



Koordinationskommission  
für die Präsenz der Schweiz im Ausland

Commission de coordination  
pour la présence de la Suisse à l'étranger

Berne, le 12 mai 1987

Commissione di coordinamento  
per la presenza della Svizzera all'estero

s.B. 30.1(9)45.Rapport.-BOR/RTH

## SEMAINES SUISSES DE ROUEN

(5 - 19 mai 1986)

---

Avertissement: Le présent rapport est basé sur un document rédigé par le soussigné en date du 30 mai 1986, immédiatement après son retour de Rouen (cf. "Premières impressions des semaines suisses de Rouen"). Il a été complété par les remarques des principales institutions intéressées aux manifestations rouennaises; le long intervalle qui s'est écoulé jusqu'à la mise au point du rapport définitif résulte d'une part du fait que les comptes n'ont été définitivement bouclés par l'OSEC qu'au début 1987 et d'autre part de l'absence, malgré plusieurs rappels téléphoniques et écrits, d'un rapport de Mme Lambelet sur les activités dont Pro Helvetia avait assumé la responsabilité pour un budget de 60'000 francs; en désespoir de cause, le GT s'est finalement basé sur les impressions du soussigné pour l'évaluation du volet culturel.

### 0. Introduction

Les semaines suisses de Rouen se sont inscrites dans le prolongement de celles organisées à Nancy en juin 1984, dans le cadre de la priorité "France". Elles se distinguent des manifestations mises sur pied par la Commission de coordination à Linz (1977), Bari (1979) et Houston (1981) par une présence simultanée en ville et à la foire qui avait invité notre pays en qualité d'hôte d'honneur.

Le choix de Rouen découle en premier lieu des réflexions émises lors d'une séance tenue à Paris le 9 octobre 1984 et réunissant tous les milieux concernés par la priorité "France" de la COCO (Ambassade, agences ONST et Swissair, Pro Helvetia, Chambre de commerce, Union des Suisses de France, OSEC, RTVSR, etc.). Les participants avaient alors tiré un bilan positif des "semaines suisses" de Nancy et émis le voeu que des actions analogues soient menées à Rouen et à Lyon. Quelques jours plus tard, le bureau exécutif avait chargé le GT "semaines suisses" des travaux préparatoires et celui-ci accorda la priorité à Rouen, la Foire de Lyon ne connaissant pas le statut des hôtes d'honneur et la Suisse étant de toute façon mieux connue dans la cité rhodanienne qu'en Normandie.

En janvier 1985, la Foire invita officiellement notre pays en qualité d'hôte d'honneur. Une délégation conduite par le Consul de Suisse au Havre, M. Marc Winterhalter, et comprenant MM. Robert Bloch (OSEC), Gérard Uhlmann (Chambre de commerce, Paris) et le soussigné, se rendit alors sur place pour examiner les conditions d'une présence suisse à la Foire, en ville et à FR3 "Normandie". Sur la base du rapport de cette délégation et de la discussion au sein du bureau exécutif, l'Ambassade de Suisse put transmettre à la Foire notre accord pour un pavillon d'hôte d'honneur. Cette décision fut remise en question quelques semaines plus tard, après le séjour sur place, pendant la foire de mai 1985, d'une délégation élargie à Pro Helvetia et à l'ONST; le niveau de cette manifestation ne correspondait en effet pas aux attentes initiales, ladite foire ayant un caractère trop régional aux yeux de plusieurs participants. Lors de sa séance de septembre 1985, le bureau exécutif décida toutefois de ne pas revenir en arrière.

#### 1. Importance de Rouen

Ancienne capitale de la Normandie, chef-lieu de la Seine-Maritime et de la région de la Haute-Normandie, Rouen forme



une agglomération de 400'000 habitants. Son maire est un politicien fort connu, Jean Lecanuet.

Témoin du supplice de Jeanne d'Arc, patrie de Pierre Corneille, Rouen offre un ensemble remarquable de monuments civils et religieux s'échelonnant du moyen âge à nos jours. Les rues de la vieille ville forment une zone piétonnière très fréquentée.

Malgré la proximité de Paris, la vie culturelle est assez animée; Rouen dispose en effet d'une université, de plusieurs théâtres, salles de concerts, cinémas et musées.

Sur le plan économique, la ville joue un rôle important; port économique et fluvial fort actif, elle jouit d'une longue tradition industrielle et apparaît en outre comme un centre commercial en plein essor.

Quant à la Foire, elle se déroule en banlieue, à 5 km du centre de Rouen. Elle accueille chaque année près de 2000 exposants répartis sur 5 hectares (surtout branches de l'ameublement et de l'alimentation) et reçoit pas loin de 200'000 visiteurs.

## 2. Objectifs des semaines suisses

Comme lors des précédentes manifestations organisées à Linz, Bari, Houston et Nancy, la Commission souhaitait présenter à Rouen les aspects les plus divers de la réalité helvétique (économie, tourisme, culture, politique, sport, gastronomie, etc.) et ce essentiellement dans un but d'information dans une région où l'on connaît mal la Suisse.

Aussi bien à la Foire qu'en ville ou à la télévision, le public visé était avant tout le grand public; en définitive, seules les conférences s'adressaient à un auditoire plus "ciblé" composé de personnalités du monde économique et politique.

Par le biais d'un concours, les organisateurs espéraient également mieux percevoir certains aspects de l'image de notre pays en France (stéréotypes nationaux, etc.).

### 3. Travaux préparatoires

Comme nous l'avons déjà relevé dans l'introduction, les premiers contacts ont été établis à l'occasion de deux voyages, effectués en février et mai 1985, par une délégation regroupant les diverses institutions intéressées; c'est alors qu'ont été esquissés les premiers programmes, encore affinés par la suite.

Contrairement à certaines expériences antérieures, les semaines suisses de Rouen n'ont pas été préparées dans les moindres détails par le GT "semaines suisses"; lors de sa séance du 28 mai 1985, celui-ci fixa le cadre général ainsi que les responsabilités et les moyens financiers disponibles pour chaque secteur; les personnes ou organisations désignées agirent ensuite de manière relativement autonome; il en résulta parfois une certaine sous-information momentanée, en raison aussi de quelques problèmes internes de personnel (ex.: M. Bloch, le coordonnateur mis à disposition par l'OSEC, n'a pas pu consacrer autant de temps que prévu aux semaines suisses de Rouen), mais tout se déroula finalement dans de bonnes conditions.

