La politique d'un franc fort : handicap ou stimulant pour les entreprises suisses dans l'Hexagone?

Autor(en): **Bartu, Friedemann**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **71 (1991)**

Heft 4

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-887036

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

La politique d'un franc fort : handicap ou stimulant pour les entreprises suisses dans l'Hexagone ?

Friedemann Bartu, Journaliste économique et financier et Cécile Henriques-Raba, Paris

***"Construire une France forte sur un franc fort".* Cette formule, abusivement utilisée durant la Ve République, a été testée en cette année 1991 qui, au mois de mai, a marqué la décennie de la présidence de Monsieur François Mitterrand.**

L'ANNÉE 1991 RESTERA DANS LES ANNALES FRANÇAISES UNE ANNÉE DE MOROSITÉ.

À plusieurs reprises, le ministre de l'Economie et des Finances, Monsieur Pierre Bérégovoy, a dû faire montre de sa sincérité et de sa persévérance dans sa politique économique et monétaire. Et à chaque fois, Bercy montrait une fermeté rarement connue en France. Au début de novembre 1991, Monsieur Pierre Bérégovoy a même décidé, après plusieurs baisses, de rehausser les taux d'intérêt de 0,5 % afin de défendre la monnaie française sur les marchés internationaux, où le franc avait perdu du terrain vis-à-vis du mark allemand (*).

L'action décisive du gouvernement a été entreprise avec courage. *"Le franc passe avant tout"*, a déclaré un haut fonctionnaire du ministère de l'Economie et des Finances qui admettait en même temps que la France a payé sa stabilité monétaire par les taux réels les plus élevés du monde industriel — fait qui a contribué à retarder la reprise économique tant attendue pour le deuxième trimestre et qui, à la fin de l'année 1991, n'a toujours pas été au rendez-vous —. La fin de la guerre du Golfe n'a pas apporté la reprise conjoncturelle que tout le monde avait espérée. L'année 1991 restera donc dans les annales françaises une année de morosité.

Ainsi, il n'est guère étonnant que les affaires des entreprises suisses en France aient été touchées par ce marasme, qui s'est d'ailleurs manifesté de la même façon Outre-Rhône où, contrairement à ce qui se passe en France, le problème de l'inflation resurgit. Vers la fin de l'année 1991, l'écart entre les taux d'inflation français et suisse était notable : pour la deuxième année consécutive, l'inflation de la France, qui atteignait 2,5 % en octobre, est bien inférieure à celle de la Suisse, qui s'élevait quant à elle à 5,1 %. Néanmoins, les investissements ont fortement reculé dans les deux pays, ralentissant par là même la croissance des deux économies : le Produit Intérieur Brut suisse pourrait ainsi subir un recul de l'ordre de 0,5 % en 1991, avant d'enregistrer de nouveau une croissance modérée de l'ordre de 1,3 % en 1992. À l'instar de la Suisse, le P.I.B. de la France ne devrait guère croître de plus de 1,5 % en 1991 puis connaître une hausse plus importante en 1992, supérieure à 2 % selon le gouvernement.

(*) De même, à la veille de Noël, à la suite d'un nouveau relèvement des taux allemands, le gouvernement a été obligé de procéder encore une fois à un relèvement de ses taux d'intérêt.

VERS UN FLÉCHISSEMENT SENSIBLE DU VOLUME DU COMMERCE BILATÉRAL

L'incertitude économique qui a dominé toute l'année 1991 s'est aussi manifestée par des fluctuations extraordinaires du commerce extérieur entre la Suisse et la France, qui atteignaient 79,6 milliards de francs français en 1990, alors qu'elles étaient de 76,1 milliards de francs français en 1989. Les échanges commerciaux franco-suisses se sont considérablement calmés au cours du premier semestre 1991. Après avoir continuellement baissé pendant six mois, les importations françaises ont émergé en juillet, chuté en août, rebondi en septembre, pour fléchir de nouveau en octobre. Parallèlement, les exportations françaises vers la Suisse subissaient une forte baisse jusqu'au mois d'août, mais ont regagné du terrain depuis. Toutes ces fluctuations atypiques tendent en 1991 vers un fléchissement sensible du volume du commerce bilatéral, qui, pour l'année précédente, s'était terminé par un solde de 16,6 milliards de francs français, ce qui correspondait non seulement à un nouveau record historique — en 1989, ce solde était de 16,4 milliards de francs français — mais aussi à une première économique : le solde commercial français vis-à-vis de la Suisse représentait le plus grand excédent de la France dans des relations économiques bilatérales. Il couvrait plus de la moitié du déficit des relations économiques tant avec les Etats-Unis qu'avec le Japon. Néanmoins, la croissance nominale de 1,25 % du solde représente en terme réel un recul de l'ordre de 2 %.

