Les exportations suisses et la concurrence allemande

Autor(en): **D'Arcis, Max**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **12 (1954)**

Heft 3

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-134374

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Les exportations suisses et la concurrence allemande

par Max d'Arcis
licencié en droit

I. INTRODUCTION.

Au lendemain de la guerre, les exportateurs suisses se sont heurtés à une multitude de barrières artificielles en ce qui concerne les paiements et les changes. Ces barrières les ont certainement empêchés de développer le commerce extérieur de la Suisse dans une proportion correspondant à la demande de produits helvétiques. Ces mêmes exportateurs ont, d'autre part, bénéficié de l'absence de l'exportation allemande sur les marchés internationaux. Mais cet avantage s'est révélé peu durable. Il a suffi de quelques années pour que les effets de la concurrence allemande se fissent de nouveau très fortement sentir sur la plupart des marchés, en particulier sur les marchés européens. Après avoir accompli un démarrage d'après guerre dans des conditions difficiles, après avoir subi des hauts et des bas qui ont fait à certains moments de l'Allemagne le plus important débiteur de l'U.E.P., l'économie allemande a opéré un redressement aussi ample que rapide, à tel point que la République fédérale est redevenue l'un des exportateurs les plus actifs dans de nombreux pays.

Le développement des exportations allemandes est lié à la structure de l'économie de la République fédérale, dont la répartition de la population travailleuse donne une assez juste idée. Plus de la moitié des personnes exerçant une activité lucrative travaille dans l'industrie ou l'artisanat ; un peu moins du cinquième est occupé dans le commerce et les transposts ; un septième environ trouve un emploi dans les services publics et privés ; la part de l'agriculture est de moins d'un dixième et celle des services ménagers de moins d'un vingtième. Fait plus intéressant encore, l'évolution particulière de chacun de ces groupes est caractérisée par l'augmentation de la proportion des personnes occupées dans l'industrie et le commerce et le recul des autres groupes. De 1949 à 1952, la proportion du nombre total des personnes occupées concernant l'industrie et l'artisanat a passé en une progression régulière de 52,1 % à 55,8 % ; celle du commerce et des transports a passé dans le même laps de temps de 17,8 % à 19,6 % ; celle des services publics et privés a diminué de 15,8 % à 13,8 % ; les services ménagers restent relativement stables, avec 4,8 % en 1949 et 4,4 % en 1953 ; quant à l'agriculture, elle accuse un recul d'environ un tiers, passant de 9,5 % à 6,4 % du nombre total des personnes occupées. Cette évolution cadre avec celle de la production et des exportations, sur lesquelles nous aurons plus loin l'occasion de revenir avec davantage de détails.

Contentons-nous, pour le moment, de constater que les chiffres cités ci-dessus sont un symbole du redressement de l'économie allemande et du développement des exportations germaniques. Il n'est donc nullement surprenant que les exportateurs helvétiques rencontrent de plus en plus fréquemment leurs concurrents allemands sur les marchés étrangers. Dans nos plus importantes branches d'exportation qui correspondent à peu près à celles de l'industrie allemande, on peut interroger les chefs de nombreuses maisons et s'attirer toujours la même réponse : Nous nous heurtons à la concurrence américaine ou anglaise sur un certain nombre de marchés, à la concurrence allemande partout. Il n'est jusqu'au marché suisse — comme nous le verrons plus loin — où certaines catégories de produits allemands soutiennent souvent avec avantage la concurrence avec les produits nationaux.

Cette renaissance générale de la concurrence allemande ne va pas sans inquiéter les exportateurs suisses, dans la mesure où cela a pour corollaire une menace directe pour notre économie. Elle est sans doute dans l'ordre des choses. L'on ne saurait en effet concevoir, la guerre étant finie, une absence durable de l'Allemagne sur les marchés mondiaux. Mais le développement des exportations allemandes est un phénomène que les industriels suisses ne doivent pas sous-estimer. Il mérite d'être pris au sérieux, sans pourtant qu'il faille se laisser impressionner par la rapidité de redressement de l'économie germanique, redressement dont les chapitres qui suivent contribueront à donner une idée et à définir l'ampleur.

