

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 40 (2003)
Heft: 1547

Artikel: Esprit d'entreprise : Alinghi, Piccard et la culture suisse
Autor: Guyaz, Jacques
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1021233>

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: 27.01.2026

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

Alinghi, Piccard et la culture suisse

La collaboration internationale est la clef du succès des Suisses dans le monde.

La cohabitation au sein de la Confédération est à l'origine du modèle helvétique.

Le voilier suisse *Alinghi* remporte le trophée Louis Vuitton et devient le challenger officiel de la coupe de l'America. Suisse vraiment ? Le projet est lancé et financé, sur sa fortune personnelle, par Ernesto Bertarelli, patron genevois d'*Ares Serono*. Les commanditaires associés, banquier et horloger pour l'essentiel, sont helvètes eux aussi, tout comme l'organisation. Les études mathématiques sur le comportement du bateau ont été conduites à l'École polytechnique fédérale de Lausanne et les deux voiliers construits en Suisse non loin du Léman. Par contre, L'architecte naval, Rolf Vrolijk est néerlandais, l'équipage vient de partout, mais avec un noyau dur de Néo-Zélandais et fort peu d'Helvètes.

Le 20 mars 1999, le psychiatre lausannois Bertrand Piccard boucle le premier tour du monde en ballon à bord du *Breitling Orbiter 3*. L'organisation et le financement sont helvétiques et proviennent également de l'horlogerie, mais les routeurs météo, essentiels à la réussite de l'entreprise sont belges, le coéquipier, son alter ego Brian Jones est britannique tout comme le ballon, fabriqué à Bristol en Angleterre.

Un navigateur né au bord du Léman, dans la petite ville vaudoise de St-Prex, Bernard Stamm, ancien bûcheron, est actuellement en tête de l'*Around alone*, le tour du monde à la voile en solitaire. Mais il s'est d'abord installé en Bretagne, s'est battu pour trouver

des soutiens locaux pour construire son propre bateau, chercher un commanditaire français et obtenir ensuite une reconnaissance tardive dans son pays d'origine. Un autre marin lémanique, Stève Ravussin, longtemps en tête de la dernière *Route du Rhum* sur son voilier français, a chaviré alors que tout le monde le donnait gagnant.

L'astronaute suisse Claude Nicollier, né à La-Tour-de-Peilz, toujours au bord du Léman, seul européen à avoir volé quatre fois dans l'espace à bord de la navette spatiale américaine peut figurer sur cette même liste de passionnés loin d'être exhaustive. Elle pourrait être complétée par un certain nombre d'alpinistes et de marins. Ce petit coin de terre entre lac, alpes et Jura abrite une concentration sans doute unique d'aventuriers de tous poils et de coureurs d'horizons, situation au fond pas si étrange que cela.

La réussite cosmopolite

C'est que le cosmopolitisme constitue une dimension aussi importante que cachée du sentiment d'être citoyen de la Confédération, donc de la culture suisse. Depuis toujours les Helvètes ont dû partir hors de leur territoire montagneux. Les maçons-architectes du Tessin ont construit St-Pétersbourg et les

mercenaires ont servi dans toutes les armées d'Europe en se faisant parfois massacrer comme aux Tuilleries. La garde suisse du Vatican est une survivance de cette épopée et la présence des entreprises suisses sur tous les continents n'en est finalement qu'un prolongement contemporain.

Le succès par la cohabitation

Contrairement aux firmes françaises ou allemandes dont les organes dirigeants sont avant tout composés de nationaux, malgré quelques exceptions dont la plus notable est celle du Gallois Lindsay Owen-Jones à la tête de *L'Oréal*, les équipes dirigeantes des grandes compagnies helvétiques sont totalement internationales. Les Suisses, sans doute en raison de la cohabitation de

plusieurs langues dans leur pays, savent faire travailler et intégrer des gens de partout dans leurs projets. C'est même la plupart du temps une des conditions du succès des entreprises helvètes. Ernesto Bertarelli n'aurait pu réussir avec *Alinghi* sans l'habileté des marins des antipodes, pas plus que Bertrand Piccard n'aurait réalisé le tour du monde en ballon sans le savoir-faire britannique ou Bernard Stamm et Stève Ravussin multiplier les exploits dans la course au large sans les compétences françaises.

Ajoutons que le tissu économique de la Suisse romande est totalement orienté vers l'économie mondiale. Pour la banque genevoise, l'horlogerie jurassienne ou l'édition lausannoise, le terrain de jeu s'étend à toute la planète. Les ressources financières pour alimenter des aventures un peu étranges, mais dont on parlera en Amérique, en Nouvelle-Zélande ou en Chine, existent, même si elles ne sont pas forcément aisées à mobiliser. Il est vrai que ces hommes aux semelles de vent sont presque tous issus de la Suisse romande et des bords du Léman. Les Alémaniques sont moins présents dans les défis gratuits, mais leurs entreprises sont partout. Pour les natifs d'un petit pays entouré de montagnes, la tentation est forte de regarder très loin au-delà de l'horizon.

Il peut sembler paradoxal que des individus capables de se projeter pareillement au loin proviennent d'un pays à ce point friable face à la construction européenne. En réalité, la majorité des citadins suisses a toujours montré sa volonté d'ouverture, et les Romands ont parfois manifesté un enthousiasme naïf face à l'Europe. Mais notre petit pays fédéraliste et compliqué a aussi l'impression que l'Europe le corsète de ses règlements et que l'ouverture est ailleurs, plus loin, vers la baie d'Auckland. Vouloir être admiré de New-York à Sydney, c'est bien, être un peu plus solidaire des voisins, ce ne serait pas mal non plus.

jg