LALIBERTÉ JEUDI 14 SEPTEMBRE 2023

### Reprise de l'aide à l'aéroport

Handicap >> Flughafen Zürich reprendra sous son aile dès 2025 les services d'assistance aux passagers à mobilité réduite, assurés pour l'heure par la société Goldair AAS Assistance. A l'échéance du contrat de cinq ans signé avec cette dernière à fin 2024, l'exploitant zurichois d'aéroports embauchera les 120 salariés de Goldair ASS Assistance actifs à Kloten.

A l'heure actuelle, Flughafen Zürich n'est actif dans ce domaine qu'avec ses propres collaborateurs aux points d'accueil destinés aux passagers à mobilité réduite, précise mercredi l'exploitant aéroportuaire. En reprenant à son compte cette activité, il entend améliorer la collaboration avec ses autres services.

Cette année, Flughafen Zürich attend pas moins de 250 000 personnes à la mobilité réduite en raison de leur âge ou d'un handicap à l'aéroport de Zurich. » ATS

#### CIRCULATION

VÉHICULES EN HAUSSE
En août, 27984 nouveaux véhicules ont été mis en circulation en Suisse. D'après l'Office fédéral de la statistique, le nombre de nouvelles mises en circulation toutes catégories confondues a progressé de 17% par rapport au même mois l'an dernier. Sur la même période, le nombre d'immatriculation de voitures de tourisme a augmenté de 16% à 18913. ATS

## Les menaces seront sans suite

Russie » Aucune plainte pénale valable n'a été déposée par l'ambassadeur russe.

En mai 2022, un homme domicilié dans le canton de Zurich a envoyé le message suivant à l'ambassade de Russie: «Seul un Russe mort est un bon Russe – cela vaut aussi pour l'ambassadeur».

Le 25 mai 2022, l'ambassade a transmis le courriel au Dépar-

tement fédéral des affaires étrangères, le présentant comme des menaces de mort contre l'ambassadeur. Le Ministère public de la Confédération (MPC), a alors condamné l'auteur par ordonnance pénale: une peine pécuniaire avec sursis de 40 joursamende et une amende de 200 francs, pour menaces.

L'intéressé a fait opposition et a assuré qu'il n'avait voulu menacer ou tuer personne, reconnaissant avoir fait «une bêtise». En octobre, le MPC a décidé de classer la procédure pénale.

L'ambassade et le diplomate ont alors déposé une plainte, non signée. Le Tribunal pénal fédéral a alors exigé le dépôt d'un acte de plainte signé. Ce qui a été fait. Mais le MPC aurait aussi dû exiger une signature a posteriori. Sans signature, une plainte pénale n'est pas valable, selon les juges. » ATS

L'Union démocratique du centre reste le 1er parti du pays. Plusieurs facteurs expliquent ce succès

# La formule magique de l'UDC



**«** BAYRON SCHWYN

«Aujourd'hui, la devise doit être Switzerland first!» Inspirés de Donald Trump, ces mots du conseiller national zurichois Thomas Matter devant l'assemblée des délégués ont lancé la campagne de l'UDC le 1er juillet dernier à Küssnacht (SZ). Cette rhétorique apparaît comme l'un des moteurs du succès électoral du parti souverainiste, parvenu depuis vingt ans à se hisser et à se maintenir au rang de première force politique du pays, avec une très confortable avance sur ses rivaux (lire ci-après).

Le tournant a lieu dans les années 1990. Entre 1991 et 2007, le parti a quasiment triplé sa base électorale, passant de 11,9% à 28,9% au Conseil national.

Damir Skenderovic, professeur d'histoire contemporaine à l'Université de Fribourg, pointe trois axes de changement, menés par Christoph Blocher et son cercle rapproché, qui ont conduit à un succès pérenne: l'organisation, la ligne politique et la communication.

#### «Formule gagnante»

D'abord, la taille. Le leader zurichois aujourd'hui âgé de 82 ans fait d'une petite formation implantée dans certains cantons un parti national, présent partout et capable de mobiliser largement.

Ensuite, l'évolution idéologique. Le tribun, explique le spécialiste des populismes de droite, est parvenu à imprimer une ligne axée sur des thèmes nouveaux. «Jusqu'au lancement de sa première initiative fédérale en 1992, l'asile ne jouait pas un rôle important dans l'agenda politique de l'UDC. Elle a repris ce thème aux partis de la droite populiste des années 1960-1970, dont James Schwarzenbach était l'un des leaders.»

