

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: 38 (1967)

Heft: 10

Artikel: Pour la Semaine suisse 1967 (14-28 octobre) : faire connaître la production suisse : une tâche permanente

Autor: S.P.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-825278>

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: 16.03.2025

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

autre exemple remarquable est l'oléoduc du Comecon venant de l'Oural et dont un bras atteint l'Allemagne de l'Est et l'autre la Hongrie et la Tchécoslovaquie.

Le pipe-line sud-européen montre combien les ordres de grandeur sont relatifs en ce qui concerne les oléoducs. Construit en 1962 pour l'approvisionnement de quatre raffineries avec une capacité de 13 millions de tonnes, il a déjà pompé 31 millions de tonnes l'an passé vers la France, l'Allemagne et la Suisse.

Les besoins énergétiques présents et futurs de l'Europe occidentale ne pourraient être couverts sans ce réseau d'oléoducs. Les raffineries construites à l'intérieur du continent sont tributaires de voies d'approvisionnement sûres, régulières et bon marché.

S. H.

Pour la Semaine suisse 1967 (14-28 octobre)

Faire connaître la production suisse : une tâche permanente

Le travail économique considérable que notre petit pays accomplit ne va pas de soi. Il est permis de s'étonner parfois du succès avec lequel nos entreprises font face à une propagande tapageuse, parfois agressive de leurs concurrents étrangers, bénéficiant souvent de l'aide de l'Etat, et plus que nous de la réduction des barrières douanières ainsi que d'autres facilités.

Pour accomplir cette tâche, il faut beaucoup de courage, d'esprit d'invention, de sens du risque... beaucoup de capitaux aussi, de matière grise et d'individus ayant le goût véritable du travail. Mais, il faut aussi la confiance des clients et des consommateurs. Pour garder cette confiance, il faut un effort permanent, impliquant des connaissances approfondies. La Semaine suisse est à leur service depuis 1917.

Dans le rapport que cette institution vient de publier à l'occasion de son jubilé, les auteurs ne se bornent pas à une rétrospective. Ils insistent sur le fait que la propagande pour le travail suisse est une tâche permanente. Elle découle tout naturellement d'un système d'économie libre. La concurrence est en train de s'intensifier. Dans une course comme celle-ci, l'offre de biens et de services doit être attrayante et convaincante. Avec les meilleurs produits du monde, nous n'atteindrions rien si cette tâche était défailante.

Le producteur doit s'y appliquer en exploitant tous ses atouts. Mais, à la propagande individuelle doit s'ajouter une action d'ensemble. Seule la collaboration peut nous permettre d'exploiter pleinement nos chances. Le but à atteindre est plus grand et lointain que le profit économique et financier direct. En un mot, il s'agit du maintien et de l'épanouissement de notre personnalité nationale.

Le succès économique à « l'âge de la concurrence » ne nous assure pas uniquement le progrès social ; il porte et développe la nation que nous aimerions voir épanouie sur les plans politique et économique, assurant à l'individu la justice sociale.

Ainsi comprise, la propagande pour le travail n'est plus une affaire individuelle ; c'est une tâche nationale. Ses effets doivent être nationaux et supnationaux.

Aussi, la nécessité d'une action de propagande pour le travail suisse n'est-elle pas liée aux conditions du moment ; elle est indépendante de l'évolution conjoncturelle. En revanche, ce qui peut changer avec le temps, c'est la forme de cette propagande. Aussi doit-on bien se demander si des organisations, comme la Semaine suisse par exemple, répondent encore aux besoins de notre époque.

Cette institution ne se prévaut pas de ses cinquante ans d'expérience en matière de propagande pour les produits et services suisses. En revanche, elle porte une idée qui s'est manifestée pour la première fois il y a cinquante ans et qui est demeurée actuelle. A ce titre, et parce que son rôle est de sauvegarder et de cultiver le « goodwill » qui a été créé avec beaucoup d'intelligence et de travail, elle doit également mettre en face de leurs responsabilités les milieux qui lui ont confié cette mission.

Il faut poser la question : « Quelle est la destinée de la Semaine suisse, alors que les conditions ont considérablement changé et que nous vivons dans une constellation économique internationale tout à fait nouvelle ? »

Le temps des manifestations de sympathie est révolu. Il faut, maintenant, avoir le courage de tourner les yeux vers l'étranger, d'autres pays ayant compris que le combat en rangs serrés et ordonnés est rationnel et productif alors que nous nous délectons encore d'un « fédéralisme » dont nous ne tirons du reste pas les conséquences, et que nous partons en guerre chacun à sa manière.

Les institutions industrielles et artisanales, tout comme les organisations agricoles, sont invitées à bander leurs forces en vue du but commun. Nous avons besoin aussi de la collaboration des organisations ouvrières, d'employés, politiques et scientifiques. Enfin le moment est venu pour les « centrales » de toute nature, bénéficiant de l'aide des pouvoirs publics, de renoncer à être une sorte d'Etat dans l'Etat. Elles doivent savoir qu'elles n'ont pas de raison d'être en elles-mêmes, qu'elles ne remplissent leur rôle qu'en étant le rouage d'un important mouvement.

Le souhait de la Semaine suisse, à l'occasion de son cinquantième anniversaire, est que ces deux mots : « travail suisse » gardent toute leur valeur pour ceux qui produisent et ceux qui achètent, également dans l'esprit de la génération montante.

S. P.

Le prochain tirage de la Seva

Le gros lot de 100 000 fr. de la 172^e émission de la Seva, dont le tirage a eu lieu le 31 août dernier à Blumenstein, a été gagné par une personne habitant la Haute-Argovie. La plus grande partie des heureux gagnants des voyages en avion Berne-Paris ont déjà touché leurs bons.

Le prochain tirage aura lieu le 26 octobre.