

## La Suisse vue de l'étranger en 2020

22 décembre 2020



**Narendra Modi** ✓  
@narendramodi

The world is fighting COVID-19 together.

Humanity will surely overcome this pandemic.



**India in Switzerland & Liechtenstein** ✓ @IndiainSwiss · 18 avr.

INDIAN TRICOLOR ON THE MATTERHORN MOUNTAIN: Indian Tricolor of more than 1000 meters in size projected on Matterhorn Mountain, Zermatt, Switzerland to express Solidarity to all Indians in the fight against COVID 19. A big Thank You to @zermatt\_tourism for the gesture. @MEAIndia



12,6 k Retweets 606 Tweets cités 68,9 k J'aime

*Pendant la première vague de la pandémie de COVID-19, la Suisse publie des messages de solidarité illustrés par des emblèmes nationaux, ce qui ne passe pas inaperçu dans les médias étrangers et suscite de larges échos sur les réseaux sociaux. Exemple: un tweet du Premier ministre indien, Narendra Modi (18 avril 2020).*

## L'ESSENTIEL EN BREF

- En raison de la pandémie de COVID-19, les médias ont surtout fait état en 2020 de la situation dans leur propre pays. La Suisse a, par conséquent, été globalement moins présente dans les médias étrangers que les années précédentes. La couverture médiatique de notre pays s'est concentrée sur des sujets qui sont restés d'actualité pendant un certain temps. Outre la pandémie, ils ont notamment relayé le débat autour du Ministère public de la Confédération.
- Dans le cadre de la couverture de la pandémie à l'étranger, la Suisse n'a jamais été au cœur de l'attention de la presse mondiale. À aucun moment, le volume des informations concernant la Suisse n'a dépassé l'ordinaire. Pendant la première vague de COVID-19, le ton a le plus souvent été positif et les médias ont principalement évoqué les mesures de soutien économique et l'illumination du Cervin. Durant l'été, la Suisse a été considérée comme une destination touristique sûre. Lors de la deuxième vague, les articles sont devenus plus critiques. Ils ont mis l'accent sur la grande vulnérabilité de la Suisse face au coronavirus et remis en question l'efficacité et la proportionnalité des mesures prises. Le nombre élevé de morts et le projet de maintenir les stations de ski ouvertes pendant les fêtes ont particulièrement suscité la controverse dans les pays voisins.
- Pour ce qui est de l'impression générale au sein de la population étrangère, l'image de la Suisse est demeurée variée, positive et stable. Ce sont surtout la gouvernance, les efforts en faveur de l'environnement et la qualité de vie qui font la renommée de la Suisse.
- La Suisse est une marque connue, qui suscite des émotions et des associations d'idées. Le monde du cinéma utilise cette image et pioche volontiers dans les stéréotypes suisses. Cette année, la Suisse est apparue comme une destination de rêve, surtout dans des films et des séries asiatiques.

## Introduction

Ce rapport de Présence Suisse rend compte de la façon dont la Suisse a été perçue à l'étranger en 2020. Sa première partie est consacrée à la **couverture de la Suisse dans la presse étrangère et sur les médias sociaux**. Quels ont été les sujets et les événements les plus importants pour la perception de la Suisse à l'étranger ? Parmi les informations en lien avec la Suisse publiées dans des médias étrangers ou sur des plateformes en ligne, lesquelles ont été le plus largement diffusées sur les médias sociaux en 2020 ?

La deuxième partie du rapport analyse la **perception de la Suisse au sein du grand public** de vingt pays. Se référant aux résultats de l'étude Nation Brands Index 2020 (NBI) qui évalue la réputation mondiale de cinquante pays, les forces et les faiblesses de la Suisse perçues à l'étranger ont été identifiées et son image a été comparée avec celle des autres pays évalués. Le rapport comprend par ailleurs un encadré sur la place de l'image de la Suisse dans les **séries et les films étrangers**.

# La Suisse à travers le prisme de la presse étrangère et des médias sociaux

## Davantage de sujets récurrents, moins d'événements ponctuels : la pandémie de COVID-19 et le Ministère public de la Confédération ont prédominé dans la couverture médiatique

Depuis le début de la pandémie de COVID-19, la presse étrangère<sup>1</sup> et les médias sociaux se sont nettement moins intéressés à la Suisse en 2020 qu'en 2019. Par rapport aux années précédentes, les informations concernant la Suisse parues à l'étranger ont été moins nombreuses durant l'année écoulée. En même temps, cette couverture médiatique a privilégié des sujets moins nombreux, mais d'une actualité plus durable, tels que la pandémie de COVID-19 et le Ministère public de la Confédération. La couverture d'événements isolés a diminué (fig. 1). Les principaux événements qui ont influencé la perception de la Suisse par les médias étrangers sont regroupés ci-après par thème.

