

E 7110 1/57

*Le Ministre de Suisse à Paris, A. Dunant,
au Chef du Département politique, G. Motta*

L

Duplicata

Confidentielle et personnelle

Paris, 18 juin 1933

Par suite de la dénonciation, par la France, de notre Traité de Commerce¹, il faudrait, en vue des négociations prochaines, exposer notre situation au public français, qui ignore que la France jouit, dans la balance entre les deux pays, d'un solde actif de 900 millions environ. Or, pour ce faire, il n'y a qu'un seul moyen: la presse; et, à Paris, ce n'est pas gratis. Vous savez qu'à différentes reprises, des gazettes quotidiennes et des journaux hebdomadaires nous ont soumis des propositions de numéro spécial ou d'articles documentaires sur la Suisse; cette sorte de publicité peut se faire de deux manières différentes: ou bien on alloue une somme X au journal pour faire passer l'article dont le texte lui est fourni, ou bien on garantit au journal qui aura publié l'article dont il s'agit l'achat de X numéros. C'est généralement la seconde éventualité qui est préférée, car elle présente l'avantage, pour le pays intéressé, de pouvoir distribuer à son gré le journal avec lequel la «combinaison» a été réalisée.

Jusqu'à présent, vous n'avez guère témoigné de sympathie à une publicité de ce genre, entr'autres, parce que vous ne disposiez d'aucun fonds dans ce but.

Or, M. Stucki a demandé à M. de Torrenté² que la Légation lui fournisse un devis sur le coût d'une publicité propre à influencer favorablement l'opinion française. Naturellement, ce ne serait pas votre Légation qui s'en chargerait; mais nous avons une Chambre de Commerce dont le Secrétaire général, M. Gérard de Pury (beau-frère de M. Vieli³), est intelligent et avisé; si ce projet se réalise, c'est à lui que cette activité discrète pourrait être confiée – sous notre contrôle; mais, bien entendu, nous resterions dans la coulisse.

Je ne vous cacherai pas, Monsieur le Conseiller fédéral, que j'applaudis à la suggestion de M. Stucki; nous vivons des temps extraordinaires et il nous faut recourir à d'extraordinaires moyens si nous voulons nous tirer d'affaire économiquement. Vous connaissez la situation lamentable de notre exportation; si, par des articles bien rédigés et habilement répartis dans la presse de ce pays, nous pouvons, au cours des prochaines négociations, attirer l'attention des intéressés français sur l'importance que présente pour eux le marché suisse, ce sera un grand avantage parce que, parmi tant de contrées étrangères, c'est certainement la France qui offre encore un débouché profitable pour nous.⁴

1. Cf. n°280.

2. H. de Torrenté, Secrétaire de légation, chargé des affaires commerciales à la Légation de Suisse à Paris.

3. P. Vieli, de la Division du Commerce du Département de l'Economie publique.

4. Consultés, le Chef du Département de l'Economie publique, E. Schulthess, et le Directeur de la Division du Commerce du même Département, W. Stucki, se rallient au point de vue exprimé par le

19 JUIN 1933

735

Chef du Département politique, G. Motta, dans une lettre confidentielle à son collègue E. Schult-hess, le 26 juin 1933: Nous avons éprouvé quelques hésitations à nous rallier au point de vue de M. Dunant, en raison, d'une part, des difficultés budgétaires qu'il comporte et, d'autre part, du précédent assez dangereux qu'une expérience du genre de celle qui nous est proposée pourrait constituer pour l'avenir. Il est à craindre, en effet, que, le jour où il sera acquis que, comme d'autres pays, la Suisse rétribue les articles qui lui sont favorables, nous soyons entraînés plus souvent que nous ne le voudrions à des dépenses de propagande. Nous arrivons, toutefois, à la conclusion que les circonstances sont trop graves pour que des objections de cette nature doivent nous empêcher d'user de tous les moyens imaginables pour défendre notre situation et sauvegarder notre commerce extérieur (E 7110 1/57).

De son côté, le Ministre de Suisse à Paris prévoit un plan d'action et un budget de 243.000 francs français destiné avant tout à la presse d'information et d'opinion, puisque les périodiques techniques et économiques accueillent et accueilleront sans incitation particulière la propagande commerciale suisse: Il s'agit, et la tâche n'est pas facile, de mettre en lumière le fait qu'un traitement exceptionnel s'impose à l'égard d'un pays qui offre à la France des avantages également exceptionnels. Pour atteindre cette opinion publique, dont l'influence est manifeste sur les actes du Parlement, il ne saurait suffire de se servir de la presse technique et des organes des industries exportatrices. Une action dans la presse d'opinion et même d'information est nécessaire. Or, cette presse, ainsi que vous le savez, à commencer par «Le Temps», le journal le plus solennel de la République, est vénale à tous les degrés. D'où les chiffres qui, à première vue, vous paraîtront un peu élevés, figurant sur le projet de budget ci-joint. Ces chiffres, qui n'ont qu'une valeur d'approximation, ont été établis à la suite de divers sondages. Dans ma pensée, ils seront susceptibles de compression ou d'augmentation, selon la durée et le développement de la campagne envisagée.

(Lettre confidentielle du Ministre de Suisse à Paris, A. Dunant, au Chef du Département de l'Economie publique, E. Schulthess, 28 juillet 1933. La missive porte en marge une annotation paraphée par ce dernier: Bo [Bonhôte, de la Division du Commerce] aa [ad acta] wurde mit den H.H. Dunant, Brandt u. de Pury vorläufig mündlich erledigt (E 7110 1/57).