

s.B.30.1(12) - BOR/wu

Berne, le 25 octobre 1973

Résultats partiels de l'enquête sur la présence  
de la Suisse à l'étranger (réponses au question-  
naire bleu du 15.3.1973).

---

## I. Introduction

Le présent document n'est qu'un bilan très succinct d'une partie des réponses reçues à notre questionnaire bleu; chacun des types d'actions envisagés fera l'objet d'une analyse séparée (cf. projet du 23 octobre 1973 sur l'octroi de bourses à des étudiants étrangers) tenant également compte des réponses au questionnaire jaune qui sont de nature à expliquer de cas en cas les résultats obtenus et proposent souvent des solutions pour améliorer, par exemple, l'efficacité de tel ou tel type d'action; parallèlement sera effectuée une analyse par région.

Seules les réponses aux chapitres I/ 1 à 22 et III ont pu être systématiquement dépouillées jusqu'ici et sont présentées ci-dessous.

Quelques remarques préalables sont nécessaires à la compréhension du présent document:

1. Les coefficients d'efficacité, de coût, etc. que l'on trouve entre parenthèses ont été calculés de la manière suivante: 3 points ont été accordés à toutes les réponses figurant dans la première colonne ("grande" efficacité, coût "élevé", etc.), 2 à celles figurant dans la deuxième colonne (efficacité "moyenne", coût "moyen", etc.) et 1 à celles de la dernière colonne de chaque critère (efficacité "faible", coût "faible" etc.) du questionnaire bleu; le total a été divisé par le nombre de réponses. Ex.: pour les invitations de journalistes, 129 personnes ont jugé que l'efficacité était "grande", 161 "moyenne" et 73 "faible"; le calcul suivant a été effectué:

$$129 + 129 + 129 + 161 + 161 + 73 = 782$$

$$129 + 161 + 73 = 363 \quad 782 : 363 = \underline{2,15} \text{ (coefficient d'eff.)}$$

Ce résultat met donc en évidence le fait que le nombre des personnes qui ont trouvé cette efficacité "grande" est plus élevé que celui des personnes qui l'ont considérée comme "faible"; grâce à ce coefficient, il n'est plus nécessaire de comparer, pour les types d'action, des groupes de 3 totaux; un résultat de 2,50 signifie que l'efficacité, etc. d'un type d'action est exactement entre "moyenne" et "grande".

Le même principe a été adopté pour calculer les coefficients d'"image de la Suisse": 5 points si la réponse est "excellente", 4 pour "bonne", 3 pour "satisfaisante", 2 pour "insatisfaisante", 1 pour "déplorable".



- 2 -

2. Il importe de relever que, pour l'ensemble des réponses reçues, le coefficient d'efficacité, de coût, d'intérêt du public et d'utilisation de tous les types d'actions envisagés n'est pas nécessairement égal à 2; le coefficient global d'efficacité est de 2,01; celui de coût est de 1,96; celui d'intérêt du public est de 2,10 et celui d'utilisation de 1,39; en d'autres termes, dans ce dernier cas, cela signifie que les gens n'ont pratiquement jamais répondu que la Suisse avait "trop fait" dans tel ou tel secteur et qu'ils ont même prétendu près de 3 fois sur 5 qu'elle n'avait "pas assez fait"; ces appréciations ne pourront donc pas être prises de manière trop absolue, mais elles devront plutôt être comparées entre elles.

3. Pour l'efficacité, le coût et l'intérêt du public, les résultats ont été qualifiés comme suit:

coefficient de 1,00 à 1,39	:	faible (ou peu élevé)
de 1,40 à 1,79	:	relativement faible (ou relativement peu élevé)
de 1,80 à 2,19	:	moyen
de 2,20 à 2,59	:	relativement grand (ou relativement élevé)
de 2,60 à 3,00	:	grand (ou élevé)

Pour l'utilisation, il a fallu tenir compte de la sous-cotation mentionnée au point 2 et créer deux qualifications supplémentaires:

coefficient de 1,00 à 1,19	:	très nettement insuffisant
de 1,20 à 1,39	:	nettement insuffisant
de 1,40 à 1,59	:	insuffisant
de 1,60 à 1,79	:	un peu insuffisant
de 1,80 à 2,19	:	suffisant
de 2,20 à 2,59	:	relativement excessif
de 2,60 à 3,00	:	excessif

