Zeitschrift: Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française

Herausgeber: Le messager suisse

Band: - (1992)

Heft: 44

Artikel: Vedettes des spots TV franchis : le Suisse naïf et benêt

Autor: Petit-Pierre, M.C.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-848122

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: 12.07.2025

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

Vedettes des spots TV français

Le Suisse naïf et benêt

La publicité télévisée française fait un tabac en se payant la tête des Suisses, dépeints comme naïfs et benêts : ils plongent dans des champs de céréales à la recherche de leur "ovo" matinale, ils déclenchent des avalanches en mangeant leur Crunch. Les Helvètes idiots "made in France" font rire, donc vendre. Grâce à eux, Ovomaltine/France a réalisé le plus grand succès de l'histoire de la pub télévisée et l'"emmental" français d'Entremont a obtenu ses lettres de noblesse. Les Suisses "made in Switzerland" grimacent devant leurs caricatures mais se taisent : humour oblige.

"J'ai dix secondes pour vous dire qu'Ovomaltine, c'est de la dy-na-mi-te..." Boum ! le bâton ovo-dynamité explose au nez du pseudo-Suisse, victime de sa lenteur. Avec ce spot télévisé, connu dans le monde entier depuis plus de dix ans, les publicitaires démontrent que le ridicule paie. Et comme les Helvètes avec leur accent traînant et leur air ralenti amusent les Français, les voilà promus au rang de stars du promo-business. Spot après spot, ils sont enfermés dans ces mêmes clichés qui font rimer humour avec balourd. Ce qui n'empêche pas que cela rapporte de l'or.

Le Suisse mis en spot

Eric Bousquet, directeur à Paris de l'agence Business, le confirme à propos de sa publicité explosive : "C'est le plus grand succès depuis les débuts de la pub télévisée; que ce soit au niveau du chiffre d'affaires, de l'impact, ou de l'agrément". Fort de sa popularité, le personnage désormais fétiche d'Ovomaltine récidive dans une pub destinée aux enfants. Il plonge, équipé de masque, tuba, palmes, dans un champs de céréales. "C'est un régal, j'y retourne". L'accent traînant, l'air bobet, il fait rire les Français, grincer les Suisses. Eric Bousquet précise prudemment qu'il met en scène un guide chamoniard et non pas un Suisse. "Il a le parler typique de la montagne". Mais, pour tous les Français interrogés, il s'agissait bien d'un Suisse. Mêmes soucis pour Nicolas de Gennes chez Lintas, l'agence parisienne qui s'occupe de Nestlé. Son spot pour Crunch montre une leçon de ski tellement ennuyeuse que l'élève se rabat sur son morceau de chocolat et déclenche une avalanche : "Attention, l'accent est purement savoyard, nous avons évité toute allusion à la Suisse, pour éviter de froisser les sensibilités."

"C'est un régal, j'y retourne". L'accent traînant, l'air bobet.

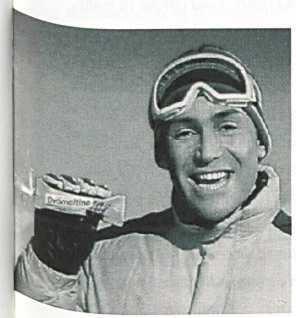
Douaniers éclairés

C'est pourtant avec ce même accent que s'expriment les douaniers suisses (l'uniforme ne trompe pas) dans les spots de l'Emmental d'Entremont. Comme cette maison ne travaille pas pour des marques suisses, les précautions diplomatiques ne sont pas de mise.

Képis bas sur le front, les douaniers contrôlent une voiture. Sans voir qu'elle transporte une cargaison de fromage sur son toit. Après cet exploit, le plus jeune demande : "Chef, comment on fait pour devenir chef ?". Un style qui a fait ses preuves et qu'Entremont reprend jusqu'à l'abrutissement dans son nouveau spot. Cette fois, les Suisses, vraiment pas futés, risquent de tomber dans les trous de l'Emmental...

Pas de quoi se vexer, déclare-t-on chez Entremont à Annecy. "La lenteur des Suisses, leur côté bon enfant sont pour nous synonymes de qualité, précision, rigueur". Et c'est bien ainsi que Daniel Binggeli, publicitaire à Genève, interprète ces spots : "L'image suisse donne de la crédibilité au produit, et aussi une identité". Un comble pour un fromage français.

"J'ai dix secondes pour vous dire qu'Ovomaltine, c'est de la dy-na-mi-te..."



