

# LE PREMIER EN CAMPAGNE

**ÉLECTIONS** Jean-Paul Salamin, candidat valaisan PDC au Conseil national, commence à se faire connaître cinq mois avant les autres. En placardant son portrait géant dans tout le canton.

Durant une semaine, on n'a vu que Jean-Paul Salamin dans tout le Valais romand. Cet avocat sierrois, membre du PDC, vise le Conseil national. Cinq mois avant la votation, il a placardé son visage sur plus d'une cinquantaine de panneaux géants loués à la SGA. Une stratégie légale mais très inhabituelle en Valais, qui a pour but de positionner Jean-Paul Salamin en dehors de ses terres. «Sur la liste des candidats PDC, je suis aux côtés de Christophe Darbellay ou de Paul-André Roux, des gens plus que connus des électeurs. Moi, plus je m'éloigne de Sierre, moins on me connaît», détaille le candidat PDC.

**«MOI, PLUS JE M'ÉLOIGNE DE SIERRE, MOINS ON ME CONNAÎT»**

Jean-Paul Salamin, candidat valaisan PDC au Conseil national

Décidé à sortir de son rôle de porteur d'eau, Jean-Paul Salamin a misé sur ce coup pour se distinguer. Il ne cache d'ailleurs pas s'être inspiré de la PDC zurichoise Barbara Schmid Federer qui, en 2007, avait misé avec succès sur une stratégie identique.

**PAS LE PLUS CHER**

Cette initiative agace ou amuse certains de ses adversaires politiques. «C'est une stratégie nouvelle, dit Jean-René Germainier, conseiller national PLR, je ne sais pas quel résultat elle peut apporter.» «On savait que la campagne 2011 serait celle de l'argent, enchaîne le conseiller national socialiste Stéphane Rossini. Mais on voit que certains au PDC ont le porte-monnaie bien garni.» Oskar Freysinger, conseiller national UDC, a une analyse plus acide. «Placarder sa bobine ainsi, sans message politique, je trouve



**COMMUNICATION** Jean-Paul Salamin mise sur ce coup d'éclat pour se distinguer de ses adversaires.

ça complètement contre-productif. Je suis abasourdi de voir qu'il dépense autant de fric.» Sans langue de bois, Jean-Paul Salamin joue finance sur table. Sa première campagne éclair lui a coûté dans les 18 000 francs. Il y en aura une seconde vers fin août. «Si je fais le décompte de tous mes frais, cette campagne au Conseil national va me revenir à 60 000 francs. Et je ne suis pas parmi les plus chers.»

Le réputé Christophe Darbellay ne dégomme évidemment pas son colistier PDC. «Avec cette campagne, on enregistre sa tête, on a envie de le rencontrer, c'est une façon de se faire connaître. Evidemment, il faut tenir la distance.» Jean-Paul Salamin jure qu'il n'illustrera pas à sa façon la fable du lièvre et de la tortue. «On va m'attendre au coin du bois et penser que je vais m'essouffler. A présent, c'est la campagne de

proximité qui commence.» Les Valaisans doivent s'attendre à rencontrer Jean-Paul Salamin en vrai dans les combats de reines, les soirées économiques et festivals de fanfare. Et si malgré tout la gamelle est au rendez-vous en octobre? «C'est vrai que je peux être massacré et tracé à mort. Celui qui se présente avec uniquement la garantie d'être élu n'a pas compris ce qu'est la vie politique.» ■ **Joël Cerutti**

# APPRENDRE À REFUSER L'ALCOOL AUX JEUNES



Les serveurs doivent savoir mieux résister à la pression des mineurs.

**FORMATION** Berne propose des cours pour le personnel de vente et de service.

Malgré divers efforts, l'interdiction de remettre de l'alcool aux jeunes de moins de 16 ou 18 ans n'est souvent pas respectée. En effet, un mineur qui souhaite acheter de l'alcool y parvient facilement une fois sur deux. Il s'agit donc d'améliorer la formation et la perfectionnement du personnel de vente et de service. Pour atta-

quer le mal à la racine, le Programme National Alcool (PNA) 2008-2012 met un accent particulier sur la pédagogie, a indiqué hier la Régie fédérale des alcools. **OUTILS RÉALISTES** Disponibles en allemand, en français et en italien, de nouveaux cours sous

forme de modules montrent de manière simple mais concrète comment les professionnels doivent se comporter lorsque des mineurs tentent de se procurer des boissons alcooliques. La faitière de l'hôtellerie-restauration Gastrosuisse s'est félicitée du lancement des quatre modules de formation et de sa collaboration avec la RFA. L'organisation ajoute qu'elle propose déjà un cours depuis plusieurs années, suivi jusqu'ici par un millier de personnes. ■ **ap-ats**

