année politique suisse

DOKUMENTATION · ANALYSE · DIFFUSION

Sélection d'article sur la politique suisse

processus **Nouvelles directives sur le sponsoring**

Imprimer

Éditeur

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

Contributions de

Buchwalder, Mathias

Citations préféré

Buchwalder, Mathias 2025. *Sélection d'article sur la politique suisse: Nouvelles directives sur le sponsoring, 2020*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. www.anneepolitique.swiss, téléchargé le 02.06.2025.

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

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. [1]

---

1) Communiqué de presse du Conseil fédéral du 18 décembre 2020; AZ, NZZ, 19.12.20; AZ, 23.12.20