Vu de Berne et exprimé en francs suisses, le déficit commercial issu des échanges franco-suisses se monte, en valeur nominale, à 1,96 milliard de francs suisses. Cette diminution de 5,5 % par rapport au déficit de 1989 s'explique en partie par la plus faible progression des importations (2,3 % de moins que l'accroissement des exportations).

DÉSORMAIS,
LE GROUPE SOCIÉTÉ SUISSE (France)
ASSURE TOUT CE QUE LES HOMMES
ONT DE PLUS PRÉCIEUX.

CALLEGARI BERVILLE

Groupe
Société suisse (France)

Société suisse

SOCIAFRANCE

«La Suisse»
Assurances

LES ASSURANCES DE VOTRE TRANQUILLITÉ.

Un "oui...mais" pour la politique de Monsieur Pierre Bérégovoy

L'enquête que nous avons menée auprès d'une vingtaine d'entreprises suisses installées dans l'Hexagone a démontré que celles-ci avaient ressenti favorablement la politique de désinflation compétitive de Monsieur Pierre Bérégovoy. La plupart d'entre elles partagent l'opinion de celui-ci, selon laquelle le tissu industriel français ne peut se resserrer que grâce à une politique visant un franc fort, et non par une politique de dévaluation compétitive, comme cela a été envisagé par le passé. Le gouvernement français va probablement devoir continuer sa politique de rigueur encore quelques années afin de convaincre les marchés financiers internationaux et leur faire accepter que le franc fort est une réalité.

Le franc fort, et surtout stable, est donc considéré comme le point le plus important pour la plupart des entreprises suisses en France. La stabilité monétaire est jugée comme l'un des plus grands succès du gouvernement et ce, même si le prix à payer a été élevé. A la fin de l'année 1991, la France se trouve confrontée à une masse de presque trois millions de chômeurs, soit environ dix pour cent de la population active, ce qui représente sensiblement la moitié de la population suisse. Cet état de fait ne favorise pas la confiance économique et tend à freiner la consommation intérieure.

Statistiques des échanges commerciaux bilatéraux

A) Solde de la balance commerciale franco-suisse au :

31 mars 1991	3,58 milliards de FF en faveur de la France
30 juin 1991	7,74 milliards de FF en faveur de la France
30 septembre 1991	10,99 milliards de FF en faveur de la France

(statistiques des douanes françaises)

B) Commerce extérieur

Sens France-Suisse :

Janvier à décembre 1990	10 708 millions de SFr.
Janvier à octobre 1991	8 651 millions de SFr.

(- 4,37 % par rapport aux 10 premiers mois de 1990)

Sens Suisse-France :

Janvier à décembre 1990	8 748 millions de SFr.
Janvier à octobre 1991	7 054 millions de SFr.

(- 3,05 % par rapport aux 10 premiers mois de 1990)

(Statistiques suisses - Office fédéral des affaires économiques extérieures)

Affaires en baisse pour le secteur du transport et du tourisme

Le trafic aérien entre la Suisse et la France a été directement touché par cette conjoncture négative, bien que des sociétés telles que *Swissair* aient pu profiter durant la Guerre du Golfe d'une demande accrue ; en temps de crise, on préfère généralement les compagnies aériennes des pays neutres. Mais cet effet a été de courte durée et n'a pas suffi à compenser la baisse générale de la demande. Le nombre de passagers transportés par Swissair a baissé durant les neuf premiers mois de l'année, pour atteindre 495 000 personnes. La compagnie estime terminer l'année avec des chiffres en baisse de 5 %, selon les informations fournies par Monsieur Matthias Fankhauser, directeur commercial de Swissair France.

Comme lui-même le fait remarquer, le principal problème pour les lignes aériennes réside dans le fait que les sociétés ont diminué leurs allocations-voyage. Cette hésitation budgétaire risque de persister tant que l'économie n'amorcera pas un mouvement de redémarrage.

En 1991 Swissair France a quand même connu des embellies grâce notamment à l'accès au terminal 2 de Roissy-Charles-de-Gaulle, à la fin du mois d'octobre, qui lui permet ainsi d'offrir un service plus efficace. En échange, *Air France* exige un traitement similaire lorsque la compagnie Swissair transformera, d'ici quelques mois à Zurich-Kloten, le terminal A pour être exclusivement réservé à son propre usage ; jusqu'alors, Swissair avait prévu de partager ce terminal avec les seules compagnies Austrian Airlines et Scandinavian Airlines, ses deux partenaires dans l'European Quality Alliance ; or Air France voudrait également y obtenir un droit d'accès.