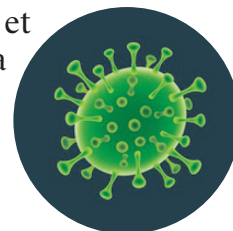
Comme les années précédentes, c'est le **Forum économique mondial (WEF)** de Davos qui a rencontré le plus large écho médiatique. La participation du président des États-Unis, Donald Trump, et le discours de la militante suédoise pour le climat Greta Thunberg ont suscité un vif intérêt tant dans les médias étrangers que sur Twitter. Si la Suisse n'a pas été au centre de cette couverture médiatique, le lieu de la conférence, Davos, a souvent été cité, permettant à la Suisse d'apparaître comme une plateforme clé pour les échanges au niveau international.



Pendant une courte période, les médias étrangers ont accordé une grande attention à l'affaire **Cryptoleaks**. Divers articles ont rapporté que l'agence de renseignement des États-Unis (CIA) et les services de renseignements allemands (BND) auraient espionné d'autres États pendant des décennies grâce aux appareils de chiffrement manipulés fournis par la société suisse Crypto SA. Si les médias étrangers se sont le plus souvent focalisés sur le comportement de leur propre pays, plusieurs d'entre eux ont néanmoins supposé que ces révélations pourraient mettre en péril la perception de la neutralité suisse. Selon certains articles, l'affaire pourrait avoir un impact négatif sur les missions de bons offices de la Suisse et sur la crédibilité de son industrie d'exportation.



Au niveau de la couverture mondiale de la **pandémie de COVID-19**, la presse étrangère s'est intéressée tout au long de l'année à la propagation de la pandémie en Suisse et aux mesures appliquées par notre pays pour relever les défis associés à cette crise. Ce sujet n'a toutefois jamais placé la Suisse au centre de l'attention médiatique internationale. Les médias étrangers se sont surtout concentrés sur l'évolution de la situation dans leur propre pays et sur les États les plus gravement touchés, en mettant l'accent sur le nombre d'infections et le taux de mortalité. Le regard sur la Suisse a évolué au fil du temps : durant la première vague de la pandémie, il est passé par une phase initiale critique avant de devenir globalement positif. Durant la deuxième vague, les médias se sont montrés davantage critiques à l'égard de la Suisse.



<sup>1</sup> L'analyse se fonde sur la veille médiatique assurée par Présence Suisse, qui porte sur l'ensemble des articles ayant trait à la Suisse parus dans les médias de référence de 19 pays (Afrique du Sud, Allemagne, Argentine, Australie, Autriche, Brésil, Chine, Corée du Sud, Espagne, États-Unis, France, Grande-Bretagne, Inde, Israël, Italie, Japon, Portugal, Russie, Turquie), du monde arabe et de l'UE. D'autres sources sont venues compléter les informations analysées. L'analyse a également examiné les messages diffusés sur les réseaux sociaux qui avaient trait à la Suisse et ont été publiés par des personnes de l'étranger.

En février, l'**interdiction de grandes manifestations** en Suisse a été largement diffusée. Cette attention s'explique par le fait que la Suisse a été le deuxième pays européen, après l'Italie, à édicter une telle mesure. Au cours du printemps, le taux élevé d'infection en Suisse en comparaison internationale a fait l'objet de quelques commentaires. Pendant la première vague de la pandémie, seuls quelques articles ont critiqué ce qu'ils considéraient comme un retard avec lequel la Suisse a réagi pour endiguer la propagation du virus et la faible portée des mesures décrétées. De fin mars à début juin, les médias étrangers de référence ont jugé de manière très positive la décision du Conseil fédéral instituant des **mesures de soutien en cas de perte de gain et celles destinées à faciliter l'octroi de crédits de trésorerie aux PME suisses**, les banques suisses ayant joué un rôle crucial dans l'élaboration et la mise en place de ce système de soutien. Les comptes rendus ont souligné la rapidité et l'efficacité exemplaires de l'allocation de crédits transitoires garantis par la Confédération. Selon les médias, l'octroi de ces crédits s'est appuyé sur un système efficace, avec une absence de bureaucratie remarquable, dont d'autres pays pourraient s'inspirer. La **projection sur le Cervin** de messages de solidarité accompagnés des drapeaux des pays particulièrement touchés par la pandémie de COVID-19 a suscité un fort écho dans le monde entier. Les images du Cervin illuminé ont été reprises dans de nombreux médias pendant des semaines et partagées sur les médias sociaux par des représentants de haut rang de gouvernements étrangers, ainsi que par des personnalités de l'industrie du divertissement. Par périodes, **d'autres sujets** ont été repris par les médias, comme les files d'attente pour la distribution de nourriture destinée aux personnes dans le besoin à Genève, l'installation d'un grillage à la frontière entre Kreuzlingen et Constance et l'information de l'OFSP selon laquelle les enfants ne transmettraient pas le coronavirus. Tout au long de la pandémie, des articles positifs ont régulièrement souligné le rôle innovant de la recherche et de l'industrie pharmaceutique suisses dans l'identification du virus et dans la lutte contre la maladie.

