



Sur cette image générée par de l'intelligence artificielle, on peut facilement associer les manifestants fictifs à ceux de Renovate Switzerland, qui ont pour habitude de bloquer des routes en s'y collant. (PLR)

L'affiche du PLR et la question de l'IA en politique

ÉLECTIONS Avec une première pancarte générée par intelligence artificielle, le Parti libéral-radical fait réagir, et propulse sa campagne fédérale. Au-delà du buzz, la distinction entre illusion et réalité dans l'exercice démocratique interroge

BORIS BUSSLINGER, ZÜRICH
@BorisBusslinger

Cinq activistes face au trafic, assis par terre. La chose paraît entendue, il doit s'agir de Renovate Switzerland, groupe écologiste connu pour immobiliser des axes routiers pour alerter sur la crise climatique, et obtenir la rénovation du parc immobilier suisse. Sauf que pas du tout. Ce n'est pas Renovate: la photo n'existe pas, elle n'en est pas une puisqu'il s'agit d'une image générée par intelligence artificielle.

Distribué à large échelle depuis le début de la semaine, le visuel créé par le PLR en prévision des élections fédérales d'octobre 2023 s'appuie sur un contre-exemple pour avancer ses idées: «Innover plutôt que bloquer». La stratégie séduira ou non, toutefois c'est surtout le vecteur qui interroge: un cliché imaginaire fabriqué par un algorithme. En 2023, alors que distinguer le vrai du faux devient une discipline sportive, jusqu'où peut-on aller dans une campagne politique?

«C'est l'action qui est dénoncée»

«Il faut rester plausible, répond sans hésiter Floriane Wyss, responsable de la communication du PLR suisse. Il n'y a pas de limite figée, mais l'idée est de ne pas tromper et d'être transparent sur la source de l'image.» Le visuel du PLR mentionne effectivement son origine, même si l'indication n'apparaissait tout d'abord pas sur l'image francophone destinée au web – ce que le PLR a reconnu comme «une erreur». Alors s'agit-il de Renovate Switzerland? «Non. Passer par l'IA permet justement de ne pas pointer du doigt un individu ou une organisation en particulier. C'est l'action qui est dénoncée. Nous ne pensons induire personne en erreur par cet intermédiaire. D'autant que le logiciel de modification d'image Photoshop permet déjà de créer des images similaires.» Est-il cependant acceptable de sug-

gérer qu'un collectif bien reconnaissable bloque une ambulance, ce qui ne serait jamais arrivé en Suisse? En d'autres mots, peut-on, dans une campagne fédérale, s'appuyer sur une *fake news* visuelle pour glaner des votes? La réponse est oui. Directeur de la Fondation pour la loyauté dans la communication commerciale, dont la commission a récemment épinglé la FIFA pour publicité mensongère lors de la dernière Coupe du monde, Marc Schwenninger renvoie à la loi fédérale contre

«Il n'y a pas de limite figée, mais l'idée est de ne pas tromper et d'être transparent sur la source de l'image»

FLORIANE WYSS, RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION DU PLR SUISSE

la concurrence déloyale. «La communication commerciale est encadrée par des dispositions pénales strictes, précise ce dernier. L'absence d'inexactitude, de tromperie, de comparaison fallacieuse avec un concurrent. Toutefois ces dernières ne s'appliquent que dans le domaine mercantile, c'est-à-dire de la publicité. La communication politique n'est pas couverte par ces dispositions.» Aux questions du *Temps*, la Chancellerie fédérale répond: «Il n'existe aucune disposition légale spécifique concernant l'utilisation d'images dans les campagnes électorales.»

Au dernier jour de la session fédérale, le 16 juin dernier, le président des Vert-e-s suisses, Balthasar Glättli, a souhaité changer la situation. Dans une initiative parlementaire, le Zurichois propose – en s'appuyant justement sur les normes en vigueur dans la communication commerciale – la création «d'un organe qui pourra être appelé à juger des déclarations douteuses dans la publicité publique pendant les campagnes de votation». Cet organe, dont l'avènement est loin d'être garanti (dans son initiative, Balthasar Glättli rappelle lui-même qu'une proposition similaire avait déjà été faite en

1999 par Judith Stamm (PEV/LU) – sans succès), n'aurait pas de pouvoir juridique. Il prendrait cependant «position sur la plausibilité et la véracité» des campagnes, «afin de contribuer au débat sur le sujet».

Directeur d'Année politique suisse (projet d'analyse des évolutions au sein de la politique suisse) et professeur à l'Université de Berne, Marc Bühlmann analyse la proposition avec quelques décennies de recul: «En 1999, le débat était le même, dit-il. Peut-on mentir? Qu'est-ce que mentir? Et surtout, les citoyens ont-ils besoin d'être davantage encadrés pour démêler le vrai du faux? Les informations sont toujours interprétées depuis un certain point de vue. Si je suis Vert, l'action dépeinte sur l'affiche du PLR me réjouit mais je ne vais pas voter pour eux pour autant. Si je suis PLR, par contre, elle m'agace. Si l'IA décuple les moyens de créer du faux, le concept de désinformation est très ancien. Je peux me tromper, mais j'ai confiance dans la capacité des citoyens à former leur propre opinion critique.»

