

Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 27 (2000)
Heft: 4

Artikel: Promotion de l'image suisse : l'image de la Suisse doit retrouver son éclat
Autor: Schneider, Lukas M.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-912497>

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: 03.12.2024

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



Illustration Eugen Bachmann-Geiser

L'omniprésence de la Suisse dans le monde saute aux yeux: un détenteur de passeport suisse sur onze vit à l'étranger.

L'image de la Suisse doit retrouver son éclat

DE LUKAS M. SCHNEIDER

L'image positive de la Suisse a été passablement ternie, ces derniers temps, avant tout dans les pays anglo-saxons. Avec «Présence suisse», le Conseil fédéral veut essayer de lui redonner de l'éclat.

DIFFÉRENTES ENQUÊTES ont révélé récemment que la Suisse continue à jouir d'une bonne réputation à l'étranger. Néanmoins son image a pâti de l'affaire de l'or des juifs et des fonds en déshérence.

Le Vorort (organisation faitière de l'économie suisse) a ainsi commandé un sondage d'opinion aux USA, dont le résultat atteste que la réputation de la Suisse s'est passablement détériorée dans les milieux influents (intellectuels, politiques, médias), tandis qu'elle est restée intacte dans la population américaine en général. Les banques suisses ont obtenu le moins bon résultat.

Dans un autre sondage, l'influence des banques suisses dans le monde international de la finance est jugée de manière négative par les deux tiers des personnes interrogées. Cette enquête, menée dans le cadre du programme national de recherche sur la poli-

tique étrangère de la Suisse, s'est concentrée sur les 15 pays membres de l'Union européenne. Les résultats publiés récemment ont également montré que les pays de l'Union européenne manifestent très peu d'intérêt pour la Suisse.

La COCO remplacée par «Présence suisse»

La réorientation de la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger (COCO) prouve que la Suisse officielle est consciente de la nécessité d'agir. Créée en 1976, la COCO avait pour tâche de coordonner la promotion de l'image de la Suisse à l'étranger. Toutefois, elle n'a finalement pas pu jouer pleinement son rôle du fait de ses maigres moyens financiers.

Premier président de «Présence Suisse»

Paul Reutlinger est le premier président de «Présence Suisse». Le Conseil fédéral a désigné le directeur de la compagnie aérienne Sabena pour occuper cette prestigieuse fonction annexe. Agé de 57 ans, Paul Reutlinger, qui a été président de Suisse Tourisme entre 1994 et 1996 et qui a une expérience de l'étranger, est la personne toute désignée pour occuper cette fonction, estime le DFAE. LS

Aucune impulsion décisive n'a pu être donnée.

Forte des expériences acquises et en tirant parti des fondements existants, la Confédération entreprend une réforme, baptisée «Présence suisse». La nouvelle organisation sera opérationnelle en octobre 2000. Les moyens engagés seront augmentés progressivement. Alors que le budget annuel de la COCO s'élevait à 2,4 millions de francs seulement, «Présence suisse» pourra disposer, dès 2003, d'un volume de 13,8 millions de francs. Il sera ainsi possible de renforcer le secrétariat actuel en doublant son effectif, qui passera de cinq à dix personnes. L'ambassadeur Rudolf Bärffuss, vice-président de la COCO, se promet de rendre le travail de communication de la commission plus professionnel et dynamique.

Les USA pour cobayes

Les principales activités de «Présence suisse» vont se concentrer sur des programmes d'action dans des pays-cibles. En tête de liste figurent les USA. Il est tout d'abord prévu de mettre en évidence des particularités positives de la Suisse, telles que diversité, tradition humanitaire, écoute des citoyens, recherche de la qualité, faculté d'innovation. Mais l'ambassadeur Bärffuss ne veut pas encore dévoiler tous ses projets: «tout ce que je peux vous dire pour le moment, c'est que nous allons lancer une action importante sur New York, où nous espérons obtenir un impact médiatique optimal.»