Durant la **deuxième vague** de la pandémie, la couverture médiatique est devenue nettement plus critique. Les médias des pays voisins et de Grande-Bretagne se sont étonnés de la relative **souplesse des mesures** appliquées en Suisse en comparaison internationale, alors que l'incidence du coronavirus au sein de la population était l'une des plus élevées du monde. Ces médias ont également parlé d'hôpitaux débordés et de **taux de mortalité élevé**. Certains journalistes étrangers ont reproché à la Suisse de privilégier les intérêts économiques au détriment de la santé. La décision de **laisser les stations de ski suisses ouvertes pendant les fêtes de fin d'année**, alors qu'elles seront fermées dans les pays voisins, a déclenché une controverse particulièrement virulente chez ces derniers. Certains reportages et commentaires dénoncent un manque de solidarité qui mine les efforts des pays voisins pour contenir la pandémie.

Diverses affaires impliquant le **Ministère public de la Confédération** ont fait régulièrement la une des médias étrangers tout au long de l'année. Ce sont surtout les dossiers impliquant le football international qui ont retenu l'attention, notamment la prescription de l'action pénale pour les irrégularités commises dans l'attribution de la Coupe du monde 2006 par la FIFA et l'abandon de certains pans de l'enquête sur son ancien président, Joseph Blatter. L'affaire des rencontres non consignées entre le procureur général, Michael Lauber, et le président de la FIFA, Gianni Infantino, a suscité de nombreux commentaires. À ce sujet, les médias ont surtout rapporté la nomination d'un procureur extraordinaire, la démission du procureur général, Michael Lauber, la levée de son immunité ainsi que l'ouverture d'une procédure pénale à l'encontre du président de la FIFA, Gianni Infantino. Dans le dossier FIFA toujours, le procès contre Jérôme Valcke et Nasser Al-Khelaifi a été présenté en détail dans les médias. Les avis exprimés se sont parfois montrés très critiques à l'égard du Ministère public de la Confédération. Certains articles ont également remis en cause le fonctionnement de la justice suisse dans son ensemble.





En 2020, la **place financière suisse** a été évoquée régulièrement dans les médias. La démission du directeur général du Credit Suisse, Tidjane Thiam, et les comptes suisses de l'ancien roi d'Espagne, Juan Carlos I<sup>er</sup>, ont générés une couverture importante. L'affaire qui a opposé de jeunes activistes pour le climat et le Credit Suisse a fait l'objet d'une grande attention sur les médias sociaux. Les commentaires se sont surtout concentrés sur le rôle de Roger Federer en tant qu'« ambassadeur » de la marque Credit Suisse. À ce sujet, les médias ont aussi évoqué les investissements de la place financière suisse dans l'industrie nocive pour le climat. L'évaluation de la Suisse dans deux études menées par le Tax Justice Network a particulièrement intéressé les médias étrangers. Selon ces études, la transparence de la place financière suisse se serait améliorée au cours des dernières années, mais demeurerait relativement faible en comparaison internationale. Cette situation se traduirait par des pertes de recettes fiscales en particulier dans les pays du Sud. Les médias étrangers ont toutefois diffusé des commentaires très positifs sur le rôle et l'efficacité de la place financière suisse et de ses acteurs dans la gestion de la pandémie de COVID-19 (cf. ci-dessus).



Comme chaque année, les médias étrangers se sont intéressés à diverses **votations populaires** en 2020. Commentant les résultats des votations sur une meilleure protection des minorités sexuelles et le congé paternité, les articles ont présenté une Suisse qui réalise certes des progrès sur la voie vers l'égalité, mais qui n'atteint qu'avec réticence le niveau des pays voisins. La votation sur l'initiative de limitation a rencontré un large écho dans les médias en octobre. Les résultats ont été particulièrement analysés dans les pays voisins, où ils ont été perçus comme un signal fort et une volonté de la Suisse à collaborer avec l'UE. Dans leur couverture de la votation de novembre sur l'initiative pour des multinationales responsables, les médias étrangers ont souligné que bien qu'elle ait été rejetée par les cantons, cette initiative avait été acceptée par la majorité du peuple. Cela a été interprété comme le signe d'un début de changement dans la mentalité politique de la Suisse qui, jusqu'ici, était perçue comme tendant à privilégier les positions des milieux économiques lors des votations fédérales.



« **Chocolate snow covers Swiss town** » : voilà le genre de titres qui ont fait la une de plusieurs journaux durant l'été. En raison d'un défaut dans le système de ventilation à la chocolaterie Lindt à Olten, les environs de l'usine ont été couverts de poudre de cacao. Ce sujet – largement diffusé sur les médias sociaux – a fait dire que l'année 2020 réservait malgré tout de bonnes surprises !



Le **mandat de puissance protectrice de la Suisse pour les intérêts des États-Unis** en Iran a fait l'objet de plusieurs comptes rendus cette année aussi, notamment dans le cadre du conflit larvé entre les deux pays. Selon les médias, la Suisse aurait notamment joué un important rôle d'intermédiaire dans un échange de prisonniers et dans leur libération.



