

Les moyens de campagne

UMP62 – 4 juillet 2013 – source : Guide du candidat

A. Le budget de campagne

Objectifs : ne pas dépasser le plafond de dépenses autorisé pour votre campagne.

Planifier votre budget (recettes et dépenses) au cours de la campagne. Vous devez pour cela établir un budget prévisionnel à partir du plafond des dépenses, arbitrer entre les différents moyens de campagne et tenir un compte précis et exhaustif de vos dépenses et recettes.

Vous devez pour cela :

- Recenser vos besoins pour la campagne avant qu'elle ne commence (par exemple : matériel, locaux, personnel, etc.) et évaluer leurs coûts.
- Préparer un budget prévisionnel,
- Suivre l'exécution de votre budget à l'aide d'un tableau de bord récapitulatif vos recettes et dépenses

Pour chaque achat, demandez des devis à différents fournisseurs. Une fois que vous les avez, n'hésitez pas à les négocier, sans toutefois que l'entreprise ne vous accorde un rabais pouvant être assimilé à un avantage en nature prohibé.

Contrôlez tous les engagements de dépenses, afin d'éviter que ne vous soient imputées des dépenses que vous n'auriez pas vous-même décidées.

B. La permanence

Objectif : avec une permanence, vous disposerez d'un local réservé à la préparation des élections et d'un point d'accueil pour le public et les militants.

Choisissez un quartier facile d'accès et fréquenté et optez de préférence pour un local de plain-pied, accessible à tous.

Avant de louer votre permanence, informez le propriétaire de la nature de votre activité.

Faites installer une ou plusieurs lignes téléphoniques permettant de communiquer par téléphone, Internet et répondeur. Dans votre choix, prenez en compte non seulement le coût des communications mais aussi la fiabilité du système.

Faites installer un ou plusieurs ordinateurs munis d'une imprimante.

Pour votre boîte aux lettres, vous pouvez opter pour une simple ouverture dans la porte. Cela limite les vols, le bourrage et les détériorations.

Humanisez votre permanence de façon à créer un endroit accueillant (plantes vertes, affiches, journaux et tracts, machine à café...).

Communiquez sur cette permanence et communiquez ses horaires d'ouverture.

Inaugurez-la en présence des militants, de la presse, voire d'une personnalité.

Assurez votre permanence.

C. L'équipe de campagne

Objectif : afin de vous libérer des préoccupations matérielles quotidiennes, vous avez intérêt à désigner un responsable de campagne. Vous pourrez ainsi mieux vous centrer sur votre rôle de candidat.

Le choix de votre responsable de campagne est déterminant. Il doit présenter plusieurs caractéristiques :

- disposer de votre confiance et connaître votre stratégie de campagne
- être un excellent organisateur (organisation de l'équipe de campagne)
- savoir vous conseiller, de façon lucide, franche et si nécessaire critique
- savoir vous seconder dans la gestion de vos colistiers
- être capable d'assurer la gestion quotidienne de votre campagne
- travailler en étroite relation avec le responsable financier de la campagne
- vous tenir informé sans pour autant vous surinformer
- connaître parfaitement l'équipe de campagne.

L'idéal est de pouvoir compter sur l'aide des militants couvrant tout le territoire de la commune afin de disposer d'une équipe dans chaque secteur. C'est à votre responsable de campagne de diriger cette équipe et de confier à chacun une ou plusieurs tâches précises : permanence, travail sur les listes électorales, tractage, affichage, organisation de réunions, sécurité...

Commencez avec un noyau de militants autour duquel viendront s'agréger d'autres personnes.

Et surtout : créez un esprit d'équipe et sachez déléguer car vous ne pouvez tout faire vous-même. Il faut donc savoir faire faire.

Vos militants constituent une richesse irremplaçable. Ils sont motivés, enthousiastes, dévoués.

L'essentiel repose sur la qualité des rapports humains que vous entretenez avec eux !

D. La distribution des documents

Vous avez plusieurs possibilités :

- Le courrier personnalisé : vous pouvez utiliser des enveloppes timbrées, ou affranchies avec une machine à affranchir. En cas d'envois en nombres, demandez des devis à La Poste, ainsi qu'à des sociétés de routage
- Les documents non personnalisés : la Poste peut distribuer des documents non personnalisés sous enveloppe dans les boîtes aux lettres
- Les courriels : cette solution a plusieurs avantages (coûts réduits, non-utilisation du papier, rapidité de distribution et possibilité de donner un lien direct avec votre site ou blog de campagne).