L'industrie horlogère suisse dans le monde : les problèmes posés par la concurrence étrangère

Autor(en): **Bolli, J.-J.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **47 (1967)**

Heft 3: **L'horlogerie**

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-887888

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

L'industrie horlogère suisse dans le monde :

Les problèmes posés par la concurrence étrangère

J.-J. BOLLI,

Président du Conseil d'Administration de Technirubis S. A.

Les problèmes que posent à l'industrie horlogère suisse l'existence et le développement de la concurrence étrangère sont vastes et souvent complexes. Il serait prétentieux de vouloir les approfondir tous dans le cadre de cet exposé, dans lequel nous nous bornerons à situer l'industrie horlogère suisse par rapport à ses principaux concurrents étrangers, à définir les problèmes les plus importants que pose cette concurrence et à dégager les solutions qui apparaissent les meilleures pour y faire face.

Il a paru utile de se limiter à l'étude de la production de petit volume, qui constitue l'essentiel des articles fabriqués par notre industrie horlogère.

Évolution de la production horlogère mondiale

La fabrication horlogère de petit volume s'est fortement développée à l'étranger depuis la fin de la deuxième guerre mondiale; la Suisse a néanmoins continué à produire environ la moitié des montres fabriquées dans le monde, comme en témoignent les chiffres suivants :

1950	51,5 %
1955	48,7 %
1960	43,1 %
1965	44,4 %
1966	46,3 %

Si la production de la République fédérale allemande, de la France et de la Grande-Bretagne ne s'est accrue que dans une mesure limitée ces dernières années, le développement de l'horlogerie russe a atteint en revanche des proportions très importantes, pour autant que les chiffres à disposition traduisent le reflet de la réalité. On peut expliquer ces progrès par une fabrication fortement concentrée, aussi bien sur le plan des unités de production que sur celui du nombre des calibres; d'autre part, la fermeture du marché à la concurrence étrangère n'a pas été non plus sans influencer ce rapide développement.

L'expansion la plus remarquable est celle enregistrée par l'industrie horlogère japonaise, dont la fin de la deuxième guerre mondiale a permis la renaissance, avec un équipement moderne; la production, qui est le fait de quatre entreprises seulement, dont deux sont des complexes très puissants, est limitée au secteur ancre, avec une proportion très élevée de pièces automatiques. Il s'agit d'une fabrication de masse, dans une catégorie moyenne de prix.

La production des États-Unis est essentiellement constituée d'articles ancre à goupilles bon marché (90 % environ de la production totale). Là encore, les producteurs de montres sont en nombre trés limité et bénéficient de protections douanières très fortes.

Quant à l'horlogerie suisse, elle est toujours caractérisée par un compartimentage de fabrication très poussé. C'est ainsi, qu'à fin 1966, on dénombrait plus de 2 500 entreprises horlogères, dont 564 fabricants de montres (établisseurs et manufactures). La tendance se manifeste cependant depuis quelques années vers une concentration accrue des moyens de production d'abord, de vente ensuite.

Évolution des exportations horlogères mondiales

La part de la Suisse dans les exportations horlogères mondiales a, quant à elle, subi l'évolution suivante :

1950	92,5 %
1955	87 %
1960	78,1 %
1965	75,2 %

Fournisseur mondial traditionnel d'articles horlogers pendant très longtemps, la Suisse doit donc maintenant faire face à l'accroissement de la concurrence étrangère.

La part des exportations des industries française, anglaise et américaine est relativement modeste.

La République fédérale allemande a exporté en 1965 environ les 50 % de sa production. Pour l'U.R.S.S., cette proportion atteint les 25 %, ses clients étant essentiellement les pays du bloc communiste. Quant au Japon, il a écoulé jusqu'en 1962 la quasi totalité de sa production sur le marché indigène. La saturation constatée à cette date a incité les fabricants nippons à rechercher des débouchés extérieurs pour écouler le surplus de leur production. C'est l'industrie japonaise qui a connu l'expansion la plus spectaculaire de ses exportations entre 1950 et 1965.

Comme on le sait, l'horlogerie suisse exporte traditionnellement les 97 % de sa production, sur tout les marchés du monde. Ses principaux clients furent en 1966 les États-Unis, la République fédérale allemande, l'Italie, Hong-Kong, l'Espagne et la Grande-Bretagne.

Situation de l'industrie horlogère suisse sur les principaux marchés mondiaux

La concurrence ne se fait pas sentir de manière identique sur tous les marchés.

Aux *États-Unis*, notre industrie est confrontée non seulement avec la production indigène, mais avec la concurrence japonaise, qui s'implante essentiellement par le canal des Iles Vierges.