**Page suivante :** Principaux événements en lien avec la Suisse couverts par la presse étrangère et les réseaux sociaux, présentés dans l'ordre chronologique. Les événements ont été sélectionnés en raison de leur importance et du volume d'articles générés ; ils sont détaillés dans le présent rapport.

# Image de la Suisse à l'étranger à travers différents événements

(1) Mandat de puissance protectrice dans le conflit entre les États-Unis et l'Iran (2) Acquiescement de manifestants pour le climat (partie de tennis dans les locaux de Credit Suisse) et déclaration de Roger Federer (3) WEF (4) Démission du directeur général de Credit Suisse (5) Votation sur la loi anti-discrimination (6) Cryptoleaks (7) Indice d'opacité financière (8) Ministère public de la Confédération (MPC): inculpation de Nasser Al-Khelaifi et de Jérôme Valcke (9) COVID-19: interdiction des grandes manifestations (10) Comptes de Juan Carlos I<sup>er</sup> en Suisse / «Fonds nazis» provenant d'Argentine placés au Credit Suisse (11) COVID-19: proclamation d'une situation extraordinaire, fermeture des frontières et confinement (12) COVID-19: annonce de l'assouplissement des mesures de confinement (13) MPC: prescription de l'action pénale dans l'affaire FIFA (14) MPC: justice suisse et football international/COVID-19: premier assouplissement (15) MPC: audition du procureur général de la Confédération et ouverture d'une procédure de révocation (16) COVID-19: annonce d'un troisième assouplissement (17) Libération d'un citoyen américain en Iran (18) MPC: nomination d'un procureur extraordinaire de la Confédération (19) Cas de COVID-19 chez les footballeurs suisses/Comptes de Juan Carlos I<sup>er</sup> en Suisse (20) MPC: démission du procureur général Michael Lauber (21) MPC: ouverture d'une procédure pénale contre le président de la FIFA, Gianni Infantino (22) Affaire Juan Carlos I<sup>er</sup>: l'ancien roi choisit l'exil (23) «Pluie de chocolat» (24) Comptes de Juan Carlos I<sup>er</sup> en Suisse (25) Scandale de filature au Credit Suisse: la FINMA ouvre une procédure (26) MPC – affaires FIFA: procès contre Jérôme Valcke et Nasser Al-Khelaifi devant le Tribunal pénal fédéral à Bellinzone (27) COVID-19: extension de la quarantaine imposée aux voyageurs (28) Votations, en particulier sur l'initiative de limitation (29) COVID-19: forte augmentation du nombre de cas (30) COVID-19: cas en hausse et mesures insuffisantes (31) COVID-19: nombre élevé de cas et mesures annoncées (32) La Suisse fortement touchée (33) Covid-19: stations de ski (34) Initiative pour des multinationales responsables

