

Le coût et le financement de la campagne présidentielle

Une campagne présidentielle coûte, aux candidats qui ont l'ambition de l'emporter, plusieurs milliards de centimes (« le Monde » du 17 février). Selon qu'ils disposent d'une organisation militante plus ou moins importante, la note sera plus ou moins lourde à payer. Il faut donc des revenus substantiels: cotisations exceptionnelles, souscriptions publiques, dons de chefs d'entreprise « mécènes », sans compter les réserves que se constituent les partis politiques pour faire face aux échéances électorales nationales.

Economie ou pas, les campagnes électorales nationales obligent les grandes formations politiques à vivre au-dessus de leurs moyens ordinaires. Comment font-elles face à ces débauches d'argent ? Tous les trésoriers, sans exception, répondent « souscriptions nationales » et « appels au peuple ». Le R.P.R. compte en tirer 10 à 12 millions de francs. Chez M. Debré, on affirme avoir reçu, dès la mi-janvier, soixante-treize mille abonnements à la « lettre » du candidat, ce qui, pour un montant de 7,3 millions de francs, couvrirait les dépenses déjà engagées à cette époque. Le P.C.F. puise ses 30 millions de francs, assure son trésorier, dans les poches de ses militants et sympathisants. L'objectif, élevé, est « réaliste », dit-il, compte tenu des structures du P.C.F. Quarante mille militants sont directement liés aux opérations financières du parti, dont vingt-huit mille trésoriers de cellule et trois mille trésoriers de section.

Pourtant, l'organisation militante la plus sophistiquée ne permet pas de faire rentrer des fonds aussi facilement que le disent les responsables d'appareils. L'argent vole vers la victoire, ou du moins l'espoir de victoire. Que les militants soient désabusés, démobilisés, et toute opération financière assise sur leur bonne volonté devient aléatoire. Le P.S. a éprouvé d'énormes difficultés à rassembler le minimum d'abonnements nécessaires au lancement de son journal quotidien. Le P.C.F. non plus ne roule pas sur l'or militant. Il suffit pour s'en convaincre de

II. — D'où vient l'argent ?

par JEAN-YVES LHOMEAU

lire les appels pressants adressés par la direction à ses fédérations. Ainsi celle de la Charente a reçu, fin novembre 1980, une note fixant ses objectifs financiers de campagne et les objectifs intermédiaires qu'elle était censée atteindre pour le 21 décembre, date du soixantième anniversaire du parti. Au 21 décembre, cette fédération devait avoir versé 30 400 F au comité central. Le 15 novembre, ce dernier n'avait reçu que 4 300 F.

Les organisations de masse peuvent compter sur les réserves accumulées en vue de financer partiellement leurs campagnes électorales. Ainsi le R.P.R. revendique-t-il, pour 1980, deux cent cinquante mille cotisations d'adhérents à 100 francs, soit 25 millions de francs. Les petits eux, calculent au plus juste. Le Mouvement des radicaux de gauche table sur 500 000 francs versés exceptionnellement par ses parlementaires, conseillers généraux, conseillers municipaux de grandes villes et sur une somme équivalente due au bon cœur des militants. Le reste, c'est-à-dire la souscription publique, n'est, souligne-t-on au M.R.G., qu'un « *habillage* » destiné à dissimuler le « *mécénat* », en clair les contributions patronales.

Seul le parti communiste ne peut pas y prétendre. Cette appréciation doit cependant être nuancée dans la mesure où les apports publicitaires à la presse communiste — faibles en ce qui concerne l'Humanité, mais qui permettent parfois d'équilibrer les budgets de publications locales exceptionnelles — manifestent que certaines sociétés commerciales ne sont pas indifférentes aux activités du P.C.F. Le parti dispose, en outre, de ses propres sociétés commerciales qui prennent en charge certains secteurs de ses activités, tel celui de l'édition. Il a mis en place, comme les autres grandes formations politiques, des sociétés d'étude qui assurent la liaison entre les collectivités qu'il influence — les municipalités par exemple — et les sociétés industrielles qui recherchent des marchés.

des fins électorales et au profit des caisses des partis qui sont proches de lui ?