De manière relative, on peut dire qu'un effort particulièrement grand devrait être fourni pour les types d'actions dont le coefficient d'utilisation se situe entre 1,00 et 1,35 et que la priorité ne devrait en principe pas être accordée au développement des types d'actions dont le coefficient dépasse 1,45. Cette remarque doit toutefois être quelque peu nuancée, car certains types d'actions sont peut-être nettement sous-utilisés dans quelques régions, alors que leur coefficient d'utilisation général est relativement élevé.

4. Il convient de rappeler qu'à la demande de la Commission les coûts envisagés dans l'enquête ne recouvraient en principe que les dépenses locales (sur le plan du travail comme sur le plan financier); il est certain que de très nombreuses personnes ont répondu à cette question en prenant en considération l'ensemble des dépenses.

## II. Examen des différents types d'actions

### 1. Invitation de journalistes étrangers

Efficacité: moyenne (2,15)

Coût: moyen (1,92)

Public atteint: directement une élite  
indirectement le grand public

Intérêt des journalistes: relativement grand (2,39)

Utilisation: nettement insuffisante (1,37)

### 2. Octroi de bourses à des étudiants étrangers

Efficacité: moyenne (2,19)

Coût: moyen (2,02)

Public atteint: jeunesse (en général, une élite au sein de celle-ci)

Intérêt des étudiants: relativement grand (2,56)

Utilisation: nettement insuffisante (1,34)

### 3. Jumelage avec des villes étrangères

Efficacité: relativement faible (1,60)

Coût: moyen (1,84)

Public atteint: principalement le grand public

Intérêt des municipalités: relativement faible (1,77)

Utilisation: nettement insuffisante (1,38)

### 4. Organisation de conférences

Efficacité: relativement faible (1,64)

Coût: relativement peu élevé (1,75)

Public atteint: surtout l'élite

Intérêt du public: moyen (1,80)

Utilisation: insuffisante (1,47)

### 5. Organisation de concerts

Efficacité: moyenne (entre 2,12 pour la musique pop et 1,83 pour la chanson) pour tous les types de concerts envisagés, sauf pour les comédies musicales dont l'efficacité est jugée relativement faible(1,74)

- 4 -

Coût: élevé pour les opéras (2,66 et les ballets (2,60)  
relativement élevé pour les comédies musicales (2,51),  
les concerts de musique classique (2,41), moderne  
(2,40), pop (2,24) ou de jazz (2,23),  
moyen pour la musique folklorique (2,11) ou la  
chanson (2,04)

Public atteint: principalement une élite par la musique classique  
ou moderne, l'opéra et le ballet;  
avant tout la jeunesse par la musique pop et le jazz;  
le grand public par la musique folklorique, la  
comédie musicale, la chanson et, dans une moindre  
mesure, le ballet et l'opéra.

Intérêt du public: relativement grand pour la musique pop (2,36),  
le jazz (2,26), le ballet (2,24), la musique classique  
(2,23)  
moyen pour l'opéra (2,10), la musique folklorique  
(2,06), la chanson (2,00), la comédie musicale (1,98)  
et la musique moderne (1,84)

Utilisation: nettement insuffisante pour le ballet (1,31),  
l'opéra (1,37), le jazz (1,37) et la comédie musicale  
(1,33)

insuffisante pour toutes les autres catégories de  
concerts (entre 1,46 pour la musique pop et 1,42  
pour la chanson)

## 6. Organisation de tournées théâtrales

Efficacité: moyenne (1,86)

Coût: relativement élevé (2,47)

Public atteint: en général l'élite, parfois aussi le grand  
public

Intérêt du public: moyen (2,06)

Utilisation: nettement insuffisante (1,37)

## 7. Organisation de manifestations cinématographiques

Efficacité: moyenne, aussi bien pour les soirées-films  
(1,99) que pour les semaines du cinéma suisse  
(2,03)

Coût: moyen pour les semaines nationales du cinéma (2,05),  
relativement faible pour les soirées-films (1,67)

Public atteint: en général le grand public, mais aussi, dans certains cas, l'élite.

