

# L'UDC domine l'agenda de l'année électorale

Le Moniteur de réputation politique collecte et compare en continu la réputation des partis siégeant au Conseil national ou au Conseil des Etats. La réputation se mesure en évaluant les contributions sur les différents partis publiées dans les médias. Certes, l'UDC obtient le plus d'attention médiatique et fixe les thèmes de la campagne électorale, mais elle est également le parti évalué le plus négativement. Globalement, l'UDC et le PLR attirent sur eux plus de la moitié de l'attention médiatique.

## Attention médiatique et réputation des partis

La comparaison entre l'écho médiatique et la proportion des voix basée sur les élections nationales de 2011 montre que le l'UDC et le PLR avant tout sont surpondérés dans les médias. En revanche, le PS est sous-représenté par rapport à sa part de l'électorat. Le PBD obtient un faible écho. L'attention médiatique obtenue par les Verts et les Verts libéraux correspond à peu près à la force de ces partis.

### L'UDC prédomine

Parmi les contributions saisies, presque une sur trois traite de l'UDC (32,4%). De concert avec le PLR (19,8%), le bloc bourgeois obtient donc plus de la moitié de l'attention médiatique. Les Verts de gauche avec le PS (14,5%) et les Verts (8,8%) ainsi que l'alliance du centre qui réunit le PDC (13,1%), les Verts libéraux (5,4%) et le PBD (2,3%) recueillent un cinquième de l'écho. Le PEV, le MCG et la Lega dei Ticinesi obtiennent ensemble 3,8%.

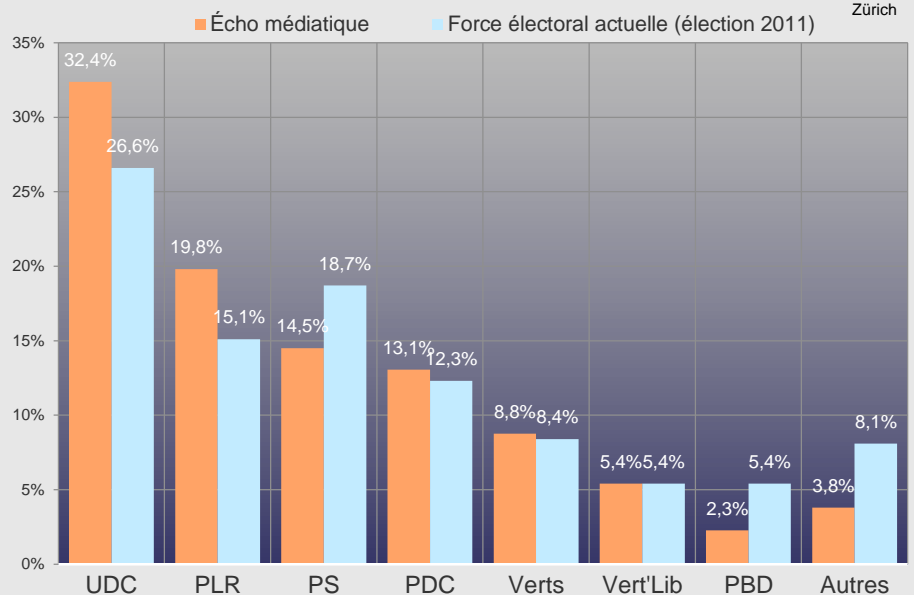
### Réputation négative des partis

Les reportages sur les partis suisses sont généralement marqués par une tonalité négative. Le PLR s'en tire le mieux avec une valeur de -0,3. Le PS suit en deuxième position avec -3,2. En dernière position, on trouve l'UDC avec une valeur de -24. La forte attention médiatique engendrée par le style provocateur est obtenue au prix d'une appréciation négative.

La réputation des Verts et des Verts libéraux est plombée par les mauvaises perspectives électorales. Chez les Verts, le scandale Spiess-Hegglin constitue un handicap supplémentaire. Le PBD ne joue qu'un rôle secondaire dans la perception publique et engendre des valeurs négatives en raison de perspectives électorales présumées mauvaises.

