24 heures
09.01.2010 Seite 1 / 3
Auflage/ Seite 85813 / 5 9000
Ausgaben 300 / J. 7640675
EVD / PD / UVEK / EFD / EDI / EJPD

Les partis politiques se défient avant de monter sur le ring

ÉLECTIONS FÉDÉRALES

Dix-huit mois avant les élections, les clans politiques entrent en campagne. La lutte s'annonce âpre, d'abord pour définir les thèmes de bataille.

XAVIER ALONSO BERNE

Avant un combat de boxe, il y a toujours cet instant surréaliste où les champions, lors de la pesée, se provoquent, s'intimident. Manière de prendre un ascendant psychologique sur l'adversaire. Pure expression de violence et de peur mêlées. Sur le ring de la politique fédérale, on en est là: pesée et intimidation, à dix-huit mois des élections fédérales de 2011.

La pesée, ce sont les bilans de mi-législature, que les partis délivrent en ce moment. L'UDC peu avant la Saint-Sylvestre. Le PS lors de l'Epiphanie. Jeudi encore, le PLR communiquait avec une rare agressivité: contre la frénésie dépensière du PS et les incohérences irresponsables de l'UDC. Mais ce n'est qu'un début, prévient le vice-président de l'UDC, Yvan Perrin: «La campagne sera nettement plus dure qu'en 2007.» «Je ne vois pas d'apaisement», présage de son côté Ueli Leuenberger, président des Verts. Il rappelle que, en 2007, «l'UDC avait mis sur internet un jeu vidéo où l'on pouvait tirer sur des Verts et des immigrés à la frontière de la Suisse»...

L'UDC donne le ton. Yvan Perrin en est convaincu: «En 2011, la campagne sera à l'image du climat: il ne fera pas beau. Ni sur le plan de l'emploi ni sur celui de la sécurité. Nous saurons faire ce qu'il faut pour être à 30%.» A l'UDC, les thèmes «migration, sécurité» s'imposent d'eux-mêmes. Une rhétorique qui fait bondir Ueli Leuenberger. Pour lui, l'UDC ne résout aucun problème et se contente de polémiquer: «Notre enjeu sera d'expliquer à des chômeurs, à des gens qui vivent très mal la situation actuelle, qu'il faut cesser de voter pour ce parti qui démantèle l'Etat et l'aide sociale.» Les coups fusent, autant d'intimidations pour imposer ses propres thèmes. Chaque parti s'arrogeant la *vox populi*.

«Un discours de solutions, pas de problèmes»

Aussi, le président du PS, Christian Levrat, balaie le reproche que les socialistes n'écoutent plus la population, au contraire: «Il faut lire le baromètre des préoccupations du Credit Suisse: l'immigration ne figure pas parmi les cinq premiers. C'est la presse qui est déconnectée.» Selon les recettes du PS, ce n'est pas le nombre d'étrangers en Suisse qui pose problème, mais le nombre de places de travail, les contrôles, les sanctions et l'introduction de salaires minimums. «On veut tenir un discours de solutions, pas de problèmes», s'emporte Christian Levrat, qui voudrait que la campagne aborde «les vrais thèmes, pas ceux de l'UDC».

Entre UDC, Verts et PS, c'est déjà chaud. Aucun de ces partis n'entend laisser à l'autre le choix des armes et du terrain: celui des thèmes. Voilà qui contraste avec les partis du centre-droite, qui marquent leurs préférences, mais n'escamotent aucune question. «Les thèmes des autres sont aussi nos thèmes», assure le très flegmatique président du PLR, Fulvio Pelli. «Avec patience et intelligence, le PLR travaille dans une perspective plus longue. Une bonne politique d'intégration et d'immigration est un facteur de prospérité pour la Suisse. Tant mieux si on parle de la libre circulation des personnes.» Le PDC a aussi l'espoir de pouvoir suivre son propre calendrier et de développer ses idées. «Dans le contexte économique difficile – mais pas catastrophique –, cela va jouer évidemment musclé, annonce Christophe Darbellay. L'intégration des étrangers et la sécurité ne sont pas à négliger. Les gens attendent des solutions, et l'UDC n'en a pas.»

A n'en pas douter, les boxeurs sont prêts. Dans les faits, la campagne des élections fédérales n'a jamais cessé depuis 2007. On assiste simplement à une densification de la communication; la pression monte. La locomotive surpuissante de l'UDC, tout le monde l'a vue passer... Donné pour politiquement mort il y a encore douze mois, Christoph Blocher est à nouveau omniprésent. Son parti, remis sur les rails par le vote antiminarets, s'autocongratule de son bilan et le dit en pleines pages de publicité dans la presse.

L'argent en filigrane

Ainsi se dessine une belle unanimité contre l'UDC et, surtout, contre ses moyens financiers «illimités», rappelle Christophe Darbellay: «J'aurais besoin de 5 millions de francs pour faire une bonne campagne. L'UDC disposera de 15 à 20 millions au bas mot!»

L'argent est aussi l'inquiétude la plus ouvertement exprimée par les Verts et le PS, qui craignent une campagne faussée par la disproportion des moyens financiers à disposition du parti de Christoph Blocher. Christian Levrat: «En 2007, l'UDC seule avait dépensé davantage que tous les autres partis réunis. Nous avions demandé la transparence et la limitation des montants investis dans les campagnes. Le PLR et le PDC s'y sont refusés. Ils portent une lourde responsabilité dans ce qui pourrait se passer.»