Intérêt du public: moyen (2,11)

Utilisation: nettement insuffisante, surtout pour les semaines du film suisse (1,21), un peu moins pour les soirées-films (1,38).

#### 8. Organisation de semaines suisses

Efficacité: moyenne (2,10)

Coût: relativement élevé (2,58)

Public atteint: grand public

Intérêt du public: moyen (2,13)

Utilisation: nettement insuffisante (1,25)

#### 9. Organisation d'expositions

Efficacité: relativement grande pour les expositions de produits industriels (2,24)

moyenne pour les expositions d'art (1,97) ou consacrées à un pays (2,05)

relativement faible pour les expositions de livres, d'affiches, etc. (1,75)

Coût: relativement élevé pour les expositions de produits industriels (2,51), pour celles présentant un pays (2,44) et pour les expositions d'oeuvres d'art (2,24)

moyen pour les expositions de livres et d'affiches (1,80)

Public atteint: le grand public par les expositions consacrées à un pays, de même que, dans une moindre mesure, par celles qui présentent des produits industriels; ces dernières atteignent d'ailleurs aussi une élite, comme les expositions de livres et d'affiches, et surtout celles d'oeuvres d'art.

Intérêt du public: relativement grand pour les expositions de produits industriels (2,26); moyen pour les expositions générales (2,12) et celles qui présentent des oeuvres d'art (2,08) ou des livres, affiches, etc. (1,86)

Utilisation: nettement insuffisante pour les expositions générales (1,34) et de produits industriels (1,36)

insuffisante pour les expositions d'oeuvres d'art (1,41) et de livres, affiches, etc. (1,47).

## 10. Participation à des foires et expositions internationales

---

<u>Efficacité:</u>	grande pour les expositions universelles (2,40) et les foires (2,31) moyenne pour les expositions culturelles (1,89)
<u>Coût:</u>	élevé pour les expositions universelles (2,82) et les foires (2,68) relativement élevé pour les expositions culturelles (2,51)
<u>Public atteint:</u>	grand public pour les expositions universelles et les foires; élite pour les expositions culturelles et, dans une moindre mesure, les foires
<u>Intérêt du public:</u>	relativement grand pour les expositions universelles (2,50) et les foires (2,39) moyen pour les expositions culturelles (2,04)
<u>Utilisation:</u>	insuffisante pour les expositions universelles (1,50) et les foires (1,47) nettement insuffisante pour les expositions culturelles (1,36).

## 11. Participation à des festivals internationaux

---

<u>Efficacité:</u>	moyenne aussi bien pour le cinéma (2,12), la musique traditionnelle (2,02), la musique pop et la chanson (2,01) que pour le théâtre (1,86)
<u>Coût:</u>	relativement élevé pour le théâtre (2,51), la musique traditionnelle (2,41), la musique pop et la chanson (2,25) moyen pour le cinéma (1,97)
<u>Public atteint:</u>	surtout l'élite par les festivals de musique traditionnelle et de théâtre la jeunesse par les festivals de musique pop et de chanson souvent le grand public par les festivals de cinéma
<u>Intérêt du public:</u>	relativement grand pour les festivals de musique pop, chanson, etc. (2,29) et de cinéma (2,26) moyen pour les festivals de musique traditionnelle (2,15) et de théâtre (2,05)

Utilisation: insuffisante pour la musique sous ses différentes formes (1,43)  
nettement insuffisante pour le cinéma (1,33) et le théâtre (1,37).