Écho médiatique: En % (01/01/15 - 31/08/15) vs force électorale

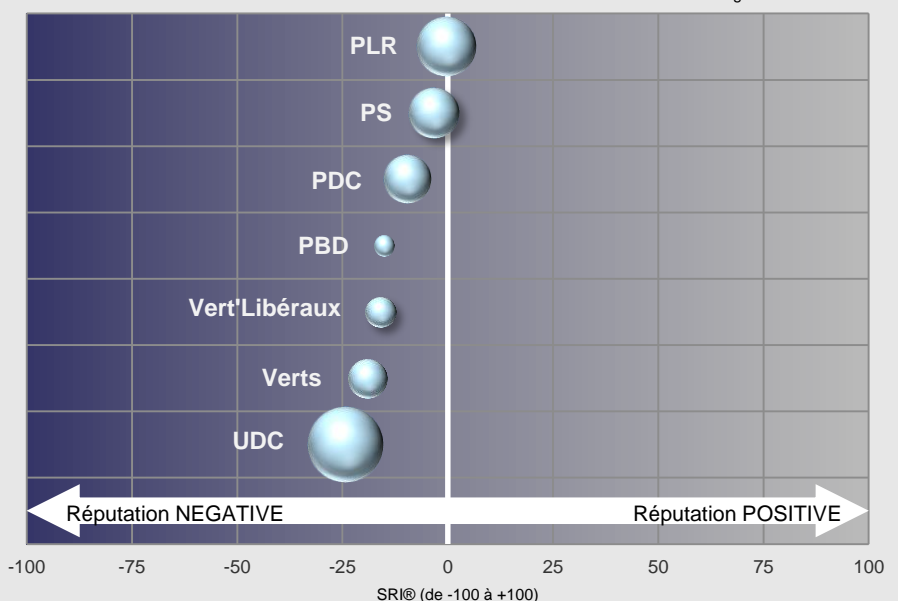
© commsLAB AG / fög - Universität Zürich



La fig. 1 montre la distribution de l'attention médiatique pour les différents partis comparée à la part des voix durant l'année électorale 2011 (Source : Office fédéral de la statistique). Exemple de lecture : Le PLR obtient 19,8% de l'attention médiatique durant l'année électorale 2015. En 2011, il avait obtenu 15,1% des voix.

Classement: SRI® par 31/08/2015

© commsLAB AG / fög - Universität Zürich



La fig. 2 montre la réputation sédimentée (SRI) et l'écho des différents partis. Cet indice peut atteindre au maximum les valeurs de + 100 (exclusivement positives à -100 (exclusivement négatives)). L'écho est représenté par la taille de la sphère. Exemple de lecture : la valeur de la réputation de l'UDC est de -24 pour un écho sédimenté sous-jacent de 2330 unités.

## Domaines politiques: concentration sur la campagne électorale et la ligne du parti

Environ 44% des reportages sur les partis se concentrent sur la campagne électorale et sur la ligne du parti. En ne considérant que cet aspect des reportages, il s'avère que le PLR est mis en valeur de façon particulièrement positive. Cette valorisation résulte en premier lieu des succès électoraux déjà obtenus (Canton de Zurich) ou de ceux que les médias ont prédit.

En ne considérant que les contributions traitant de la campagne électorale ou de la ligne du parti durant l'année électorale (partie orange de la fig. 3), le tableau se différencie davantage par rapport à la vue d'ensemble de la fig. 2.

### Le PS peu présent

Dans le domaine politique « campagne électorale et ligne du parti », l'UDC prédomine également : sa campagne électorale reçoit presque deux fois plus d'écho que celle du PS (288 contributions). Contrairement à sa réputation globale, sa campagne électorale est toutefois évaluée de façon nettement plus positive (-9 au lieu de -25 sur une échelle de +100 à -100).