II. L'ALLEMAGNE RECONQUIERT SES POSITIONS ÉCONOMIQUES.

Pendant les années 1948/49, alors que l'économie allemande commençait à peine à se relever des suites de la guerre, le niveau très bas des exportations a eu pour conséquence un déficit de la balance des paiements qui n'a pu être couvert que grâce à l'aide étrangère. Après la réforme monétaire, le montant des exportations a passé de 642 millions de dollars en 1948 à 1,1 milliard de dollars en 1949. Pendant cette dernière année, les matières premières et les produits semi-finis représentaient encore environ la moitié des exportations, contre 20 % en 1936. En 1950, les exportations allemandes s'accrurent de 75 %. La proportion des produits finis s'éleva à 65 % du montant total des exportations, atteignant ainsi le 78 % de leur niveau d'avant-guerre. En 1951, les exportations accusèrent une nouvelle augmentation de 74 % par rapport à 1950. Le 73 % de la valeur des exportations concernait des produits finis. 1952 apporta une nouvelle augmentation, bien que plus réduite, de la valeur des exportations, laquelle fut de 16 % supérieure à celle de 1951. En 1953, les exportations ne s'accrurent que de 9,4 % par rapport à 1952. Mais, pour la première fois depuis la fin de la guerre, la part des produits finis — 77,4 % du total — a rejoint le niveau d'avant-guerre. En revanche, les exportations de matières premières et de produits semi-finis ont légèrement diminué.

Les quelques chiffres ci-dessus montrent le chemin parcouru en un petit nombre d'années ; il est intéressant de considérer le développement des exportations allemandes sous un autre angle encore, c'est-à-dire par rapport à leur

niveau d'avant-guerre. Si l'on prend comme base 1936 = 100, l'indice des exportations le plus élevé fut celui de 1928, soit 144,8. En 1950, l'indice s'inscrivait à 86,1 seulement, pour atteindre 121,5 en 1951 et 132,4 en 1952. Il est aujourd'hui à peu près au même niveau qu'en 1928.

Un autre mode de comparaison consiste à mettre en parallèle le montant en marks des exportations par tête d'habitant. On constate alors qu'il atteignit un point culminant pendant la période 1925/1929, pour diminuer ensuite jusqu'à la guerre et se relever à partir de 1948. Le tableau ci-dessous résume cette évolution pour les importations et les exportations. En ce qui concerne les chiffres d'après-guerre, il faut toutefois tenir compte de ce que si le montant des exportations et des importations est très supérieur à son niveau d'avant-guerre, la comparaison est faussée en une certaine mesure par le démembrement de l'Allemagne qui à diminué le nombre des habitants de la partie occidentale, par rapport au Reich d'avant-guerre. Or, la République fédérale de Bonn est seule prise en considération ici, en ce qui concerne les données postérieures à 1945.

Exportations et importations allemandes par tête d'habitant (en RM./DM.).

Périodes ou années	Moyenne annuelle par tête d'habitant	
	Exportations	Importations
1925-1929	178	203
1930-1934	112	94
1935-1938	71	75
1949	89	168
1950	176	240
1951	303	306
1952	349	334

(Extrait du « Taschenbuch für die Wirtschaft »)

L'année 1952 laisse, pour la première fois depuis la fin de la guerre, apparaître un excédent des exportations sur les importations; 1953 confirme cette tendance. En effet, selon un récent rapport de la *Hamburger Kreditbank*, la République fédérale a exporté l'an dernier pour 18 milliards et 507 millions de DM., alors qu'elle importait pour 16 milliards et 8 millions de DM., soit un excédent des exportations de 499 millions, contre 706 millions en 1952. On ne saurait toutefois tirer une conclusion de cet excédent, en ce qui concerne l'avenir, la diminution en valeur des exportations de 1953 provenant de la baisse des prix des matières premières, mais correspondant à un accroissement en volume.