Les expériences de Swissair sont tout à fait représentatives de ce qui se passe en général dans les **différents secteurs du transport**. Ceux-ci ont traversé diversement la période de stagnation, selon l'Observatoire Economique du ministère des Transports (OEST) qui a publié une projection sur les résultats de 1991. Les transports de marchandises seraient finalement moins touchés que les transports de voyageurs dans la mesure où la consommation des ménages n'a pas été véritablement affectée par la crise.

Cette opinion est nuancée par Monsieur Weill, chef des ventes internationales des *Transports Charpiot*. Ce dernier juge la situation difficile à cause du taux d'inflation en hausse et de la diminution de la production en suisse, phénomènes dus à la récession que tous connaissent et ce, malgré le succès de l'implantation des Transports Charpiot à Berne. La société doit faire face à une guerre accrue de la concurrence, que l'on peut mettre sur le compte de la baisse, pour ne pas parler de chute, du volume des affaires.

Pour la société *Danzas*, l'année 1991 (malgré quelques ombres au tableau : perte de clients et problèmes de faiblesse des marges par rapport aux risques pris) est jugée plutôt bonne grâce à un effort commercial, de gestion interne, et une implantation réussie à Paris-Métropole, près de Garonor. En revanche, la situation ne semble pas devoir s'améliorer durant l'année à venir, l'expansion économique étant entravée par la question du chômage. En effet, selon Monsieur Jean-Claude Berthod, directeur général du groupe, la logique du franc fort n'étant pas menée de façon harmonieuse avec le reste

de la politique gouvernementale, ses aspects positifs ne seront pas source d'emplois, alors que le problème du chômage demeure crucial.

En revanche, l'opinion de l'OEST semble partagée par Monsieur Veslot, responsable de la société *Kuoni France*, qui constate pour sa société un net recul des ventes durant les premiers mois de l'année 1991 (Guerre du Golfe oblige). Après une stabilisation au printemps, une forte reprise des "out going" mais, à contrario, un ralentissement des "in coming" ont pu être notés. Ainsi, globalement, Kuoni France enregistre pour 1991 un chiffre d'affaires en retrait de 8 % et un résultat net aux deux tiers de celui de 1990. En effet, en dépit du succès recueilli à la suite des efforts déployés en vue du développement des ventes à destination des Etats-Unis et de la Chine, la société a souffert d'un démarrage assez lent.

De même, Monsieur Veslot juge le marché encore très fragile, la situation sociale et l'extrême morosité de l'heure, liées essentiellement au climat psychologique, ont entraîné un retard de la reprise espérée pour l'automne, d'autant qu'il faudra sans doute attendre de plus une forte reprise sur les marchés étrangers avant de songer à une légère reprise.

En regard des constatations de ces sociétés de transports et de tourisme, pour Monsieur Rean Munger, chargé de la promotion à l'*Office National Suisse du Tourisme à Paris (ONST)*, l'année 1991 n'a pas été meilleure : les affaires piétinent après un début d'année relativement positif, quand, sous l'influence de la Guerre du Golfe, les Européens, et notamment les Français, limitaient leurs déplacements à l'Europe. La Suisse a su alors saisir cette opportunité et profiter de cette affluence croissante de touristes, essentiellement d'ailleurs dans le domaine des voyages d'affaires : séminaires, incentive-tours... Mais la morosité économique qui s'est ensuivie a considérablement ralenti ce flux.

La situation s'est améliorée vers la fin de l'année et devrait continuer à progresser début 1992, époque à laquelle se dérouleront les Jeux Olympiques d'Hiver en Haute-Savoie, à Albertville. Les stations suisses pourront alors profiter de l'excédent de visiteurs qui ne pourront trouver à se loger en France, mais aussi de ceux qui, de leur propre chef, voudront échapper au "cirque" olympique.

Cependant, un sérieux handicap persiste : bien que le franc suisse ait baissé dernièrement par rapport à son cousin français, la Suisse est toujours considérée comme un pays très cher par les Français, alors qu'en réalité, toujours selon les observations de l'ONST, la différence de coût, en terme de vacances, entre les deux pays est minime.

Dans l'hôtellerie quatre étoiles et plus, la Suisse est souvent plus abordable ; de même, les tarifs des abonnements hebdomadaires aux téléskis sont légèrement inférieurs à ceux pratiqués dans l'Hexagone. Par contre, les hôtels de deux et trois étoiles sont souvent meilleur marché en France grâce aux efforts considérables des hôteliers français : ces établissements offrent de plus une qualité bien souvent supérieure à celle proposée par leurs homologues suisses, contraignant de ce fait ces derniers à une démarche similaire afin d'attirer la clientèle française.