### Éloges anticipés pour le PLR

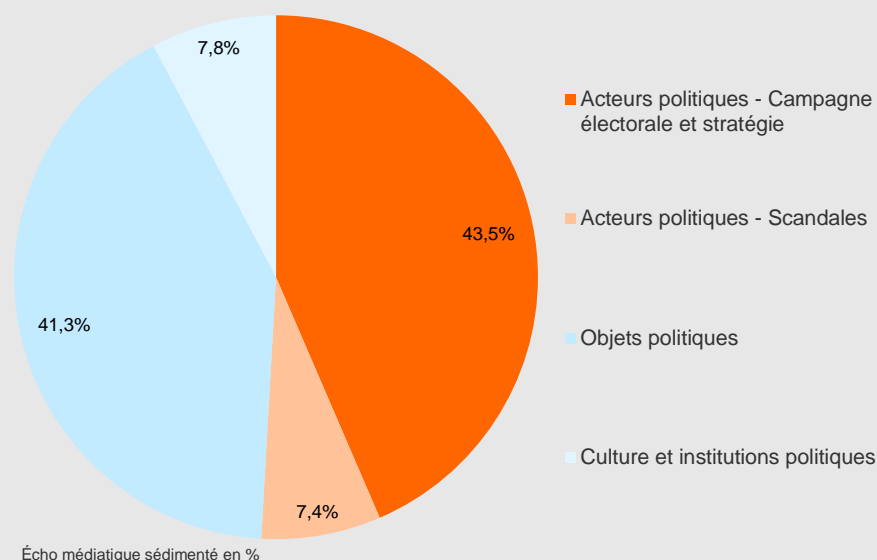
La campagne électorale et la stratégie du PLR sont non seulement évaluées positivement, mais elles obtiennent une attention médiatique nettement supérieure à la moyenne. Celle-ci résulte d'une part des succès obtenus aux élections cantonales et d'autre part des prévisions favorables pour les élections nationales de cet automne. Le PLR est perçu comme bien positionné et sur le plan médiatique, il est même parfois considéré comme le grand gagnant (« Correction de l'image chez les radicaux » NZZ du 24/8/2015).

### Les Verts sans effet Fukushima

Alors que la campagne électorale du PDC est évaluée en majorité de façon neutre, mais sans grandes émotions, Verts, Verts libéraux et PBD sont évalués de façon nettement négative. Verts et Verts libéraux, qui avaient encore nettement profité de l'effet Fukushima, sont évalués de façon nettement négative avant les prochaines élections, en raison des mauvais résultats obtenus aux élections à Zurich ainsi qu'aux prévisions négatives des médias pour les élections nationales. La campagne électorale du PBD ne reçoit en revanche qu'une très faible attention. Vu les chances présumées limitées aux élections, l'écho médiatique est tendanciellement négatif.

Écho médiatique domaines politiques: En % (01/01 - 31/08/15)

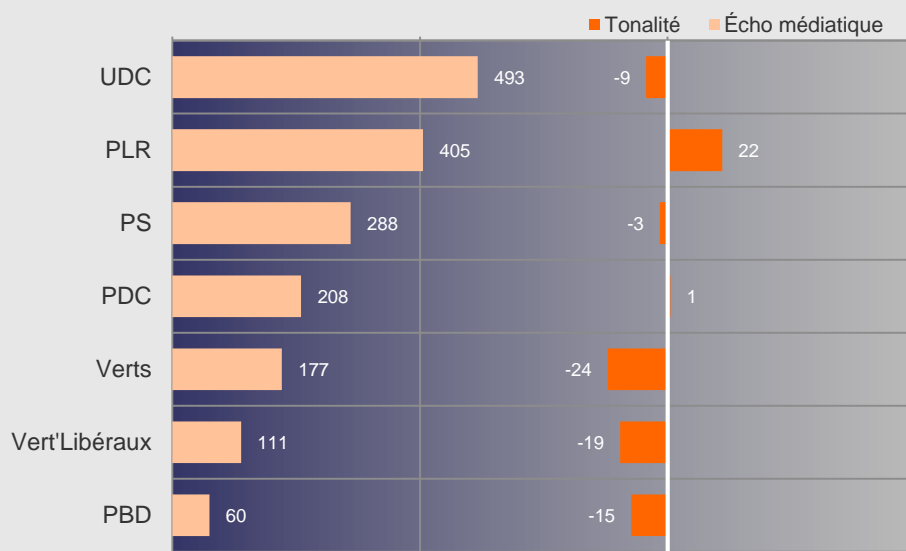
© commsLAB AG / fög - Universität Zürich



La fig. 3 illustre la distribution de l'attention médiatique entre les différents domaines politiques. Dans le domaine des acteurs politiques (politics), nous distinguons entre la ligne du parti / la campagne électorale et les scandales. Exemple de lecture : 41,3% des contributions concernent la ligne politique (policy).

