

Zeitschrift: Les intérêts du Jura : bulletin de l'Association pour la défense des intérêts du Jura

Herausgeber: Association pour la défense des intérêts du Jura

Band: 15 (1944)

Heft: 10

Artikel: Nos industries d'exportation et la "semaine Suisse"

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-825515>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.01.2025

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

Ce point de vue si important à notre époque sauva les usines métallurgiques et le seul haut-fourneau de Choindez.

Notre sol jurassien fournit encore des trésors à d'autres industries, notamment aux tuileries, aux fabriques de terres cuites, de ciment et de chaux : c'est, comme le dit précédemment l'arrêté du Conseil fédéral, travailler utilement avec du matériel extrait de notre propre sol.

L'industrie métallurgique a pris un essor prodigieux dans le domaine florissant des machines de précision, de la petite mécanique fine, des cycles et des autos. Intimement liée au sort de l'industrie dans le Jura une population s'est formée, habile, soigneuse, ayant des siècles d'expérience de travaux pénibles, grossiers ou plus fins. Entre temps l'industrie des machines, le commerce et l'industrie métallurgique du Jura ont oublié leurs divergences d'opinion du temps des discussions douanières. Ils ont appris à travailler de concert et, unis, ils confient leurs intérêts communs à la Société bernoise du commerce et de l'industrie.

Bâle, le 15 juin 1944.

M. v. ANACKER.

Nos industries d'exportation et la « Semaine Suisse »

Au moment où approche la fin de la guerre, la Semaine Suisse reprend tout son sens, toute sa raison d'être. Elle avait été créée en 1917 en raison de la dépendance excessive de notre économie vis-à-vis de l'étranger et en prévision des difficultés que ferait renaître pour nos industries la concurrence étrangère, une fois la paix revenue.

Comme à cette époque, il ne saurait être question, actuellement, de chercher à augmenter l'écoulement de nos produits indigènes, puisque nos fabriques ont déjà grand-peine à s'approvisionner en matières premières. Mais, comme à cette époque aussi, il s'agit de travailler, dès maintenant, avec tous les moyens dont nous disposons, pour leur assurer, dans l'après-guerre, des débouchés aussi nombreux que possible, sur le marché suisse d'une part, à l'étranger d'autre part.

Pendant cinq ans, la Semaine Suisse a renoncé provisoirement à sa propagande en faveur des produits indigènes. Elle s'est efforcée avant tout de soutenir les intérêts généraux de l'économie nationale, spécialement dans le cadre de l'économie de guerre, et de participer à des actions d'ordre social et militaire d'intérêt national.

Vu les circonstances, elle doit reprendre sa destination primitive : faire mieux connaître et apprécier le travail suisse, intellectuel et manuel, dans tous les domaines de l'activité nationale,

et favoriser la diffusion et la vente des œuvres et des produits suisses, à l'intérieur du pays comme à l'étranger.

La Semaine Suisse de cette année ne sera cependant pas encore la manifestation courante que nous avons connue avant la guerre et qui était destinée principalement à soutenir nos industries et nos artisans travaillant pour le marché intérieur. Certes, elle aura lieu, comme de coutume, à l'intérieur du pays, mais elle s'adressera également et pour une bonne part, à l'étranger.

La Semaine Suisse n'a jamais eu des tendances autarciques, elle a toujours été partisane du commerce extérieur, élément indispensable à notre bien-être national, fondement de notre prospérité. Mais, cette année plus que jamais, sa voix doit porter loin au-delà de nos frontières. « La Semaine Suisse au service de nos industries d'exportation », tel sera le caractère particulier de la « Semaine Suisse 1944 ».

Nous avons actuellement, en Suisse, environ 80.000 réfugiés et internés, gens de toutes races et de toutes langues, et 30.000 Suisses rentrés de l'étranger par suite de la guerre. Il est évident que la plupart d'entre eux retournera tôt ou tard s'établir à l'étranger. Si nous arrivons à leur donner goût aux produits, aux services, aux œuvres de notre peuple, ils pourront, lorsqu'ils seront de nouveau dispersés dans le monde, devenir pour nos fabricants et pour nos commerçants des éléments de propagande d'une valeur inappréciable.