En *Europe*, les principaux clients de l'horlogerie suisse font partie du Marché Commun, ce qui entraînera à l'avenir une concurrence accrue de la part des producteurs situés à l'intérieur de la Communauté Économique Européenne, en raison de la discrimination douanière qui frappe les articles de notre pays, aussi longtemps qu'une solution n'aura pas été trouvée à la séparation en deux blocs économiques de l'Europe occidentale. En Grande-Bretagne, la part du marché que s'est octroyée l'horlogerie japonaise est relativement importante, quand bien même elle a diminué en 1966 par rapport à l'année précédente. D'autre part, depuis quelques années, l'horlogerie soviétique a fait son apparition sur le marché britannique, à la faveur de contingents s'accroissant annuellement.

En *Asie du Sud-Est*, l'horlogerie suisse se heurte aux ventes croissantes des fabricants japonais. Hong-Kong principalement, mais également Singapour, sont des places d'affrontement avec cette concurrence. En Thaïlande, à la faveur d'efforts de propagande très onéreux, l'horlogerie japonaise cherche à supplanter l'industrie helvétique.

Dans la plupart des pays d'*Afrique* et d'*Amérique latine*, l'horlogerie suisse doit également faire face à des ventes de plus en plus importantes de montres japonaises.

L'avenir face à la concurrence étrangère

Il ne fait aucun doute que la concurrence étrangère ira croissant, en fonction du développement des industries existantes et des intentions manifestées par de nombreux pays non horlogers d'implanter à leur tour cette industrie. L'ambition de l'industrie suisse de la montre, dans ce contexte, n'est certes pas de vouloir s'assurer un monopole sur les marchés mondiaux, ce qui serait d'ailleurs illusoire. Mais son légitime souci est de maintenir sa position de principal fournisseur mondial de montres. Pour y parvenir, un certain nombre de mesures ont été prises sur un plan général, notamment dans les domaines de la recherche, de la distribution du produit terminé et des fournitures de rhabillage, du contrôle technique (CTM), créé dans le but de conserver au « swiss made » le renom qui constitue l'argument commercial principal des fabricants ne disposant pas d'une marque réputée et de canaux de distribution solides. En effet, les manufactures et les établisseurs les plus importants exploitent généralement des marques que la qualité de production a réussi, au cours des années, à imposer sur les marchés mondiaux. Ces entreprises, en constante expansion, ne représentent néanmoins pas la part la plus importante de la production suisse; c'est pourquoi le CTM a pour but de sauvegarder le goodwill de la montre suisse, dont certains pourraient faire mauvais usage à des fins égoïstes de gains immédiats.

L'horlogerie suisse dispose donc pour l'écoulement de ses produits d'arguments que n'ont pas encore ses concurrents. Ces derniers possèdent cependant pour la plupart des appareils de production plus intégrés qui leur permettent de se forger de nouvelles armes pour l'avenir et devraient nous inciter à ne pas nous endormir sur un avantage acquis.

Ce qui est valable pour le produit terminé ne l'est pas forcément pour les parties détachées, secteur dans lequel les problèmes posés par la concurrence étrangère sont de nature un peu différente et sont dictés essentiellement par des questions de prix. Cette concurrence se fait sentir sur le marché suisse, surtout dans les branches dont la production est dispersée dans de nombreuses petites fabriques. En revanche, les fournitures fabriquées dans de grandes entreprises concentrées sont très bien armées pour résister aux assauts de la concurrence, même si celle-ci n'a pas toutes les charges que doivent supporter les producteurs suisses.

Dans le domaine du produit terminé comme dans celui des parties détachées, les actions d'ordre général entreprises par les associations professionnelles ne constituent en fait que le cadre dans lequel les entreprises elles-mêmes doivent fournir l'effort principal, dans le sens notamment d'une modification des structures actuelles par concentration et rationalisation des moyens de production, devant permettre de soutenir une politique de marque efficace et de disposer de fournitures à des conditions particulièrement attrayantes.

Il n'est pas exclu aussi qu'à un moment donné, notre industrie ait à faire un choix en renonçant à produire certains articles pour lesquels elle n'est pas le mieux dotée et en se consacrant essentiellement à des produits de qualité et de haute précision, en présentant des modèles toujours à la pointe du progrès. Cela ne signifie pas pour autant qu'elle ne puisse pas s'intéresser, pour d'autres articles, à des fabrications étrangères, ou même à l'implantation en dehors de nos frontières. Là encore, la décision doit appartenir aux entreprises, et seules celles bénéficiant d'importantes ressources, aussi bien techniques et humaines que financières, entreront en ligne de compte pour de telles interventions.

J.-J. B.