Campagne électorale et stratégie: 01/01/15 - 31/08/15

© commsLAB AG / fög - University of Zurich



La fig. 4 montre l'écho et la tonalité des partis dans le domaine politique de la ligne du parti / campagne électorale. L'indice de la tonalité peut atteindre au maximum les valeurs de +100 (exclusivement positif à -100 (exclusivement négatif)). Exemple de lecture : 288 contributions traitent de la campagne électorale ou de la ligne politique du PS. La valeur de la tonalité est légèrement négative avec -3.

## Contenus politiques

Près de la moitié de toutes les contributions collectées traite des contenus thématiques des partis, à savoir des questions politiques concrètes. Dans ce contexte, la politique de la migration obtient le plus d'attention médiatique. La concentration unilatérale sur la migration, laquelle s'est encore accentuée en août, évince presque complètement du calendrier politique des questions comme la clarification des relations avec l'UE ou la prévoyance vieillesse et met surtout l'UDC en relief.

La politique migratoire obtient le plus d'attention médiatique (15,2%) et son importance s'accroît massivement depuis fin juin (+30,4%). En août, un article sur trois traitait de questions dans le domaine de la migration.

### Sujets liés à l'UE évités

Si les sujets de politique étrangère sont devenus plus nombreux, leur importance dans les reportages reste faible. Aucun parti ou presque n'aborde activement la clarification des relations avec l'UE, qui s'impose pourtant en raison de la mise en œuvre prochaine de l'initiative CIM. Seule l'UDC fait de l'Europe un sujet électoral. Les médias spéculent que la clarification de la question européenne est délibérément reportée à la période post-électorale (« *Le débat retardé sur l'UE* » TA 24/08/15).

### Réforme de la prévoyance : peu d'écho

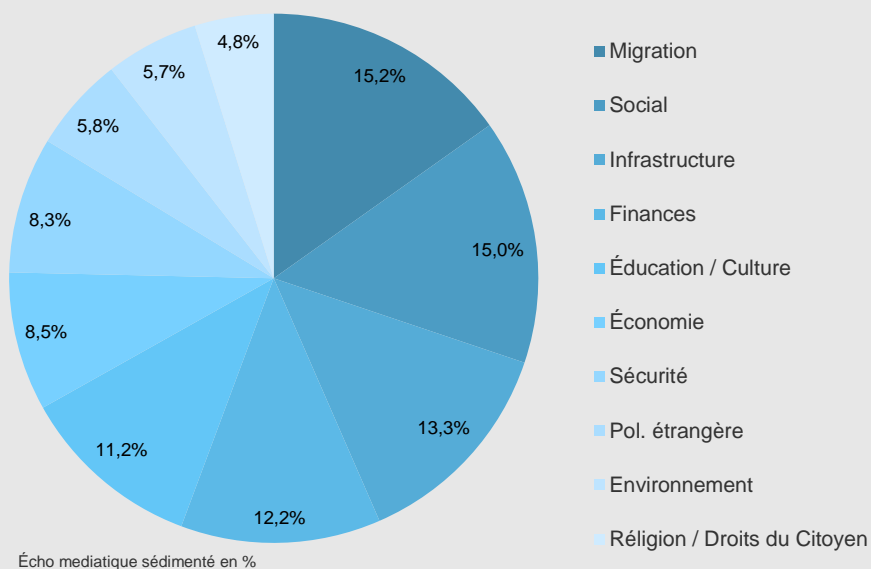
En politique sociale, domaine assez hétérogène (15%), le débat porte surtout sur la politique familiale et l'initiative du PDC. Depuis fin juin, son écho médiatique est en nette perte de vitesse (-14,4%). En revanche, la réforme en cours de la prévoyance-vieillesse n'est guère traitée, alors qu'au début de la campagne électorale, le PS avait annoncé vouloir en faire un thème central. Des sujets importants, institutionnellement consacrés, sont presque totalement délaissés.