Réactions de pudeur, aussi, de la part de tous les candidats et de leurs entourages. L'argent crée un sentiment de malaise lorsqu'on manipule beaucoup. Il est d'usage de s'en défendre en prétendant qu'il fait défaut. M. Mitterrand affirme que les frais qu'entraîne sa campagne de marketing sont limités à trois millions de francs, alors qu'ils dépasseront probablement le double de cette somme. A l'inverse, l'argent est parfois considéré comme un signe de bonne santé. Les amis de M. Debré ne font aucune difficulté pour livrer le détail du budget de 20 millions de francs que leur favori entend consacrer à sa campagne. Vingt millions, pour un candidat auquel les sondages n'accordent qu'une place modeste, cela fait sérieux.

Ces méthodes de financement, lorsqu'elles ne vont pas au-delà de la « prise en charge » ou de la transaction par l'intermédiaire de bureaux d'études ne sont choquantes que dans la mesure où les formations proches du pouvoir en bénéficient plus aisément que celles de l'opposition. Il faut bien les utiliser, dit-on, ici et là, puisqu'il n'existe aucun financement public des frais les plus lourds engagés par les candidats malgré les projets annoncés dès juillet 1974 par M. Giscard d'Estaing : « *Il ne s'agit pas seulement de contrôle, il s'agit de s'assurer la ressource : à partir du moment où la ressource n'existe pas, cela prouve qu'elle vient*

d'ailleurs. Il est donc souhaitable que (...) les partis politiques et les grandes élections soient assurés d'un financement normal. » Peut-être le chef de l'Etat s'est-il rallié, toutes réflexions faites, à la position exprimée par Georges Pompidou : « *Les ressources des partis politiques ne sont pas ce que l'on croit. Elles sont peu claires en général, pour des raisons très variées et pas forcément immorales. Je veux bien qu'on les contrôle, cela ne changera pas grand-chose (2).* »

En revanche, les dépenses sont plus aisément contrôlables. Elles s'étalent sur les murs de France lors de chaque campagne, comme le remarque Mme Marie-France Garaud, qui juge « indécente » cette débauche d'affichage et d'argent. Le jugement a du poids lorsque l'on songe que, de l'avis des spécialistes, une excellente campagne de marketing ne peut guère faire évoluer que 1,5 % de l'électorat. Le rapport efficacité-prix ne vaut pas la peine d'engager de telles sommes, estime un ancien responsable de la campagne de M. Jacques Chaban-Delmas.

Cet homme, tirant les leçons des batailles passées, pense aujourd'hui que l'on peut mener, au premier tour, un combat à l'économie essentiellement axé sur la télévision gratuite, quitte à dépenser beaucoup entre les deux tours puisque l'issue d'une élection présidentielle peut se jouer sur une marge infime d'indécis. Des milliards pour quelques milliers de voix capitales : il faut bien, alors, les risquer.

FIN

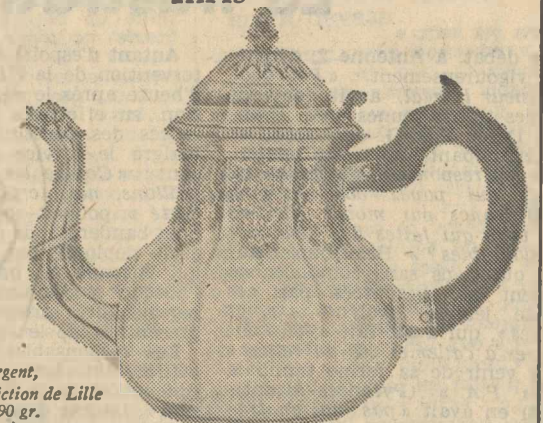
(1) André Campana, *L'Argent secret*, Arthaud, éditeur.
(2) Conférence de presse du 23 septembre 1971.