**TRAVAILLEURS**

**RICHES**

**SERVIALES**



# LES SUISSSES? DES CLICHÉS!

**ÉTUDE** Selon l'OCDE, le Suisse est riche, travailleur, serviable: un vrai stéréotype ambulant.

Le Suisse? Un être riche, serviable et travailleur. Qui a confiance en son pays. Le Français? Il aime dormir. Et passer des lustres à table à déguster bons plats et bons vins. L'Américain, lui, avale vite son hamburger et fuit sa cuisine. Quant au Belge, c'est un fainéant. Qu'est-ce? Un ignoble alignement d'idées reçues? Peut-être. Mais ce sont surtout les très sérieux résultats publiés mardi par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Dans son *Panorama de la société 2011*, l'organisation détaille et compare des données d'une quarantaine de pays: santé, éducation, niveau de vie, etc.

**PIÈTRE CITOYEN**

Au final, de nombreux résultats se confondent avec les clichés les plus éculés. Le Suisse est donc prospère: 24 000 francs de revenu disponible par ménage par an. Il bosse: le pays ayant un des taux de chômage les plus bas: 4,2% des 15-64 ans. Il vit longtemps: 82,7 ans. Mais l'Helvète est un piètre citoyen qui rechigne à se rendre aux urnes et est peu tolérant envers les minorités (19e du classement). Voilà pour les chiffres. Dommage, il manque des résultats sur la politesse, la discrétion et la pro-

preté et la caricature serait complète... Notons d'ailleurs que certaines des données les plus intéressantes – temps passé à table, à dormir, ou consacré au bénévolat, par exemple – manquent pour la Suisse (voir encadré). Mais que penser de cet amas de résultats? Les peuples sont-ils condamnés à

coller à leur cliché? Notons d'abord que des indicateurs, scientifiques, ne prêtent pas à la discussion. Si le Suisse est perçu comme riche, c'est qu'il l'est, en moyenne et en comparaison internationale. «Et si cette prospérité existe, c'est aussi parce que le qualificatif de «travailleur» lié aux Suisses n'est pas ab-

surde», note le professeur de sociologie genevois Uli Windisch, qui a étudié les clichés helvétiques. Il explique que les stéréotypes positifs comme négatifs qui collent aux basques de chaque peuple se sont forgés au cours de l'histoire. «Certains reposent sur une réalité, d'autres moins. Ensuite, ils durent et ont souvent du retard sur la réalité. Et sans aller jusqu'au «y en a point comme nous», on peut se réjouir des aspects positifs.» Pour lui, les stéréotypes sont même utiles. «Ces représentations collectives nous construisent: on se définit par opposition et en comparaison aux autres.»

**«LES STÉRÉOTYPES DURENT ET ONT SOUVENT DU RETARD SUR LA RÉALITÉ»**

Uli Windisch, sociologue  
Bref, ces clichés qui nous différencient de l'«autre» nous soudent. «Mais il faut surtout en jouer, note Uli Windisch. Car on sait tous que ce sont des généralités diffuses. D'ailleurs les stéréotypes servent souvent de point de départ à une rencontre: on demande, amusé, à l'autre s'il correspond au cliché qu'on lui attribue.» ■ **Renaud Michiels**

**HIT-PARADES MONDIAUX**

**Les plus confiants**

<b>Danemark</b>	<b>Norvège</b>	<b>Finlande</b>
<b>89%</b>	<b>88%</b>	<b>86%</b>

Ce pourcentage montre la part de population qui dit avoir confiance en son prochain. Bien classé, le Suisse est 6e. A l'inverse, le Turc (25%) et le Grec (13%) seraient très méfiants.

**Les pires cuistots**

<b>Etats-Unis</b>	<b>Pays-Bas</b>	<b>Norvège</b>
<b>30 min</b>	<b>46 min</b>	<b>46 min</b>

Avec 30 minutes quotidiennes pour cuisiner, vaisselle comprise, les Américains restent les rois du fast-food. Turcs et Indiens consacrent 1 h 15' à mitonner. Il n'y a pas de chiffre pour la Suisse.

**Les plus fainéants**

<b>Belgique</b>	<b>Danemark</b>	<b>Allemagne</b>
<b>7 h 07</b>	<b>7 h 21</b>	<b>7 h 25</b>

Il s'agit ici du temps de travail quotidien, comprenant les tâches domestiques comme pouter ou cuisiner. Champion du monde, le Mexicain dit bosser 10 heures par jour. Ces données n'existent pas pour les Suisses.

**Les plus altruistes**

<b>Etats-Unis</b>	<b>Irlande</b>	<b>Australie</b>
<b>60%</b>	<b>60%</b>	<b>59%</b>

Avec 55%, les Suisses se classent 6es. Les moins serviables seraient les Turcs (21%) et les Grecs (13%). Il s'agit de la part de population qui œuvre dans le bénévolat, fait des dons ou aide des inconnus dans le besoin.