### L'écologie sans force d'attraction

Contrairement à la situation d'il y a quatre ans (Fukushima), la politique environnementale (5,7%) ne représente plus un thème électoral important. Les partis les plus touchés par cette désaffection sont les Verts et les Verts libéraux, dont l'écho et la légitimité souffrent de la faible importance accordée à leur sujet politique de base (« *Tendance noire pour les verts* », TA 13/04/15). La politique de la culture et de l'éducation (11,2%) recueille un écho assez vif en raison de la révision de la LRTV.

Écho médiatique: En % (01/01/15 - 31/08/15)

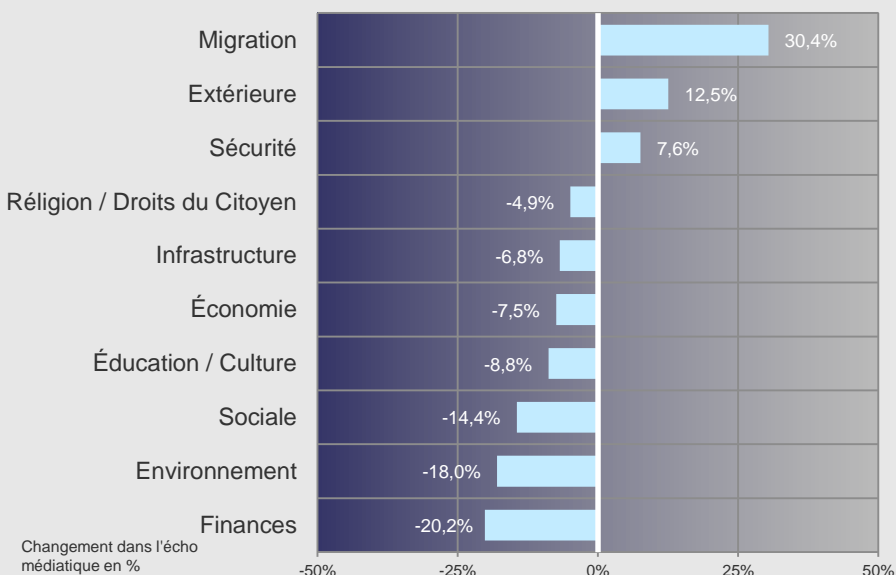
© commsLAB AG / fög - Universität Zürich



La fig. 5 montre la distribution de l'attention accordée par les médias aux différents domaines de la politique des contenus (policy). Exemple de lecture : 15,2% des contributions saisies se concentrent sur le domaine politique de la migration.

Écho médiatique: Changement en % depuis 30/06/2015

© commsLAB AG / fög - Universität Zürich



La fig. 6 illustre le changement de l'attention accordée par les médias aux différents domaines politiques depuis le 30/6/2015. Elle compare les états finaux de la mesure de l'écho sédimenté au 30/06/15 et au 31/08/15. Le nombre de contributions centrées sur la politique de l'environnement a diminué de 18,0%.

## Profils thématiques des partis

Les profils thématiques des partis montrent comment les reportages pertinents sont distribués en fonction des contenus politiques. Alors que l'UDC, le PLR et le PDC présentent chacun un profil thématique relativement net, le PS est présenté dans les médias comme un parti sans priorités claires. Les Verts et les Verts libéraux continuent d'avoir de la peine à s'émanciper de leur rôle de parti monothématique. Enfin, il manque au PBD une délimitation claire à l'égard de l'UDC ou du PLR.

L'UDC est perçue principalement par la politique de la migration. Ce sujet correspond au programme du parti et, dans une large mesure, au profil de celui-ci. La grande importance de ce contenu politique dans les reportages indique que l'UDC est en mesure d'imposer ses propres thèmes. La perception générale accrue des problèmes liés aux réfugiés dans l'opinion publique apporte de l'eau à son moulin.

### Le PLR profite de la force du franc

Le PLR peut certes se positionner publiquement comme le parti de la finance et de l'économie, mais il profite grandement (comme il y a 4 ans les Verts et les Verts libéraux) d'un «effet Fukushima», à savoir du climat économique actuel dans l'opinion publique marqué par un foyer de crise économique consécutif à la réévaluation du franc. Le parti est toutefois absent du débat sur l'UE, bien qu'il professe son soutien aux contrats bilatéraux.

