Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Echo du Mardi le 7 janvier 2020

Elections municipales : faire bonne impression



Alain Avogadro et Gérard Toméi ont créé leur entreprise en 2002. Elle emploie aujourd'hui une dizaine de personnes.

En mars 2020 les élections municipales vont mobiliser toutes les énergies. D'ici là, tracts, affiches, professions de foi, jusqu'aux bulletins de vote, rien ne sera laissé au hasard pour séduire l'électorat. Au Thor, l'imprimerie Quadrifolio est d'ores et déjà à l'œuvre et prodigue ses conseils aux candidats. Implantée depuis bientôt 20 ans sur la commune, l'entreprise bénéficie du savoir faire et de l'expérience acquise en plus 40 ans de métier par ses deux créateurs.

Sur la route de l'Isle-sur-la- Sorgue, la grande enseigne multicolore interpelle souvent les automobilistes. Une gigantesque baie vitrée ouverte sur l'extérieur accueille les clients professionnels et particuliers. L'atelier de création PAO (Publication assistée par ordi- nateur) est en accès direct au côté de l'accueil et du secrétariat. En arrière, la zone dédiée à l'impression numérique est équipée des dernières technologies en la matière.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Echo du Mardi le 7 janvier 2020

En fond de bâtiment, les connaisseurs retrouvent l'odeur caractéristique des 'Offsets 4 couleurs' et des presses feuille à feuille destinées aux travaux de haute qualité. Les puristes retrouvent avec nostalgie, l'éclat des vieilles Heidelberg toujours performantes malgré leur âge parfois avancé. D'ici quelques semaines, tout ce matériel tournera à plein régime pour répondre aux exigences des impressions destinées aux campagnes électorales.

■ Le premier partenaire des candidats

A travers tous les méandres des règlements officiels et des contraintes techniques, le premier partenaire des futurs maires demeurera leur imprimeur qui prendra en charge toutes cette communication visuelle et souvent les conseils qui l'accompagnent. Un rôle primordial souvent méconnu et un enjeu économique de taille. Pour Quadrifolio, comme pour beaucoup de ses confrères, c'est déjà le temps des premiers devis et des conseils avisés. Car même si pour l'heure tous les candidats ne sont pas déclarés, leurs équipes sont déjà à la manœuvre pour préparer 6 mois de communication intense. Pour les nouveaux, il va falloir se faire connaître et afficher ses ambitions. Pour les sortants, la Loi interdisant l'utilisation des moyens de la collectivité pour faire sa promotion, il va falloir revendiquer un bilan et présenter un nouveau programme.

■ Une élection pas comme les autres

Le scrutin municipal conserve toujours dans le cœur des électeurs une place toute particulière. Pour la majorité des habitants, l'enjeu n'est quasiment plus politique mais relève plus de l'affectif et des intérêts de proximité. Ils ne sont pas rares les candidats qui rassemblent bien au-delà de leur convictions politiques. On choisit une personnalité bien plus qu'un parti et une réputation tout autant qu'un programme. De plus, pour 2020, la tendance actuelle des listes d'alliances recomposées et néanmoins sans étiquette favorisera les leaders charismatiques (fussent il des plus iconoclastes) bien plus que les porteurs d'une parole raisonnée et durable. Dans cet imbroglio d'idées et de projets, il sera difficile de faire émerger une parole claire et visible. Au-delà des réseaux sociaux et de leur affichage toujours suspecté de fausseté et de manipulation, seule la chose écrite semble garder la confiance de l'électeur moyen. Ainsi la 'propagande' électorale imprimée traditionnelle a-t-elle encore de beaux jours devant elle. Il faudra partir à l'assaut des boites aux lettres et dispenser la bonne parole.

■ Le choix de la proximité

Si dans les grandes villes, les candidats font souvent appel à des équipes de spécialistes de la communication, il en est tout autre dans les communes de tailles plus modestes. Regroupée autour du candidat tête de liste, c'est une petite équipe de bénévoles qui s'affairent à mettre au point la stratégie

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Echo du Mardi le 7 janvier 2020

et la promotion de leur champion. Ainsi se profilent au fils des semaines, ceux qui seront, de par leur implication et leur travail reconnu, en mesure d'assumer, une fois élus, les charges d'adjoints et des délégations qui s'y rattachent. Mais le conseiller le plus avisé, celui qui fera profiter de sa grande expérience du terrain et des pratiques, reste assurément un homme de l'ombre : l'imprimeur local. Chez Quadrifolio, c'est Gérard Tomei qui assume cette lourde charge et qui depuis des années au fil des mandats et des changements d'équipes municipales conseille et adapte les demandes des futurs élus. Une expérience très précieuse pour tous les clients.

