

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 34 (1954)
Heft: 10

Artikel: Sept journalistes français en Suisse
Autor: Debruille, Jean
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-888542>

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: 30.03.2025

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

SEPT JOURNALISTES FRANÇAIS EN SUISSE

par

Jean Debrulle

Rédacteur aux « Informations industrielles et commerciales »

La Chambre de commerce suisse en France a organisé, avec l'Office suisse d'expansion commerciale et d'autres organismes suisses, un voyage d'information pour sept journalistes français, du 9 au 16 septembre dernier. M. Jean Debrulle, qui a participé à cette visite en Suisse, a bien voulu nous confier ici ses impressions personnelles et celles de ses confrères. Nous l'en remercions très sincèrement.

SEPT, le nombre parfait.

« Les Sept en Suisse », un titre de pièce très eschyléen, encore qu'il ne soit pas question ici d'épopée mais d'une expédition très pacifique, très instructive et, disons le tout de suite, très agréable, pour tous ceux qui eurent le plaisir d'y participer.

Les *acteurs* : pas de « rôle » féminin. Sept journalistes français, le plus âgé : 52 ans, le plus jeune : 26. Parmi eux : deux représentants de la presse parisienne, quatre de la presse de province (Dijon, Lyon, Grenoble), un de la presse professionnelle. Très éclectique, comme on voit. Autre classification : le « technicien » (le plus intéressé d'entre nous par les visites d'usines) l'« historien », le « politique », le spécialiste des questions sociales, l'« expert gastronome » (évidemment un Dijonnais!), l'amateur de folklore et le plus réservé de tous (évidemment le Lyonnais!), qui était peut-être aussi le meilleur observateur.

Le *metteur en scène* : la « Chambre de commerce suisse en France » et l'« Office suisse d'expansion commerciale » qui, avec beaucoup de soins, de compétence et de souci du « confortable », avaient organisé notre voyage.

L'*impresario* : M. Weissenbach, représentant la Chambre de commerce suisse en France, qui sut se montrer d'un bout à l'autre du voyage un parfait cicerone et un charmant compagnon de route.

Le *décor* : en lever de rideau : Genève et le Mont-Blanc.

Premier acte : Lausanne, matinée indienne, après-midi « suisse », soirée tessinoise, au « Comptoir suisse » (1).

Deuxième acte : Berne, une salle de réunion au Palais fédéral.

Troisième acte : dans les amoncellements rocheux de l'Oberhasli.

Épilogue : les lumières de Zurich et le port de Bâle.

Nombreux tableaux intermédiaires : le palais de l'O. N. U. ; au royaume de l'infiniment petit dans le temps et l'espace (l'exposition « Montres et bijoux » de Genève et la Société genevoise d'instruments de physique) (2); déjeuner au Mont Pèlerin; la salle du chapitre veveysane de la très vénérable Confrérie des vigneron; une séance de « raclette » (3); dans le bureau d'un syndicaliste (U. S. S.-Berne); dans celui d'un patron (Union des associations patronales, Zurich); à 500 mètres sous terre dans les centrales souterraines du Grimsel; promenade

(1) L'hôte d'honneur étranger du « Comptoir Suisse » 1954 était l'Inde (saris, bois sculptés, machines, la plupart de celles-ci fabriquées sous licences suisses). Après visite de l'exposition au cours de l'après-midi, nous avons été reçus pour dîner à la « Cave tessinoise ».

(2) Degré de précision de l'ordre du millionième de seconde pour certains appareils scientifiques présentés à « Montres et bijoux », à côté des dernières créations de « haute mode » de la montre; degré de précision de l'ordre du dix-millième de millimètre pour les machines à pointer de la Société genevoise d'instruments de physique.

(3) Pour le lecteur français : spécialité romande. La raclette est le produit obtenu en « raclant » les perles de gruyère fondu qui apparaissent à la surface d'un fromage coupé en son milieu et suspendu au-dessus d'un feu de braises. Se mange chaud, accompagné de cornichons au sel.

en gyrobus (Oerlikon, Zurich) (4); apothéose de la couleur fonctionnelle (les usines-laboratoires de Geigy à Bâle), etc.

Éclairage : soleil presque permanent.

Musique de scène très enjouée.

Ambiance générale très détendue et amicale.

De la gaieté et... du fendant.

Et, maintenant, essayons de raconter la *pièce*, ou plus exactement d'en dégager l'atmosphère générale, en nous aidant de quelques-unes des impressions rapportées de ce voyage.