## 12. Participation à des manifestations sportives

---

Efficacité: relativement grande (2,51)

Coût: moyen (2,13)

Public atteint: grand public

Intérêt du public: grand (2,61)

Utilisation: insuffisante (1,49)

## 13. Distribution de documentation écrite sur la Suisse

---

Efficacité: relativement grande pour la distribution à des enseignants, des bibliothèques scolaires (2,33) et à des écoliers et lycéens (2,31)  
moyenne pour la distribution à des bibliothèques municipales, etc. (2,11), à des journalistes et autres personnalités étrangères (2,02) et à des étudiants préparant une thèse de doctorat (1,96)

Coût: peu élevé à relativement peu élevé (entre 1,35 et 1,47)

Public atteint: la jeunesse par la distribution aux écoliers et lycéens  
la jeunesse et l'élite par la distribution aux enseignants, bibliothèques scolaires, etc.  
l'élite et indirectement le grand public par la distribution aux journalistes  
surtout l'élite, mais aussi la jeunesse et le grand public par la distribution aux bibliothèques municipales, etc.  
l'élite par la distribution aux "doctorants" et aux autres personnalités

Intérêt des destinataires: relativement grand chez les écoliers (2,41) et les enseignants, etc. (2,32)

moyen pour les bibliothèques (2,17), les "doctorants" (2,10), les journalistes (2,05) et les "hautes personnalités" (2,01)

Utilisation: nettement insuffisante pour la distribution aux enseignants, etc. (1,30), aux bibliothèques (1,34), aux écoliers (1,37)  
insuffisante pour les autres destinataires (1,45) à 1,48).

#### 14. Prêt de films suisses ou sur la Suisse

Efficacité: relativement grande s'il s'agit de prêts ou d'échanges de programmes avec les TV locales (2,51) ou de prêts à des écoles (2,35)  
moyenne pour les prêts à d'autres institutions locales (2,16) ou à des cinémas (1,99)

Coût: faible pour les prêts à des écoles (1,36) et à d'autres institutions locales (1,37)  
relativement faible pour les échanges de programmes TV (1,63) et les prêts aux cinémas (1,70) et à la TV (1,73)

Public atteint: la jeunesse par le prêt de films aux écoles; des publics variés par le prêt à d'autres institutions locales,  
le grand public dans les autres cas envisagés

Intérêt des différents milieux envisagés: relativement grand pour les écoles (2,52), la TV (2,34) et les "autres institutions locales" (2,26)  
moyen pour les cinémas (2,02)

Utilisation: très nettement insuffisante pour les prêts aux TV locales (1,15) et les échanges de programmes avec celles-ci (1,17)  
nettement insuffisante dans les autres cas (de 1,25 à 1,32)

#### 15. Distribution d'enregistrements sonores (bandes, disques, etc.)

Efficacité: relativement faible pour la distribution à des archives sonores (1,43), à "d'autres institutions locales" (1,55) et à des écoles (1,66)  
moyenne pour les échanges d'émissions et la distribution aux radios nationales (resp. 2,06 et 2,13)

Coût: peu élevé à relativement peu élevé (de 1,38 à 1,44)



Public atteint: jeunesse par distribution aux écoles  
grand public par distribution aux radios  
publics divers dans les autres cas

Intérêt des différents milieux envisagés: moyen pour les responsables des radios nationales (1,91)  
relativement faible (1,54 à 1,73) dans les autres cas

Utilisation: nettement insuffisante pour la distribution aux écoles (1,32) et aux radios nationales (1,31)  
insuffisante dans les autres cas (1,40).

#### 16. Emissions diffusées par des radios étrangères

---

Efficacité: relativement faible (1,44)

Coût: relativement peu élevé (1,45)

Public atteint: l'élite et le grand public, selon les cas

Intérêt du public: relativement faible (1,52)

Utilisation: un peu insuffisante (1,70)

#### 17. Diffusion d'affiches, timbres-poste, photos, etc.

---

Efficacité: moyenne (1,97)

Coût: moyen (2,07)

Public atteint: surtout le grand public

Intérêt du public: moyen (2,02)

Utilisation: insuffisante (1,48)

#### 18. Aide au développement

---

Efficacité: moyenne (2,19)

Coût: relativement élevé (2,50)

Public atteint: surtout le grand public

Intérêt des autorités, etc.: relativement grand (2,26)

Utilisation: insuffisante (1,42)

19. Aide humanitaire

Efficacité: relativement grande (2,28)  
Coût: relativement élevé (2,48)  
Public atteint: grand public  
Intérêt des autorités, etc.: relativement grand (2,35)  
Utilisation: insuffisante (1,56)

