

<b>Zeitschrift:</b>	Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
<b>Herausgeber:</b>	Organisation des Suisses de l'étranger
<b>Band:</b>	24 (1997)
<b>Heft:</b>	4
<b>Artikel:</b>	Les uniformes en Suisse se modernisent : colorées, sportives, légères
<b>Autor:</b>	Baumann, Alice
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-912025">https://doi.org/10.5169/seals-912025</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### 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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### 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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 08.01.2026

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



Les uniformes en Suisse se modernisent

# Colorées, sportives, légères



**Ce n'est certes pas encore le short et le t-shirt, néanmoins les uniformés changent de look. Aux oubliettes, les tenues sévères; le charme est recherché.**

**L**es employés des transports publics bernois doivent-ils encore être uniformés? En 1994 déjà, le Conseil municipal de la ville de Berne répondait oui à cette question, fondamentale après tout. Commentant cette décision, le

**Alice Baumann**

conseiller municipal Alfred Neukomm déclarait à l'époque que «nos employés sont des personnes qui ont une fonction d'ordre et de renseignement. La carte de visite de Berne, c'est non seulement la Tour de l'Horloge et la Fosse aux Ours, mais aussi les employés uniformés».

Le message était clair et la mode contagieuse. Comme dans beaucoup d'autres villes suisses, les conducteurs et conductrices des transports publics bernois ont échangé leurs pantalons de lainage, leurs lourds manteaux de cuir, leurs chemises synthétiques et leur casquette avec grades contre des uniformes faciles d'entretien et de coupe moderne.

## Moins de tissu et moins de frais

Le confort est un premier motif de mettre aux armoires les uniformes traditionnels. Un deuxième motif est le prix. Les uniformes modernes coûtent en moyenne 30 à 50% moins cher. Du reste, la remise d'uniformes robustes permet de faire des économies: les employés qui règlent la circulation ou qui distribuent le courrier, qui exercent leur fonction dans les trains et les avions,

dans les hôtels ou auprès de malades, travaillent dans les forêts ou les jardins, à la chaîne ou à l'armée apprécient la solidité et la liberté de mouvement. Et tant que le personnel porte un uniforme, l'employeur s'économise des indemnités de vêtements.

De plus, l'uniforme renforce l'identité de groupe. Des agences spécialisées, d'ailleurs, s'emploient à rechercher les meilleures solutions dans ce domaine. «Image Wear», par exemple, a réglé la mise en scène du défilé de l'équipe suisse aux Jeux olympiques d'Atlanta: tels des fonctionnaires, les sportifs sont apparus dans un look edelweiss — comme support publicitaire de la Suisse. Les footballeurs suisses ne sont pas en reste. Tandis qu'ils se déplaçaient, il y a quelques années, en training ou en tenue de loisir, nos footballeurs prennent l'avion en chemise blanche et cravate; un uniforme que porte aussi leur coach sur le banc des entraîneurs.

## L'habit fait le moine

Dans la branche du textile, les agences de publicité transforment les employés en ambassadeurs de leur entreprise. Le style de l'entreprise imprègne non seulement le papier à lettre ou les bâtiments, mais aussi les uniformes du personnel, appelés «tenues d'équipe». L'uniforme devient un moyen de communication visuel. Selon Philip von Gleichen, conseiller en image, «seuls les gens qui se sentent bien dans leurs vêtements dégagent l'impression voulue par leur patron».

## Les CFF donnent dans la couleur

Les nouveaux uniformes bleus et élégants accompagnés d'accessoires co-

lorés soulignent la nouvelle identité des Chemins de fer fédéraux. «Nous nous éloignons de plus en plus du look uniforme pour nous rapprocher de la tenue civile», déclare Ruth Stucki responsable du personnel.

Les uniformes des CFF allient esthétique et fonctionnalité. Les uniformes féminins ont été réalisés par la styliste Ruth Grüniger, ceux des hommes par Joseph Alain Scherrer. La nouvelle garde-robe des fonctionnaires CFF tient également compte des différentes tailles. Et, du fait que la loi impose le port de l'uniforme pour chaque cheminot, les CFF offrent, par exemple, 76 tailles de pantalons pour hommes.

## Aussi important que le logo

La créatrice de mode bernoise Marianne Milani attache aussi beaucoup d'importance à la forme d'un vêtement.

«La première fois que j'ai dessiné une collection pour un corps de musique, j'ai compris que les manches devaient être assez larges, afin que, lorsque le musicien lève les bras pour souffler dans son instrument, la chemise reste en place. Le problème est pareil pour un chef de train qui doit lever le bras pour donner un signal».

Et la jeunesse d'aujourd'hui? Finis les jeans à franges et le look grunge des années septante et quatre-vingts. Mais elle a aussi ses uniformes, qui sont aujourd'hui des articles de marque. Même le caleçon doit porter la marque Calvin Klein. Bien sûr, la mode de la jeunesse d'aujourd'hui n'a rien de choquant, si ce n'est pour le porte-monnaie de papa.