Un traité informel en amont des élections de 2023?

Vraisemblablement plus emprunté – et connaissant le délai de traitement d'un objet sous la coupole fédérale – Balthasar Glättli, lui, a pris les devants. Le président des Vert-e-s a contacté tous les chefs de parti afin de tenter de fixer un cadre aux prochaines législatives – notamment s'agissant de l'intelligence artificielle. Dans un mail envoyé à ses pairs dont *Le Temps* a pris connaissance, le Zurichois écrit ainsi (traduction de l'allemand) souhaiter «sonder de manière informelle les présidents de parti pour savoir s'ils seraient prêts à prendre un engagement volontaire relatif à l'intelligence artificielle».

La proposition du Vert est que les formations politiques ne se privent pas d'utiliser l'ordinateur afin de créer textes et images, mais qu'elles s'engagent «volontairement» à ne pas faire de «propagande négative» par son intermédiaire. Les résultats de cette table ronde ne sont pour le moment pas connus, toutefois une chose est sûre: en 2023, la politique suisse est entrée dans l'ère de l'IA. ■

Mustafa Atici se rêve en successeur d'Alain Berset

GOVERNEMENT A Berne depuis 2019, le conseiller national demeure peu connu, surtout en Suisse romande. Sa candidature souligne la faible représentation des citoyens issus de la migration en politique fédérale



MUSTAFA ATICI
CONSEILLER NATIONAL (PS/BS)

PHILIPPE BOEGLIN, BERNE
@BoeglinP

Il est le premier à se lancer. Mustafa Atici, conseiller national socialiste, souhaite succéder au ministre Alain Berset qui quittera le Conseil fédéral à la fin de l'année. Ayant affiché ses intentions dans le média local Prime News, l'élu de Bâle-Ville s'offre une plateforme de choix. Né en Turquie, il pourra diffuser son message principal: accroître la participation politique des personnes issues de la migration.

Encore peu connu, surtout en Suisse romande, Mustafa Atici a certes l'avantage de son origine cantonale: de plus en plus d'acteurs fédéraux appellent à redonner un siège ministériel à la métropole bâloise, exclue du gouvernement depuis des lustres. Mais il se dit lucide sur ses chances de succès réduites, en raison d'une expérience nationale et d'un rayonnement discrets. D'autres Bâlois, comme Beat Jans ou Eva Herzog, détiennent de bien meilleures cartes.

L'atout du Bâlois

«Il ne s'agit pas seulement de moi», souligne cependant Mustafa Atici. En effet, sa candidature permettra de raviver le débat autour de la représentation des Suisses d'origine étrangère dans les hautes fonctions politiques nationales. Les élus comme Mustafa Atici restent rares dans la Berne fédérale, en décalage avec la nombreuse population provenant de la migration, que l'Office fédéral de la statistique mesurait en 2021 à 39% des résidents permanents de 15 ans ou plus. Un écart qui s'explique en partie par l'octroi restrictif de la naturalisation. «C'est un scandale qu'un quart de la population suisse [la proportion d'étrangers, ndr] n'ait rien à dire politiquement», s'exclame Peter Hug, «père» de la section Migrant-es du PS, et collaborateur personnel de Mustafa Atici au parlement.

Agé de 53 ans, le Bâlois immigré de Turquie a gravi les échelons politiques. Entré au Grand Conseil de son demi-canton en 2004, il devient président du PS Migrant-es en 2013, puis vice-pré-

sident de la section de Bâle-Ville de 2013 à 2017, et accède au Conseil national en 2019. Ce relatif manque d'expérience sous la coupole fédérale couplé au fait qu'il n'a jamais siégé dans un exécutif n'en font pas un favori dans la course à la succession d'Alain Berset. Certains élus ajoutent à ce titre ses difficultés en français, malgré une volonté évidente de s'améliorer.

Certains parlent d'un homme «prêt à aller chercher des voix à droite si besoin est»

Né à l'est de la Turquie, le Bâlois y a accompli l'ensemble de sa scolarité, et n'a donc pas eu l'occasion d'apprendre la langue de Molière comme ses collègues allemandiques. Ce n'est qu'après avoir obtenu son diplôme à l'Université d'Ankara qu'il met le cap sur Bâle et son alma mater. Il y étudie les sciences économiques puis décroche une maîtrise à l'Institut de l'Europe. Rapidement, il se lance dans l'entrepreneuriat et la direction d'entreprise, actif dans la restauration, les services de traiteur, et aussi l'import-export. Pas de doute: Mustafa Atici présente un profil atypique, tant au sein de son parti que du monde politique fédéral.

Certains collègues parlent d'une personnalité investie dans les thématiques de la formation, active dans la mécanique politique, «prête à aller chercher des voix à droite si besoin est». Il prend «extrêmement au sérieux» son mandat à la Commission de la science, de l'éducation et de la culture – une commission moins cotée que d'autres. «Mustafa Atici n'est pas particulièrement influent au sein du groupe socialiste», rapporte un observateur. Le principal intéressé a l'air d'en être conscient. Mais, dans sa démarche, l'essentiel est ailleurs. ■

PUBLICITÉ

Marion Koch
Head
Private Clients
Swiss Life
Asset Managers

Pour offrir à nos clients la liberté de choix.

SwissLife