La répartition des tâches avait été déterminée comme suit:

- |                                    |                           |
|------------------------------------|---------------------------|
| - Coordination générale:           | M. Bloch (OSEC)           |
| - Voyage de presse:                | M. Goumaz (ONST Paris)    |
| - Pavillon suisse:                 | MM. Bloch et Egger (ONST) |
| - Volet culturel en ville:         | Mme Lambelet (PH)         |
| - Décoration de vitrines en ville: | M. Bloch                  |
| - Conférences et séminaires:       | M. Borel                  |



- Animation musicale: M. Borel
- Volet FR3 "Normandie": Mme Beljean (RTVSR) +  
M. Borel
- Collaboration entre radios: M. Lüthi (RSI)
- Réceptions et invitations: M. Frochaux (Consul au Havre)
- Représentant de la COCO  
pendant les semaines suisses: M. Borel

#### 4. Déroulement des diverses manifestations

##### 4.0. Généralités

Pendant deux semaines, les habitants de la ville et de la région de Rouen ont eu de nombreuses occasions de percevoir la présence suisse, que ce soit en visitant la foire, en regardant les actualités régionales sur FR3, en lisant leur quotidien "Paris-Normandie" ou en flânant dans la zone piétonnière.

Relevons que nous avons renoncé à une cérémonie d'ouverture des semaines suisses, mais que nos divers partenaires et les représentants des médias furent conviés au premier repas servi par notre restaurant, deux jours avant l'ouverture de la foire. Il nous avait en effet paru suffisant de recevoir les principales personnalités rouennaises lors de la "Journée officielle suisse".

##### 4.1. Volet foire

La foire de Rouen a été ouverte le 7 mai par le Ministre français du commerce, en présence du Sénateur-maire Lecanuet, du Ministre sénégalais du commerce et du Ministre-Conseiller Reverdin, premier collaborateur de notre Ambassadeur à Paris. Notons que la délégation officielle s'arrêta au stand de Swiss Timing et à celui du CICR, qu'elle dégusta vin et fromage suisses au stand de Gruyères SA en écoutant le groupe folklorique Stöckli et que le ministre du commerce exerça, avec succès, ses talents naissants de joueur de cor des Alpes, sous les flashes des photographes...

La Journée suisse eut lieu deux jours plus tard, sans le maire Lecanuet, mais avec son premier adjoint, M. Allard, également

parlementaire, et en présence du président de la Croix-Rouge française, par ailleurs doyen du Sénat; des discours furent prononcés par ces deux personnalités et par M. l'Ambassadeur de Ziégler et ils furent suivis d'une réception donnée par notre chef de mission à Paris.

En 1986, la foire a enregistré 205'000 visiteurs, ce qui représente une diminution de 10% par rapport à 1985. Selon des sondages effectués à la sortie par le soussigné auprès de 100 visiteurs, 63% d'entre eux avaient passé au pavillon suisse; on peut donc estimer à près de 130'000 le nombre total de nos hôtes.

Le pavillon suisse, fort bien aménagé par l'équipe de l'ONST, comprenait les éléments suivants:

- exposition "Swiss Timing"
- exposition sur la Croix-Rouge
- multivision OSEC
- stand d'information avec diverses vitrines (livres, masques, produits suisses, etc)
- stands de "Fromages Gruyères SA", de "Bernina" et de l'Office du tourisme du Valais
- exposition du sculpteur Lauro
- exposition d'anciennes affiches touristiques
- restaurant avec bar et salon VIP, exposition de cintres humoristiques.

L'exposition "Swiss Timing" a été la plus remarquée (près de 3 visiteurs sur 5 s'y arrêtaient et 20% des personnes qui quittaient la foire la citaient spontanément comme l'élément le plus intéressant du pavillon suisse), probablement en raison de ses caractéristiques tridimensionnelles (bob de 1930 et bob de Giobellina, champion du monde; installations de chronométrage, "starting-blocks", etc) et de ses animations (écrans vidéo avec diverses compétitions olympiques, tests de rapidité).



Quant à l'exposition du CICR et des Croix-Rouges nationale et locale, elle n'a pas suscité le même intérêt et seuls 5% des visiteurs s'y référaient en sortant de la foire, même si près de 25% y avaient passé. Ce secteur manquait d'animation et d'objets, l'accent essentiel ayant été mis sur des photographies.

La multivision (durée 18 minutes + 2 minutes de pause entre deux projections) constitue une attraction très valable pour ce genre de manifestations; les gens qui prenaient place restaient généralement pendant toute la durée de la projection; 5 à 6'000 personnes ont ainsi assisté à cette présentation des divers aspects de notre pays.

Au stand d'information ont été distribués des milliers de posters de la COCO et de très nombreux prospectus touristiques; les questions d'ordre économique, culturel et politique étaient évidemment plus rares, mais pas inexistantes; le stand touristique valaisan a également été très entouré. Le concours a vu la participation de près de 3'000 personnes.

Fromages Gruyères SA exposait d'imposantes meules de fromage, mais avait renoncé aux ventes pour ne pas froisser les commerçants locaux; ses recettes de cuisine et autres documents ont été distribués par milliers.

Le représentant rouennais des machines à coudre Bernina était le seul exposant-vendeur au sein de notre pavillon; il a triplé son chiffre d'affaires par rapport à 1985, ce qui tendrait à prouver qu'une participation à un pavillon d'hôte d'honneur ne constitue pas a priori une mauvaise affaire...

Les sculptures du Zurichois Lauro ont apporté une dimension artistique bienvenue à notre pavillon; elles ont brièvement retenu l'attention de près de 10% des visiteurs. Quant aux anciennes affiches touristiques, elles ne constituaient pas une exposition très bien délimitée et elles ont dès lors été généralement

perçues comme un simple élément de décoration du pavillon. De par leur caractère tridimensionnel, les vitrines du stand d'information ont été davantage remarquées.

Enfin, le restaurant suisse a rencontré un succès considérable, puisqu'il a servi entre 3'800 et 4'000 repas en une douzaine de jours; les dirigeants de la foire et les organisateurs suisses ont eu fréquemment recours au salon VIP où l'on trouvait le panorama de Gruyères présenté à Nancy et diverses oeuvres picturales de Lauro; le restaurant lui-même était notamment décoré avec les cintres humoristiques de l'ONST. La qualité des repas était bonne et la carte relativement variée, même si les clients ont marqué une nette préférence pour les fondues et les raclettes. L'animation musicale a été assurée pendant les repas par le groupe Stöckli, puis par l'accordéoniste jurassien Gilbert Schwab.

Dans l'ensemble, notre participation à la foire a été appréciée par les milieux officiels, les mass médias et par près de 20% des visiteurs, englobant notamment les 30'000 personnes qui sont restées plus de 10 minutes dans notre pavillon (approximation basée sur l'observation attentive de quelques dizaines de visiteurs et sur les sondages effectués à la sortie de la foire).

