

La participation tunisienne au 33^{ème} Comptoir Suisse de LAUSANNE

La Suisse est un des pays les plus engagés dans l'économie mondiale. Les possibilités de son sol ne lui permettant pas de nourrir sa population, il lui faut importer pour vivre et exporter pour pouvoir importer.

Si l'on considère le tableau de ses exportations on remarquera que 90% de ces dernières sont des produits fabriqués. Paradoxalement c'est donc un pays producteur sur un sol dépourvu de matières premières : ses usines, ses ateliers constituent ses gisements.

Elle importe cependant plus qu'elle n'exporte, la balance de son commerce étant équilibrée grâce à l'appoint du tourisme et de la réassurance.

Si l'on classe en trois catégories générales les importations suisses, on obtient la répartition suivante :

— Produits fabriqués	37.7%
— Denrées alimentaires	22.9%
— Matières premières	39.4%

la Tunisie semble pouvoir se tailler une part intéressante dans les deux dernières catégories.

Pourtant, la Suisse n'occupe pas une place importante dans le commerce extérieur de la Tunisie. En 1951, par exemple, elle a absorbé à peine 9.500 tonnes de nos produits pour une valeur de 254 millions de francs français, alors que nos exportations totales avaient atteint le chiffre de 3.630.540 tonnes pour une valeur de 35.212.091.000 francs.

Pendant le mois de septembre 1952, la Régence n'a exporté vers la Suisse que du plomb doux en barre, alors que notre voisine l'Algérie y a placé : des vins, des tapis, des lentilles, des dattes et des tabacs bruts, et le Maroc : des lentilles, des vessies et boyaux, des farines dénaturées pour le bétail, des tapis, de la maroquinerie, du crin végétal, des produits de la sylviculture, des pois, des couvertures de laine, des germes de malt et des matières pharmaceutiques brutes.

Nos voisins ne jouissent pourtant pas d'un régime préférentiel à l'entrée en Suisse ; les produits qu'ils exportent vers ce pays, nous les retrouvons chez nous et pour certains la qualité en est supérieure. La courbe des importations suisses de produits tunisiens qui avait

atteint son maximum en 1946 et 1950 est des plus irrégulière ; elle s'affaïsse en 1951 et surtout pendant les six premiers mois de 1952, d'une façon inquiétante.

Les possibilités d'échanges avec ce pays sont donc loin d'être exploitées au maximum.

La conquête du marché suisse exige cependant des produits de première qualité à des prix parfaitement étudiés, car la Suisse est par tradition, un marché largement ouvert à la concurrence internationale ; le consommateur, ayant l'embarras du choix, donne la préférence, à prix égal, aux marchandises de qualité et de présentation irréprochables.

Mais la première préoccupation d'un commerçant doit être d'organiser la distribution de ses produits en provoquant leur mouvement par la demande du consommateur.

C'est le but des foires de créer et augmenter les échanges commerciaux en rapprochant l'offre et la demande, stimulant ainsi l'établissement de relations commerciales. Les articles exposés, classés par branche d'activité économique renseignent en même temps le grand public et lui donnent un aperçu de l'état de la production d'un pays.

Les définitions ci-dessus de la foire et de l'exposition s'appliquent d'une façon parfaite au Comptoir Suisse qui, en septembre dernier, s'est tenu pour la 33^e fois à Lausanne.

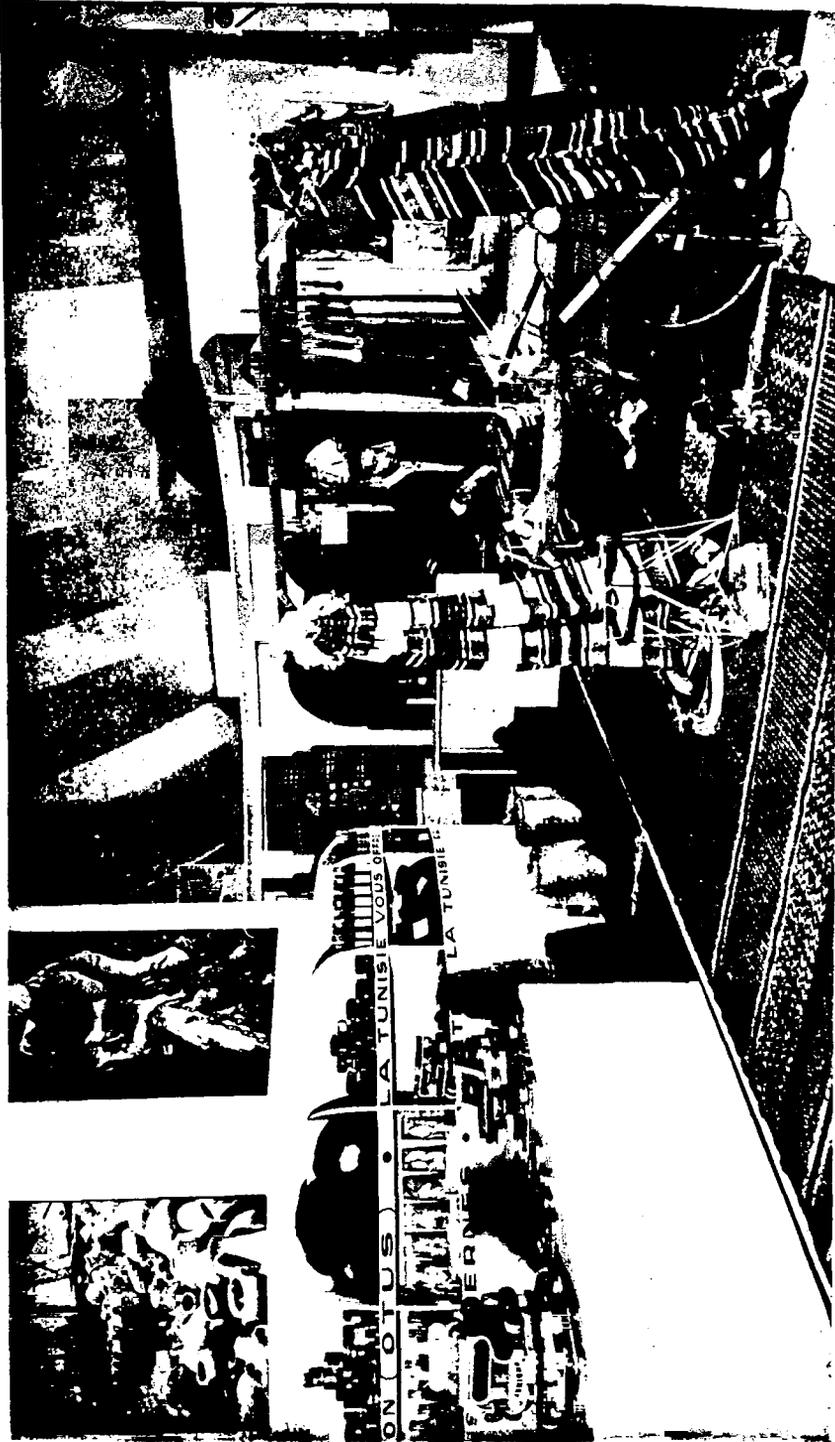
C'est une manifestation nationale à laquelle sont seules admises à exposer sous forme de stands individuels ou d'expositions collectives, les maisons établies en Suisse et présentant des produits travaillés ou manufacturés dans le pays.