20. Actions culturelles de grande envergure

Efficacité: moyenne (1,81)  
Coût: élevé (2,63)  
Public atteint: élite et grand public  
Intérêt des autorités, etc.: moyen (1,87)  
Utilisation: insuffisante (1,47)

21. Soutien apporté dans le cadre de la préparation de reportages, d'ouvrages sur la Suisse, etc.

Efficacité: relativement grande pour le soutien apporté aux auteurs de reportages, etc. (2,34)  
moyenne pour le soutien aux auteurs d'ouvrages scolaires (1,90) et aux "doctorants" (1,86)  
relativement faible pour le soutien aux auteurs "d'autres ouvrages" (1,73) et de créations artistiques (1,63)

Coût: moyen pour le soutien aux auteurs de créations artistiques (1,99)  
relativement faible dans les autres cas (de 1,49 à 1,68)

Public atteint: la jeunesse par le soutien aux auteurs d'ouvrages scolaires et le grand public par le soutien aux auteurs de reportages, etc.  
l'élite dans les autres cas envisagés.

Intérêt des différentes catégories d'auteurs envisagées:  
moyen pour les "doctorants" (1,92), les auteurs d'ouvrages scolaires (1,86) et d'autres ouvrages (1,83)  
relativement faible pour les auteurs de créations artistiques (1,70) et de reportages (1,59)

Utilisation: insuffisante (de 1,41 pour le soutien aux auteurs de reportages à 1,54 pour celui aux "auteurs d'autres ouvrages")

## 22. Organisation de concours

<u>Efficacité:</u>	moyenne (1,98)
<u>Coût:</u>	moyen(2,05)
<u>Public atteint:</u>	surtout le grand public
<u>Intérêt du public:</u>	moyen (2,00)
<u>Utilisation:</u>	nettement insuffisante (1,31).

### Résumé

Efficacité: Les types d'actions qui sont considérés comme les plus efficaces, en moyenne mondiale, sont les suivants:

prêts de films (2,52) et échanges de programmes (2,50) avec les TV nationales, participation à des manifestations sportives (2,51), à des expositions universelles (2,40) et à des foires (2,31), prêt de films à des écoles (2,35) et distribution de documentation écrite à des enseignants, bibliothèques scolaires, etc. (2,33) et à des écoliers et lycéens (2,31), soutien apporté aux auteurs de reportages sur la Suisse (2,34), aide humanitaire (2,28).

Quant aux types d'actions considérés comme les moins efficaces, il s'agit avant tout des suivants:

émissions diffusées par les radios étrangères (1,44), distribution d'enregistrements sonores à des discothèques, etc. (1,43), à des écoles (1,66) et à d'autres institutions locales (1,55), jumelages (1,60), organisation de conférences (1,64), de concerts de musique moderne (1,66), soutien apporté aux auteurs de créations artistiques (1,63).

### Coût:

Types d'actions les plus coûteux:

Participation à des expositions universelles (2,82), à des foires (2,68) et expositions culturelles (2,51), organisation de concerts (surtout opéras, ballets, comédies musicales; de 2,66 à 2,51), de semaines suisses (2,58), actions culturelles de grande envergure (2,63), aide au développement (2,50) et aide humanitaire (2,48), organisation de tournées théâtrales (2,47) et participation à des festivals dans ce secteur (2,51), organisation d'expositions de produits industriels (2,51).

Types d'actions les moins coûteux:

Distribution de documentation écrite (de 1,35 à 1,47 selon les destinataires), d'enregistrements sonores (de 1,38 à 1,44), prêts de films à des écoles et à d'autres institutions locales (1,36), émissions des radios étrangères (1,45).

Intérêt du public, etc.: Types d'actions pour lesquels l'intérêt du public (selon les cas: boursiers, journalistes, autorités, auditeurs, etc.) est le plus grand:

manifestations sportives (2,61), prêts de films aux écoles (2,52) et aux TV nationales (2,36), octroi de bourses (2,56), expositions universelles (2,50) et foires (2,39), distribution de documentation aux écoliers (2,41), aux enseignants et aux bibliothèques scolaires (2,32), invitation de journalistes (2,39), aide humanitaire (2,35).