III. LA PLACE DE L'ALLEMAGNE DANS LE COMMERCE MONDIAL.

Nous avons tenté plus haut de donner une idée du redressement de l'économie allemande en général et de celui de ses exportations en particulier. Serrant maintenant de plus près le thème de notre étude, qui est de rechercher

dans quelle mesure la République fédérale est un concurrent direct pour la Suisse, tentons de définir la place de l'Allemagne dans le commerce mondial, grâce aux données (souvent fragmentaires) dont nous disposons.

En 1949, la part de la République fédérale au total des exportations mondiales s'élevait à 2 %. Elle s'est élevée à 4,5 % en 1951 et à 5,6 % en 1952 (9,9 % en 1929). Parallèlement, le commerce d'exportation de la France a évolué comme suit : 4,9 % en 1949, 5,5 % en 1951, 5,4 % en 1952 (6,1 % en 1929) ; celui de la Grande-Bretagne a passé de 12 % en 1949 à 9,4 % en 1951 et à 10 % en 1952 (10,9 % en 1929). Enfin, les Etats-Unis ont pris une place prépondérante sur le marché mondial, en grande partie au détriment des pays européens. Leur part des exportations mondiales était de 15,9 % en 1929. En 1949, elle s'est élevée à 21,7 %, puis à 19,4 % en 1951 et enfin à 20,8 % en 1952. Ces chiffres font apparaître une légère augmentation de la part des exportations allemandes, reflet de l'effort accompli par les industriels de la République fédérale pour reprendre leur place sur les marchés mondiaux.

A l'heure actuelle, les principaux clients de l'Allemagne sont :

Principaux clients de l'Allemagne.

Pays	Montant des exportations allemandes (en millions de DM.)	
	Année 1951	janvier 1954
Belgique-Luxembourg	987	112,7
Danemark	535	60,2
France	973	87,6
Royaume-Uni	878	106,1
Italie	664	97,5
Hollande	1.456	149,8
Autriche	500	52,3
Suède	974	98,5
Suisse	899	85,5
Colonies britanniques et dominions	550	?
Indonésie	190	13,2
Etats-Unis	989	74,9
Argentine	347	40,7
Brésil	471	44,5
Chili	127	8,8
Venezuela	103	9,2
Uruguay	102	8
Australie	272	?

(Extrait du « Statistiches Jahrbuch für die B.-R. Deutschland »)

Contentons-nous pour l'instant d'enregistrer ces chiffres, en constatant que l'Europe occidentale vient au premier rang pour les exportateurs allemands. Nous en tirerons encore d'autres conclusions. Soulignons dès maintenant la part prépondérante de l'Europe occidentale pour les exportations allemandes en reproduisant ci-dessous quelques données que nous trouvons dans le *Taschen-*

buch für Wirtschaft, lequel donne les chiffres suivants concernant la répartition des exportations allemandes :

Répartition des exportations allemandes.

Années	Zone dollar		Pays membres de l'UEP.		Autres pays	
	En mill. DM.	En %	En mill. DM.	En %	En mill. DM.	En %
1949	256,4	6,2	3.489,5	84,9	365,9	8,9
1950	1.017,7	12,2	6.316	75,8	1.003,5	12
1951	1.598,3	11	10.627,6	73,1	2.320,1	15,9
1952	1.889,1	11,2	12.186,4	72,2	2.796	16,6
janv.-mars 1953	556,7	14,1	2.860,2	72,4	532,2	13,5

Il ressort de ces chiffres que les trois quarts environ des exportations allemandes se font à destination des pays membres de l'U.E.P., le solde se partageant par parts à peu près égales entre les Etats-Unis et le reste du monde. Il est intéressant de le souligner, car ce sont également là les principaux champs ouverts à l'exportation de produits suisses. On en peut donc déduire à priori que les exportations des deux pays doivent fatalement entrer en concurrence directe dans la mesure où il s'agit de produits de même catégorie. Ceci d'autant plus que l'industrie germanique accroît constamment sa productivité, que la qualité de ses produits est généralement reconnue bonne et qu'elle est rentrée dans le mouvement commercial international avec un mordant et un esprit d'initiative qui lui permettent peu à peu de reconquérir ses positions perdues pendant la guerre.