### Le PDC axé sur la politique familiale

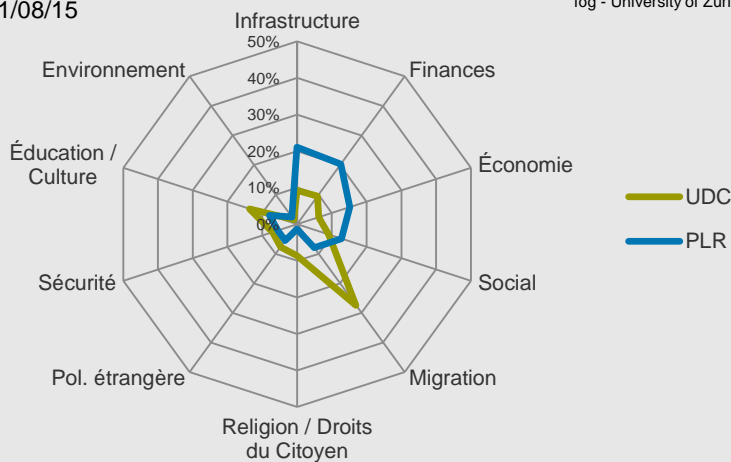
Dans le domaine de la politique sociale, le PDC est perçu avant tout par le biais de la politique familiale. Pour le reste, ce parti qui se considère comme un défenseur de l'ordre étatique est toutefois peu présent dans les médias. En revanche, le PBD ne réussit pas à se positionner au moyen d'un profil autonome. Dans l'ensemble, il agit dans des domaines politiques déjà occupés par le PLR et l'UDC.

### Profil flou du PS

Le profil du PS reste jusqu'ici aussi pâle que flou. Le parti ne parvient pas à fixer des priorités dans les domaines thématiques centraux pour lui, comme la prévoyance-vieillesse, la santé et la transition énergétique. Il est délibérément absent du débat sur l'asile. Il est perçu globalement dans les médias comme un parti sans accents autonomes nets et marqués de gauche. Les médias continuent à présenter les Verts et les Verts libéraux comme des partis monothématiques centrés sur la politique de l'environnement.

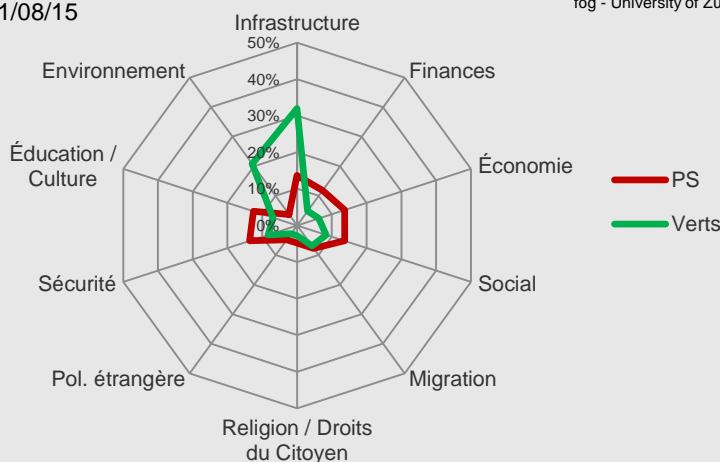
**UDC / PLR: Profils thématiques**  
01/01/15 - 31/08/15

© commsLAB AG /  
fög - University of Zurich



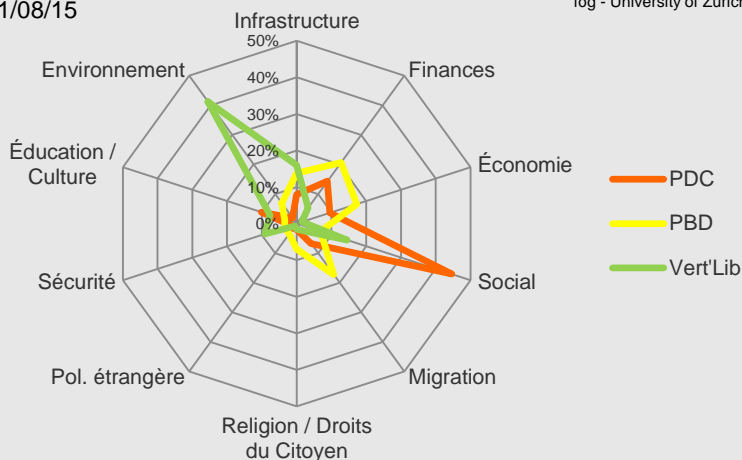
**PS / Verts: Profils thématiques**  
01/01/15 - 31/08/15