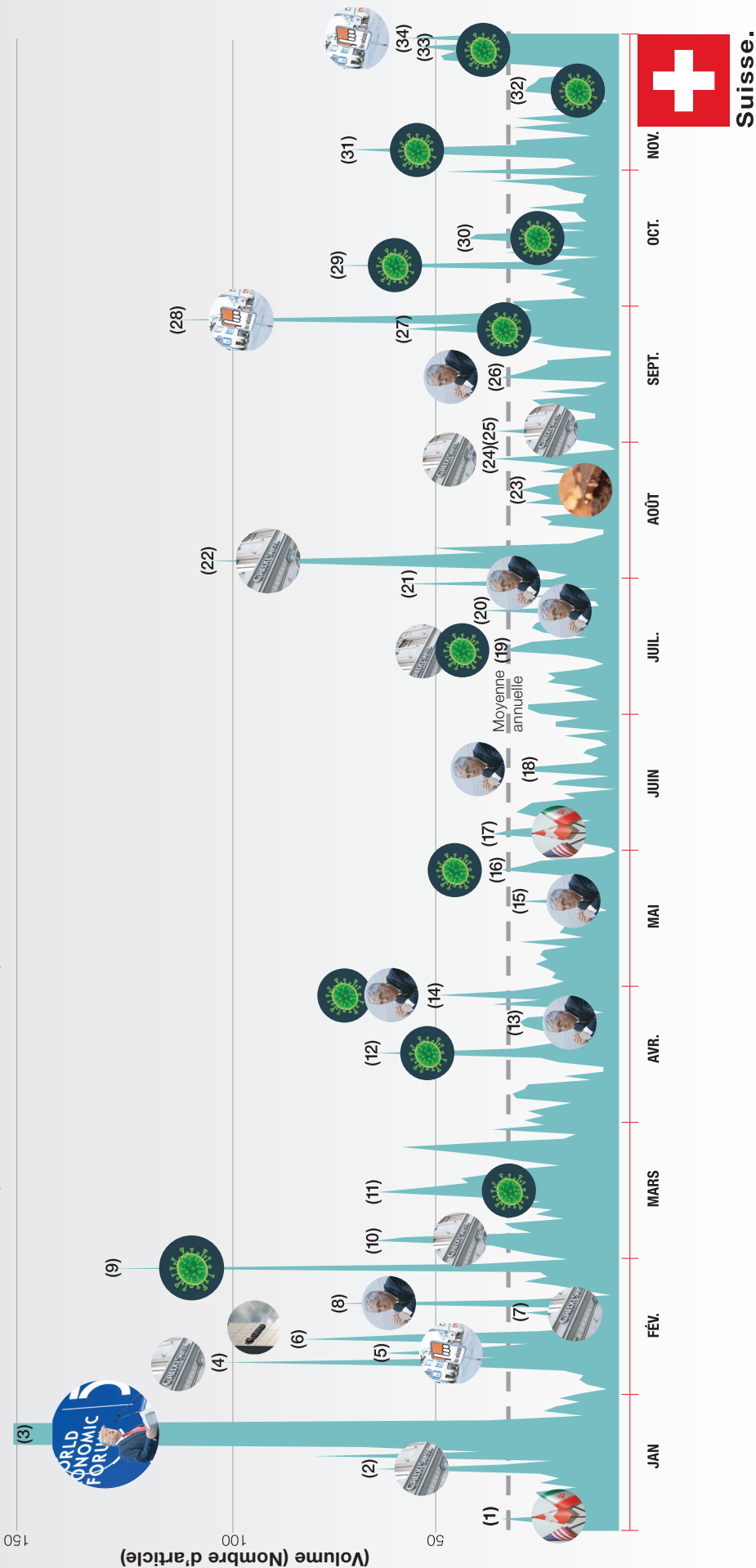


Fig. 1: Couverture médiatique de la Suisse du 1<sup>er</sup> janvier au 30 novembre 2020 (dans les médias étrangers de référence). Un pic peut correspondre à plusieurs événements.



## Image de la Suisse dans les séries et les films étrangers

La Suisse est une destination de rêve. C'est du moins l'image véhiculée par la série *Crash Landing on You*, diffusée cette année à la télévision sud-coréenne, et par le film indien à grand budget intitulé *Switzerland*, dont la sortie est attendue pour la fin de l'année. Les paysages suisses occupent une grande place dans la série *Crash Landing on You* et la Suisse y est présentée comme un lieu de formation et de voyage prisé de la classe supérieure tant nord-coréenne que sud-coréenne. Dans le film *Switzerland*, une famille indienne brave toutes sortes de dangers pour réaliser son rêve : s'offrir un coûteux voyage en Suisse.

La Suisse bénéficie d'une image forte, qui suscite des émotions et de nombreuses associations d'idées. Dans le monde du cinéma, luxe, montagnes et paysages magnifiques, ainsi qu'espionnage et place financière souvent suspecte sont indissociables de la Suisse. Pour les réalisateurs étrangers, ces caractéristiques suisses facilitent la narration, dans la mesure où leur évocation véhicule des associations très claires : même sans de longues explications, un spectateur « sait » d'emblée que de l'argent placé dans une banque zurichoise provient probablement d'une source douteuse et que le séjour dans un hôtel genevois n'est pas bon marché. Cette représentation contribue à consolider des stéréotypes, même si ceux-ci ne correspondent plus ou plus tout à fait à la réalité.



Figure 2 : La Suisse perçue comme destination de rêve en 2020, en particulier dans des productions asiatiques (à gauche : *Switzerland* de Sauvik Kundu ; à droite : *Crash Landing on You*).

De nombreux films et séries se fondent ainsi sur des valeurs sûres : des paysages suisses apparaissent dans sept films de James Bond, personnage fictif qui serait à moitié Suisse, et divers films de Sherlock Holmes, mais aussi dans *Youth* (2015), *Sils Maria* (2014), *A Cure for Wellness* (2016), *The Night Manager (L'espion aux deux visages)*, 2016), *Dilwale Dulhania Le Jayenge (L'amant emmènera la mariée)*, 1995), un classique de Bollywood, et dans bien d'autres films produits en Inde. Ces dernières années la Suisse est apparue en tant que lieu mythique dans d'autres productions asiatiques, tel le film philippin *Meet me in Sankt Gallen* (2018). Les clichés qui collent à la place financière et à l'espionnage sont souvent associés. En dehors de la série *Hunter*, en cours de diffusion, et des films de James Bond, mentionnés plus haut, divers films – *The Bourne Identity (La mémoire dans la peau)*, 2002), *Snowden* (2016), *Syriana* (2005) et *The Girl with the Dragon Tattoo (Les Hommes qui n'aimaient pas les femmes)*, 2011) – utilisent la Suisse comme décor dans ce type de contexte. En tant que pays à la population plutôt conservatrice, la Suisse joue un rôle secondaire. Outre quelques scènes dans la récente production Netflix suédoise *Rita*, cette caractéristique est très marquée dans le classique *L'insoutenable légèreté de l'être* (1988).