La place de l'Allemagne comme fournisseur des quinze pays où elle occupait le premier rang en 1937/38.

Pays	Pourcentage de leurs importations fourni par l'Allemagne		Rang de l'Allemagne comme fournisseur en 1952
	En 1937-38	En 1952	
Bulgarie	54,6	néant	—
Turquie	45	24,9	1
Yougoslavie	35,6	20,2	1
Hongrie	32,9	néant	—
Roumanie	32,6	néant	—
Grèce	28,6	12,1	2
Brésil	24,4	9,2	2
Suisse	23,6	18,4	1
Italie	22,2	7,2	4
Hollande	21,4	13,6	2
Suède	21,1	17,1	1
Tchécoslovaquie	19,1	néant	—
Pologne	18,8	néant	—
Norvège	17,6	11,2	3
Autriche	16	21,5	1

Le tableau ci-dessus nous donne une idée de l'effort accompli dans ce domaine. On trouvera dans les deux premières colonnes la liste des pays d'Europe auprès desquels l'Allemagne occupait avant la guerre le rang de premier fournisseur, avec la proportion de leurs importations totales fournies par le Reich en 1937/1938 ; dans la troisième colonne, nous trouvons le pourcentage des importations des mêmes pays fournis par l'Allemagne en 1952 ; enfin, dans la dernière colonne figure le rang qu'occupe la République fédérale comme fournisseur en 1952.

Ces chiffres font apparaître qu'hormis quelques pays d'Europe orientale entrés dans la sphère d'influence soviétique, l'Allemagne a partout regagné une partie de ses positions, dépassant celles-ci en Autriche et intervenant comme fournisseur n° 1 dans cinq des pays cités, mais sans atteindre ce rang dans cinq autres cas.

IV. L'EFFORT DES EXPORTATEURS ALLEMANDS.

Après avoir reproduit plus haut une série de données statistiques assez frappantes, il pourrait sembler superflu de s'arrêter davantage encore à l'effort accompli par les industriels allemands pour réintroduire leurs produits sur tous les marchés du monde. Il nous semble pourtant nécessaire d'y insister, non plus cette fois sur le terrain des chiffres, mais sur un plan plus général.

Depuis qu'elle a retrouvé une production industrielle à peu près normale, l'Allemagne de Bonn a, nous l'avons vu, très fortement développé ses exportations à destination des pays de l'Europe occidentale. Il s'agissait évidemment pour elle de retrouver les positions qu'elle occupait avant la guerre. Notre précédent tableau montre que, sur les quinze pays où l'Allemagne était le premier fournisseur avant la guerre, quatorze sont des pays européens. Cinq d'entre eux se trouvent aujourd'hui sous protectorat soviétique. Il était dans l'ordre des choses que la République fédérale s'employât de toutes ses forces à réintroduire ses produits sur les marchés des neufs autres pays. Elle y a déjà réussi dans une large mesure. Il est probable que l'Union européenne des paiements l'a beaucoup aidée dans cette voie. Toujours est-il que les industriels allemands ont rapidement repris pied sur ces marchés et y ont déjà acquis une place importante.

En Amérique du Nord, les exportateurs allemands trouvent également de larges débouchés. Mais le commerce avec cette partie du globe reste davantage orienté vers l'importation que vers l'exportation. L'Allemagne se trouve ici dans une situation qui n'est pas sans analogie avec celle de la Suisse, avec toutefois cette différence que les Etats-Unis sont le plus important client de la Suisse depuis la fin de la guerre (les exportations suisses vers les Etats-Unis dépassent de 20 % au moins celles à destination de chacun des autres pays qui sont clients de notre industrie), alors qu'en tant qu'acheteur de produits allemands, la grande république nord-américaine ne vient qu'en deuxième rang et qu'elle est suivie de très près par un certain nombre d'autres pays.