Sotheby's

prépare actuellement sa prochaine série de ventes de

GENEVE - MAI 1981

ORFÈVRENERIE BOITES EN OR
OBJETS DE VITRINE ET D'ART RUSSE
MINIATURES
TAPIS



*Théière en argent,
Douai, juridiction de Lille
vers, 1735, 790 gr.
Vendue à Genève
le 12 novembre 1980 34 000 F.S.*

Les personnes désireuses de soumettre des objets en vue de cette vente pourront rencontrer nos spécialistes qui recevront sur rendez-vous à :

Monaco lundi 23 et mardi 24 février

Paris du mercredi 25 au vendredi 27 février

Genève du lundi 2 au vendredi 6 mars

Bruxelles lundi 2 et mardi 3 mars

veuillez contacter Sotheby Parke Bernet à

| | | | |
|---|--|---|---|
| MONTE-CARLO Sporting d'Hiver tél. (93) 30 88 80 | PARIS 3 rue de Miromesnil tél. (1) 266 40 60 | GENEVE 24 rue de la Cité tél. (22) 21 33 77 | BRUXELLES 32 rue de l'Abbaye tél. (2) 343 50 07 |
|---|--|---|---|

TÉLEX PARTAGÉ

ETRAVE SERVICE TÉLEX / PARIS ☎ 345.21.62

Chef-d'œuvre d'érudition et de perspicacité, voici le livre essentiel sur la plus étrange des énigmes posées par l'histoire de France.

LES TEMPLIERS

SONT PARMI NOUS

Pris en charge

A l'exception du candidat communiste, tous les autres ont recours au « mécénat » patronal qui représente, selon que l'on est proche ou non du pouvoir, une part plus ou moins importante des fonds disponibles en période électorale. Le sujet reste tabou, mais on en parle tout de même à demi-mots. « *Nous avons eu des problèmes avec le patronat*, dit M. Charles Pasqua pour le compte du R.P.R. *Mais la situation s'est débloquée. Le patronat n'aime pas mettre tous ses œufs dans le même panier.* »

Toutes les formations s'efforcent de minimiser ce type de contribution. Il est probable que le C.N.P.F. ne participe que modérément, en tant que tel, au financement direct des campagnes. Ce financement s'effectue par l'intermédiaire d'entreprises « amies ». « *De petits chèques*, dit un responsable de la campagne R.P.R. des législatives. *Cinquante mille francs tout au plus. Mais il vaut mieux en avoir trois cents comme cela qu'un gros chèque d'une multinationale.* »

Le responsable financier de la précédente campagne présidentielle de M. Mitterrand a expliqué à André Campana, qui en fait état dans son livre sur *l'Argent secret* (1), que le plus gros versement d'un syndicat patronal, en 1974, a été de 250 000 francs. « *Sur les cinquante ou soixante branches du C.N.P.F., trois seulement nous ont donné quelque chose*, dit-il. *L'une ce chèque de 250 000 francs, et les deux autres autour de 60 000 francs.* »

Les dons individuels représentent, sans aucun doute, une part plus importante. Il faut faire un sort à la méthode des versements directs, « *dessous la table* ». Les chefs d'entreprise aident plus « légalement » et exigent des factures afin d'être en règle avec le fisc. Pour assurer leurs déplacements, à moindres frais, MM. Michel Debré et Jacques Chirac ont recours aux mêmes « jets », les « avions Marcel Dassault » et M. Michel Crépeau se fera prêter un appareil, à hélices celui-là, pour un mois. Une grande société a également fait cadeau de deux magnétoscopes au M.R.G.