Simplet fait des ravages

Malgré tout, cette image du Suisse simplet, véhiculée par la pub, colle à la peau. Les douaniers suisses, qui affirment en avoir vu d'autres, se font fréquemment saluer à la frontière par un "Chef, comment on fait pour devenir chef ?". "Ça rejoint le "je ne suis pas un imbécile, je suis douanier" de Fernand Reynaud", commente le sergent Darbellay, à la douane de Vallorbe. "Nous suivons des cours de comportement qui nous aident à ne pas prendre ces remarques à coeur".

Les Français font-ils preuve de racisme anti-Suisse ? Au Département Fédéral des Affaires Etrangères (DFAE), Christian Meuwly précise : "Nous pourrions intervenir en cas d'atteinte grave à l'honneur du pays. Or ces spots ne sont que l'expression d'une imagination dont nous devrions aussi faire preuve. Au moins, on parle de la Suisse." Effectivement, à l'Ambassade de Suisse à Paris, Christian Dunant avoue avoir répondu à titre privé à des questions telles que : "Les Suisses sont-ils tous comme ça ?". Mais il souligne : "Les gens veulent savoir si la publicité correspond à la réalité, sans malice".■

Pour les frontaliers

Un cours s'adresse aux frontaliers qui veulent en savoir plus sur les assurances sociales, le chômage, l'aide juridique...Il est organisé par l'Université Ouvrière de Genève (UOG), le Groupement des frontaliers de l'Ain et de la Haute Savoie. Ce cours a lieu au siège du Groupement des frontaliers (50, rue de Genève, 74103 Annemasse) les mardi, jusqu'au 1er décembre, de 18h30 à 20h30. Tél. 021-343.58.10 (en Suisse).

◆

Aide

Genève s'inquiète du nombre croissant de ses chômeurs (plus de 10'000). Le Département de l'économie publique propose trois nouveaux programmes d'orientation : "Avenir plus", destiné aux jeunes, "Placement plus", pour les 25-45 ans qui représentent les deux tiers des chômeurs et "Expérience plus" pour les plus âgés. Une centrale d'information Chômage existe et son numéro d'appel en Suisse est le 022-327.44.95.

◆

Utile

L'édition 92-93 du "Petit Guide du routard étudiant" vient de sortir. Il contient de nombreux renseignements utiles sur les structures de l'Université, les loisirs, la culture, les bonnes adresses....Edité par la Conférence Universitaire des Associations d'Etudiants (CUAE), cette brochure est disponible gratuitement auprès de la CUAE, 18 rue de la Candolle, CH-1211 Genève.

◆

Caritas

Caritas Suisse met en vente, comme chaque année, ses cartes de voeux dont l'argent de la vente servira à ses oeuvres de charité. Pour les commander (prix indicatif pour les grandes cartes, 16 x 21 cm : 3 frs.s.) il suffit d'écrire à : Caritas Suisse. Löwenstr. 3, CH-6002 Lucerne. Tél.(19 41) 41.50.11.50.

Du pain !

Le meilleur pain, aux dires de certains, est celui que l'on trouve à Echallens (VD). Plus exactement à la Maison du Blé et du Pain. Il s'agit d'un musée - qui vient d'accueillir son 100.000ème visiteur - où l'on peut apprendre comment se fabriquait le pain autrefois ou bien aussi acheter son pain. Les connaisseurs vous diront que le meilleur est le sovipan, à moins que ce soit le paillé aux greubons...

◆

Lire

Où trouver l'édition originale de votre auteur alémanique préféré ? Comment acheter, sans se déplacer, des éditions en langue allemande ? Deux librairies allemandes sont à conseiller : la librairie du Roi des Aulnes (159, bld Montparnasse, Paris 6ème) et Calligrammes (8, rue de la Collégiale, Paris 5ème). Elles expédient votre commande, partout où vous le désirez, il vous suffit d'en faire une demande par écrit.

◆

Le pari de Roger de Diesbach

Dès janvier 93, Roger de Diesbach lance un nouveau journal: "Journal Fluide", qui paraîtra au mois 12 fois par an. Au menu : dossiers et enquêtes inédites. La souscription est lancée : il a besoin de 3.000 abonnés pour assurer la vie de ce journal (prix d'abonnement : 150 frs.s.). Ecrire à : Journal Fluide, CH-1728 Rossens. ■

Au moment de mettre sous presse, nous apprenons le décès de M. Marcel Gehrig, qui fut président de l'Union des Suisses de France, Président de la Fédération des Sociétés Suisse de Marseille, membre du Bureau de l'Organisation des Suisses de l'Etranger et délégué au Conseil des Suisses de l'Etranger. A sa famille, à ses proches, le Messager Suisse et la Fédération des Sociétés Suisses de Paris adressent leurs condoléances.