Exceptionnellement un pays étranger est accueilli chaque année par la Foire de Lausanne, cette participation revêt un caractère officiel. En septembre 1952, c'est la Tunisie qui a eu l'honneur d'être inscrite au nombre des participations étrangères.

Notre pavillon constituait plus précisément une illustration de la Tunisie pays méditerranéen et des richesses de son littoral. — Nous laisserons à la Gazette de Lausanne (du 17/9) le soin de nous donner un aperçu de cette présentation.

« Attrayant et sobre, le pavillon tunisien donne un sympathique
 « reflet de ce pays lointain et si proche à la fois. On y voit des mé-
 « taux travaillés avec goût, des étoffes aux vives couleurs, dont le
 « tissage se poursuit sur place, sur un vieux métier de bois, bref tout
 « cet artisanat populaire si heureusement conservé. Les produits
 « agricoles, les conserves, huiles d'olive, céréales, fruits, poissons,
 « éponges : toutes les richesses tunisiennes sont là, joliment présen-
 « tées. Et si d'autres se prêtent moins à l'exposition, plomb ou phos-
 « phates, leur présence n'en est pas moins affirmée par quelques
 « statistiques.

« Le pittoresque pays, enfin, s'affirme dans toute la présentation
 « du pavillon, où l'architecture arabe est à l'honneur, et dans une



Le Pavillon de la Tunisie à la Foire de Lausanne a obtenu un beau succès auprès des nombreux visiteurs qui s'affardaient longuement devant l'artisan djerbien confectionnant les fameuses couvertures.

« série de grandes photographies qui permettent d'apprécier les ci-
tés et les paysages de là bas, saisis dans toute leur splendeur. »

Le pavillon tunisien fut inauguré officiellement le 16 septembre par M. Depret Bixio, Conseiller Commercial près l'Ambassade de France à Berne, représentant Son Excellence M. Jean Chauvel, Ambassadeur de France. Parmi les personnalités tunisiennes présentes aux côtés des autorités suisses et françaises, signalons MM. les Présidents Tahar ben Amar, Mohamed ben Romdane, Nourredine Zaouche et Petitpierre.

Après un vin d'honneur, un muscat de Carthage naturellement, servi dans le pavillon même, un déjeuner réunit en ville, autour de M. Mayr, Président du Comptoir, des personnalités suisses, françaises et tunisiennes venues participer à la cérémonie. Cette excellente journée tunisienne du Comptoir Suisse s'est déroulée dans une sympathique atmosphère et s'est terminée par un cocktail offert au Lausanne-Palace.

Parallèlement à cette participation, signalons la présentation dans les salles suisses de deux films de propagande « Tunisia » en géva-color qui est une synthèse de la production locale et « Djerba, île biblique ».

Cet effort des organisateurs du stand tunisien a été couronné de succès et de nombreuses demandes de mise en relations commerciales ont été enregistrées, qui visaient surtout les huiles d'olive, les dattes les vins et muscats, les conserves de poissons et de légumes, les éponges et les produits de l'artisanat. Ces demandes ont été diffusées au maximum, souhaitons qu'elles soient suivies d'effet. Mais il est regrettable que les exportateurs tunisiens intéressés ne soient pas représentés en permanence par un agent commercial dans les pays, comme la Suisse, où notre participation officielle démontre la qualité des principaux produits tunisiens.

A. ALZIEU,

*Chef du Département de l'Expansion Commerciale
à l'O. F. I. T. E. C.*