Parmi les critiques formulées à l'égard de notre pavillon, on relèvera que 25% des personnes interrogées ont regretté que nous n'ayons pas vendu de produits suisses (chocolat, fromage, montres, produits artisanaux, couteaux militaires, etc); 15% auraient par ailleurs souhaité davantage d'animation (musique, artisans au travail, etc) ou plus de gaieté dans notre présentation; à cet égard, il est évidemment regrettable que les cintres humoristiques, un des "hit" de Nancy, aient dû céder leur place au stand valaisan et se soient dès lors vu reléguer sur les parois du restaurant suisse.



#### 4.2. Volet culturel

Le cycle des manifestations culturelles a été préparé par Mme Lambelet, de Pro Helvetia, en collaboration avec les services de la Mairie et diverses institutions locales. Le programme a été diffusé à 60'000 exemplaires, comme encart à un tout-ménage municipal, sous le titre "Suisse-Présences singulières".

Les journées consacrées au cinéma suisse étaient centrées sur le thème "La montagne, pays ou paysage?". Elles ont été quelque peu perturbées par des ennuis techniques; une des 8 séances a d'ailleurs dû être annulée, le projecteur du centre culturel ayant "rendu l'âme"... Au total, près de 200 spectateurs ont assisté aux diverses représentations; on relèvera que les films ethnographiques ou touristiques présentés l'après-midi ont suscité autant d'intérêt, sinon plus, que les films de fiction des cinéastes Koralnik, Hermann et Koller projetés en soirée.

L'exposition Gérard Poussin (plasticien, graphiste, créateur de bandes dessinées) a accueilli en moyenne près de 100 visiteurs par jour et a rencontré beaucoup de sympathie dans la presse locale qui a largement présenté l'artiste genevois.

Quant aux expositions de livres pour enfants et "Etienne Delessert, auteur, illustrateur, graphiste", elles n'ont pas été très remarquées à la Bibliothèque Saint-Sever, mais la remise des livres à la Ville de Rouen a été appréciée par ladite Bibliothèque.

Incontestablement, le "jeu de cor" de Pierre Mariétan a constitué le point fort du volet culturel et les places de la Vieille Ville ont, pendant 10 jours, renvoyé des échos singuliers, la population jouant le jeu avec enthousiasme, de l'évêque au policier, de l'écolier au fonctionnaire ou à la mère de famille... Même rangés sur le toit de la voiture de M. Mariétan, les cors continuaient à exercer leur irrésistible attraction et le public à souffler. Inutile de dire que les médias ("Paris-Normandie", FR3) ont aussi couvert l'événement avec un sourire amusé.



Le théâtre de marionnettes des Pannalal's Puppets a donné en tout 16 représentations de ses pièces "Les sept corbeaux", "L'homo circus" et "Danses indiennes" et ce avec un succès variable (800 spectateurs dans les écoles, 200 à la Bibliothèque Saint-Sever, mais seulement 20 - enthousiasmés - lors du principal spectacle au Conservatoire).

Quant à l'Atelier Stemmler de Zurich, son travail de reliure d'art à la Bibliothèque Municipale a été suivi par quelques centaines de personnes dont plusieurs collègues de la branche et quelques classes. M. Stemmler s'est déclaré fort satisfait des contacts établis sur place.

#### 4.3. Conférences

Les conférences et tables rondes n'étaient pas conçues pour un large public, mais avant tout pour les membres de l'Observatoire de prospective, sorte de Jeune Chambre économique rouennaise. Les diverses conférences ont attiré entre 20 et 40 personnes (enseignants, industriels, hauts fonctionnaires, etc) et ont suscité des discussions fort vivantes; rappelons ici les thèmes évoqués et les noms des orateurs suisses:

- "Techniques de pointe et formation en Suisse", par MM. Gérard Bauer (ancien président FH), Ernst Blümle (professeur Uni Fribourg) et Fritz Brenzikofer (cadre c/o Sandoz Bâle)
- "Place financière suisse; banque et informatique", par M. Jean-Francis Sierro (directeur UBS Genève)
- "Insertion des technologies nouvelles dans les PME, dissémination industrielle et investissements suisses en Haute-Normandie", par MM. Denis Maillat (prof. Uni Neuchâtel), Eric Müller (administrateur CIR) et Gérald Ulmann (secrétaire général Chambre de commerce suisse en France)
- "Politique énergétique et politique des transports en Suisse", par M. Jean Zwahlen (Ambassadeur de Suisse auprès de l'OCDE).

Ce cycle de conférences s'est terminé par un dîner-débat au cours duquel M. Chevallaz a brillamment présenté nos institutions politiques à une septantaine de personnalités rouennaises. Le lendemain, l'ancien président de la Confédération a été reçu à la Mairie par M. Allard, puis par M. Lecanuet.



#### 4.4. Animation de la zone piétonne

Après avoir participé respectivement à la Journée officielle suisse et à l'ouverture officielle de la Foire, la fanfare de Guin et le groupe Stöckli ont animé la zone piétonne les vendredi et samedi 9 et 10 mai. Le concert que la fanfare a donné sur la Place de la cathédrale a notamment attiré près de 200 auditeurs et ses passages dans la Rue du Gros-Horloge ont été fort remarquables. Notons que les Fribourgeois avaient très belle allure avec leurs costumes du 18ème siècle.

Il convient également de mentionner le concours de vitrines auquel ont participé 65 commerçants; on trouvait des affiches et des paysages suisses dans la plupart des magasins et certains décorateurs avaient fait de réels efforts pour les associer à des produits suisses. Les résultats du concours ont été annoncés à la radio et à la télévision régionales.

#### 4.5. Mass médias

La couverture de nos manifestations et la présentation de la Suisse dans les mass médias ont été excellentes; il faut voir là le résultat de notre invitation en Suisse d'une délégation rouennaise comprenant, outre les représentants de la foire, plusieurs journalistes et une équipe TV de FR3 "Haute-Normandie". Les médias ont en outre été invités à trois conférences de presse, celle de la foire où il a évidemment aussi été question des hôtes d'honneur, celle de la Mairie consacrée à notre volet culturel et celle que nous avons organisée au restaurant suisse (avec repas typique) deux jours avant l'ouverture de la foire. Les journaux "Paris-Normandie" (tirage: 120'000 exemplaires), "Liberté-Dimanche" (50'000 ex.) et un groupe de presse régional (tirage total: 75'000 ex.) ont publié des pages entières sur la Suisse.