Il faut en revanche un certain temps pour que les longs métrages et les séries reprennent de nouvelles thématiques. Les films sur des sujets plus récents ayant un lien avec la Suisse sont ainsi l'exception. Les milieux suisses de la recherche sont néanmoins évoqués dans *Anges et démons* (2009). La représentation stéréotypée d'un pays (pas seulement de la Suisse) est souvent reproduite pendant des décennies dans les films, contribuant de la sorte à consolider son image.

## L'image de la Suisse auprès de la population étrangère

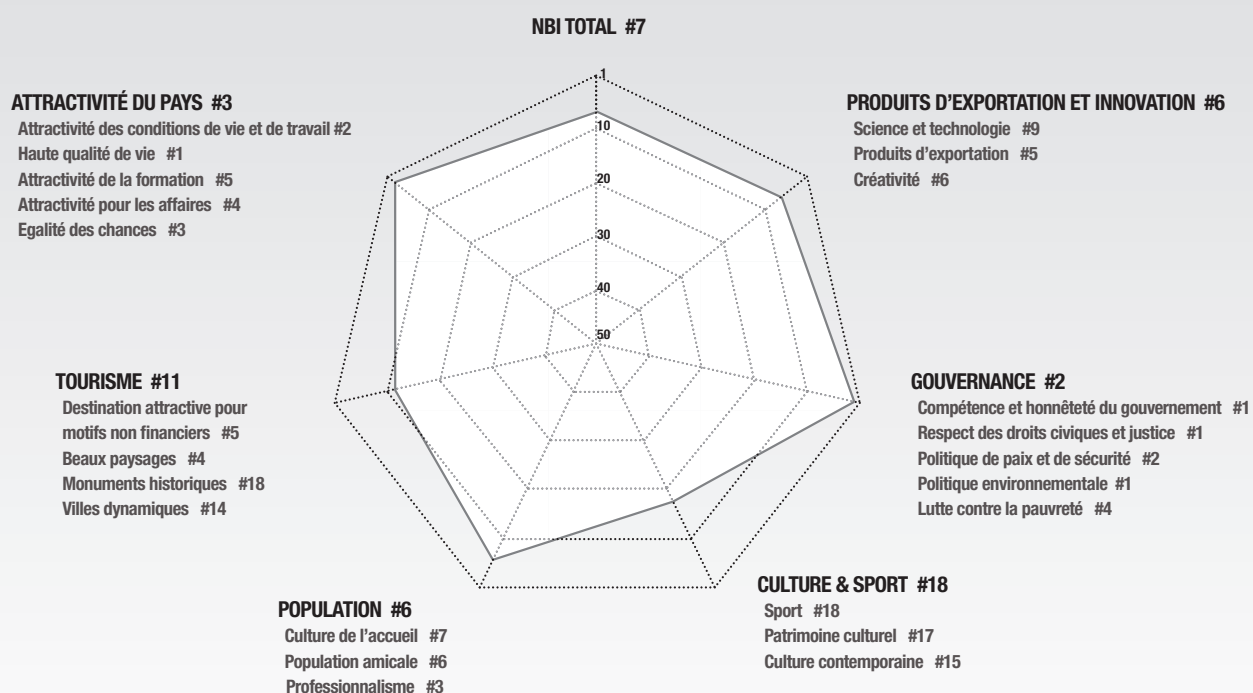
### La gouvernance et la qualité de vie en Suisse sont appréciées dans le monde entier

L'observation permanente de la représentation de la Suisse dans la presse étrangère et sur les médias sociaux constitue un moyen important pour connaître l'image de la Suisse à l'étranger. Reste à savoir si cette image médiatique correspond aussi à la perception de la Suisse au sein de la population à l'étranger. Le Nation Brands Index (NBI)<sup>2</sup> est un moyen éprouvé pour mesurer la réputation de la Suisse auprès du grand public étranger et la comparer avec celle d'autres nations. À l'aide d'échantillons représentatifs, le NBI évalue chaque année les atouts et l'attractivité des pays à travers leur image. Il analyse ainsi la perception de la Suisse et de 49 autres pays par la population de 20 pays du monde entier. Il révèle les forces et les faiblesses de l'image de la Suisse et montre comment sa perception a évolué au cours des dernières années. L'indice de réputation NBI considère six dimensions : produits d'exportation et innovation, gouvernance, culture et sport, population, tourisme et attractivité du pays. Chacune d'elles inclut plusieurs indicateurs (fig. 3). Pour chaque indicateur, chaque dimension et l'image globale, le résultat de l'évaluation est indiqué par un rang. Ce rang exprime la place de la Suisse dans le classement qui la compare aux 49 autres pays analysés.