Tâche ambitieuse lorsqu'on est seulement « l'un des sept », tâche relativement aisée cependant car c'est vraiment d'impressions communes qu'il s'agit : sept cerveaux pour réfléchir, sept bouches pour poser des questions, quatorze yeux pour voir, quatorze oreilles pour entendre, mais un seul esprit — celui de la plus cordiale camaraderie — pour mettre en commun les renseignements recueillis, comparer les points de vue, en tirer des conclusions.

LE « PAYS DE LA DOUCEUR DE VIVRE » EST AUSSI LE PAYS DU « TRAVAIL BIEN FAIT »

La Suisse?

« Un pays de montagnes, très pittoresque. On y trouve de très bons hôtels; on y fabrique de belles montres, des couteaux de poche, du fromage et d'excellents chocolats. »

Cette opinion simpliste, les milieux suisses chargés des relations avec l'étranger s'imaginent — partiellement à tort — qu'elle est celle du Français moyen à l'égard de leur pays.

Disons tout de suite — sans modestie — qu'aucun de nous n'en était là lorsque, venus les uns par avion, les autres par la route, nous nous sommes tous retrouvés à Genève. La plupart d'entre nous en effet connaissaient déjà la Suisse pour y avoir voyagé, soit à titre professionnel, soit en qualité de touristes.

Et pourtant... il est bien vrai que la première et durable impression en terre helvétique est ce sentiment de « douceur de vivre » que l'on ne retrouve guère en France — sauf en quelques coins privilégiés — qu'à travers les récits de la « Belle époque ».

C'est un peu comme si, malgré les autos, les trains légers rapides, les avions, une industrie en plein essor et perpétuel renouvellement, l'horloge du temps en Suisse s'était mise soudain à prendre du retard (si invraisemblable que cela puisse paraître au pays de la précision horlogère!) depuis l'époque heureuse où le futur Édouard VII était encore Prince de Galles.

(4) Le gyrobus est un « autobus électrique » : l'énergie accumulée sous forme d'énergie cinétique dans un volant gyroscopique de 1.500 kilogrammes tournant à la vitesse de 3.000 tours-minute est restituée à un moteur électrique utilisé pour la traction.

Tout contribue à créer cette illusion : la monnaie (« centime » : un vieux mot à la saveur toute neuve pour des lèvres françaises), le paysage (traditionnellement associé aux idées de vacances), le luxe des hôtels (avec ce petit rien d'un peu désuet pour nous autres Français dans le raffinement apporté au service), mais aussi quelque chose de plus subtil qui est le fait des hommes. Douceur de vivre, cette très grande urbanité dans les relations sociales (il n'y a pas en apparence de « sulbaternes » mais simplement des gens occupés à des tâches spécialisées : conduire un taxi, poinçonner les billets, servir les repas, assurer la bonne marche d'une machine); douceur de vivre encore, cette absence de contrastes dans les rues ou les lieux publics entre riches et pauvres; douceur de vivre enfin, ce sourire intérieur qui éclaire les visages : celui du syndicaliste, du patron, de la laborantine, de l'ouvrier ou simplement celui de notre voisin de table ou de compartiment.

Une grave erreur cependant serait de donner de la Suisse l'image d'un petit pays heureux, demeuré par chance un peu en dehors des grands faits de l'histoire contemporaine.

Que le peuple suisse soit heureux c'est sans doute un fait, mais à condition de préciser qu'il ne s'agit pas d'une euphorie plus ou moins gratuite, mais d'une joie de vivre lucide, raisonnée et parfaitement consciente des dangers qui la menacent. Pour résumer d'un mot, disons que le citoyen suisse est un homme heureux parce que c'est avant tout un homme « content de soi ».

Et content tout d'abord de son travail.

On travaille beaucoup en Suisse (dès sept heures ou sept heures et demie, les magasins de commerce sont ouverts), mais surtout l'on y travaille « bien ».

Nous n'avons jamais eu l'impression que les usines qui nous étaient montrées étaient plus ou moins « triées sur le volet »; quelques entorses ou suppléments imprévus à notre programme permettent au contraire de penser que le pays qui, sur le plan international, se dit celui de la « porte ouverte » est également sur le plan interne celui du libre accueil.

Or, tout ce que nous avons pu voir de la production suisse était essentiellement production « de qualité » : la montre-bijou qui tient dans une pièce d'un dollar ou l'alternateur géant destiné au barrage d'Assouan.

Bien plus, il semble qu'il y ait en Suisse une certaine « affectation » de la qualité. Un propos de table d'un de nos confrères lausannois illustre cette position : « Si l'on compare le monde — ou tout au moins l'Europe — à une vaste usine, la Suisse, c'est la cage de verre à tempé-

rature constante où quelques ouvriers très spécialisés travaillent, sur des machines coûteuses, à des réglages de précision. »

En circulant à travers le pays, on est frappé de voir combien la plupart des Suisses sont persuadés que la grande série n'est pas et ne sera jamais leur vocation. C'est ainsi que nous avons pu entendre des dirigeants de la montre commenter avec philosophie, la récente décision américaine sur le relèvement des tarifs douaniers, frappant les montres suisses à l'importation : « La nouvelle taxe, nous ont-ils dit, n'est pas une taxe *ad valorem*, mais une taxe unitaire indépendante du prix. Elle aura au moins un avantage : éliminer la « camelote » qui si

elle avait été répandue de façon massive sur le marché américain aurait pu discréditer la qualité de nos fabrications. »

Pour être franc, disons que ce souci de la « qualité avant toute chose », nous semble, quant à nous, un peu poussé à l'extrême.

En France, du moins, la réputation des produits suisses n'est plus à faire, et en refusant délibérément de sacrifier à la série, les fabricants helvétiques se privent peut-être de débouchés intéressants. Le pouvoir d'achat du consommateur moyen français ne lui permet pas souvent de s'offrir les produits de très haute qualité qui font la réputation de l'industrie suisse. Par contre, dans nos foires et expositions ou nos magasins, les montres courantes, les articles ménagers, les réfrigérateurs, etc., sont assurés du succès pour peu qu'ils portent la croix fédérale, l'arbalète ou simplement la mention « fabriqué en Suisse ». Ce sont pourtant des produits de série, mais le client sait qu'il s'agit de « bonne série ».

A cela, il est vrai, les industriels suisses nous répondront sans doute : contingentements, licences et libération des échanges. C'est, malheureusement, un tout autre problème...

« PUBLICS RELATIONS » HOTELIÈRES ET INDUSTRIELLES

Dans les hôtels de Genève et de Lausanne, le chef de réception nous a remis, comme à chaque voyageur, une plaquette qui a vivement retenu notre attention, car, à notre connaissance, il n'en existe pas d'analogue dans les hôtels français.

Imaginez, quant au format, une sorte de petit agenda, ou plutôt de calendrier, très facile à glisser dans la poche, portant sur la couverture le numéro de votre chambre



Arrivée à l'aérodrome de Genève
des délégués de la presse parisienne

(très utile pour les rentrées tardives, après copieuses libations!), son prix et bien entendu le nom et l'adresse de l'hôtel. Seule cette couverture est individualisée pour chaque hôtel, l'encart intérieur, autant que nous avons pu en juger, restant le même pour tous les hôtels d'une même localité. Une partie de la couverture peut se détacher et constitue une carte postale reproduisant une vue de la ville, un chef-d'œuvre local, etc.

À l'intérieur, un encart d'une vingtaine de pages avec un dépliant sous forme de plan. On y trouve un peu de tout :

— les *bonnes adresses*: commerce de luxe, mode, agences de voyages ou de navigation avec repères permettant de retrouver l'emplacement exact sur le plan;

— *ce qu'il faut voir et savoir*: musées, bibliothèques, monuments, parcs, gastronomie;

— *comment se distraire*: cinéma, théâtres, dancings;

— *à toutes fins utiles*: numéros de téléphone permettant d'obtenir l'heure exacte, les informations, la police, la permanence médicale, etc.; la liste des bureaux de poste, bureaux des objets perdus, stations de taxis, bureaux de change, tramways et trolleybus, compagnies de navigation, ambassades et consulats, etc.

Bien entendu, la publicité n'est pas oubliée et de nombreuses annonces viennent solliciter l'attention du touriste lecteur.

En résumé, une sorte de « Semaine à Paris » (ne faisant pas cependant concurrence à un programme hebdomadaire des distractions ou spectacles) remise gratuitement par l'hôtelier à son client.

Nous ne doutons pas que, commercialement, cette « carte-guide » d'hôtel ne soit un excellent support publicitaire et que, par conséquent, le « don gracieux » qui nous était fait ne soit aussi une opération parfaitement rentable. Mais nous voudrions surtout insister sur l'aspect « public-relations » que constitue la remise de cette plaquette : l'hôtelier ne cherche pas seulement à rendre service à son client, mais aussi aux autres commerçants de la ville.