Quant à FR3 "Normandie", elle a diffusé, entre 18 et 19h, deux de nos films documentaires (ceux de Tsukuba et Vancouver) et,

en fin de soirée (de 22h30 à 24h), trois séries d'émissions politiques et culturelles présentées respectivement par J.J. Lagrange (TVSR), C. Torracinta (TVSR) et I. Lambelet (PH); ce programme, d'une durée totale d'environ 6 heures et qui comprenait aussi le film "Mérette", s'adressait à une région comptant près de 2,5 mio. d'habitants.

FR3 "Haute-Normandie" (public potentiel: 1,5 mio. d'habitants) s'occupe principalement des magazines d'actualités régionales diffusés entre 19h et 19h45; des séquences tournées en Suisse lors du voyage de presse ont été intégrées dans ces cases-horaires (durée totale: environ 30 minutes; notons qu'à ces heures de forte audience, le bloc publicitaire de huit secondes coûte 9'000 FF). De plus, près de deux heures d'émissions ont été réalisées au pavillon suisse de la foire, avec pour décor les paysages valaisans et le matériel de chronométrage de "Swiss Timing".

Enfin, "Radio France Normandie" a présenté pendant six jours un concours sur la Suisse organisé par l'ONST et la participation a été si forte que la centrale téléphonique de la radio a "sauté"... La finale de ce concours a eu lieu au pavillon suisse de la foire, d'où "Radio France Normandie" a diffusé son émission du samedi, de 10 à 12h30; 6 finalistes durent répondre à 5 questions posées par M. Goumaz, directeur de l'agence ONST de Paris.

De son côté, Radio Néon, l'une des radios locales, a consacré plusieurs heures d'émissions à la Suisse; c'est ainsi que le soussigné a été invité à un entretien sur les divers aspects de notre pays qui a duré près d'une heure.

##### 5. Organisation sur place promotion

La délégation envoyée à Rouen pour toute la durée des manifestations se composait de 6 personnes:



- M. Borel (chef de la délégation COCO, contacts officiels, accompagnement des groupes musicaux, accueil conférenciers, évaluation des manifestations)
- M. Bloch (chef du pavillon suisse, coordination, réceptions, hébergement, personnel)
- Mlle Tobler (travaux administratifs, stand d'information, renvoi du matériel à la fin de la foire)
- M. et Mme Morel (stand d'information)
- une collaboratrice de l'ONST Paris (stand d'information).

M. Frochaux, Consul de Suisse au Havre, a également apporté tout son appui à nos manifestations rouennaises (contacts officiels, réceptions) et nous avons, par ailleurs, pu compter sur place sur la collaboration de M. Perrin, Président du Cercle suisse (décoration de vitrines dans la zone piétonnière, concours, stand d'information). Quant à M. Goumaz, Directeur de l'ONST Paris, il a régulièrement assuré le contact avec les mass médias. Mme Lambelet, de Pro Helvetia, est également venue quelques jours à Rouen pour préparer le démarrage du volet culturel.

A côté du nôtre, plusieurs stands étaient occupés en permanence soit par des collaborateurs envoyés de Suisse (Valais, Fromages Gruyères, Swiss Timing), soit par des représentants sur place (Croix-Rouge, Bernina).

L'entente entre les divers membres de la délégation suisse a été très bonne.

Le délégué mis à disposition par l'OSEC, M. Bloch, est entré en fonction plus tard que prévu et il en est résulté certaines incertitudes dans la phase préparatoire; il s'est toutefois fort bien acquitté de sa mission à Rouen même.

La collaboration avec les dirigeants de la Foire et avec l'Observatoire de prospective a été excellente; après quelques difficultés initiales, il en a été de même avec FR3. Les expériences ont été un peu moins favorables avec d'autres partenaires, notamment du secteur culturel.

La promotion de notre pavillon d'hôte d'honneur a été assurée à la perfection par les organisateurs de la Foire et les mass médias. L'Observatoire de prospective qui avait un peu surestimé son potentiel réel d'auditeurs, a également déployé d'intenses efforts pour les conférences. Quant aux manifestations culturelles, elles ont été annoncées dans la presse et d'autres vecteurs (affiches, supplément du "Mémento culturel", etc) ont été utilisés; il est toutefois permis de se demander si la distribution a été effectuée de manière optimale par les organisateurs locaux.

#### 6. Aspects financiers

Le cadre budgétaire adopté par le bureau exécutif lors de sa séance du 7 mars 1985 était d'environ 230'000 fr. Le GT "semaines suisses" établit de son côté le budget détaillé qui figure ci-après avec les dépenses effectives:



	<u>Budget</u>	<u>Comptes</u>
1. Volet foire	65'000.-	114'411,70
2. Restaurant	10'000.-	14'228,20
3. Animation musicale	15'000.-	16'221,05
4. Volet culturel	60'000.-	60'952,60
5. Conférences	10'000.-	9'334,60
6. Réceptions et cadeaux	10'000.-	13'587,40
7. Invitation journalistes	10'000.-	7'295.-
8. Volet TV	10'000.-	11'291.-
9. Frais d'infrastructures (personnel, voyages, séjour)	20'000.-	37'255,70
10. Réserves	20'000.-	-.-
	<hr/>	<hr/>
	230'000.-	284'577,25
	=====	=====

Le dépassement par rapport au budget a été relativement important (+ 55'000 fr. = + 24%); il concerne avant tout les rubriques "foire" et "frais d'infrastructure".

Selon M. Bloch, responsable de ces deux secteurs, il a finalement fallu recourir à un constructeur indépendant (Steinmetz) pour notre pavillon, alors qu'il était initialement prévu d'utiliser du matériel ONST. Une partie des frais du CICR et de Swiss Timing a par ailleurs dû être couverte par notre crédit, contrairement aux prévisions budgétaires. Enfin, les déplacements et les besoins en personnel avaient été sous-estimés.

En ce qui concerne le volet culturel, on relèvera que l'exposition Poussin a coûté près de 30'000 fr. à elle seule, soit près de 50% du budget géré par Pro Helvetia; elle a ensuite été montrée à Paris.

## 7. Ombres et lumières

Alors qu'à Nancy les personnalités suisses présentes avaient toutes mis en évidence le succès de nos manifestations et l'opportunité d'une formule mixte "Foire-Ville-Médias", les réactions ont été plus mitigées à Rouen. Nous citons ci-après quelques extraits des commentaires reçus:

"Ehregast Schweiz bewirkte breite Präsenz der Schweiz in der Stadt und in der Messe. Zone piétonne sehr augenfällig auf CH hingewiesen mit Schaufenstern und Mariétan-cors. Presse, Radio und TV anscheinend gut. Foire: Schweiz-Darstellung zu hoch und nicht den Erwartungen der Besucher entsprechend. Die Leute wollten etwas kaufen. Rotes Kreuz und Swiss Timing waren nicht von Interesse für dieses Publikum. Tonbildschau kam am ehesten den Bedürfnissen der Besucher nach.