© commsLAB AG /  
fög - University of Zurich



**PDC / PBD / Vert'Lib: Profils thématiques**  
01/01/15 - 31/08/15

© commsLAB AG /  
fög - University of Zurich



Les fig. 7 à 9 illustrent, pour chacun des partis, la répartition de l'attention médiatique selon les politiques (profils thématiques). Exemple de lecture : Dans les médias, le PDC est perçu avant tout par l'intermédiaire de sa politique sociale (46%).

## Méthodologie

### Centre d'attention

Le Moniteur de réputation politique collecte et compare en continu la réputation des partis siégeant aux Chambres fédérales.

### Echantillon de médias

La recherche porte sur les médias nationaux majeurs, à savoir le Blick, Le Matin, Le Temps, NZZ, Tages-Anzeiger, 20 Minutes durant la période allant du 1er janvier 2015 au 31 août 2015. Au total, 4343 citations de partis ont été enregistrés.

### Critère de sélection des reportages des médias

Les reportages enregistrés concernent exclusivement la réputation des partis. Ils sont considérés comme pertinents pour la réputation quand les partis sont mentionnés soit dans le titre, soit dans l'introduction ou au moins de façon prééminente dans l'un des paragraphes du texte.

### Réputation

La réputation désigne la considération dont jouit une personne, une organisation ou une institution. La réputation se mesure par les évaluations publiées dans les médias sur les différents objets de recherche. Les évaluations sont faites au moyen de l'indice de réputation sédimentée (Sedimented Reputation Index® or SRI®). Le SRI® permet d'établir un lien unique entre les effets de l'écho et la réputation dans un contexte de longue durée et sert à modéliser la réputation incrustée dans la mémoire du public. Le procédé développé par le Centre de Recherche sur l'Opinion Publique et la Société de l'Université de Zurich (fög) en collaboration avec commsLAB AG permet de suivre à long terme l'évolution de réputation sédimentée.

### La tonalité

La tonalité mesure l'acceptabilité d'un parti sur la base de tous les reportages médiatiques codés durant un laps de temps déterminé. Elle peut prendre des valeurs de -100 à +100. Une valeur de +100 signifie que le parti n'a reçu que des évaluations positives durant la période considérée. A contrario, une valeur de -100 signifie que le parti a reçu exclusivement des évaluations négatives.

### Domaines politiques

Les contributions pertinentes pour la réputation sont en outre attribuées à différents domaines politiques : concentration sur les acteurs politiques (politique), contenus politiques (policy), culture politique et institutions (polity). Une différenciation supplémentaire est faite selon les différents domaines. On peut ainsi présenter les dynamiques d'échos et de réputation dans les domaines politiques.

### Financement

Le Moniteur de réputation politique est financé par les ressources propres de Fög et de commsLAB.

## Nous nous présentons

### fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft est une institution de pointe au sein de la recherche sur l'opinion publique et la communication à l'Université de Zurich. Le fög analyse les contenus et les formes de la communication publique et effectue des recherches sur leurs effets sur les organisations économiques et politiques.

### commsLAB AG

commsLAB AG est une entreprise de conseils indépendante spécialisée dans le développement et la gestion de profils spécifiques d'entreprises et d'organisations (fondée en 2004). commsLAB conseille des entreprises, des organisations, des institutions politiques ainsi que des particuliers qui, en raison de leur importance, sont exposés à des attentes publiques élevées.

## Contacts

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich

Andreasstrasse 15, CH-8050 Zurich

e-mail : [kontakt@foeg.uzh.ch](mailto:kontakt@foeg.uzh.ch)

Téléphone +41 (0)44 635 21 11

Fax +41 (0)44 635 21 01

commsLAB AG - Profile Research & Management

Lenzgasse 29 / CH-4056 Basel

e-mail : [info@commslab.com](mailto:info@commslab.com)

Téléphone +41 (0) 61 556 47 65