«Depuis, elle utilise la formule gagnante du populisme de droite, qui mêle d'un côté asile, xénophobie et nationalisme et de l'autre ultralibéralisme, lutte contre l'Etat social et les dépenses publiques. Une stratégie qui lui a permis d'élargir son électorat auprès des working class mais aussi de la classe moyenne supérieure.»

«Si l'UDC parvient à rester en tête, c'est surtout parce qu'elle s'empare de thèmes importants comme la migration et les relations avec l'Europe et qu'elle formule des alternatives à tous les autres partis», estime pour sa part Michael Surber, consultant senior auprès de l'agence de communication zurichoise Kommunikationsplan.

Dernier élément, un investissement massif dans la communication. «L'UDC a été le premier parti de Suisse à se doter d'un site web professionnel et à collaborer étroitement avec une agence de publicité qui a



Le conseiller fédéral UDC Albert Rösti était en visite à Swissminiatur à Melide le 1er août dernier. Keystone

travaillé sur son langage, ses visuels. On se souvient des affiches avec les moutons en 2007, qui ont fait le tour de l'Europe», illustre Damir Skenderovic.

«L'utilisation d'un langage direct est certainement l'une des raisons du succès du parti. L'UDC met en avant son opposition à l'élite politique et académique; une position qui peut être attractive aux yeux de la population», complète Michael Surber.

Autre-conséquente-force: ses moyens financiers, reprend Damir Skenderovic. Alors que le parti évoque quelque 4,5 millions de francs pour sa campagne au niveau national cette année-deux à trois fois plus que ses principaux rivaux –, «les analyses montrent que l'UDC dépensait déjà bien plus que les autres grands partis dès les années 1990».

#### Légitimé par les autres

Pour le professeur d'histoire contemporaine, le succès de l'UDC tient aussi à sa légitimation par les autres partis.

«Il n'y a pas eu vraiment de débat en Suisse sur son intégration dans les municipalités ou les gouvernements. Cette situation particulière est liée au mythe de la concordance, où il est d'usage d'intégrer les quatre grands partis au sein du Conseil fédéral afin d'éviter une obstruction permanente des décisions par la démocratie directe. Ailleurs en Europe, les partis de droite populiste ont été longtemps exclus et délégitimés, avec la mise en place de ce qu'on a appelé un cordon sanitaire.»

On peut dès lors, selon Damir Skenderovic, «se poser la question du rôle des autres partis, y compris le PS, dans son avènement. Le seul moment de révolte a été l'éviction de Christoph Blocher du Conseil fédéral en 2007, mais c'était davantage lié au personnage qu'aux idées.»

«Aujourd'hui, la rhétorique de l'UDC ne provoque plus de réaction forte. Le parti n'a pas changé ses méthodes depuis les années 1990, mais son style s'est normalisé.» A tel point que les thématiques chères au parti ont fini par infuser au sein des autres formations politiques. »

#### **UN PARTI EN MODE RECONQUÊTE**

En 2019, l'UDC avait essuyé une perte de douze sièges (-3,8%) au Conseil national, où elle dispose aujourd'hui de 53 sièges (25,6% des voix, loin devant les 16,8% du PS et les 15,1% du PLR).

Rappelons que la force du parti agrarien est bien moindre au Conseil des Etats, avec six sièges (13%) sur les 46 de la Chambre haute, soit un de plus qu'en 2015.

C'est le seul parti gouvernemental à avoir engrangé des gains lors des élections cantonales durant cette dernière législature, avec dix sièges supplémentaires (pour un total de 554).

Le dernier baromètre électoral de la SSR, publié la semaine dernière, confirme la tendance, avec une progression de deux points pour atteindre 27,6%. Pas suffisant toute-

fois, semble-t-il, pour retrouver le score record de 2015 (29.4%).

Hausse des demandes d'asile et guerre en Ukraine lui permettent de retrouver ses chevaux de bataille traditionnels que sont l'immigration et la neutralité. Le lancement de l'initiative fédérale contre une Suisse à 10 millions d'habitants a ainsi été opportunément avancé avant l'échéance des fédérales.

Sur le front du pouvoir d'achat, l'UDC mise notamment sur son initiative fédérale «200 francs, ça suffit», qui vise à réduire la facture de redevance radio et télévision de 135 francs par année. Le parti espère aussi pouvoir compter sur un électorat plus contestataire, qu'il s'est notamment attaché à séduire dans la crise du Covid-19. BS

#### **FORCE DES PARTIS AU CONSEIL NATIONAL**