CH-Ehregast hat uns wohl einige Publizität verschafft. Ohne Ausstellung hätte man in der Stadt fast gleichgrosse Aufmerksamkeit erregen können. Die Vorurteile der teuren Schweiz hat man nicht abbauen können." (M. Wyler, ONST)

"Il ne paraît pas fondamental à l'Ambassade que les activités en France de la COCO soient dans chaque cas multidisciplinaires. On pourrait concevoir que l'on mette parfois l'accent plus spécifiquement sur le domaine culturel, lors d'une action quelconque, alors que dans un autre cas, ce serait le reflet économique de notre pays qui serait mis en évidence. Dans ce dernier contexte, la COCO pourrait venir se greffer par exemple sur une manifestation économique spécialisée. L'important, semble-t-il, est qu'au jour du bilan, l'ensemble des aspects de la Suisse ait été évoqué en France durant une période que l'on pourrait compter sur une ou x année(s). On aurait ainsi des manifestations plus culturelles qu'économiques, plus touristiques que culturelles, plus économiques que culturelles et touristiques, etc...

L'Ambassade est d'avis que, compte tenu des moyens limités de la COCO, il y aurait lieu de se concentrer, plus encore que par le passé, sur des manifestations d'envergure et porteuses d'avenir. C'est ainsi qu'une préférence devrait être donnée, dans le domaine économique, à une participation à des foires relativement spécialisées, susceptibles d'entraîner l'intérêt de notre industrie d'exportation. Dans la mesure du possible, il y aurait donc lieu de renoncer à la philosophie "couteau suisse et carré de gruyère avec drapeau suisse". En d'autres termes, il faudrait abandonner notre participation à des foires de moindre importance, ou en tous les cas faire en sorte d'assurer une continuité dans des foires traditionnelles (Lyon, par exemple) et réfléchir à de nouvelles formules." (M. Reverdin, Ambassade Paris)



"Sans vouloir revenir sur les critiques extérieures, il y a lieu de souligner que le public de la Foire de Rouen est d'un niveau très bas et qu'il préfère acheter un objet plutôt que de s'informer. Cette passivité très typique doit nous inciter à prendre des dispositions plus précises pour le futur.

Une foire comme tremplin aux semaines suisses n'est pas nécessairement réalisable partout. Une analyse approfondie, au préalable, devrait être entreprise avant un choix définitif.

Dans le cadre d'une foire, le public-cible ne correspond pas à celui d'un programme culturel étoffé. Par conséquent, il faudrait des actions plus orientées vers le grand public.

Une répétition du modèle Rouen est certainement envisageable, mais avec un spectre de manifestations plus limité.

Finalement le modèle Bari me semble plus convenir aux objectifs de la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger, tout en considérant que les aspects financiers ne sont finalement pas très éloignés de Rouen." (M. Bloch, OSEC)

"Impression générale: parfaite, mais manque de chaleur.

Le stand suisse était une belle réalisation malgré quelques variations d'intérêts. On peut reprocher le manque de pôles attractifs vis à vis d'un public populaire, à savoir manque d'artisans au travail, trop peu de musique, de folklore. Rien à vendre, c'est à notre avis une erreur fondamentale en fonction des foires précédentes, quel que soit le pays, il y a toujours des ventes de petits objets souvenirs, gadgets, etc. Le public aime à rapporter un souvenir de son passage en un pavillon et ne veut pas être déçu dans ses habitudes.

On a beaucoup parlé de la Suisse pendant la foire, et surtout hors des poncifs habituels: banque, comptes numérotés, propriété, etc., et c'est là un très bon résultat. On a rencontré un très grand nombre de personnes désireuses de connaître plus à fond la Suisse, ce qui est souhaitable pour l'économie et le tourisme suisses.

Par contre, l'ONST a beaucoup à faire pour supprimer les idées toutes faites sur le prix des vacances suisses ou tout au moins d'insister sur les points positifs.

Nous sommes tous d'accord pour penser que le pavillon suisse était un reflet de la perfection helvétique.

On a insisté sur la Suisse insolite, était-ce bien nécessaire ? Le public s'était déjà forgé une opinion et inconsciemment ne voulait pas être déçu." (M. Perrin, Président du Cercle suisse)

"Les raisons d'être et la valeur de la présence de la Suisse en qualité d'hôte d'honneur à la foire de Rouen ont été suffisamment commentées dans les milieux helvétiques pour que nous n'y



revenions pas, si ce n'est pour souligner que cette présence a été positive sur le plan du développement du tourisme par le stand d'information et une forte présence dans les médias d'une part et l'organisation de manifestations annexes d'autre part.

Il est toujours difficile de connaître exactement l'impact réel sur le grand public de telles manifestations. A première vue, la Suisse était peu connue dans la région de Normandie et notre participation a permis de corriger quelque peu cet état de fait.

Il est évident qu'une action unique ne saurait être suffisante pour imprégner notre message auprès des habitants de cette région et que certaines opérations de relance au cours des années à venir seront indispensables pour affirmer notre présence. D'une façon générale, l'image de la Suisse en France est bien pâle et il nous reste de gros efforts à faire pour y remédier et faire disparaître quelques préjugés à la vie dure. Seules d'ailleurs des actions marquantes et répétées dans certaines régions nous permettront petit à petit d'influencer positivement le public français.

Si nous devons organiser notre propre manifestation, il serait très difficile de toucher autant de monde sans disposer de moyens financiers énormes. Aussi la participation à des foires en tant qu'hôte d'honneur nous permet de toucher un grand public en lui présentant un éventail complet de notre pays (économie, tourisme, culture, etc.), de bénéficier de l'appui des médias et de la collaboration des différents organismes locaux régionaux.

Pour ces raisons, nous suggérons de maintenir pour les prochaines années cette présence d'hôte d'honneur de la Suisse dans certaines foires en tenant compte bien sûr du potentiel économique, des relations ferroviaires, aériennes et routières. Il serait évidemment souhaitable de participer aux plus grandes telles que celle de Lyon." (M. Goumaz, ONST Paris)

"De nombreux visiteurs auraient voulu voir de l'horlogerie ou même en acquérir.

De cette exposition, on peut retenir les trois points positifs suivants:

- la propagation du nom, surtout grâce à la présence de FR3
- la connaissance du chronométrage suisse, qui est un fait reconnu, mais peu connu
- un acquis dans l'expérience et des contacts pour OMEGA ELECTRONICS SA.