Un problème identique aux deux pays : le manque de personnel. Il est d'ailleurs intéressant de noter à cet égard que l'industrie hôtelière française, paradoxalement, n'est pas avantagée de par les quelque trois millions de chômeurs recensés ; d'après certaines observations, beaucoup de personnes sans travail préfèrent toucher les allocations-chômage que de travailler de façon irrégulière dans le cadre d'un emploi qui exigent d'eux une présence de nuit et le week-end.

La Suisse dit non au Mirage 2000-5

En cette année 1991, un des points les plus sensibles des relations franco-suisses a été la décision du gouvernement helvétique, dans le cadre du renouvellement de sa force de frappe, de préférer l'avion de guerre américain F/A 18 au Mirage 2000-5.

Ce contrat était d'autant plus important qu'il représentait une affaire d'environ 3,5 milliards de francs suisses. Les aléas du hasard ont voulu que cette décision intervienne le jour même où l'Ambassadeur de Suisse à Paris ouvrait les portes de sa résidence pour la célébration du 700e anniversaire de la Confédération Suisse.

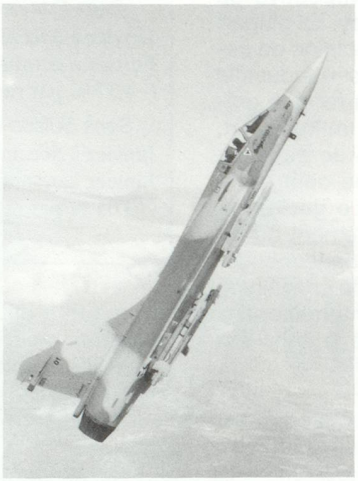


Photo : Dassault/Aviaplans - F. Robineau

Cependant, cette décision n'est pas encore définitive, tout au moins jusqu'à ce que le Parlement helvétique l'entérine ; elle devrait l'être dans le courant de l'année 1992, si l'opposition le permet. L'industrie française garde l'espoir que le Parlement appuiera la candidature française et votera en faveur du Mirage 2000-5. Dans ce but, le lobby français se montre très actif. Côté suisse, on a essayé de calmer les esprits en soulignant non seulement le fait que la balance commerciale militaire suisse est lourdement déficitaire en faveur de la France, mais aussi que la Suisse reste un de ses importants clients dans le domaine de l'aviation civile. Actuellement, la Compagnie Swissair a en commande 26 appareils Airbus, ainsi qu'une option sur 26 Airbus additionnels.

Secteur industriel : mention "passable" pour l'année 1991

Si l'Office National Suisse du Tourisme a à lutter contre l'idée fausse d'une Suisse chère et parfois triste — destination préférentielle du troisième âge —, la diversité de l'industrie suisse n'a pas moins de problèmes pour se faire connaître en France, où son image est trop souvent limitée à la seule "trilogie" : fromages, chocolat et montres. Les Français sont toujours peu conscients du fait que les principaux produits exportés de Suisse vers la France sont, dans l'ordre décroissant de leur valeur : les chaudières, machines et appareils mécaniques, les produits chimiques et organiques, les machines et appareils électriques, les instruments d'optique, de mesure et de contrôle, — l'horlogerie n'arrivant qu'au cinquième rang, le fromage au vingtième,... et le chocolat loin derrière —.

Dans le secteur des machines mécaniques et électroniques, la plupart des entreprises jugent l'année 1991 comme assez bonne, en partie grâce notamment au délai existant entre l'instant de la commande et celui de sa réalisation, celui-ci pouvant atteindre un an ; les effets de la récession ne se feront donc sentir que l'année prochaine.

Un cas typique de cet état de fait est celui de la société *Buhler*, qui a fêté cette année le centième anniversaire de son implantation en France, et ce de façon d'autant plus marquante que 1991 se termine sur un bilan très positif. Selon le responsable de cette entreprise, Monsieur Pierre-Albin Rudisuhli, les prévisions sont plutôt sombres dans la mesure où les commandes se sont faites attendre. Il a pu constater que beaucoup d'établissements français ont reporté la date de leurs investissements, utilisant comme prétexte dans un premier temps la Guerre du Golfe puis, en second lieu, la stagnation de l'économie que leur comportement n'a, par ailleurs, pas contribué à améliorer.

Par contre, pour la société *Landis et Gyr* l'année 1991 a été relativement paradoxale. Certaines de ses activités, telles que les compteurs électriques et le secteur de l'énergie, se sont développées de telle sorte que la compagnie a pu y acquérir une position dominante. En revanche, le secteur des Télécommunications s'est révélé être un échec : le marché des téléphones prépayants semble saturé en France, ce qui a entraîné l'arrêt de leur production dans l'usine Landis & Gyr de Montluçon. L'année 1991 s'est donc avérée très mitigée, bien que moins morose que Landis et Gyr l'avait craint au début du conflit du Golfe. Cependant, dans la mesure où cette société se trouve être largement tributaire du secteur du bâtiment — lui même au début d'une récession importante dont la fin ne semble pas proche — un léger ralentissement des activités pour l'année 1992 est pronostiqué.

