

Zeitschrift: Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales
Herausgeber: Société d'Etudes Economiques et Sociales
Band: 72 (2014)
Heft: 1

Vorwort: Avant-propos de la rédaction
Autor: Geuser, Fabien de

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

AVANT-PROPOS DE LA RÉDACTION

Quels avantages concurrentiels pour l'industrie suisse?

Ce numéro de la Revue est structuré autour d'un dossier sur un sujet classique, l'horlogerie, mais appliqué à un marché spécifique, tout à fait particulier, la Russie. Il donne alors l'opportunité d'approfondir notre connaissance économique d'un pays à la fois traditionnel et émergent et d'en mesurer toute la particularité.

Mais le dossier permet aussi, bien sûr, de réfléchir aux sources de l'avantage concurrentiel au sein d'un secteur d'activité, ici l'industrie horlogère suisse dans le marché mondial. Par coïncidence, le numéro ouvre en outre ses pages à l'un des soutiens les plus fidèles de la Revue, M. Goetschin, de la BCGE, qui se confronte à la même question mais appliquée à l'industrie bancaire helvétique. Si le dossier sur l'horlogerie se focalise sur la compréhension du marché et des consommateurs russes comme condition de la performance de l'industrie suisse, le propos de M. Goetschin se concentre davantage sur l'analyse des facteurs environnementaux (cadre législatif, freins à la concurrence...) comme freins ou facilitateurs pour le secteur bancaire suisse. D'une certaine manière, ces deux approches concernant les sources de la compétitivité suisse peuvent être qualifiées d'externes. Elles déduisent les niveaux de profitabilité ou de croissance d'une industrie de son environnement. On peut, sans doute, rapprocher cette conception de celle développée par le professeur Michael Porter et ses célèbres 5 forces du marché: selon ce schéma d'analyse, le taux de profitabilité d'un secteur dépend de l'intensité de 5 forces, les clients, les fournisseurs, la possibilité d'apparition de nouveaux entrants, de produits de substitution et la concurrence entre acteurs du secteur. Plus ces forces sont puissantes, plus faibles sont les perspectives de profitabilité. Les stratégies pour maximiser le taux de profitabilité tournent toujours autour de la nécessité de limiter ces forces, par exemple en multipliant les fournisseurs pour ne pas permettre à un fournisseur important de pouvoir imposer des prix élevés. On peut parler de barrières à l'entrée concernant ces 5 forces.

Cette perspective, externe et largement défensive, peut être complétée d'une approche plus interne, davantage tournée vers l'innovation et l'adaptation. Elle consiste à analyser les ressources de chaque entreprise et de comprendre comment les valoriser en particulier par une stratégie de l'offre, basée sur des innovations continues. Or le marché bancaire, comme d'ailleurs le signale M. Goetschin en ironisant sur le fait qu'il est possible que la seule innovation importante du secteur bancaire depuis 30 ans ait été le bancomat (ATM), n'est vraisemblablement pas le secteur le plus innovant. D'autre part, les très forts mouvements de concentration de ce secteur, complétés par une lourde tendance à la standardisation des produits, contribuent à donner de cette industrie, l'image d'un secteur uniquement défensif, tourné vers la réduction des coûts, la massification à outrance et la protection d'un certain nombre d'avantages idiosyncratiques comme le secret bancaire ou une taxation favorable, permettant de limiter le besoin d'innovation.

L'horlogerie présente une dimension davantage créative, appuyée, bien sûr, sur une tradition artistique pour qui l'innovation est au cœur. Mais aussi, par le constant effort de recherche

qui se traduit, par exemple, par le soutien de l'industrie horlogère à de nombreux centres de recherche et d'enseignement universitaires. La BCGE, en particulier en soutenant notre Revue, s'inscrit aussi dans cette démarche.

Peut être la banque, en général, gagnerait-elle à s'intéresser aux méthodes d'innovation de l'horlogerie!

Pour la rédaction,
Fabien De Geuser