En Asie, l'effort des exportateurs germaniques a porté en premier lieu sur les pays arabes avec lesquels l'Allemagne a toujours conservé beaucoup de contacts et de relations, ainsi que sur les colonies et dominions britanniques.

Pour certains produits, les Allemands s'efforcent aujourd'hui de prendre une place dans les pays d'Extrême-Orient, mais ne paraissent pas encore avoir pu pénétrer directement sur le marché chinois. L'Indonésie est un débouché important pour les produits allemands (190 millions de DM. en 1951) et se trouve par rapport à l'Allemagne dans une position comparable à celle du marché chinois par rapport à la Suisse (exportations suisses en Chine : 108 millions de francs en 1951). Les renseignements que nous avons pu obtenir concordent sur le fait que les représentants suisses rencontrent partout la concurrence directe de représentants allemands.

Toutefois l'effort le plus important des exportateurs allemands semble être actuellement accompli sur les marchés sud-américains, notamment au Brésil, en Argentine et au Chili, où les ventes allemandes sont deux ou trois fois supérieures aux ventes suisses. Les agents de nos grands établissements industriels signalent tous, dans leurs rapports, l'activité débordante des représentants des grandes industries allemandes. Signalons, sur un plan plus large, que des conversations viennent d'avoir lieu à Bonn entre deux ministres argentins et le professeur Ehrard, ministre de l'économie de la République fédérale, en vue de développer une puissante industrie sidérurgique en Argentine. L'industrie allemande trouverait des débouchés extrêmement importants dans cette vaste entreprise, car elle serait appelée à fournir une grande partie des biens d'équipement dont la République argentine a besoin pour mener à chef ce grand projet. Il semble, d'autre part, que l'on soit à la veille de la signature d'un accord triangulaire entre le Pérou, la République argentine et la République fédérale, en vue de développer les échanges entre les trois pays.

V. LES ATOUTS DE L'ALLEMAGNE.

Si l'on considère de plus près le problème de la concurrence entre la Suisse et l'Allemagne, l'on doit objectivement constater que, si la Suisse dispose d'un certain nombre d'avantages souvent décisifs, l'Allemagne possède aussi dans son jeu quelques atouts dont il serait dangereux de sous-estimer l'importance.

D'une façon générale, la qualité du produit allemand est bonne. Elle est servie par des organisations de vente et des services techniques qui ne le cèdent en rien à ceux qui, depuis plusieurs générations, ont fait la réputation du commerçant germanique. Ces qualités sont accrues par le mordant dont font preuve des entreprises sérieusement malmenées pendant la guerre et qui sentent aujourd'hui la nécessité d'un effort spécial en vue de reconquérir une clientèle à laquelle elles n'avaient rien pu livrer depuis plusieurs années. Il semble que, dans bien des cas, les exportateurs suisses, trop confiants en leur situation privilégiée d'après guerre, aient été quelque peu surpris par la réapparition de la concurrence allemande et se soient laissés gagner de vitesse.

L'industrie allemande dispose en outre d'un potentiel de production redevenu tellement puissant, qu'elle est souvent en mesure de livrer certains produits plus rapidement que les industriels suisses. C'est ainsi, par exemple, que le chef d'une importante industrie suisse de haute précision nous disait être pris dans le dilemme de livrer plus rapidement, en courant le risque de voir diminuer la qualité mondialement connue de ses produits, ou de s'en tenir à sa

cadence habituelle, avec des délais de livraison d'un ou deux ans, au risque de se voir dépassé par des produits similaires allemands moins parfaits et moins précis, quoique de bonne qualité, pour la seule raison que ces produits sont livrables tout de suite. Pour des productions plus courantes, l'industriel allemand, appuyé sur un vaste marché intérieur, pourra plus aisément et avec plus de profit que l'industriel suisse se lancer dans la fabrication d'importantes séries, d'où diminution du prix de revient par unité. A ce facteur s'ajoute le niveau très inférieur des salaires payés en Allemagne (bien que ceux-ci tendent à augmenter), lequel contribue à abaisser les prix de revient. Il convient d'ailleurs de préciser que l'ouvrier allemand ne vit pas nécessairement moins bien que son collègue suisse, une série de facteurs contribuant à valoriser des salaires passablement inférieurs aux nôtres en nombre d'unités monétaires.

