

L'industrie horlogère suisse et ses marchés d'exportation

Autor(en): **Bauer, Gérard**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **56 (1976)**

Heft 3

PDF erstellt am: **08.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-887472>

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.

GÉRARD BAUER

L'industrie horlogère suisse et ses marchés d'exportation

L'industrie horlogère, quel que soit le pays dans lequel elle produit, a été confrontée avec la récession mondiale depuis le milieu de 1974.

Même dans les pays où la reprise est effective depuis quelques mois ou semaines, la montre ne bénéficie pas autant de cette dernière que d'autres produits de consommation. En effet, si la vente des produits dont le consommateur avait freiné l'achat (voitures automobiles, etc.) a repris, les articles horlogers, qui appartiennent à cette même catégorie de biens, n'ont pas bénéficié jusqu'ici de la réanimation des ventes dans la même proportion : le consommateur est plus soucieux que précédemment de faire un achat durable ; il achète moins, et en étant davantage motivé qu'auparavant par la relation prix/qualité.

La question des prix

Les chefs de vente de toutes les entreprises (suisses ou étrangères) s'accordent à dire que le prix des produits joue un rôle déterminant dans l'exploitation à faire de la reprise. Sur ce plan, le handicap de la Suisse est évident. Son franc s'est surévalué de 25 % par rapport au mark allemand, de 50 % par rapport au franc français, de 65 % par rapport au \$ américain, depuis avril 1971 (les taux ci-dessus sont pondérés par la proportion des exportations vers les principaux marchés).

Il est non moins clair que le facteur monétaire n'est pas le seul paramètre ; il faut également tenir compte des taux d'inflation différents. Mais même en apportant ce correctif, l'on voit que le prix des produits suisses est encore « pénalisé » d'environ 30 % vis-à-vis de la République fédérale allemande, de la France et du Royaume-Uni, et qu'il l'est encore davantage vis-à-vis de l'Italie ou des Etats-Unis d'Amérique.

Influence sur le marché français

Le handicap précité a exercé son influence sur le marché horloger français. Les exportations suisses ont baissé très exactement de 10 %, alors que dans le même temps, les exportations japonaises s'accroissaient de 31,4 %. Il n'est donc pas étonnant de voir que la France a glissé du 14^e rang des clients de l'industrie horlogère suisse en 1972 au 18^e rang, et que pour notre industrie la Nigérie, Singapour, l'Afrique du sud, l'Iran, la Suède et même la Turquie ont dépassé la France, dans l'importance des marchés de la montre suisse.

Pendant le même temps, la France a accru ses exportations de 44,5 % (passant de 6,5 millions de montres et mouvements à 9,5 millions) ; la progression s'est fait particulièrement sentir à destination des pays suivants : République fédérale allemande, Algérie, Pays-Bas, Espagne, Belgique, Libye, Danemark, Afrique du sud, Nigérie. La différence des cours de change explique en grande partie cette évolution.

**

La santé de l'industrie horlogère française n'est pas pour autant un sujet d'envie ou de regret pour sa collègue suisse. Nous savons en effet que nous sommes les uns et les autres, en y incluant au reste nos collègues allemands et britanniques, solidaires dans la défense d'une conception européenne de la montre. Cette solidarité s'est marquée depuis 5 ans par une participation de l'ensemble des pays producteurs européens de la montre et de la bijouterie à la Foire de Bâle, présentation par excellence du produit.

Elle se manifeste aussi par des contacts fréquents par-dessus les frontières du Jura et du Rhin. Nous sommes en effet les uns et les autres convaincus que ce qui nous unit est infiniment plus fort que ce qui nous sépare et que, ensemble, nous aurons plus de poids vis-à-vis des compétiteurs de pays tiers dont la vigueur est particulièrement grande, vigueur accrue encore aujourd'hui par la dépréciation de leur monnaie nationale.