<sup>2</sup> Le Anholt-Ipsos Nation Brands Index (NBI) réalise des enquêtes sur l'image de 50 pays et intègre les six dimensions suivantes : produits d'exportation et innovation, gouvernance, culture et sport, population, tourisme et attractivité du pays. Le NBI est relevé dans 20 pays et s'est basé en 2020 sur un échantillon total de 20019 entretiens. Ceux-ci ont été menés entre le 7 juillet et le 31 août avec des adultes de plus de 18 ans disposant d'un accès à Internet et vivant dans les pays suivants : Afrique du Sud, Allemagne, Argentine, Australie, Brésil, Canada, Chine, Corée du Sud, Égypte, États-Unis, France, Grande-Bretagne, Inde, Italie, Japon, Mexique, Pologne, Russie, Suède et Turquie.



## Image de la Suisse selon le Nation Brands Index 2020



L'illustration présente le profil de la Suisse sur un graphique en toile d'araignée pour les 23 domaines d'analyses du NBI 2020. Les 6 segments suivants sont les plus importants : produits d'exportation et innovation, gouvernance, culture et sports, population, tourisme et attrait du pays. Exemple de lecture : dans le domaine de la politique en matière d'environnement, la Suisse occupe le 1<sup>er</sup> rang. En matière de culture d'accueil, elle se place au 7<sup>e</sup> rang.



Fig. 3 : Image de la Suisse selon le Nation Brands Index 2020.

Dans le classement NBI, la Suisse occupe cette année le 7<sup>e</sup> rang et se positionne entre l'Italie et l'Australie. Comme l'année précédente, c'est l'Allemagne qui se classe en tête. Dans l'ensemble, la Suisse continue à jouir d'une excellente image à l'étranger. Elle arrive en tête des pays de taille moyenne. La Suisse a progressé d'un rang depuis l'année dernière, mais elle doit surtout cette progression à la détérioration de l'image des États-Unis en marge de la pandémie de COVID-19 (ce pays a reculé du 6<sup>e</sup> au 10<sup>e</sup> rang, voir graph 4). Le placement de la Suisse varie cependant dans les différents pays sondés : notre pays obtient actuellement les meilleures notes (3<sup>e</sup> rang) en Allemagne, en Russie et au Canada et les moins bonnes notes en Inde (11<sup>e</sup> rang). La perception de la Suisse, dans toutes les dimensions considérées, s'est légèrement améliorée en Italie (9<sup>e</sup> rang).

Comme les années précédentes, les personnes interrogées placent la Suisse parmi les dix premiers pays pour ce qui est des quatre des dimensions suivantes : produits d'exportation et innovation, gouvernance, population et attractivité du pays. En matière de **gouvernance**, la Suisse occupe même la deuxième place. Notre pays est en effet perçu comme doté d'une gouvernance compétente et juste, avec un gouvernement très engagé notamment dans la protection de l'environnement. La Suisse obtient la première place pour ces trois indicateurs. En ce qui concerne l'**attractivité du pays et la qualité de vie**, la Suisse se classe troisième, place qu'elle doit notamment à son premier rang pour l'indicateur « qualité de vie ».

## Le Top Ten du classement NBI depuis 2010



Vue d'ensemble des dix premiers pays du classement Nation Brands Index. Chaque année, la perception de 50 États a été étudiée (parmi la population de 20 États).



Fig 4 : Les dix premiers du classement selon le NBI depuis 2010.

La perception de l'indicateur **produits d'exportation et innovation** s'est améliorée, la Suisse progressant du 7<sup>e</sup> au 6<sup>e</sup> rang. Cette progression, la Suisse la doit surtout aux appréciations enregistrées en Australie, au Canada et en Chine. La Suisse est perçue non seulement comme un fabricant de produits de haute qualité, mais aussi comme un pays qui accorde de la place à la créativité, à la recherche et à une économie innovante. Elle pourrait néanmoins faire des progrès en matière de mise en avant du patrimoine culturel, des monuments historiques, de culture contemporaine et de sport.

Le relevé NBI réalisé en juillet et en août 2020 comprenait également des questions sur la perception de la gestion de la **pandémie de COVID-19**. Seuls l'Allemagne, la Nouvelle-Zélande et le Canada bénéficiaient d'une meilleure appréciation globale que la Suisse dans ce domaine, notre pays occupant, avec l'Australie et le Japon, le 4<sup>e</sup> rang sur les 50 pays évalués. En été, la Suisse a été perçue à l'étranger comme l'une des destinations touristiques les plus sûres : elle figure au 4<sup>e</sup> rang derrière le Canada, la Nouvelle- Zélande et l'Allemagne. Dans les États voisins et en Corée du Sud, la population considérait la Suisse comme la destination touristique la plus sûre après leur propre pays et elle était même considérée en Pologne comme la destination la plus sûre de toutes. La Suisse ayant été plus fortement touchée que la plupart des autres pays par la deuxième vague de la pandémie, cette perception a probablement évolué depuis.