Elle a en outre tenu son rôle de thème phare du pavillon suisse, et elle a contribué d'une manière importante au succès de ce dernier." (M. Bovay, Omega)



"Dans l'ensemble, ces semaines furent un succès. Nous ne devons pas perdre de vue que beaucoup de visiteurs de la foire n'ont pas visité notre pavillon, soit parce qu'ils n'ont pas un intérêt particulier pour la Suisse, soit, au contraire, parce qu'ils la connaissent bien et ne pensaient pas en tirer un profit. En ayant un pavillon plus grand et surtout en donnant la possibilité d'achat de fromages, swatches, couteaux suisses, etc..., nous aurions eu évidemment beaucoup plus de visiteurs et une même expérience devrait maintenant être tentée par l'OSEC et l'ONST, sans participation de la COCO. Pourquoi ne pas faire un essai ? On a parlé des jeux de cors de Mariétan, c'était amusant mais, comme pour les marionnettes, pouvait-on deviner que ces démonstrations faisaient partie des Semaines suisses ? Pour une personne non avertie, il était difficile de le savoir. Si nous n'avions pas pu bénéficier d'un appui important des médias, de nombreux citadins ou touristes se seraient imaginé que ces exhibitions étaient organisées par des globetrotters de passage." (M. Frochaux, Consul au Havre)

"En ce qui concerne le cycle de conférences auquel j'ai participé, l'auditoire auquel j'ai été confronté était de qualité et la partie réservée aux questions a essentiellement porté sur l'intensification des relations entre la région rouennaise et la Suisse. (...). Toutes ces questions posent le problème d'un "follow-up". Où le faire ? Qui doit l'organiser ? Je crois que c'est un peu la problématique qui doit découler de semaines de ce type-là. Je ne pense pas qu'il est de votre compétence de l'organiser, mais une telle manifestation n'aura d'impact économique que si elle est poursuivie." (M. Zwahlen, Ambassadeur OCDE)

"Les activités gastronomiques de la quinzaine suisse à Rouen ont été couronnées d'un succès total. La clientèle qui fut nombreuse a fortement apprécié les spécialités suisses. Les gérants du restaurant ont d'ailleurs exprimé leur satisfaction à ce sujet." (M. Buser, cuisinier suisse)

"Avant de pénétrer plus en détail le déroulement de la quinzaine, je peux dès maintenant certifier que la foire fut pour nous une opération globalement positive. (Il ressort d'ailleurs du compte d'exploitation du "Club suisse" un solde légèrement positif.)

Le restaurant aménagé par Steinmetz était digne d'un restaurant de classe; l'étude préalable fut bonne, la qualité des matériaux, la rapidité, le sérieux, le résultat final, firent merveille aux yeux des Français. Le salon VIP fut apprécié des autorités locales. Près de 4'000 couverts servis en 13 jours prouvent que la restauration suisse ne laisse pas les Français insensibles. Quant à la quinzaine suisse organisée à la "Bourse" (réd.: restaurant de M. Lecointe en ville), le succès fut moins franc. Ceci est dû essentiellement au temps trop chaud et au fait que



nous avons continué en même temps notre produit habituel.

Je travaille actuellement sur le projet d'ouverture d'un restaurant suisse à Rouen. Un restaurant auquel serait jointe une boutique vendant les produits suisses tant demandés sur le stand à la foire, ainsi que la possibilité de créer un lieu de rencontre culturel suisse." (M. Lecointe, restaurateur)

\* cf. page 22

## 8. Image de la Suisse

L'enquête-concours (3'000 participants) a fourni quelques précisions sur le public atteint lors d'une telle manifestation; on constate peu de différences entre les foires de Rouen et de Nancy (23,8% d'universitaires contre 27,8% à Nancy; 29,2% de jeunes de 10 à 24 ans à Rouen contre 21,8% à Nancy, répartition assez semblable pour les autres catégories d'âge; 52% de femmes, 48% d'hommes). Le concours impliquant un certain effort intellectuel, il va de soi que l'échantillon constitué par les participants n'est pas scientifiquement représentatif quant à la profession des visiteurs du pavillon.

En ce qui concerne la connaissance de la Suisse, relevons que 70% (Nancy: 77%) des concurrents ont su que nous avons 4 langues nationales et qu'ils les ont indiquées parmi six langues proposées.

Les caractéristiques positives de la Suisse les plus souvent mentionnées ont été les suivantes:

1. Beaux paysages	54%	(Nancy: 61%)
2. Propreté	42%	55%
3. Accueil, amabilité	28%	34%
4. Chocolat	22%	18%
5. Fromage	15%	7%
6. Tranquillité	13%	10%
7. Montres, bijoux	9%	3%

On ne constate pratiquement pas de différences selon les catégories d'âge. L'image qui se dégage de ces réponses est avant tout touristique.



Quant aux caractéristiques négatives, elles ont été beaucoup moins souvent mises en évidence (56% de bulletins blancs contre 13% seulement à la rubrique des qualités). C'est l'image du "pays cher" qui a été la plus fréquemment évoquée (14% contre 21% à Nancy). Les autres défauts cités (rôle des banques, multilinguisme, rigidité, etc) n'apparaissent pas dans plus de 3% des réponses.

## 9. Conclusions

9.0. Les semaines suisses de Rouen ont permis à notre pays d'affirmer sa présence en Haute-Normandie de manière remarquée. Comme le relevaient certains journalistes, "la Suisse a investi Rouen".

9.1. Le succès le plus évident s'est situé au niveau des mass médias; les journaux ont publié une cinquantaine d'articles sur la Suisse ou sur nos manifestations et la TV régionale (FR3) a diffusé six heures d'émissions présentant divers aspects politiques, culturels, touristiques et économiques de notre pays; la collaboration de l'ONST et de la RTVSR s'est avérée très profitable dans ce contexte. Les avis divergent toutefois quant à savoir si le succès d'un tel volet mass médias était conditionné par un statut d'hôte d'honneur à la foire ou s'il aurait aussi pu être obtenu sans une présence à cette manifestation.

9.2. Notre pavillon à la foire a attiré près de 130'000 visiteurs et le stand d'information a distribué des dizaines de milliers de dépliants. Le concept général reflétait la perfection helvétique, mais apparaissait trop froid et livresque au grand public; le volet "Swiss Timing", la multivision (5 à 6'000 spectateurs), le concours (3'000 participants) et le restaurant (4'000 repas en 13 jours) ont suscité le plus d'intérêt. A l'avenir, il conviendrait de vendre quelques produits suisses, de ne pas oublier

l'artisanat et de prévoir davantage d'animation.