■ Subrogation : c'est l'Etat qui paye

Parmi les missions méconnues de l'imprimeur, la prise en charge des démarches de subrogation de paiement est assurément celle qui séduit bon nombre de candidats. Ainsi, toute la propagande officielle, profession de foi, affiches électorales et bulletins de vote seront directe- ment pris en charge par l'Etat via la préfecture. Le candidat devra signer un acte de subrogation et la facture sera payée plus tard sans qu'il ait besoin de faire l'avance ce qui pourrait constituer un frein non négligeable à sa candidature. Les sommes en jeu sont proportionnelles au nombre d'habitants et peuvent parfois monter à plusieurs milliers d'euros. Mais le cadre est strict et l'administration électorale n'a guère le sens de l'humour lorsqu'il s'agit de passer à la caisse. L'imprimeur devra tout d'abord être agréé par les services de la Préfecture. Il devra ensuite se conformer très précisément aux données techniques liées à l'impression des documents. Un papier et une épaisseur codifiés, des assemblages de couleurs interdits (le bleu blanc rouge par exemple est réservé à l'Etat pour ses documents officiels), des dimensions respectées au millimètre près notamment pour les bulletins de vote qui devront rentrer dans les fameuses petites enveloppes le jour du scrutin. Dans ce domaine l'expérience et le savoir-faire de l'imprimeur sont irremplaçables. Quant à la concurrence des imprimeurs en ligne, Gérard Tomei est assez philosophe: « Vous savez, certains ont été tentés de succomber aux charmes des sirènes des sites d'impression sur internet et à leurs tarifs souvent très compétitifs pour cause de fabrication en Chine ou autres paradis à dumping social. Hélas, les résultats ne sont souvent guère à la hauteur des espérances. La fiabilité et le sérieux restent notre force principale ». Force est de constater que les erreurs dans les mises en pages ou les choix de couleurs, les délais de livraison plutôt chaotiques et l'absence de conseils ou d'interlocuteur sérieux ont tôt fait de refroidir les partisans parmi les plus ardents des prix sacrifiés.

■ « On ne badine pas avec l'imprimerie »

« On ne badine pas avec l'imprimerie » pourrait-on dire en paraphrasant la célèbre pièce de Musset. D'autant que le rôle de l'imprimeur ne s'arrêtera pas à cette simple transmission de

Ecrit par Echo du Mardi le 7 janvier 2020

factures. En effet, ce dernier pourra aussi assister voire déposer au nom du candidat les documents de campagne qui devront passer obligatoirement devant une commission de propagande qui se réunit traditionnellement en préfecture et valide leur conformité. Idem pour l'image visuelle du candidat qui sera son identité graphique reconnaissable sur tous ses supports matériels ou numériques. Souvent l'imprimeur conseille et ajuste une charte de couleurs et un choix de police de caractères qui constitueront la charte graphique de la liste. Pour Quadrifolio : « La notion de conseil est essentielle dans les relations qui se bâtissent petit à petit entre le candidat et son imprimeur. Il en est de même pour la confiance qui doit s'établir entre eux car la confidentialité professionnelle de l'imprimeur est proche de celle d'un médecin ou d'un avocat : ne rien communiquer sur son client ni même parfois en confirmer l'identité, cela fait aussi partie de notre éthique »

■ Une réactivité à toute épreuve

Enfin, dernier atout d'importance dans la manche de l'imprimerie du Thor: une vraie capacité à réagir rapidement aux demandes du candidat. Face à un tract polémiste de l'adversaire, il faut parfois être en mesure de répondre dans les heures suivantes. Seule la proximité et le professionnalisme de l'imprimeur pourront assurer ce rôle. Gérard Tomei confie d'ailleurs à l'occasion quelques anecdotes croustillantes sur des élections passées où la bataille des tracts en réponse aux réponses obligeaient son équipe à passer des nuits complètes pour livrer au petit matin suivant les tracts vengeurs. De même, lorsque les incontournables imprévus surgissent, il faut être en mesure de s'adapter. Plusieurs listes ont dû réimprimer dans la nuit des bulletins de vote jugés impropres à la distribution par la Préfecture pour cause de tâches ou de malfaçons. Plus classique, la célèbre période de l'entre- deux-tours où se nouent souvent les alliances de listes ou les changements de programme et où l'imprimeur doit passer des nuits blanches pour que bulletins de vote et professions de foi soient livrés en temps et en heure afin que tous les candidats fassent bonne impression.

Alphonse Pasturel

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !