

Sélection d'article sur la politique suisse

Requête	23.04.2024
Thème	Problèmes politiques fondamentaux
Mot-clés	Place financière
Acteurs	Sans restriction
Type de processus	Sans restriction
Date	01.01.1965 - 01.01.2022

Imprimer

Éditeur

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Contributions de

Buchwalder, Mathias
Bühlmann, Marc

Citations préféré

Buchwalder, Mathias; Bühlmann, Marc 2024. *Sélection d'article sur la politique suisse: Problèmes politiques fondamentaux, Place financière, 2015 - 2020*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne.
www.anneepolitique.swiss, téléchargé le 23.04.2024.

Sommaire

Chronique générale	1
Eléments du système politique	1
Problèmes politiques fondamentaux	1
Image de la Suisse à l'étranger	1

Abréviations

EDA Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten

DFAE Département fédéral des affaires étrangères

Chronique générale

Eléments du système politique

Problèmes politiques fondamentaux

Image de la Suisse à l'étranger

ÉTUDES / STATISTIQUES
DATE: 31.12.2015
MARC BÜHLMANN

In ihrem Jahresbericht stellte **Präsenz Schweiz** (PRS), welche ein Monitoring der Wahrnehmung der Schweiz im Ausland zum Auftrag hat, fest, dass das Land über ein gutes Image verfüge. Diesen Befund stützt PRS einerseits auf den Nation Brand Index, der auf der Basis von Befragungen die Wahrnehmung von 50 Ländern misst. Andererseits analysiert PRS die Berichterstattung wichtiger ausländischer Leitmedien über die Schweiz. Gemäss dem Nation Brand Index belegt die Schweiz im internationalen Image-Vergleich Rang 8. Am besten schneiden laut diesem Index die USA, Deutschland und Grossbritannien ab. Gemessen werden unterschiedliche Dimensionen, wobei die Schweiz in der Dimension Regierungskompetenz, Respektierung der Bürgerrechte, Frieden- und Sicherheitspolitik, Umweltpolitik sowie Lebensqualität von allen Ländern am besten beurteilt wird. Ein weniger gutes Image hat die Schweiz hingegen hinsichtlich Kultur und Sport, der Dynamik der Städte und dem Angebot an historischen Attraktionen. Aber auch in diesen Bereichen ist sie in den besten 20 Ländern klassiert.

In den internationalen Medien wurde insbesondere im Rahmen des FIFA-Skandals über die Schweiz berichtet. Einige Aufmerksamkeit erhielt die Eidgenossenschaft auch aufgrund der Aufhebung des Euro-Mindestkurses. Während sich ersteres laut PRS wohl nicht negativ auf das Bild der Schweiz im Ausland auswirken werde, berge der starke Franken über längere Zeit ein imageschädigendes Potenzial, da dieser in den Medien als Schwächung des Wirtschaftsstandortes Schweiz kommentiert werde. Für sportliche Schlagzeilen sorgte Stan Wawrinka mit dem Sieg am French Open. Die Schweiz werde als Tennis-Nation wahrgenommen, über die äusserst positiv berichtet werde. Die Politik stand 2015 wesentlich weniger im Fokus der ausländischen Medien; ganz im Gegensatz zu 2014, wo über den Finanzplatz und die Abstimmung zur Masseneinwanderungsinitiative sehr stark und eher negativ berichtet worden war. Ausnahme bildeten 2015 die eidgenössischen Wahlen. Der Wahlsieg der SVP sei in den internationalen Medien vorwiegend als Reaktion der Schweizer Wahlbürgerinnen und Wahlbürger auf die Flüchtlingskrise interpretiert worden.¹

DÉBAT PUBLIC
DATE: 18.12.2020
MATHIAS BUCHWALDER

Le Conseil fédéral a approuvé le 18 décembre 2020 la nouvelle stratégie de communication internationale 2021-2024, qui fixe notamment de **nouvelles directives sur le sponsoring**. Ces changements font suite à la large incompréhension suscitée par le partenariat entre le Département fédéral des affaires étrangères et l'entreprise Philip Morris. En effet, la multinationale active dans le domaine du tabac devait être l'un des partenaires principaux du pavillon suisse à l'exposition universelle de Dubaï. Une telle collaboration ne sera désormais plus possible, selon le conseiller fédéral Ignazio Cassis. Avec ces directives, le DFAE veut mettre l'accent sur «un transfert d'image positif entre la Suisse officielle et les entreprises suisses concernées», ce qui n'était visiblement pas le cas avec Philip Morris. Dans un souci de transparence, le DFAE citera tous les partenariats de sponsoring dans lesquels il est engagé et mettra ces informations à disposition du public. Les projets de collaboration seront examinés au cas par cas, le but étant d'éviter au maximum les dégâts d'image. Ces nouvelles règles sont valables non seulement pour la participation de la Suisse à de grandes manifestations internationales, mais aussi pour les ambassades et consulats.

Plus globalement, la stratégie de communication internationale présentée en décembre s'articule autour de cinq axes: innovation, économie, relations Suisse-Europe, place financière suisse et durabilité. Il s'agit de présenter les points forts de la Suisse, pour préserver ses intérêts à l'étranger, notamment au moyen de plateformes de communication et de réseautage appropriées.

Dans la presse se posait la question de la difficulté à définir quelles entreprises risquaient de causer un dégât d'image en cas de partenariat. Pour l'Aargauer Zeitung, il n'y a pas de «gentilles firmes et méchantes firmes». Le sénateur schaffhousois Thomas Minder (indépendant, SH) a lui déposé le 15 décembre 2020 une initiative parlementaire demandant l'interdiction pure et simple pour la Confédération d'accepter des parrainages. L'initiative n'a pas encore été traitée par les chambres fédérales.²

- 1) Lit. Präsenz Schweiz (Analyse); Lit. Präsenz Schweiz (Jahresbericht)
- 2) Communiqué de presse du Conseil fédéral du 18 décembre 2020; AZ, NZZ, 19.12.20; AZ, 23.12.20