

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 30 (1993)
Heft: 1150

Artikel: UDC zurichoise : "Abominable"
Autor: Gavillet, André / Pochon, Charles-F.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1011825>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 29.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Abominable»

(ag) Otto Stich, soutenu par le Conseil fédéral, a su très fermement montrer à Christoph Blocher et à l'UDC zurichoise les limites à ne pas franchir. L'annonce représentant un voyou dont on voit l'ombre et le bras levé menaçant de son couteau une frêle jeune femme et imputant le crime qui va se commettre à la gauche et aux «gentils» autorisait, sans rapprochement facile, une comparaison avec les méthodes nazies. «Abominable» a estimé Otto Stich.

Christoph Blocher, lui, a simplement regretté

que le crime du Zollikerberg, où une jeune femme fut assassinée par un détenu au bénéfice d'un congé, ait pu faire croire à une exploitation de l'émotion soulevée par cette agression.

Otto Stich a donc décliné l'invitation à participer à la grande fête de l'UDC zurichoise à l'Albisguetli. Mais pourquoi, année après année, le Conseil fédéral se faisait-il représenter à cette réunion de parti ? Et l'UDC vaudoise qui avait annoncé son intention de désavouer tout dépassement, par Zurich, des limites de l'acceptable, s'est jusqu'ici tue. ■

Le guide du parfait candidat UDC

ÉLECTION FICTION

Le cinéaste Bernhard Giger tourne une série télévisée en six épisodes pour diffusion peu avant les élections fédérales de 1995. Il s'agit de l'histoire fictive d'une candidate bourgeoise au Conseil fédéral.

(cfp) Si la campagne de l'UDC zurichoise est détestable, elle se situe bien dans la ligne de cette section cantonale, qui n'a guère changé depuis sa fondation, à la veille de la grève générale de 1918.

Au printemps 1982, un manuel intitulé *La campagne électorale de A jusqu'à Z*, préparé par le secrétaire du parti suisse et un spécialiste en relations publiques avait dû être mis au pilon à cause des critiques qu'il avait suscitées. L'*Hebdo* du 26 février 1982 cite quelques extraits de ce document que nous reproduisons.

Démentir. *L'attaque de l'adversaire est-elle de nature grave, il convient alors d'en nier les causes, contre l'évidence s'il le faut, ou alors de répliquer sur-le-champ et en toute brièveté.*

Se défendre. *Les attaques adverses, lorsqu'elles sont sérieuses, doivent être esquivées en essayant*

de les récupérer — par interprétation — dans son propre programme. S'il n'est pas possible de le faire, il convient alors de mettre en doute la portée de l'attaque, voire de refuser au contradicteur toute légitimité à intervenir; on y parvient le plus efficacement en montant en épingle ses intérêts personnels.

L'anonymat. *L'action politique exclut en principe l'anonymat. Elle exige la publicité, une signature. Il est pourtant des circonstances dans lesquelles un message ou une mesure anonyme peuvent rendre service. Par exemple: la distribution de tracts anonymes, qui font peser des soupçons sur quelqu'un, l'envoi aux journaux de lettre de lecteurs anonymes (elles ne sont acceptées qu'à titre exceptionnel).*

La part du pouvoir. *L'attrait magique du politicien et de son parti se fonde sur la part présumée du pouvoir qu'ils exercent. Il est important, dès lors, de laisser percer cette part du pouvoir aux yeux des électeurs. Il suffit d'une conversation parsemée d'allusions à des événements politiques en cours, à des amis influents. Il faut justifier le manque de disponibilité par des affaires urgentes qui attendent «à Berne».*

Contribuable. *Les sujets fiscaux sont vitaux lors d'une campagne, car ils touchent l'électeur à son point sensible: le porte-monnaie. Promettez de vous engager pour des impôts moins élevés ou — c'est une variante — pour l'abaissement des impôts directs et une extension des impôts indirects. Des électeurs ne voteront jamais pour un candidat qui donne l'impression de dilapider leur argent.*

Tolérance. *La tolérance est de mise, à première vue, dans une campagne électorale. Il convient cependant d'en user avec nuance, selon les règles suivantes: 1. La tolérance la plus grande à l'égard de son propre parti. 2. Une tolérance moindre envers les partis concurrents. 3. Une tolérance marquée à l'égard des alliés. 4. Pas la moindre tolérance à l'égard des groupuscules isolés (se mettre en évidence à leurs dépens). 5. Grande tolérance à l'égard des médias (on en dépend). ■*

...

dre à un prix incitatif les surplus des autoproducteurs en sont un signe.

Aujourd'hui les électriciens sont confrontés à une stagnation, voire même à une baisse de la demande, alors même qu'ils disposent d'un excédent de production. Et ce surplus, ils sont contraints de le brader sur le marché international à des prix inférieurs au prix de revient. A ce jeu, NOK, la principale entreprise d'électricité du pays, a perdu 64 millions de francs en 1992, le Service de l'électricité de la ville de Zurich, 34 millions. Ces prochains temps, il n'est pas exclu de voir les producteurs-distributeurs helvétiques se défaire d'une partie de leurs droits d'approvisionnement auprès d'Electricité de France. Mais à quel prix ? Et à quels tarifs pour les consommateurs ? ■