Nous avons là des éléments qui expliquent pourquoi l'exportateur allemand est en mesure de consentir d'importants sacrifices de prix sur les marchés où il tient à reprendre pied. Nous avons pu réunir divers témoignages montrant que, dans plusieurs pays de l'Amérique du Sud, les représentants allemands font systématiquement des prix inférieurs de 20 à 40 % aux prix suisses. Si nos produits se vendent malgré tout encore dans ces pays, on le doit principalement à leur réputation de qualité, qui reste dans la concurrence d'aujourd'hui le meilleur argument de vente de la plupart des produits industriels suisses.

On a souvent invoqué l'appui dont l'exportateur allemand bénéficierait de la part des autorités, en vue de baisser ses prix sur les marchés étrangers. Il semble qu'il y ait eu pas mal d'exagérations dans ces appréciations. Il y a quelques mois, interviewant pour l'*Ordre professionnel* [1], M. Arthur Schaeffer, président de la direction générale de l'Union de Banque suisse, nous lui avons posé quelques questions relatives aux exportations et entre autres celle de savoir s'il est exact que d'autres pays font beaucoup plus que la Suisse en faveur des exportations. A la suite de cet entretien, nous avons pu écrire : « Même là où il existe un institut spécialisé pour le financement de l'exportation, les garanties données aux exportateurs sont à peu près les mêmes que celles dont bénéficient actuellement les exportateurs helvétiques. Pour reprendre l'exemple de l'Allemagne, on doit relever une différence de mentalité entre les deux pays. Les industriels allemands, mûs par la volonté de redresser leur économie, acceptent eux-mêmes des risques qui paraissent souvent trop grands aux industriels suisses. D'une manière générale, ils recourent beaucoup plus largement qu'en Suisse au crédit bancaire et à des taux plus élevés que ceux pratiqués chez nous. Mais il est intéressant de relever que les banques allemandes de crédit ne participent pas aux risques à l'exportation et que les industriels en restent entièrement responsables envers elles. Ceux-ci manifestent souvent dans leurs affaires avec l'étranger une hardiesse que l'on n'a plus en Suisse, où l'on songe d'abord à la sécurité ».

VI. EXPORTATIONS ALLEMANDES ET EXPORTATIONS SUISSES.

Nous avons eu, plus haut, l'occasion d'insister sur le fait que le champ d'activité des exportateurs allemands est dans bien des cas le même que celui

[1] Ordre professionnel du 26 mars 1954.

des exportateurs suisses et que cela implique une concurrence très vive entre les deux pays. Qu'on nous permette à ce propos de mettre en parallèle la liste des principaux clients des deux pays, avec le montant des exportations de l'un et de l'autre à destination de chacun de ses clients.

Exportations vers les principaux clients.

Pays	de l'Allemagne (en millions de DM. en 1951)	de la Suisse (en millions de francs en 1951)
Belgique-Luxembourg	987	266
Danemark	535	(1)
France	973	380
Royaume-Uni	878	217
Italie	664	333
Hollande	1.456	180
Autriche	500	121
Suède	974	151
Allemagne		409
Suisse	899	
Colonies britanniques et dominions	550	169
Chine	(1)	108
Indonésie	190	(1)
Etats-Unis	989	578
Argentine	347	101
Brésil	471	197

(1) N'est pas parmi les principaux clients.

Ce tableau montre que les principaux clients des deux pays sont, à quelques exceptions près, exactement les mêmes.