Cet aspect « public-relations », et surtout « public-relations étrangères », nous l'avons retrouvé un peu partout en Suisse.

Dans les réceptions tout d'abord : à beaucoup de cordialité naturelle se mêlait chez nos hôtes un souci de bonne information auquel, en tant que journalistes, nous avons été particulièrement sensibles.

Ce souci, nous l'avons également retrouvé dans l'abondante et luxueuse documentation qui nous a été remise. Des brochures comme celles de « l'Office suisse d'expansion commerciale » peuvent être considérées comme des modèles de clarté et de concision. Il est également frappant de constater que les publications d'entreprises commencent presque toujours par un aperçu d'ensemble sur la branche professionnelle intéressée avec en bonne place... le nom des principaux concurrents.

À l'égard de toutes ces brochures, permettons-nous cependant une critique très courtoise. Il y est répété souvent (avec chiffres à l'appui) que la « Suisse est l'un des plus petits pays du monde ». Sans doute est-ce statistiquement vrai, mais à aucun moment nous n'avons eu l'impression de nous trouver dans un « petit pays ». Qu'il s'agisse d'économie, de politique internationale, ou de défense militaire, les 4.700.000 Suisses ne donnent nullement à l'étranger l'impression d'avoir « renoncé » ni même de rester tant soit peu « en arrière de la main ». Dans ce cas pourquoi répéter si souvent dans des publi-

cations de propagande que la Suisse est un « petit pays »?

Comme on voit, notre critique se traduit au fond... par un hommage.

DES GENS QUI ONT LES YEUX OUVERTS

Nous voudrions terminer par une dernière impression, elle aussi très frappante.

Pays des bureaux clairs, des usines claires, la Suisse est aussi celui des esprits clairs.

Clairs, c'est-à-dire avant tout « réalistes ».

Cette impression, nous l'avons très nettement ressentie en abordant les problèmes sociaux avec les représentants syndicaux, patronaux ou ouvriers.

Une formule, telle que la « paix du travail » dans les métaux — avec dépôt en banque par les deux parties d'une caution de 250.000 francs suisses garantissant le paiement des amendes arbitrales en cas de grève ou de lock-out — constitue pour le visiteur français quelque chose d'un peu surprenant.

Il nous a fallu les entretiens avec MM. Moeri, secrétaire général de l'Union syndicale suisse, et Kuntschen, secrétaire de l'Union centrale des Associations patronales suisses, pour comprendre un peu mieux et constater — malheureusement! — qu'il s'agissait là d'une solution spécifiquement « suisse » du problème social sans possibilité d'exportation en France, du moins dans l'immédiat.

Sans grands mots, sans références historiques, ni appels aux « éternels principes », les dirigeants syndicaux, patronaux et ouvriers suisses traitent les problèmes du travail comme, chez nous, on traite « une affaire ». Une bonne convention collective donnant satisfaction aux deux parties vaut mieux, nous a-t-il été dit des deux côtés, que n'importe quelle victoire à la Pyrrhus.

Spécifiquement suisse également, cette estime réciproque des hommes les uns pour les autres à quelque bord qu'ils appartiennent.

Dans le numéro du « Journal des associations patronales » reproduisant le texte de la Convention de Paix du travail renouvelée en juillet dernier, le document officiel est précédé d'un commentaire dans lequel les deux promoteurs de la Charte de 1937, M. Dübi, représentant patronal, et M. Ilg, président de la Fédération des ouvriers sur métaux et horlogers, se trouvent associés dans un commun hommage.

Et il ne s'agit pas seulement de littérature... Au cours d'un entretien privé, M. Kuntschen devait nous dire à Zurich : « L'un des hommes les plus intelligents que je connaisse et que j'estime, c'est mon vis-à-vis ouvrier aux réunions paritaires ». Deux jours auparavant, M. Moeri nous avait, de son côté, tenu à Berne, des propos sensiblement analogues.

Comment, pourrions-nous traduire l'impression que nous causent de telles paroles?

Sans doute, par une image.

Avant ce voyage, et bien qu'ayant déjà, pour la plupart, séjourné plusieurs fois en Suisse, le serment du Grütli, c'était pour nous une composition sculpturale (un peu académique) au pied du grand escalier du Palais fédéral. Nos amis suisses ne nous en voudront sans doute pas si nous avouons que Guillaume Tell et ses compagnons, nous les voyons maintenant se serrant toujours la main, mais portant lunettes, bleu d'usine ou complet veston.

Jean Debrulle