Il en est de même pour la société *Swissphone* dont le chiffre d'affaires, cette année, a atteint 55 millions de francs hors taxes. D'après son directeur, Monsieur Henri Asenkat, le succès du lancement des récepteurs de Télécommunications sur le marché des sapeurs-pompiers n'a pas empêché 1991 d'être une année difficile, l'effondrement des ventes auprès du secteur public, dû à une plus grande rigueur, à une volonté d'économie et peut-être à une meilleure gestion de la part de France Télécom en étant une des principales raisons. La part des marchés publics était de 25 millions de francs en 1990, et n'est plus, en 1991, que de 3 millions de francs. De plus, tous ces éléments s'inscrivent dans un contexte de marché dépressif dont personne ne peut dire ce qu'il sera en 1992.

La situation semble moins difficile pour la société *Geberit International* malgré les liens qu'elle entretient avec le secteur du bâtiment. En dépit d'une légère incertitude et d'une petite récession dans le courant du deuxième semestre 1991 sur ce marché, elle se situe dans une phase de stagnation positive par rapport à 1990, et ce notamment grâce au fait qu'elle ait continué à promouvoir de façon positive les systèmes encastrés et d'écoulement des eaux.

De même, la société *Photomaton* juge l'année 1991 très bonne tant au niveau du volume que des affaires, le marché semble actuellement être porteur, et devrait le rester pendant l'année 1992. Cette situation favorable devrait permettre selon son directeur général, Monsieur Philippe Payen, un renforcement des investissements.

Principaux produits suisses sur le marché français

En 1990, les ventes de produits suisses en France ont atteint 8 748 millions de Sfr., soit 5,93 % de plus qu'en 1989 (8 258 millions de Sfr., selon les statistiques suisses). Les principaux produits exportés par la Suisse et vendus sur le marché français ont été les suivants :

Produits	Valeur (en milliards FF)	Evolution (en %) par rapport à 1989
Chaudières, machines et appareils mécaniques	6,057	+ 10,63
Produits chimiques organiques	3,815	+ 3,69
Machines et appareils électriques	2,518	+ 10,73
Instruments d'optique, de mesure et de contrôle	1,728	+ 7,87
Horlogerie	1,593	+ 10,78
Pierres gemmes, métaux précieux, bijouterie	1,522	- 24,50
Produits pharmaceutiques	1,326	+ 47,33
Pigments et matières colorantes	1,220	+ 5,45
Plastiques et ouvrages en matières plastiques	1,180	+ 0,68
Objets d'art, antiquités	1,150	+ 33,41
Papiers, carton	0,794	+ 6,58
Aluminium et ouvrages en aluminium	0,693	+ 3,43
Produits divers des industries chimiques	0,687	+ 18,65
Ouvrages en fonte, fer ou acier	0,622	+ 0,97
Produits de l'édition	0,591	+ 24,68
Coton	0,445	- 1,55
Huiles essentielles, parfumerie	0,410	+ 1,49
Outils, outillage, articles de coutellerie	0,330	+ 5,77
Produits laitiers	0,319	- 5,90
Fonte, fer et acier	0,311	+ 17,36
Total	**27,311**	**+ 6,17**

LA PERFORMANCE : NOTRE VOCATION
Avec un budget de recherche de plus de 7 milliards de francs, CIBA-GEIGY, un des leaders mondiaux de la chimie fine, est engagé dans la course à la performance. Pharmacie, agriculture, matières plastiques, additifs, pigments, colorants et produits chimiques : autant de domaines où nous nous impliquons.
Créativité, qualité, innovation et protection de l'environnement sont notre vocation et plus que jamais de solides atouts pour gagner aujourd'hui et demain.
CIBA–GEIGY
2 et 4 rue Lionel Terray, 92506 Rueil Malmaison Cedex.
Tél. : (1) 47.52.30.00.
AXIAL - Photo Image Bank.

Mais si ces éléments positifs sont encouragés par le maintien de la parité du franc, certaines ombres pourraient apparaître avec les répercussions des variations du taux d'inflation suisse, effets qui ne sauraient tarder.

COMMERCIALISATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES : LES GRANDES SURFACES OCCUPENT L'AVANT-SCENE

Le problème se pose différemment dans le secteur agro-alimentaire, dans la mesure où celui-ci reste en France porteur. En effet, la dernière décennie marque une phase d'expansion de l'excédent commercial agro-alimentaire, un phénomène qui est devenu suffisamment important et reconnu pour faire naître l'expression de "pétrole vert". Dans ce contexte général positif, des entreprises telles que Emmental S.A. ou Kambly S.A. ont su imposer leurs produits sur un marché qui aurait dû s'avérer à priori difficile.