Or, nous avons eu l'occasion de montrer au début de cette étude que les exportations allemandes tendent à donner une importance de plus en plus grande aux produits finis. C'est également le cas des exportations suisses. Il suffit pour s'en convaincre de dresser la liste des principaux postes d'exportations de produits finis pour les deux pays et de confronter ces listes :

Les cinq principaux produits d'exportation en 1952 :

d'Allemagne		de Suisse	
	en mill. de DM		en mill. de francs
Machines (non électriques)	3.562,9	Montres	1.082,5
Véhicules à moteur	1.172,8	Machines	996,8
Equipement et machines électriques	1.060,3	Produits chimiques, pharmaceutiques et couleurs	665,7
Produits chimiques	780,4	Textiles	382,4
Textiles	676,5	Instruments et appareils	311,6

On nous excusera de ne pas donner ci-dessus une comparaison tout à fait précise. Les données nous manquent pour le faire. Nous y serions peut-être parvenu en dépouillant les statistiques de détail par catégories. Mais nous y avons renoncé vu l'ampleur de ce travail, qui eût dépassé le cadre de cet article. Or, pour les catégories générales, les statistiques ne sont pas groupées exactement de la même manière, ce qui empêche une comparaison absolument parallèle. Les chiffres cités sont donc de simples indications d'ordre général et l'on voit qu'à part des productions comme les montres ou les véhicules à moteur, qui sont des spécialités de la Suisse dans un cas, de l'Allemagne dans l'autre, les exportations des deux pays portent principalement sur les mêmes catégories de produits.

Mêmes catégories de produits d'une part, mêmes principaux clients de l'autre. Il n'en faut pas plus pour que les représentants de l'industrie des deux pays se rencontrent fréquemment sur les marchés et entrent souvent en concurrence. Sans doute, au sein de chacune de ces catégories de produits, chacun des deux pays a-t-il ses spécialités que l'autre ne produit pas. Mais il existe un nombre plus grand encore de produits de même nature, ce qui explique pourquoi les industriels suisses travaillant sur les marchés étrangers peuvent dire qu'ils rencontrent partout la concurrence allemande.

VIII. LE CAS DE L'HORLOGERIE.

Si nous avons jugé utile de consacrer dans cette étude un paragraphe spécial à l'industrie horlogère, ce n'est pas tant en raison de l'importance de cette branche dans notre mouvement d'exportation que de la polémique qui a eu lieu ces derniers mois au sujet de contrefaçons de montres suisses par des horlogers d'outre-Rhin.

L'industrie horlogère suisse produit 30 à 35 millions de montres et de mouvements par an. L'Allemagne en produit environ 5 millions, dont le 75 à 80 % est remonté sur ébauches allemandes. La production allemande est principalement centrée sur la montre courante, laquelle est en net progrès par rapport à l'avant-guerre et dont la qualité est équivalente à celle de la montre courante suisse. Mais notre pays reste imbattable pour la montre de qualité. Les montres automatiques allemandes, par exemple, sont loin de valoir les nôtres.

L'Allemagne produit également des pièces et se montre particulièrement forte dans la production de cadrans et de boîtes. Les plaqués allemands sont généralement de moins bonne qualité que les plaqués suisses, mais leurs prix inférieurs les rendent intéressants pour la production courante.

Le 95 % de la production horlogère suisse est destiné à l'exportation, tandis que l'Allemagne exporte le 50 % de ses montres vers les Pays-Bas, le Danemark, l'Autriche, l'Iran, la Grand-Bretagne et des mouvements vers le Japon, Hong-Kong et le Brésil.

Du fait qu'il est de qualité satisfaisante et de prix très inférieur aux nôtres, le produit allemand donne une occasion aux faussaires de ces marchés de contrefaire les montres suisses, soit qu'ils y apposent une marque suisse, soit qu'ils présentent la marchandise dans leurs vitrines en faisant croire à leurs clients

qu'il s'agit de montres suisses, alors que ce n'est pas le cas. Ces contrefaçons n'ont le plus souvent pas leur origine en Allemagne même. Si quelques fabricants d'outre-Rhin ont vendu de leurs montres sous une étiquette suisse, ce ne furent que des cas isolés.

Parlant ici de la concurrence entre la Suisse et l'Allemagne, nous avons cru devoir évoquer ce problème et en préciser les données, vu qu'il a fait l'objet de nombreux articles dans la presse suisse qui n'ont peut-être pas toujours été bien compris des lecteurs.