La méthode la plus couramment utilisée est celle de la « prise en charge ». On achète, par exemple, les billets d'avion qui serviront au candidat pour ses déplacements sur les lignes régulières. M. Crépeau a bénéficié de ce type d'aide. Un chef d'entreprise peut aussi régler tout ou partie de la facture d'un imprimeur, lequel donnera peut-être un « coup de main » au candidat qui a sa préférence en consentant des prix de faveur.

La « spontanéité » de ces financements n'est probablement pas suffisante puisque l'on démarche,

à domicile, les patrons susceptibles de payer. A l'automne dernier, le directeur général d'une importante société spécialisée dans la communication, a ainsi reçu la visite d'un homme qui s'est présenté comme un ami de M. Victor Chapot, grand argentier des campagnes de M. Valéry Giscard d'Estaing. Combien ? De 50 à 1 million de francs. Comment ? Une société d'étude française facturera des services ou bien l'argent transitera par la filiale suisse, italienne ou arabe, de la société de communication. Le directeur général sollicité, qui a travaillé dans les milieux de la publicité et du marketing pendant une dizaine d'années, n'avait, curieusement, jamais entendu parler de la société d'étude en question, bien qu'elle eût, selon son interlocuteur, pignon sur les Champs-Élysées. Le solliciteur nie avoir effectué cette démarche restée, précise le directeur général, sans résultat. M. Chapot ne donnera pas son avis. Il est trop occupé pour répondre au téléphone.

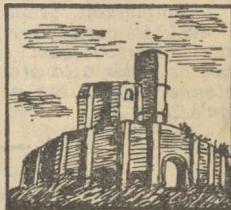
M. Paul Buffet-Beauregard, ancien P.-D. G. de l'Electronique appliquée, dont le secteur armement a été racheté, depuis, par la Thomson C.S.F., affirme que M. Chapot l'a contacté personnellement peu après le deuxième tour de l'élection présidentielle de 1974, afin de lui demander une contribution de 50 000 francs. Refus de l'intéressé. Coïncidence ? Les ennus de la société et de M. Buffet-Beauregard lui-même ont aussitôt commencé.

A l'inverse, il arrive que les candidats refusent des dons qu'ils jugent compromettants. M. Jérôme Monod, ancien secrétaire général du R.P.R., qui contrôlait étroitement les rentrées d'argent avant les élections législatives de 1978, assure qu'il a systématiquement écarté tous les financements qui n'avaient pas passés, dès la première démarche, par son intermédiaire. Un responsable de la campagne présidentielle de M. Jacques Chaban-Delmas indique qu'il possède encore des chèques qu'il n'a pas fait enregistrer par les banques, car il soupçonnait une « *volonté de manipulation* » chez les généreux donateurs.

Ces affaires d'argent suscitent des réactions de pudeur bien compréhensibles. Il en va ainsi lorsque l'on évoque les « fonds secrets » du gouvernement, 82 millions de francs pour 1981, inscrits sur une ligne budgétaire à l'intitulé « dépenses diverses » — aussi mystérieux que la destination de cette somme. Qu'en fait-on ? « *Je considère que cela relève du secret professionnel* », répond un homme qui a détenu un temps les clés des coffres de Matignon. Comment s'étonner, dès lors, que l'opposition accuse le pouvoir d'utiliser ces fonds à

SONT PARMI NOUS

par Gérard de Sède



Deux grands mystères subsistent concernant les Templiers : leur Ordre a-t-il pu poursuivre clandestinement ses activités après son anéantissement officiel par le roi maudit Philippe le Bel ? Qu'est devenu le prodigieux trésor de ces moines-soldats qui furent les banquiers de l'Europe ?

C'est ce que Gérard de Sède tente d'élucider avec bonheur dans son beau livre qui paraît ici pour la première fois en édition d'apparat avec tous les raffinements traditionnels dont Jean de Bonnot se veut le mainteneur.