Certains membres du groupe de travail sont sceptiques à l'égard de notre participation à des foires "grand public" en qualité d'hôte d'honneur. Dans ce contexte, il convient de souligner d'une part que de telles actions ne poursuivent pas des buts commerciaux immédiats, mais ne visent qu'à l'information générale et d'autre part que le coût d'un "contact" dans une foire est sensiblement moins élevé que dans une exposition universelle (Tsukuba: 1 mio. de visiteurs pour 6 mio. de francs, soit environ 6 fr. par visiteur; Rouen: 130'000 visiteurs pour env. 200'000 fr., soit 1,50 fr. par visiteur); notons aussi que les 10 mio. de francs prévus pour l'Expo de Brisbane permettraient de réaliser 50 pavillons d'hôte d'honneur du type Rouen.

9.3. L'animation de la zone piétonnière a été fort réussie, qu'il s'agisse des jeux de cor du compositeur valaisan Mariétan qui ont fait résonner la ville pendant des jours ou des concerts de l'excellente fanfare de Guin et du groupe Stöckli ou enfin de la décoration de vitrines.

9.4. Les autres manifestations culturelles et les conférences ont connu des fortunes diverses, mais ont permis d'établir de nombreux contacts. Le dîner-débat organisé avec M. Chevallaz a suscité un très grand intérêt.

9.5. En règle générale, la collaboration a été bonne entre organisateurs suisses et nous avons pu compter sur un bon soutien de nos partenaires locaux.

9.6. L'enquête-concours et nos divers contacts ont montré que l'image de la Suisse était bonne auprès du public français, mais que l'information sur notre pays restait assez lacunaire, essentiellement dominée par quelques clichés et stéréotypes nationaux.

\*

\*

\*



Le soussigné tient à remercier tous ceux qui se sont consacrés, aux titres les plus divers, à l'organisation et à la réalisation des semaines suisses de Rouen.

COMMISSION DE COORDINATION POUR LA  
PRESENCE DE LA SUISSE A L'ETRANGER

Groupe de travail "semaines suisses"

Le Président:



(C. Borel)

(suite de la page 19)

"Le stand, selon l'avis du soussigné, était plus intéressant à Rouen qu'à Nancy (Semaines suisses de 1984) les thèmes exposés plus spectaculaires et proches de l'intérêt du grand public. On peut regretter toutefois que l'aspect vente sur le stand ait été très réduit, le public aimant bien acheter "des souvenirs".

D'une manière générale, on peut s'interroger sur les résultats de telles manifestations et les mettre en rapport avec leur coût.

Ce qui semble à peu près sûr, (expériences faites après Nancy en 1984) c'est que:

- a) les retombées économiques directes: recherches de contrats à l'import ou à l'export sont très faibles;
  - b) la pénétration par les médias si elle n'est pas suivie d'autres actions s'estompe très vite dans l'esprit du public."
- (M. Ulmann, Chambre de commerce Paris).

s.B.30.1(24).0-BOR/PV

Berne, le 29 avril 1987

## IMAGE DE LA SUISSE EN FRANCE

(dépouillement partiel d'une enquête-concours effectuée à la Foire de Rouen en 1986)

### 1. Généralités

Organisé par l'OSEC et la COCO, le concours a vu la participation de près de 3'000 personnes; il comprenait un certain nombre de questions auxquelles il était possible de répondre en visitant attentivement le pavillon suisse ou en lisant le dépliant-poster distribué au stand d'information et deux questions "hors concours" sur les principales caractéristiques de la Suisse. Le dépouillement n'a porté que sur 1000 bulletins et sur les deux questions précitées, ainsi que sur une troisième qui a vraisemblablement suscité des réponses spontanées.

Les chiffres entre parenthèses sont ceux qui ont été enregistrés lors de la Foire de Nancy, en 1984, où les visiteurs avaient participé au même concours (4'000 réponses, 500 bulletins dépouillés).

### 2. Caractéristiques des participants au concours

#### 2.1. Age

L'échantillon est assez représentatif des différentes classes d'âge:

10 à 24 ans:	29,2% (à Nancy: 21,8%)
25 à 39 ans:	27,7% (31,0%)
40 à 59 ans:	27,0% (31,2%)
60 ans et plus:	16,1% (16,0%)

#### 2.2. Profession

Ecoliers, lycéens, apprentis:	11,2% (Nancy: 8,0%)
Etudiants:	7,9% (8,2%)
Enseignants:	6,9% (9,6%)
Professions libérales et cadres de l'administration et de l'économie:	9,0% (10,0%)
Employés de bureau, fonctionnaires:	15,5% (18,8%)
Santé publique	4,0% (2,2%)
Commerçants	1,2% (1,4%)
Ouvriers et artisans	12,3% (4,2%)
Personnel de vente	2,2% (1,8%)
Ménagères	12,1% (15,2%)
Retraités	13,3% (14,4%)
Divers	1,4% (1,0%)
Sans réponse	3,0% (5,2%)



On constate que les universitaires (étudiants, enseignants, professions libérales et cadres) constituent près du quart de notre échantillon (23,8% contre 27,8% à Nancy).

### 2.3. Sexe

Il y a équilibre presque parfait:

Femmes: 52%

Hommes: 48%

### 3. Connaissance de la Suisse

Nous n'avons dépouillé que les réponses à la question suivante: "Quelles sont les langues nationales de la Suisse?" (Etaient proposés: allemand, anglais, espagnol, français, romanche, italien).

#### Réponses obtenues

français:	97,6%	(Nancy: 99,6%)
allemand:	97,4%	(98,8%)
italien:	87,6%	(96,1%)
romanche:	78,0%	(80,8%)
anglais:	1,5%	(0,4%)
espagnol:	0,3%	(0,0%)
blanc:	0,1%	(0,4%)

Mentionnaient les quatre langues nationales: 70,1% (77,3%)

### 4. Image de la Suisse (base: Rouen = 1'000 réponses; Nancy = 500 réponses)

#### 4.1. Aspects positifs

Question (hors concours): "Quelles sont, selon vous, les principales caractéristiques de la Suisse? Celles que vous aimez?" N.B. Possibilité de donner plusieurs réponses; choix entièrement ouverts.