Nous avons donc le devoir, dans l'intérêt du pays, de profiter de leur présence pour leur faire connaître sous toutes ses faces, par tous ses côtés, artistiques, industriels et commerciaux, l'activité de notre peuple. Nous devons leur présenter nos produits de manière qu'ils se rendent compte du rôle joué par les industries suisses dans la satisfaction de leurs besoins et de leurs désirs. Nous devons faire en sorte qu'ils apprécient tous nos services, tous nos produits, toutes nos œuvres, puis qu'ils s'aperçoivent que tout ceci est le produit du travail de notre peuple. Il faut que l'impression laissée ainsi à nos hôtes ne s'efface plus de leur mémoire, que le souvenir qu'ils garderont de notre pays reste indissolublement lié à celui de notre industrie et de notre commerce.

Voici l'un des buts de la « Semaine Suisse 1944 ». Le second est de rappeler à nos compatriotes tout ce qu'ils doivent au labeur de leurs concitoyens, de faire pénétrer et renforcer dans leur esprit la notion de la pleine valeur du travail suisse et le sentiment élémentaire de leur solidarité.

Actuellement, nous avons le bonheur de ne pas connaître de chômage et nos industries peuvent travailler sans avoir à craindre la concurrence étrangère. Il ne fait malheureusement pas de doute que, dès la fin de la guerre, cette concurrence reprendra avec acharnement. D'une part, les vainqueurs auront des industries extrêmement développées, qu'ils chercheront rapide-

ment à adapter aux besoins du temps de paix ; à la poursuite de débouchés pour leurs produits, ils ne manqueront pas de chercher à envahir les pays dont la capacité d'achat élevée leur permettrait d'écouler une partie de leur production. D'autre part, les vaincus, auxquels de nombreux pays resteront pour longtemps fermés, s'efforceront de gagner les marchés des pays neutres et, par leur intermédiaire, à des prix qui défieront peut-être toute concurrence, les marchés de leurs anciens ennemis.

Nous devons, dès maintenant, nous préparer à repousser cet envahissement économique. Nous voulons avoir, avec l'étranger, des relations commerciales aussi vastes que possible, mais nous voulons qu'elles soient saines, qu'elles ne mettent pas notre économie en péril.

Que chacun de nous apprenne à connaître et à apprécier les produits du travail indigène, que chacun se rende compte de la communauté d'intérêts qui lie, dans notre organisation sociale actuelle, tous les groupes du travail et toutes les classes de la population, voilà ce à quoi tend, en second lieu, la « Semaine Suisse 1944 ».

Plus que jamais, il nous faut mettre cette année l'accent sur le caractère positif de la « Semaine Suisse ». La guerre nous a, en effet, montré clairement, quelquefois même d'une manière un peu cruelle, que la limitation des échanges n'était pas compatible avec les besoins de notre économie, que le commerce extérieur est pour nous non seulement un besoin mais une nécessité vitale. Il serait donc absurde d'engager le consommateur à n'acheter que des produits suisses et à exclure et combattre tous ceux qui proviennent de l'étranger. Une telle propagande ferait l'effet contraire, elle rendrait nos idées ridicules, les discréditerait et nuirait à nos efforts.

La Semaine Suisse doit donc se borner à faire connaître les produits suisses, les œuvres suisses, dans tous les domaines, en faire ressortir la qualité, la bienfaisance, la précision, les faire apprécier, mais nullement s'occuper de ce qui vient de l'étranger. Elle doit être pour toutes nos industries, pour nos artistes et nos littérateurs l'occasion d'une propagande dont les effets persistants auront pour résultat d'augmenter et de régulariser le degré d'occupation dans les branches les plus diverses. C'est ainsi seulement que nous ferons un travail utile. C'est pourquoi nous demandons aux commerçants d'exposer des produits suisses, aux théâtres et à la radio de présenter des œuvres d'auteurs suisses, et au public de porter son attention sur ces expositions et ces représentations de toute sorte.

Une telle activité ne peut que contribuer à créer chez nous des possibilités de travail toutes naturelles et, par suite, à lutter efficacement contre le chômage, fléau qui nous menace indubitablement. Elle nous aidera à conserver la seule richesse de notre nation : sa puissance de travail. Considérée sous cet aspect, la « Semaine Suisse » ne peut qu'obtenir l'approbation de tous les milieux intéressés au bien-être de notre pays.