Intérêt le plus faible:

émissions des radios étrangères (1,52), distribution d'enregistrements sonores à des disothèques, etc. (1,54), à d'autres institutions (1,60), à des écoles (1,73), soutien dans le cadre de la préparation de reportages (1,59), de créations artistiques (1,70), jumelages (1,77), conférences (1,80).

Utilisation:Types d'actions pour lesquels un effort tout particulier est souhaité:

prêts de films (1,15) et échanges de programmes (1,17) avec les TV étrangères, prêts de films aux cinémas (1,25) et aux écoles (1,27), semaines du cinéma suisse (1,21) et semaines suisses (1,25), distribution de documentation aux enseignants, bibliothèques scolaires (1,30).

Types d'actions dont le développement - en soi souhaitable - paraît le moins prioritaire:

émissions diffusées par les radios étrangères (1,70), aide humanitaire (1,56), participation à des expositions universelles (1,50), à des foires (1,47) et à des manifestations sportives (1,49), soutien apporté aux auteurs de thèses de doctorats (1,49), d'ouvrages scolaires (1,48) et autres (1,54), distribution de documentation à des journalistes (1,47) et autres personnalités du monde économique, culturel, etc. (1,48).

## Conclusion

En tenant compte de l'efficacité, du coût, de l'intérêt du public et de l'utilisation faite jusqu'ici des différents types d'action, il semblerait que, d'une manière générale, un effort accru devrait porter sur les types d'action liés au cinéma et à la télévision, ainsi que sur la distribution de documentation écrite, surtout aux milieux scolaires.

### III Image de la Suisse à l'étranger

1. Généralités. En règle générale, l'image de la Suisse à l'étranger est bonne, voire excellente (coefficient de 4,20 dans une échelle allant de 1 = déplorable à 5 = excellente).

2. Eléments constitutifs. Les critères positifs les plus souvent mentionnés sont "qualité et précision" (apparaît 267 fois sur 376 réponses), "pays bien gouverné, stable" (256), "pays pacifique, neutre" (247), "pays à monnaie stable" (205), "pays propre, bien entretenu" (193).

Les critères à coloration plus critique sont nettement moins souvent cités, à l'exception de "pays du secret bancaire et du business" (302); viennent ensuite, mais à distance respectueuse, "pays sans suffrage féminin" (103), "sentiment de supériorité" (83), "pays sans fantaisie" (72), "pays traitant mal les ouvriers étrangers" (61), "pays isolationniste" (54), etc.

3. Différences régionales. Notre pays est au bénéfice d'une image particulièrement favorable en Australie (4,80), en Asie (4,54; surtout au Japon: 5,00), en Israël (4,75), aux Etats-Unis (New York: 4,25; reste des Etats-Unis: 4,61) et dans certains pays d'Amérique du Sud tels que le Brésil (4,53) et l'Argentine (4,40).

En revanche, l'image de la Suisse est moins bonne avant tout en Italie où elle est juste satisfaisante (3,13; principaux critères négatifs: "pays traitant mal les travailleurs étrangers", mentionné 12 fois sur 16 réponses; "pays du secret bancaire et du business", 10 fois; "sentiment de supériorité", 9 fois; "pays xénophobe", 7 fois); aux Pays Bas (3,50; "pays du secret bancaire et du business", mentionné 6 fois sur 6 réponses; "pays sans suffrage féminin", 5 fois; "pays isolationniste", 4 fois); dans les pays arabes (3,70; principaux critères négatifs: "peuple politiquement peu objectif", mentionné 13 fois sur 20 réponses; "pays du secret bancaire et du business", 13 fois également; "population peu aimable", 10 fois); en Suède (3,86; "pays du secret bancaire et du business", mentionné 7 fois sur 7 réponses; "pays sans suffrage féminin", 5 fois; "pays traitant mal les travailleurs étrangers", 5 fois; "peuple peu ouvert au monde moderne", 4 fois) et peut-être à Cuba et dans deux pays d'Europe de l'Est (DDR et Hongrie); le fait que nous n'ayons reçu qu'une ou deux réponses de ces pays nous empêche d'en tirer des conclusions non contestables.