VIII. LES EXPORTATIONS ALLEMANDES SUR LE MARCHÉ SUISSE.

Dans le tableau comparant la position des principaux clients de la Suisse et de la République fédérale, nous avons vu que celle-ci est le second acheteur de produits suisses. Elle fut le premier jusqu'en 1944, date à laquelle elle a été supplantée par les Etats-Unis. Si l'on entre plus avant dans les détails, on constate que l'Allemagne reste notre premier client pour certains textiles, pour la bonneterie et la confection, et pour les couleurs ; elle est notre deuxième client pour d'autres textiles, pour les produits pharmaceutiques et pour les ouvrages en métaux précieux ; elle est notre troisième client pour les broderies, l'aluminium et articles en aluminium. L'importance de l'Allemagne comme client de la Suisse nous empêche d'imaginer la possibilité de limiter l'entrée en Suisse de certains produits allemands à des fins protectionnistes, bien que la concurrence de certains d'entre eux se fasse fortement sentir. La Suisse importe principalement d'Allemagne des tissus de coton, des articles en fer et acier, des machines, des autos et motos, des instruments et appareils, de la poterie et de la verrerie, du papier et des cartonnages, de la houille ; pour tous ces produits, elle est notre premier fournisseur. Elle est le second pour les filés de laine, les articles en caoutchouc, le fer et l'acier, les produits chimiques, les livres et estampes ; elle est enfin notre troisième fournisseur en bonneterie et confection. C'est dire qu'il existe entre notre voisine du nord et nous un constant et important courant d'échanges, qu'il est pratiquement impossible de concevoir à sens unique, fût-ce pour certaines catégories de produits.

Pourtant, les exportations allemandes en Suisse font à nos produits nationaux une concurrence qui, dans certains secteurs, est extrêmement forte. C'est le cas notamment des arts ménagers, où la concurrence allemande représente environ le 7,5 % du marché interne. Cette proportion peut paraître relativement peu importante. Il faut toutefois tenir compte qu'elle risque de s'accroître, les fabricants allemands étant en mesure de donner à leurs représentants des remises allant jusqu'à 40 %, ce que le fabricant suisse ne saurait se permettre.

Jusqu'à maintenant, cette concurrence s'est davantage fait sentir en Suisse allemande, dans les installations d'immeubles, pour lesquelles les appareils ménagers sont achetés par les architectes ou les entrepreneurs, et non par les usagers, comme c'est le plus souvent le cas en Suisse romande.

Nous sommes en mesure de donner deux chiffres montrant l'extension de la concurrence allemande dans le secteur des appareils ménagers : en 1949, la

vente de cuisinières électriques allemandes sur le marché suisse a atteint un chiffre de fr. 113.500.—. En 1953, le montant de ces ventes s'est élevé fr. à 1.493.300.—.

IX. CONCLUSIONS.

Nous n'aurons pas de longues conclusions à tirer des pages qui précèdent. Constatons simplement que les marchés suisses et allemands d'exportation se recouvrent dans une large mesure, soit qu'il s'agisse des principaux pays acheteurs, soit qu'il s'agisse des principaux postes d'exportation de produits finis. Constatons également qu'après une éclipse de quelques années, l'économie allemande reprend rapidement sa place dans le monde et que dès 1953, ses exportations de produits finis ont rejoint leur niveau d'avant guerre. Constatons enfin que l'Allemagne est pour la Suisse une concurrente avec laquelle il faut désormais beaucoup compter, aussi bien à cause de la qualité de sa production que de l'efficacité de ses méthodes commerciales.

S'il est vrai qu'en certains cas les exportateurs suisses ont eu quelque peu tendance à se laisser aller à la suite d'une période qui leur fut incontestablement favorable, le temps est venu pour eux, s'ils veulent conserver leurs positions commerciales dans le monde, de s'adapter énergiquement aux conditions nouvelles créées sur les marchés par le retour des produits allemands.