Ces sociétés ont, de leur propre aveu, bénéficié du fait qu'en matière alimentaire, les consommateurs recherchaient la qualité et étaient prêts à en payer le prix, quittes à acheter moins mais mieux. Le principal constat dressé par leurs dirigeants tourne autour de deux constatations : une baisse des ventes dans les secteurs dits traditionnels, et une pression du regroupement de la distribution, qui devient plus forte du fait de sa moindre diversité. Entre 1990 et 1991, l'événement majeur est la concentration des grandes surfaces, processus qui devrait s'accélérer dans les dix ans à venir. D'après une enquête publiée par le quotidien Les Echos, le nombre des supermarchés devrait s'élever à 8 700 en l'an 2 000 (en 1990, ils étaient 7 000) et celui des hypermarchés de 1 325 (en 1990, le total était de 852) ; ils représenteront 75 % des achats effectués dans les grandes surfaces. Cette tendance est d'autant plus importante qu'elle s'est produite beaucoup plus tardivement en France que dans les autres pays. Face à ces deux phénomènes, une conclusion s'impose aux maisons suisses : pour maintenir leur présence sur le marché français, il leur faut aller vers la distribution moderne, et ce malgré les problèmes que cela peut poser.

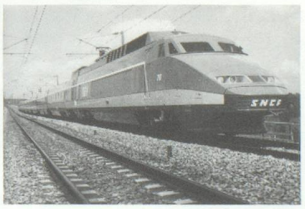
Ainsi, selon Monsieur Guignard, directeur commercial de Kambly France S.A., ce sont les distributeurs qui sont en concurrence et non les entreprises. Sa société a rencontré un accueil très favorable de la part du consommateur français ; elle se situe donc en phase de développement pour cette année 1991, avec des acquisitions de parts de marché normales, malgré un certain ralentissement au deuxième semestre. La morosité du marché français serait, d'après lui, autant due à une certaine ambiguïté entretenue par les médias qu'aux conditions internationales.

De même, la société Emmental S.A. fait état d'un bilan globalement positif grâce entre autres au succès de produits tels que le Vacherin "Mont d'or", l'Appenzell et la Tête de Moine, et ce nonobstant les difficultés dues aux prix et à la concurrence française et internationale, notamment en ce qui concerne l'Emmental. Pour son directeur, Monsieur Martin Strebel, les exigences de la distribution constitueront sa principale occupation, à défaut d'être une préoccupation ! Celles-ci sont de deux ordres : elles touchent d'abord les délais de livraison. Les distributeurs souhaitent en effet travailler de plus en plus à partir d'un stock zéro, volonté qui implique un délai de livraison de la part des fournisseurs de vingt-quatre heures. Or, étant donné le poids des formalités d'exportation, le direct est impossible et obligera la société à trouver des partenaires servant de bases logistiques. Seconde exigence : la tranquillité d'approvisionnement, qui passe avant même le problème des prix dans la mesure où de toute façon le volume des produits suisses concernés n'est pas le même.

Le secteur agro-alimentaire a dans d'autres domaines connu des mouvements importants, notamment l'entrée d'intérêts italiens dans les sources Perrier, ce qui a provoqué la réaction de la société Nestlé : en augmentant sa participation dans les eaux minérales de Vittel, elle a, vers la fin de l'année 1991, renforcé sa position d'actionnaire majoritaire, tout en affirmant sa place sur le marché français.

Nouveau schéma directeur pour les Trains à Grande Vitesse

L'année 1991, qui marque le dixième anniversaire de la mise en service du TGV, se présente comme le terme d'une longue phase d'attente dans le domaine des liaisons ferroviaires entre la France et la Suisse. Au mois de mai, le gouvernement français a publié le schéma directeur relatif aux Trains à Grande Vitesse ; celui-ci prévoit deux possibles portes d'accès à la Suisse : Bâle et Genève, la première par le TGV Est ou par le TVG Rhin-Rhône, la seconde par Mâcon/Bourg-en-Bresse ou par Chambéry. Le dossier est actuellement étudié par un groupe de travail franco-suisse, qui doit établir la rentabilité respective de chaque alternative. On estime en effet un tracé viable si l'on dépasse 8 % de rentabilité financière. Selon les analyses provisoires, le TGV Rhin-Rhône arrive à un taux de 8,4 %. Pour les représentants des autorités zurichoises, tout comme pour Monsieur Jean-Pierre Chevènement qui représente le côté français, faute de se brancher à l'Europe des Transports, la Suisse court le risque d'être le seul état relié à l'ensemble des pays européens uniquement par voie aérienne. Aussi a-t-elle manifesté à plusieurs occasions son vif intérêt pour ce dossier, sujet d'un entretien entre le ministre des transports français et son homologue suisse, lors de la visite de ce dernier à Paris au mois de Novembre. Pour sa part, la Chambre de Commerce de Zurich a présenté une plaquette réalisée par l'entreprise suisse de construction Züblin SA, intitulée : «Zürich pro-TGV — Comment aller plus loin ?» ; elle s'y exprime en faveur de la connexion ferroviaire au TGV, notant au passage que l'avenir de l'Europe est lié à celui du réseau ferroviaire européen et que Zurich doit y conserver une place stratégique. Et, pendant que Zurich commence à constituer un groupe de pression en faveur de la connexion avec le TGV Rhin-Rhône, les autorités de Genève poursuivent de leur côté l'étude d'une connexion avec un autre tracé TGV.