Diplômé d'études supérieures de lettres et de philosophie, archéologue et historien par vocation, journaliste réputé et grand voyageur, l'auteur n'est pas n'importe quel trousseur de mystères. Les 500 pages de son ouvrage analysent avec élégance les tenants et

Édition intégrale revue et augmentée en un volume grand in-octavo illustré et relié plein cuir naturel.

Il vaut mieux avoir peu de livres, mais les choisir avec goût. Les beaux livres ne peuvent être vendus à vil prix et donnent à l'amateur éclairé des satisfactions inépuisables. Je ne publie que des œuvres de qualité, soignées dans les plus petits détails, qui prennent de la valeur chaque année ; c'est pourquoi je m'engage à racheter mes ouvrages au même prix et à n'importe quel moment.

Jean de Bonnot
Imprimeur de livres rares.

Jean de Bonnot

BULLETIN DE RESERVATION

à renvoyer à
JEAN DE BONNOT,
7, Fbg Saint-Honoré,
75392 Paris Cedex 08

Révélation sur un fabuleux trésor



CADEAU

En envoyant votre Bulletin dans la semaine, vous recevrez, en remerciement de votre célérité, une gravure originale sur bois représentant un paysage. Cette estampe (14 x 21 cm) est une authentique pièce de collection numérotée et signée par l'artiste. Elle restera votre propriété quelle que soit votre décision.

Envoyez-moi « *Les Templiers sont parmi nous* » — en un volume — par Gérard de Sède, avec la gravure offerte. Je choisis de vous régler selon la solution que je coche d'une croix :

règlement à réception, au facteur : 119,00 F (+ 26,60 F de frais d'envoi), soit 145,60 F.

règlement par chèque de 119,00 F joint à

Nom _____ Prénoms _____

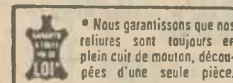
Adresse complète _____

Code postal _____ Ville _____

Signature _____

aboutissants de l'Ordre, ses avatars et ses prolongements hypothétiques ou réels avec d'autres sociétés discrètes, les effets de la confrontation de l'Occident médiéval avec l'Orient. Enfin, il s'attaque au déchiffrement de documents et des glyphes lapidaires pour retrouver la trace de la colossale fortune et des archives évaporées des derniers Templiers. Ce travail acharné a été déclenché par la rencontre fortuite avec un chasseur de trésor halluciné dont notre auteur vou-

lut par curiosité vérifier les dires. Le résultat ahurissant de cette enquête est livré dans le livre que voici. Et avec quelle verve tout cela nous est conté par Gérard de Sède qui - autre coïncidence - se trouve être lointainement apparenté à Bertrand de Goth (le pape Clément V), compris dans la malédiction de Jacques de Molay.



* Nous garantissons que nos reliures sont toujours en plein cuir de mouton, décapées d'une seule pièce.

Une édition raffinée

Douceur tiède et odeur fauve du cuir véritable dont chaque année améliore la patine. Reliure "à la croix pattée", façonnée d'une seule pièce et ornée sur les plats et le dos d'un décor en camaïeu deux tons frappé à chaud et à froid. Titre et tranche supérieure dorés à l'or fin 22 carats. Bonne main du vergé bibliophile à la forme ronde filigrané "aux deux canons". Somptuosité d'une composition et d'une mise en pages respectueuses des règles classiques. Finition soignée : dos arrondi, mors marqués, signet et tranchefiles tressés, etc.

Iconographie

Nombreuses et précieuses illustrations in-texte, suivies de 16 planches de documents exceptionnels, dont plusieurs reproduisent les graffiti hermétiques de la "Tour du Prisonnier" du château de Gisors.

ce bulletin (les frais d'envoi dans ce cas restent à la charge de Jean de Bonnot).

Si ce livre ne me convient pas, je le renverrai et je serai intégralement remboursé (y compris les frais d'envoi si j'ai réglé à réception).

Quelle que soit ma décision, je garderai ma gravure.