Réponses obtenues (blancs: 125, soit 12,5%; Nancy: 4,8%)

1. Beaux paysages (lacs, villages, montagnes, maisons fleuries, etc):	541 = 54,1%	(Nancy: 60,6%)
2. Propreté, respect de la nature, etc:	417 = 41,7%	(55,2%)
3. Accueil, amabilité, hospitalité, etc:	276 = 27,6%	(34,4%)
4. Chocolat:	216 = 21,6%	(18,0%)
5. Fromage:	152 = 15,2%	(7,0%)
6. Calme, tranquillité, qualité de la vie:	132 = 13,2%	(9,8%)
7. Montres, bijoux	90 = 9,0%	(2,6%)
8. Qualité, précision	83 = 8,3%	(7,0%)
9. Neutralité, paix	79 = 7,9%	(6,8%)
10. Sécurité, ordre	75 = 7,5%	(9,8%)
11. Gastronomie	64 = 6,4%	(5,8%)

12. Folklore, coutumes, etc	55 = 5,5% (3,0%)
13. Sports d'hiver, ski, etc	29 = 2,9% (2,0%)
14. Institutions politiques (démocratie, tolérance, etc)	28 = 2,8% (2,8%)
15. Honnêteté	22 = 2,2% (2,6%)
Banques, monnaie forte, etc	22 = 2,2% (4,4%)
Efficacité, organisation, etc	22 = 2,2% (2,0%)

Des notions telles que "multilinguisme", "technologie de pointe", "Croix-Rouge - solidarité" n'apparaissent que plus rarement (respectivement 16, 10 et 8 fois).

Les variations sont assez minimes si l'on examine les réponses par catégories d'âge:

10 - 24 ans (292 réponses; Nancy: 109)

1. Paysages (159/71)
2. Propreté ( 93/47)
3. Chocolat ( 85/33)
4. Fromage ( 57/13)
5. Accueil ( 56/26)

25 - 39 ans (277/155)

1. Paysages (174/93)
2. Propreté (119/83)
3. Accueil ( 83/58)
4. Chocolat ( 64/26)
5. Fromage ( 46/14)

40 - 59 ans (270/156)

1. Paysages (124/84)
2. Propreté (121/97)
3. Accueil ( 77/55)
4. Calme ( 37/20)
5. Chocolat ( 34/19)

60 ans et plus (161/80)

1. Paysages (84/55)
2. Propreté (84/49)
3. Accueil (60/33)
4. Chocolat (33/12)
5. Calme (28/7)

Les beaux paysages, la propreté, l'accueil et le chocolat figurent en tête dans les quatre classements par catégorie d'âge; la seule nuance intervient au niveau de la cinquième caractéristique, les jeunes mettant davantage l'accent sur le fromage et les moins jeunes sur le calme et la tranquillité de la Suisse ...



L'image qui se dégage de ces réponses est avant tout touristique, puisque 54% (Nancy: 61%) des participants au concours ont mis en évidence d'une manière ou d'une autre les caractéristiques géographiques de notre pays et il est probable que l'amabilité, le sens de l'accueil et l'hospitalité dont nous sommes crédités, de même d'ailleurs que la propreté, sont aussi partiellement liés à cette branche de notre économie.

La Suisse industrielle est principalement présente sous ses aspects chocolatiers et fromagers; l'horlogerie, la qualité et la précision sont moins souvent mentionnés.

Quant à la Suisse politique (neutralité, démocratie directe, fédéralisme, Croix-Rouge etc) et culturelle (multilinguisme, etc), elle ne retient que peu l'attention des Français.

#### 4.2. Aspects négatifs

Question (hors concours): "Quelles sont, selon vous, les principales caractéristiques de la Suisse ? Celles que vous n'aimez pas?" Ici aussi, il était possible de donner plusieurs réponses.

Réponses obtenues (blancs: 558, soit 55,8%; Nancy: 54,8%)

1. Pays cher, change défavorable	136 = 13,6% (Nancy:21,0%)
2. Secret bancaire, etc	30 = 3,0% (4,0%)
Rigidité, rigueur	30 = 3,0% (2,4%)
4. Vignette autoroutière	17 = 1,7% (--)
Multilinguisme	17 = 1,7% (2,4%)
6. Lenteur	16 = 1,6% (0,8%)
7. Fromages, fondue	14 = 1,4% (--)
8. Trop sérieux, sans fantaisie	13 = 1,3% (2,0%)
Froideur	13 = 1,3% (1,2%)
10. Climat	12 = 1,2% (1,6%)
11. Chauvinisme, immodestie	11 = 1,1% (0,4%)
12. Neutralité, absence CEE-ONU	10 = 1,0% (1,0%)

En règle générale, les défauts sont beaucoup moins souvent mis en évidence que les qualités (55,8% de bulletins blancs dans un cas, 12,5% dans l'autre); peut-être certains participants au concours ont-ils cru que cette réserve leur assurerait de meilleures chances au moment de la distribution des prix, mais il n'y a pas lieu de penser que cette réaction ait été généralisée.

L'image du "pays cher" est de loin la plus fréquemment évoquée, mais les Nancéens l'ont davantage soulignée que les Rouennais (21,0% contre 13,6%), vraisemblablement parce qu'ils se rendent plus souvent en Suisse.

Quant au rôle de nos banques, en définitive rarement mentionné, il apparaît négatif aux yeux des uns (3,0%) et positif aux yeux des autres (2,2%). Notons aussi que notre multilinguisme est plus souvent considéré comme une tare que comme une qualité (1,7% contre 1,6% ...). Enfin, la Suisse propre et ordonnée qui

séduit beaucoup de Français en énerve quelques autres qui nous reprochent notamment nos rigidité, lenteur, sérieux et froideur; il ne s'agit toutefois là que de petites minorités.

*Borel.*

(Cl. Borel)



Mission OCDE, Paris

24. JUL. 1987.



Koordinationskommission  
für die Präsenz der Schweiz im Ausland

Commission de coordination  
pour la présence de la Suisse à l'étranger

Commissione di coordinamento  
per la presenza della Svizzera all'estero

c/o Département fédéral  
des affaires étrangères

ZW	BT	IT	SA	ZL	BJ	MP	Stag.	HE	OF	a/a
			✓	✓						✓

331

- Aux représentations suisses  
en France

---

- Division politique I

Ihr Zeichen  
Votre référence

Ihre Nachricht vom  
Votre communication du

Unser Zeichen  
Notre référence

Datum  
Date

s.B.30.1.(9).45.

20 juillet 1987

Rapport-BOR/IG

Gegenstand:  
Objet:

Semaines suisses de Rouen  
Image de la Suisse en France

- Le groupe de travail "semaines suisses" de notre Commission de coordination a approuvé récemment le rapport du soussigné relatif aux manifestations organisées l'an passé à Rouen. Nous vous en remettons en annexe un exemplaire.
- ./.
- ./.
- Vous trouverez également ci-joints les résultats partiels du dépouillement de l'enquête-concours effectuée aux foires de Nancy (1984) et Rouen (1986).

COMMISSION DE COORDINATION POUR LA  
PRESENCE DE LA SUISSE A L'ETRANGER

Le Secrétaire:

(C. Borel)

Annexes: ment.