CHEFS D'ENTREPRISES !

L'IMMOBILISME EST VOTRE ENNEMI !
VOUS ÊTES À LA RECHERCHE :

- *d'un contact avec la Suisse*
- *d'une nouvelle technologie*
- *d'une diversification*
- *d'un partenaire*
- *d'un institut de recherches expérimentales ou appliquées*
- *d'une possibilité d'implantation*

DANS LE CANTON DE VAUD, ENTRE LE JURA ET LE LAC LEMAN

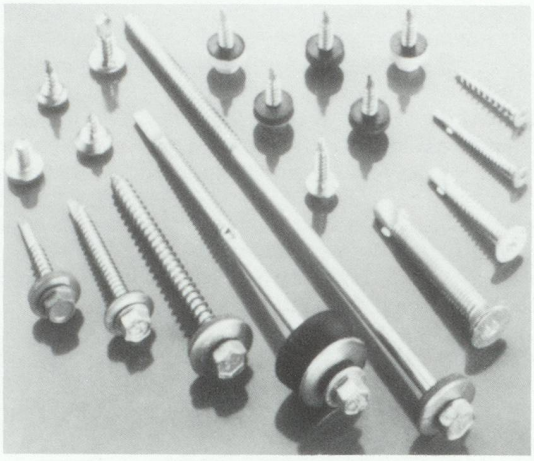
FAITES APPEL À L' OVCI !

OVCI Office vaudois pour le développement du commerce et de l'industrie

Av. Mon-Repos 24
1005 **LAUSANNE** (Suisse)
Tél. international + 41/21- 23 33 26
Fax international + 41/21- 233 329

Techniques de fixation par autoperçage SFS

*Spécialiste dans le domaine de l'autoperçage et seul fabricant en France de la gamme **spedec**. SFS vous offre en direct de l'usine de Valence une gamme étendue de produits et de visseuses spécialisés pour l'industrie de l'automobile et du poids lourd, pour la pose de toitures et de bardages, menuiseries aluminium, PVC, etc...*
Vente et assistance technique.



SFS Stadler, un groupe de renommée internationale

39 rue G. Méliès
BP 609
F-26006 VALENCE CEDEX

Téléphone: 75.42.44.22
Télex: 345 246
Télécopieur: 75 55 38 22

MATERNA

laits en poudre pour enfants et adultes

NORMAFRUIT

jus de fruits en ampoules pour bébé

Société Française des laits médicaux Materna
250 bis, bd Jean-Jaurès – 92100 Boulogne
Tél. : (1) 46 21 74 00 – Télécopie : (1) 46 21 41 85

Legere progression des resultats dans les secteurs de la finance et des produits pharmaceutiques

L'avancée des entreprises suisses en France a perduré en 1991 dans divers secteurs, tels que les finances, où les banques suisses ont accru leur présence sur la place française, surtout sous la forme d'alliance avec des entreprises locales. Ainsi, la *Société de Banque Suisse*, au travers de sa filiale Stern France, a établi avec la société financière Pallas, un joint-venture, nommé Pallas Stern, qui se spécialise en "investment banking".

De la même façon, *Sandoz* a pris possession de nouveaux laboratoires français, portant à onze sociétés sa présence dans l'Hexagone

L'industrie pharmaceutique en France, dont le chiffre d'affaires a atteint 76,6 milliards de francs français en 1990, connaît depuis des années une progression soutenue : quinze pour cent par an en moyenne. Il est vrai que la consommation pharmaceutique française est en constante augmentation. En 1970, chaque Français dépensait 211 francs pour ses achats de médicaments et, en 1990, près de 1 700 francs, soit une hausse plus forte que celle de l'inflation. Cette demande accrue s'explique en partie par le fait que le prix de la plupart des médicaments de base est contrôlé par le gouvernement, ce qui les rend considérablement meilleur marché qu'en Suisse ; selon Monsieur Bach, de la société Sandoz, la baisse de 2,5 % imposée à ses produits n'a pas contrarié l'équilibrage global des résultats de l'entreprise, avec un chiffre d'affaires en hausse de huit à neuf pour cent ; néanmoins restera pour l'année 1992 le problème de la variation du taux d'inflation suisse, dans la mesure où il devra en partie la répercuter, et celui des incertitudes autour des textes de loi qui doivent être prochainement votés par l'Assemblée Nationale et le Sénat, sur proposition du ministre de la Santé.

