

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 67 (1987)  
**Heft:** 2

**Vorwort:** Éditorial  
**Autor:** Jagmetti, Carlo

### **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:** 15.04.2026

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



Carlo JAGMETTI  
Ambassadeur de Suisse en France

**J**e crois que c'est dans un état de concurrence sur les marchés étrangers qu'une économie arrive à prouver et à mettre à l'épreuve sa vitalité. Les échanges économiques internationaux de la Suisse représentent aujourd'hui la moitié de son P.I.B. et il est réjouissant de constater que nos opérateurs économiques montrent une faculté d'adaptation et d'imagination indéniables. Un marché d'exportation n'est pourtant jamais définitivement acquis et jamais suffisamment exploré ; il exige donc des soins constants.

Pourquoi ces marchés ne sont-ils jamais acquis ? Des changements macro-économiques et de réglementations juridiques peuvent en effet rapidement en modifier les données de base. Or, l'O.C.D.E., plutôt optimiste à la fin de l'année passée, a dû, au mois de juin, réviser à la baisse les prévisions de croissance pour 1987 et 1988 pour l'ensemble de la zone. La Suisse et la France n'échappent malheureusement pas à cette tendance. De plus, le dynamisme, bien que parfois ralenti par des difficultés d'ordre divers, avec lequel la C.E. se dirige inévitablement vers un grand marché intérieur, ne saurait laisser ni indifférents ni négligents les pays non-membres. L'accès de leurs produits sur cet espace économique constitué par 320 millions de consommateurs risque d'être plus difficile.

La Suisse a toujours su faire face à de tels défis économiques et institutionnels, et rien ne laisse supposer un affaiblissement de cette capacité. Le rôle joué par la Chambre de commerce suisse en France est important dans une telle perspective et je me réjouis à l'idée de collaborer avec elle dans l'intérêt de notre économie.

Je constatais à l'instant qu'un marché n'est jamais acquis, mais de surcroît jamais suffisamment exploré. Quel effort supplémentaire la Chambre pourrait-elle déployer ? Il me semble que l'image de la France devrait être encore améliorée, notamment auprès d'un certain nombre d'exportateurs potentiels domiciliés en Suisse orientale. Il est intéressant de constater que les services français compétents de la Direction des relations économiques extérieures sont arrivés à la même constatation quant à l'image qu'ont outre-Sarine, des produits français. La volonté de la Chambre de redoubler d'activité en Suisse alémanique est dès lors importante, et ceci non seulement pour vendre plus, mais pour vendre mieux.

A n'en pas douter, l'image que doit avoir notre pays à l'étranger est celle d'un marché à la taille de l'ensemble du pays, capable d'offrir une multiplicité de biens et de services au besoin de tous.