## Conclusion : l'image de la Suisse à l'étranger en 2020

En 2020, la Suisse n'a pas suscité le même intérêt que les années précédentes dans les médias étrangers. Cette année, ceux-ci se sont surtout concentrés sur la pandémie, sur la situation dans leur propre pays et sur les pays les plus touchés. Dans ce contexte, la Suisse n'a pas focalisé l'attention internationale.

Les médias étrangers ont néanmoins commenté de manière récurrente le taux d'infection et la gestion de la pandémie en Suisse. Après une première période marquée par des critiques, le ton a été positif durant la première vague. Les mesures prises à ce stade pour soutenir l'économie suisse ont entraîné la parution d'un assez grand nombre d'articles positifs, publiés parfois en bonne place. Les médias ont en particulier loué l'efficacité et la mise en place rapide du système d'octroi de crédits de trésorerie aux entreprises suisses. La projection de messages de solidarité sur le Cervin a suscité un vaste écho dans les médias, en particulier sur les médias sociaux. Durant l'été, la Suisse a été perçue à l'étranger comme l'une des destinations touristiques les plus sûres. D'assez objectif à bienveillant, le ton des médias a changé durant la deuxième vague de la pandémie, les articles critiquant de plus en plus la gestion de la crise du COVID-19 en Suisse. Ce changement est surtout dû à l'évolution du nombre d'infections, la hausse des taux de mortalité et la détérioration de la situation dans les hôpitaux. Ce sont en particulier les médias des pays voisins qui ont critiqué des mesures jugées trop modestes face à la propagation rapide du virus en Suisse. Ce durcissement de ton dans les médias durant la deuxième vague de la pandémie pourrait en partie s'expliquer par le fait que le fonctionnement de la Suisse est perçu comme exemplaire et que la presse étrangère était à la fois surprise et préoccupée par l'évolution de la situation dans le pays. Les médias ont parfois véhiculé l'image d'une Suisse non solidaire, image qu'on retrouve de façon sporadique par le passé. Dans la presse étrangère, certaines critiques lui reprochent de faire passer ses intérêts économiques avant les considérations de santé publique et de saboter les efforts des autres pays pour enrayer la pandémie en ouvrant ses stations de ski.

La pandémie n'étant pas endiguée, il est impossible de tirer un bilan définitif de son impact sur l'image de la Suisse. Un tel bilan pourrait par ailleurs être influencé par l'éventuelle contribution que l'industrie pharmaceutique suisse apportera à la mise au point d'un vaccin et par la façon dont la Suisse parviendra à surmonter la pandémie dans son ensemble, tant au niveau social qu'économique.

Cette année, la couverture médiatique de la Suisse à l'étranger a été très marquée par la gestion de la pandémie de COVID-19. Ces échos se sont donc avérés moins variés que les années précédentes. Outre les articles sur la pandémie, le Ministère public de la Confédération a été très présent dans les médias étrangers pendant une grande partie de l'année. Par ailleurs, ces médias se sont intéressés à des thématiques récurrentes, comme la place financière suisse et les différentes votations, ainsi qu'à des événements isolés, telle l'affaire Cryptoleaks.

La Suisse reste perçue de manière positive par la population étrangère en général. Se classant 7<sup>e</sup> sur 50 dans le Nation Brands Index 2020, elle arrive en tête des pays de taille moyenne. La gouvernance de la Suisse et sa qualité de vie jouissent d'une excellente réputation, tout comme les efforts consentis par la Suisse en faveur de l'environnement. Dans l'ensemble, l'image de la Suisse à l'étranger demeure donc stable et bonne.



Photos

Page 1: @ Twitter

Page 3:

Le président américain Donald Trump s'adresse à une session plénière lors de la 50<sup>e</sup> réunion annuelle du Forum économique mondial, WEF, à Davos – ©KEYSTONE/Gian Ehrenzeller

Le siège du fabricant de dispositifs de cryptage Crypto – © KEYSTONE / Alexandra Wey

Coronavirus Emoji – ©Emojipedia

Page 4:

Ministère public de la Confédération – © KEYSTONE / Peter Klaunzer

Page 5:

Credit Suisse Zürich – © DFAE, Présence Suisse / Sébastien Crettaz

Panneau de vote – © DFAE, Présence Suisse

Chocolat – ©Pixabay / PublicDomainPictures

Echange de prisonnier – © DFAE / Keystone

Page 7:

*Switzerland* – ©IMDB

*Crash Landing on you* – ©IMDB / tvN

Présence Suisse, au sein du Département fédéral des affaires étrangères DFAE, soutient la sauvegarde des intérêts de la Suisse en analysant l'image de la Suisse à l'étranger et en utilisant les instruments de communication à l'étranger. Il s'agit notamment des outils d'information et de communication, des projets à l'étranger, des voyages de délégations en Suisse et de la présence de la Suisse aux expositions mondiales et de la Maison de la Suisse aux grands événements internationaux.

Contact: DFAE, Présence Suisse, Bundesgasse 32, 3003 Berne, prs@eda.admin.ch