Yvan Perrin esquive et préfère parler de l'engagement sans faille des membres de l'UDC. «Ce n'est un secret pour personne que nous comptons des gens aisés dans nos rangs. A titre personnel, il leur arrive de soutenir des actions du parti.» La cloche vient de sonner. Le combat peut commencer. ■

© 24 heures, Lausanne ZMS/PMA Medienbeobachtung AG - www.zmspma.ch

24 heures
09.01.2010
Seite 2 / 3
Auflage/ Seite 85813 / 5 9000
Ausgaben 300 / J. 7640675
EVD / PD / UVEK / EFD / EDI / EJPD

» Des têtes, des idées fortes, des résultats acquis et des instruments à disposition...

VERTS

THÈMES DE CAMPAGNE

«Climat et solidarité sociale»: les Verts ne changent pas un programme qui les fait gagner. Ils aimeraient que la Suisse se fixe des objectifs ambitieux de réduction du CO_2 en vue du Sommet de Mexico, l'année prochaine.

INSTRUMENTS

Initiative et referendum! Les Verts menacent d'être sur tous les fronts dès qu'un sujet les fâche. Sans le sou, le parti s'appuie sur un électorat jeune, instruit et motivé qui usera du Net comme du piquet militant sur les marchés!

PERSONNALITES

Elle en manque au niveau national. La jeune génération pragmatique (Les Girod ou Hodgers, prêts à tourner le dos au PS, au besoin) commence à remettre en cause les éléphants du parti (dont **Ueli Leuenberger,** très marqué à gauche). Les tensions sont vives!

KEYSTONE

RESULTAT EN 2007

9,8%
(8% en 2003).

PS

THÈMES DE CAMPAGNE

«Travail, justice sociale, santé». Le PS revient à ses fondamentaux à connotation syndicaliste. Les questions identitaires et migratoires ne sont pas des priorités.

INSTRUMENTS

Le PS combat la baisse des rentes du 2e pilier et la révision de la loi sur l'assurance chômage. Il lancera des initiatives populaires sur La Poste, sur la promotion des énergies renouvelables, sur le salaire minimum et sur la création d'une caisse maladie unique.

PERSONNALITES

Les deux ministres PS s'en iront vraisemblablement après leur année présidentielle (Leuenberger en 2011, Calmy-Rey en 2012). Pour le coup, les futurs papables romands vont beaucoup se montrer: Alain Berset, Jean Studer, **Pierre-Yves Maillard,** voire Christian Levrat.

OLIVIER ALLENSPACH

RÉSULTAT EN 2007

19,5%
(23,3% en 2003).

PDC

THEMES DE CAMPAGNE

«La famille, le plein-emploi, la sécurité sociale et le développement durable». Le contrat électoral de 2007 sera renouvelé quasi tel quel. Touche à tout, le PDC ne négligera pas l'intégration et la sécurité.

INSTRUMENTS

Le PDC songe à lancer aussi une initiative populaire, sans doute en rapport avec la famille ou la santé. Surtout, il attend énormément de l'année présidentielle 2010 de sa ministre Doris Leuthard, capitale pour le PDC.

PERSONNALITES

Evidemment, **Doris Leuthard**. Derrière l'omniprésent Christophe Darbellay et le toujours solide Urs Schwaller. Le parti est dans une phase de renouvellement et de construction de personnalités.

KEYSTONE / PETER SCHNEIDER

RÉSULTAT EN 2007

14,5%
(14,4% en 2003).

© 24 heures, Lausanne
ZMS/PMA Medienbeobachtung AG - www.zmspma.ch

PLR

THÈMES DE CAMPAGNE

Lancé en avril 2008 déjà, «emploi, assurances sociales saines, Etat efficace». Le PLR met beaucoup d'énergie à expliquer ses actions, sans oublier celles du gouvernement, puisqu'il se pose en leader de la majorité bourgeoise du Conseil fédéral.

INSTRUMENTS

Depuis sa campagne illisible de 2007, le PLR a musclé sa communication. Abandon des particularismes locaux et harmonisation des logos cantonaux vont dans ce sens. Le parti national songe à lancer une initiative populaire autour du financement de l'AVS. Il met également en ligne son baromètre de la dette.

PERSONNALITÉS

Le point faible du PLR actuellement au Conseil fédéral! En Suisse romande, il avance **Isabelle Moret** et Christian Luscher.

LAURENT CROTTET

RÉSULTAT EN 2007 17,7%

(si on additionne les 15,8% des radicaux et les 1,9% des Libéraux).
(19,5%: PRD + Libéraux en 2003).

UDC

THÈMES DE CAMPAGNE

«Baisse des impôts pour tous, non-adhésion à l'Union européenne et expulsion des étrangers criminels». Ses trois thèmes de 2007 sont reconduits en 2011.

INSTRUMENTS

L'initiative sur le renvoi des étrangers criminels sera le thème phare du parti. Elle en prépare deux autres: déductions fiscales aux familles qui gardent leurs enfants à la maison et élection du Conseil fédéral par le peuple. Instrument inattendu: le téléphone, soit une hotline.

PERSONNALITES

Derrière **Christoph Blocher,** le parti manque de personnalités fortes. L'UDC romande a été priée de revoir ses prétentions. Le parti rêve toujours d'un deuxième siège au Conseil fédéral, qu'il attaquera avec un Alémanique.

LAURENT CROTTET

RESULTAT EN 2007 28,9%

(26,7% en 2003).

© 24 heures, Lausanne