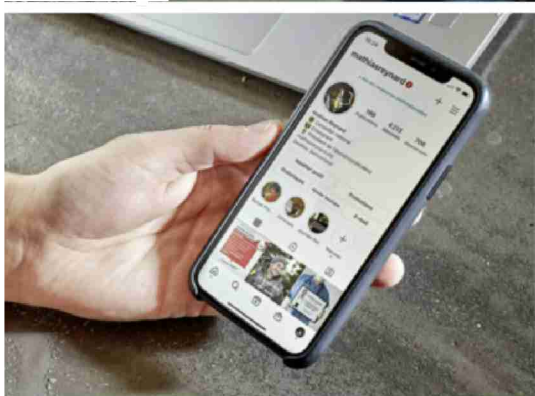
et ne plus se contenter de belles idées générales.»

Le candidat a donc rencontré «des spécialistes, mais aussi des professionnels de différents secteurs, des infirmières, des bûcherons, des éducateurs de la petite enfance, des ouvriers d'usine, etc.» Pour leur demander ce qu'ils voyaient à améliorer dans le canton. Avec au final une centaine de propositions autour d'une dizaine de thèmes – santé, culture, éducation, environnement, énergie, démocratie... «Le but, c'était aussi de donner



«J'ai toujours adoré faire campagne en essayant de convaincre des personnes qui ont des idées différentes»

**Mathias Reynard,**  
candidat socialiste au Conseil d'État valaisan



*En temps de coronavirus, la campagne se fait essentiellement sur les réseaux sociaux pour Mathias Reynard.*

la parole et de la résonance politique à des gens qui n'en ont pas d'habitude. Une bonne partie de la campagne est basée sur la présentation de ce programme.»

**Des sorties en peau de phoque**  
Mathias Reynard avait aussi prévu un événement particulier avec ses

deux colistières du parti des Verts, la Haut-Valaisanne Brigitte Wolf et la Chablaisienne Magali Di Marco: «On a décidé de faire trois sorties en montagne, une dans le Bas, une dans le Centre et une dans le Haut, avec chaque fois une vidéo autour d'un thème, des sorties en peau de phoque

que nous ne pouvons plus faire qu'accompagnés d'une seule personne pour prendre des photos et des vidéos.»

Ces entraves à la campagne paraîtraient pourtant presque anecdotiques quand on écoute Mathias Reynard évoquer la crise sanitaire de façon plus générale: «Si on laisse



mourir les entreprises, on laisse mourir des emplois. Non seulement ce n'est pas humain, mais c'est une bêtise économique, parce que ce sera beaucoup plus compliqué ensuite de relancer la machine.» MM

*Mathias Reynard, ici devant le café-restaurant de L'Union à Savièse, fermé, appréciait de faire campagne dans des cafés.*



«Avec un masque et un bonnet, pas facile de se faire connaître»

**Natacha Litzistorf,**  
municipale écologiste de la Ville de Lausanne,  
candidate à sa réélection

«Malgré la montée en puissance des réseaux sociaux, ce qui fait la beauté et l'efficacité d'une campagne électorale, en tout cas à l'échelle suisse et communale, cela reste de rencontrer



des gens.»



**Candidate sortante à la Municipalité de Lausanne**, Natacha Litzistorf entend donc bien arpenter le pavé, malgré les restrictions sanitaires: «On va sur le terrain, en respectant les règles, avec un masque et aussi un bonnet à cause du froid. Pour se faire connaître ou reconnaître, ce n'est évidemment pas l'idéal!»

**D'autant que cette présence sur le terrain obéit** à des impératifs rigoureux: «Si on fait signer des pétitions ou autre chose, les stylos ne sont utilisés qu'une fois, puis mis dans un bac pour être désinfectés au fur et à mesure. Chaque parti n'a droit qu'à un petit nombre de personnes sur les stands.»

**L'élue verte a pu ainsi déjà constater deux sortes de réactions** dans le public: «Il y a ceux qui en ont marre de ne plus pouvoir se déplacer librement comme ils le faisaient avant, et qui viennent volontiers vers nous pour discuter. Avec ceux par contre qui ont vraiment peur du virus, il est bien sûr plus difficile d'établir le contact.»

**Mais la crise sanitaire n'est pas le seul sujet de conversation.** Natacha Litzistorf croit même constater «qu'un électrochoc a eu lieu pendant cette crise sanitaire, avec des réflexions sur le système économique allant dans le sens d'une réhabilitation de la petite échelle, de la proximité, du commerce local, d'une dimension où chacun a ses activités, qu'elles soient économiques ou culturelles».



## «La communication numérique ne permet pas d'élargir son cercle d'influence»

**Yves Nidegger**, candidat UDC au Conseil d'Etat genevois

**Candidat UDC au Conseil d'Etat genevois**, l'avocat et parlementaire fédéral Yves Nidegger énumère:

«La communication numérique présente le désavantage, à cause des algorithmes, de vous mettre en contact surtout avec des gens qui s'intéressent aux mêmes sujets que vous, ce n'est pas ainsi que vous allez pouvoir élargir votre cercle d'influence. Serrer les mains dans les marchés, c'est aussi un peu compromis. Je ne suis pas sûr non plus qu'une pléthore d'affiches soit très efficace dans un contexte où les gens veulent plutôt des thèmes que des marques de fabrique.»

**Il y aurait bien les débats dans les médias**, «mais ceux du service public ne joueront pas le jeu parce que leur règle en général est de ne pas inviter des candidats en période électorale.»



**Reste donc les radios et télévisions locales.** Et une petite présence dans la rue, quand même: «L'UDC procède en ce moment à Genève à une collecte de signatures pour une initiative cantonale réclamant une diminution de l'impôt automobile. Avec quelques stands dans la ville, où je peux me rendre de temps en temps, c'est l'endroit où il est encore possible d'avoir une interface naturelle avec la population. Cela ne représente évidemment pas des milliers de personnes, surtout avec la limitation à cinq.»

**Cette situation compliquée aura au moins offert à Yves Nidegger** la possibilité de trouver un slogan à rebrousse-poil: «Si vous aimez ce qui se passe en ce moment, ne votez pas pour moi.»