

Météo page 23

Aujourd'hui



11°  
Matinée  
8 h



16°  
Après-midi  
à 16 h

# Le Matin

Le quotidien romand



**PERCE-OREILLES**  
Un arboriculteur  
libourgeois  
s'élève!  
page 8



Charles Ellena

**Adolescente tabassée**  
à Genève: son père  
nie en bloc  
pages 4-5

**Elton John**  
«Shania Twain m'a  
convaincu de venir  
à Vevey»  
pages 32-33

Photos: Sabine Papilloud/Keystone/Peter Schneider



**MARC VUILLEUMIER,**  
municipal de la Police de Lausanne

# Il ne veut pas de Blocher au Comptoir!

Le politicien popiste invite le conseiller fédéral à se faire remplacer

pages 2-3



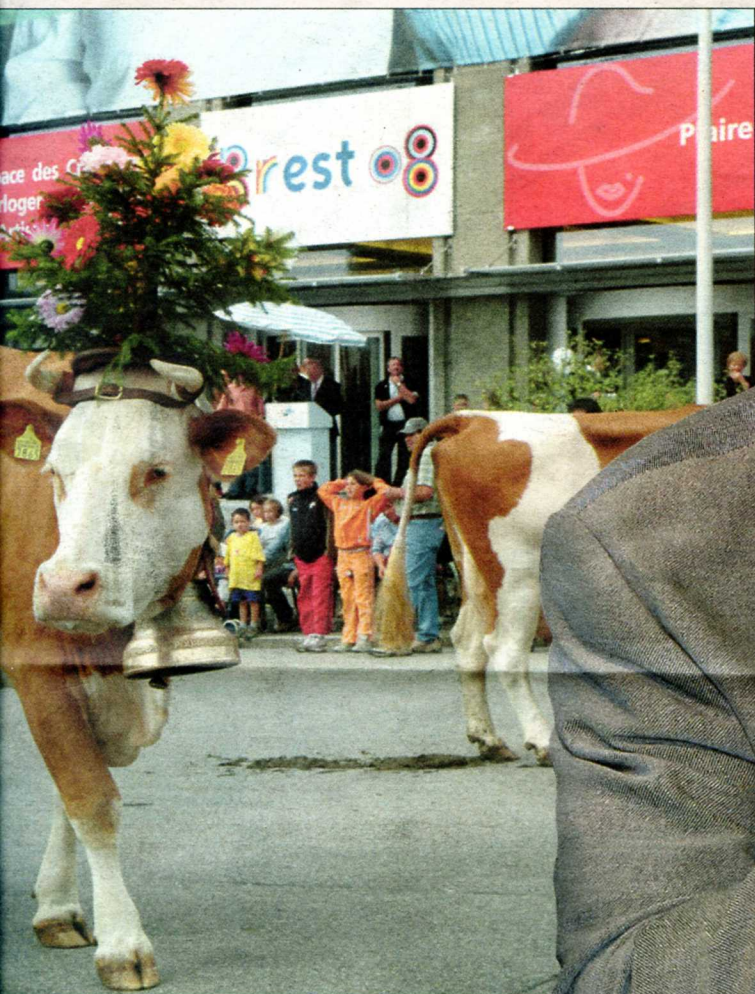
3 6

0107B 02

01881

ur l'analyste Louis Perron, l'UDC mobilise ses électeurs en jouant sur la crainte de perdre. Si, l'argument du complot pour évincer Christoph Blocher du Conseil fédéral est une «blague»...

# sens de M. Blocher»



**Le municipal lausannois Marc Vuilleumier craint que la visite de Christoph Blocher au Comptoir ne soit émaillée d'incidents. Le popiste affirme, en tout cas, qu'il n'ira pas écouter le discours du conseiller fédéral!** Sabine Papilloud



## Pourquoi tout tourne autour de Christoph Blocher?

La campagne électorale est focalisée sur Christoph Blocher. Pourquoi? Nous posons la question à **Louis Perron**, le jeune conseiller politique le plus en vue en ce moment. Les partis s'arrachent en effet ce spécialiste des campagnes électorales de 31 ans, formé à Genève, Zurich et Washington. C'est à lui que les radicaux zurichois doivent leur victoire au Conseil d'Etat. Aujourd'hui, c'est le Parti socialiste genevois qui le sollicite pour remporter les fédérales.

■ **Louis Perron, comment expliquer que tout tourne autour de Christoph Blocher en ce moment?**

Il est le plus grand atout de l'UDC. Il y a quatre ans, ce parti avait le vent en poupe. Celles et ceux qui en avaient marre et voulaient taper du poing sur la table se tournaient vers l'UDC. Quatre ans plus tard, ils ont acquis leur deuxième siège au Conseil fédéral, c'est donc plus difficile: le vent du ras-le-bol est retombé. Alors l'UDC tente de recréer cette énergie en utilisant un marketing politique efficace et beaucoup d'argent.

■ **C'est quoi leur «marketing politique»?**

C'est par exemple ce «plan secret pour évincer Christoph Blocher du Conseil fédéral» que l'on découvre sous forme

de pub dans les journaux. C'est évidemment une blague! Tout le monde sait qu'il n'y a aucun plan secret et que Blocher sera réélu. Mais une des choses les plus mobilisatrices pour chaque parti, c'est la crainte de perdre. L'UDC utilise cela pour mobiliser ses électeurs.

■ **Est-ce que l'omniprésence de l'UDC signifie que les autres partis font une mauvaise campagne?**

Non. Voyez Micheline Calmy-Rey, qui a réussi un coup médiatique formidable le 1er Août au Grütli. On parle aussi beaucoup de la politique du climat durant cette campagne.

■ **Finalement, est-ce que ce**

**ne sont pas les partis qui ont des personnalités fortes ou charismatiques qui l'emportent aujourd'hui?**

Je ne crois pas que ce soit les «personnes» contre le «contenu». Chaque parti fait selon ses atouts. Pour l'UDC, c'est évident, c'est Blocher. De même qu'une voix au PS, c'est une voix à Micheline Calmy-Rey. Au PDC aussi, on profite de Doris Leuthard, qui tire le parti. Mais chez les Verts, en revanche, c'est le contenu. Ils profitent, à la limite, de la météo, mais pas d'une personne en particulier! Chez les radicaux, c'est plus difficile, ni leurs deux conseillers fédéraux ni leur président ne sont un avantage. ■ Nathalie Ducommun