Наша Газета
nashagazeta.ch
Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Швейцария решила улучшить свой международный имидж | La Suisse a décidé d’améliorer son image internationale

Автор: Надежда Сикорская, Берн , 11.01.2021.

Такой вывод можно сделать, ознакомившись с опубликованным накануне нового года коммюнике Федерального совета.

|

On peut tirer une telle conclusion ayant lu un de derniers communiqués publiés par le Conseil fédéral en 2020.

La Suisse a décidé d'améliorer son image internationale

Официально документ называется «Новая стратегия международной коммуникации в целях защиты интересов и новые директивы по спонсорингу МИД». Витиевато, стилистически не слишком элегантно, но если прочитать целиком, то суть становится ясна.

Документ этот был одобрен и «принят в печать» на заседании Федерального совета 18 декабря 2020 года – таким образом исполнительная власть зафиксировала планы на обозримое будущее. Оценив последствия пандемии коронавируса и собственных усилий по разруливанию ситуации, давших повод для постановки вопроса об изменении политической системы страны, «семь мудрецов» пришли к выводу, что надо усилить экономическое присутствие Швейцарии, в том числе, и с помощью имеющихся средств распространения информации, включая соцсети.

«В глобализованном мире крайне важно проецировать позитивный и нюансированный имидж Швейцарии», гласит главный постулат инструкции, которая, теоретически, уже с 1 января 2021 года должна быть принята к исполнению надлежащими службами. «Целенаправленная коммуникация преследует целью разъяснять позиции, сильные стороны и действия Швейцарии за рубежом», усиливая таким образом эффективность ее внешней политики.

Тому, как в течение долгого времени создавался, не без помощи россиян, «швейцарский миф», мы посвятили целое досье. Но мифы имеют свойство в какой-то момент развеиваться, и восстановить их бывает крайне сложно, а то и невозможно. Так что лучше до этого не доводить. Очевидно, к такому выводу пришел и Николя Бидо, швейцарский дипломат в ранге посла, возглавляющий организацию Présence Suisse, отвечающую за продвижения Швейцарии как бренда. На страницах газеты Le Temps он процитировал несколько отзывов о Конфедерации, которые появились в последнее время в прессе ее ближайших соседей, и которые можно расценить, как симптоматичные.

21 декабря 2020 года в немецком *Spiegel* вышла статья под заголовком «Почему Швейцария так позорно провалилась в период кризиса коронавируса?» Французский *Le Point* пришпилил, 12 декабря, «Covid: общая какофония в Швейцарии». А несколькими днями ранее, когда выпал снег и Швейцария объявила о решении не закрывать лыжные станции, *La Repubblica* заявила, что «Швейцария позволяет итальянцам покидать красную зону без всякого контроля, чтобы только они катались на ее территории».

Достаточно сравнить эти нелицеприятные высказывания с теми, что можно было прочитать во время первой волны пандемии, и все становится ясно: «Не стоит ли Европе копировать Швейцарию?» (*Les Echos*, 24 июня), «Почему Швейцария более решительна в борьбе с коронавирусом, чем Германия?» (*Handelsblatt*, 8 марта). Увы, поезд всеобщего восхищения ушел, теперь надо его догонять.

В ближайшее время информирование зарубежной аудитории о достижениях швейцарского хозяйства будет вестись по пяти основным тематическим направлениям, отвечающим приоритетам внешнеполитической стратегии на

2020-2023 годы: инновации, экономика, отношения с Европой, швейцарский финансовый центр и устойчивое развитие. Принцип здесь такой же, как для продвижения, скажем, сайта в поисковиках: надо вкладывать в рекламные кампании, постаравшись наиболее точно определить для себя целевую аудиторию. Вот и швейцарское правительство, стремясь позиционировать Швейцарию как страну ответственную, где ценят инновации, конкурентоспособность и солидарность, будет действовать именно так, рассчитывая при этом на взаимодействие государственного и частного секторов.

Последний момент подчеркивается особо. «Перед лицом последствий пандемии CoVid-19 сотрудничество с частным сектором приобретает особое значение, - читаем мы. – Оно должно позволить Швейцарии, как глобальной экономике, опирающейся на экспорт, достичь наибольшей видимости на интересующих ее рынках благодаря подходящим инструментам коммуникации».

Что-то планировать сейчас, конечно, трудно, однако один конкретный пример приводится: в текущем году мобильный «Дом Швейцарии» будет построен в Штутгарте, столице немецкой земли Баден-Вюртемберг, одного из наиболее экономически развитых регионов Германии с одним из самых низких уровней безработицы (здесь расположены, в частности, такие всемирно известные фирмы, как «Audi Sport GmbH», «Daimler AG», «IBM», Karl Storz, «Porsche AG», «Robert Bosch GmbH», «SAP», «Voith», «Testo», «ZF Friedrichshafen AG», «Эльба-Верк»). Этот граничащий со Швейцарией регион является стратегически важным для Конфедерации, так что понятно, почему именно в Штутгарте расположится ее «выездная резиденция». Подпитывать ее деятельность будут партнеры из разных секторов: экономика, наука, политика, культура… На этой интерактивной платформе, адресованной широкому спектру потенциальных потребителей, будет выделена специальная зона для деловых контактов и заключения коммерческих сделок – B2B, Business to Business. Учитывая особой санитарный контекст, общение предполагается «гибридное»: живое физическое и дистанционно-цифровое.

Этот и прочие проекты, планируемые МИД Швейцарии, открыты для спонсорства, по всем правилам этого искусства: публичное упоминание прошедших предварительную проверку спонсоров, продвижение их брендов. Вспоминая, как была организована работа в «Доме Швейцарии» во время Олимпийских игр в Сочи, можем засвидетельствовать – это швейцарцы умеют.

Швейцария

Source URL:
https://nashagazeta.ch/news/politique/shveycariya-reshila-uluchshit-svoy-mezhdunarodnyy-imidzh