Comme le confirme Monsieur Michel Ménestrier, directeur financier de *Ciba-Geigy*, l'industrie pharmaceutique est assez protégée des cycles conjoncturels, de par le simple fait qu'il y aura toujours des malades. Par contre, la taxe sur la publicité et les exigences du gouvernement français en matière de prix font que la rentabilité n'est pas toujours à la hauteur des attentes. De plus, l'influence des taux de change est considérable, dans la mesure où environ la moitié du chiffre d'affaires de la société (4,7 milliards de francs français) est constituée par des importations en provenance de Suisse (2,5 milliards de francs français). *"Un franc fort et stable est donc le plus grand service que le gouvernement français puisse nous rendre dans la gestion de nos entreprises françaises"*, a noté Monsieur Ménestrier. Il ajoute que l'année 1991 a été une année sinistre dans les secteurs agro-chimique et chimie industrielle, où les ventes ont considérablement baissé.

Concurrence de plus en plus severe dans le domaine des assurances

Le secteur français de l'assurance, quant à lui, avec un chiffre d'affaires de 534 milliards de francs, a progressé de 8,2 % en 1990, ce qui représente une évolution moins importante qu'au cours des dernières années. Au plan mondial, l'assurance française se situe au quatrième rang pour l'assurance-vie avec 5,3 % du montant total des cotisations encaissées, derrière le Japon (31,4 %), les Etats-Unis (29,7 %), le Royaume-Uni (7,7 %) et au cinquième rang pour les assurances de dommages avec 4,8 %, derrière les Etats-Unis (46 %), le Japon (11,4 %), l'Allemagne (8,2 %) et le Royaume-Uni (5,1 %). Mais la dépense moyenne annuelle consacrée par habitant à l'assurance (5 600 francs) demeure modeste par rapport à celle de la Suisse et du Japon (14 000 francs), et des Etats-Unis (10 500 francs).

Le marché français de l'assurance reste, selon les observations de Monsieur Lebranchu de la société Winterthur, très fragmenté et la concurrence de plus en plus sévère. L'année 1991 a vu une augmentation sensible des sinistres. Cette situation risque de se prolonger jusqu'à la mi-1992.

L'industrie textile se voile de gris

Si l'ouverture de l'Europe de l'Est a laisé entrevoir de nouveaux marchés, elle a aussi amené de nouveaux concurrents, dans l'industrie textile notamment, pour laquelle 1991 fut une année difficile. Selon Monsieur Jean-Pierre Tissier, directeur de la société *Fischbacher*, la collection d'été n'a pas très bien marché, pour des raisons liées principalement au climat et à la concurrence des exportateurs de l'Asie du Sud-Est. L'entreprise a réussi plus ou moins à maintenir son chiffre d'affaires. Ses placements de sa collection d'hiver ont été bons, mais beaucoup de questions subsistent quant à l'avenir. Pour ce qui est des échanges commerciaux dans le textile (hors confection), positifs jusqu'en 1975, ils n'ont cessé de se dégrader depuis. Le déficit a donc continué de se creuser : 18,5 milliards en 1990 au lieu de 16,5 milliards en 1989 et de 15,5 en 1988. En sept ans, il a plus que quadruplé. L'échange entre la Suisse et la France a fléchi dans ce secteur en 1990 : les exportations françaises vers la Suisse ont baissé de 8 %, et celles de la Suisse vers la France de 7,7 %.

■

La mise en place du marché unique européen, fixée au 1er janvier 1993, induit également une nouvelle stratégie industrielle. Les regroupements et les alliances qui continuent à se manifester dans le secteur des assurances autant que dans les autres industries en témoignent.

Il est significatif qu'au travers de cette enquête, la seconde préoccupation des dirigeants d'entreprises suisses installées dans l'Hexagone, après celle de la morosité économique, soit la réaction de la Suisse à l'intégration européenne et à la création du marché unique européen. La plupart des dirigeants interrogés ont exprimé le vœu que la Suisse devienne partie plus prenante dans la construction européenne, et qu'elle se joigne à ce processus historique, tant dans ses aspects positifs que négatifs. ■