



Près de la mosquée du Petit-Saconnex. Il y a quelques années, une seule caricature de Mahomet avait créé des dommages de plus de 1 milliard de francs au Danemark. Un boycott similaire serait un coup dur pour la Suisse. (OLIVIER VOGELSSANG)

Et maintenant, il va falloir expliquer ça à l'étranger

«Le monde d'aujourd'hui est à l'ouverture vers les autres cultures, les autres religions. En interdisant les minarets, les Suisses vont sans doute au-devant de problèmes plus grands que la Suisse.» Le constat est glaçant. Et il ne vient ni d'un Suisse ni d'un musulman, mais de Bernard Sabella, député chrétien au parlement de l'Autorité palestinienne à Ramallah. Un commentaire qui reflète les réactions de surprise et de déception émanant tant de l'étranger que de la Suisse. Car pour les milieux politiques, économiques et touristiques, une chose est sûre: l'interdiction des minarets aura des répercussions négatives sur la réputation du pays, voire sur ses affaires commerciales.

Si aucune condamnation officielle n'est tombée hier soir, plusieurs sites Internet appelaient déjà les musulmans à retirer leurs sous des banques suisses et à boycotter nos produits. D'ailleurs, l'Union patronale

suisse avertit: «Des relations représentant d'importants marchés d'exportation sont dorénavant menacées, analyse Thomas Daum, son directeur. D'éventuelles mesures de boycott risquent de faire perdre des emplois à la Suisse.» «Souvenez-vous que, à l'époque, une seule caricature de Mahomet avait créé des dommages de plus de 1 milliard de francs au Danemark», rappelle aussi Cristina Gaggini, directrice romande d'économiesuisse.

Un boycott similaire serait un coup dur pour la Suisse, dont les exportations vers les pays musulmans se chiffrent en milliards. En 2007, ils se montaient à 2,5 milliards de francs vers la Turquie, 1,9 milliard vers les Emirats arabes unis, 1,5 milliard vers l'Arabie saoudite. Si bien que, au total, les pays musulmans représentent 5% des relations commerciales extérieures de la Suisse.

Espérer le meilleur et s'attendre au pire, telle est désormais la

devise des patrons. «Il y a des risques que cette initiative provoque des réactions fortes, commente Bernard Rueger, président de la Chambre vaudoise de commerce et d'industrie (CVCI) et directeur de Rueger SA, entreprise qui fabrique des instruments de mesure. En déplacement dans sa succursale à Kuala Lumpur, en Malaise, où 70% de la population est musulmane, l'homme est abasourdi. «Je vais m'excuser pour la Suisse.»

«Jusqu'à présent, notre pays donnait une image respectueuse des religions. Maintenant, il va falloir expliquer ce vote à mes interlocuteurs, regrette Christophe Clivaz, directeur de Swiss-learning, qui s'occupe de promouvoir l'éducation suisse à l'étranger. Je me rends en Arabie saoudite en janvier. J'y organiserai une réunion pour cultiver notre réseau et préciser que la Suisse est toujours la même.»

Même démarche du côté de Suisse Tourisme, qui va contac-

ter ses tour-opérateurs dans les pays du Golfe, une région représentant 2% du tourisme helvétique. «Ce marché est en pleine croissance, peut-être devrions-nous établir une stratégie de communication particulière, s'interroge Véronique Kanel, porte-parole de l'organisation. Mais nous ne pourrions mesurer l'impact du vote sur le tourisme qu'en été 2010. D'ici là, j'espère que le Conseil fédéral aura réussi à expliquer à l'étranger que l'interdiction des minarets ne change rien à la pratique de l'islam en Suisse.»

En tout cas, il s'y attelle. Hier, il a, pour la première fois de l'histoire, préparé un communiqué en arabe. Micheline Calmy-Rey, cheffe des Affaires étrangères, s'est aussi lancée dans une campagne de communication dédiée aux médias étrangers. Sur TV5 et Al Jazeera elle a répété que «ce n'est pas un vote contre la communauté musulmane». Nadine Haltiner