

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 33 (1953)
Heft: 11

Artikel: La voiture française sur le marché suisse
Autor: Philippe, Georges
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-888364>

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: 20.02.2026

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

LA VOITURE FRANÇAISE SUR LE MARCHÉ SUISSE

par

Georges Philippe

Licencié en droit et ès sciences commerciales

Présentation du marché suisse

La Suisse, avec ses frontières largement ouvertes, est le marché-témoin de la voiture particulière, car la lutte que s'y livrent les diverses marques de tous les pays, en l'absence d'une production indigène, a lieu dans des conditions d'égalité qui leur permet de confronter leur véritable force compétitive. En effet, rares sont les pays qui réunissent aujourd'hui les éléments nécessaires à une telle concurrence.

L'intérêt qu'offre le marché suisse pour les constructeurs d'automobiles est essentiellement dû au niveau de vie élevé de ses quelque 5 millions d'habitants et l'on peut affirmer que, malgré l'énorme développement du trafic routier réalisé dans l'après-guerre, la densité automobile peut encore s'accroître : elle reste encore inférieure à celle de certains pays européens, avec un parc de 220.000 voitures environ contre 74.923 en 1938. La Suisse compte actuellement 1 voiture pour 23 habitants.

Les routes suisses sont parcourues par des voitures de construction récente, car les trois quarts du parc automobile du pays datent de l'après-guerre et près de 40 % sont sortis d'usine depuis 1950. Quant à la fièvre d'achat qui s'était manifestée au lendemain de la guerre et à l'importance des besoins à satisfaire, les chiffres du tableau n° 1 (p. 418) en fournissent un reflet éloquent.

Deux facteurs ont été à l'origine de ce succès commercial : d'une part le vieillissement et l'éclaircissement du parc automobile qui n'avait pas été approvisionné pendant les années de guerre et, d'autre part, la hausse du niveau de vie et la prospérité économique du pays. Le premier facteur explique les chiffres exceptionnels des mises en circulation atteints en 1947 et, dans une moindre mesure, en 1948. Mais aujourd'hui tous ces besoins urgents ont été satisfaits et, à l'avenir, le rythme d'achat sera étroitement conditionné par les variations du revenu national réel. Les chiffres du tableau n° 1 accusent ce parallélisme : l'augmentation de la densité automobile est désormais fonction de la progression du pouvoir d'achat de la population. Le léger fléchissement enregistré en 1952 dans le rythme d'accroissement du nombre de voitures est essentiellement dû au remplacement d'un plus grand nombre de

véhicules hors d'usage, et les bruits relatifs à la saturation du marché sont infirmés par les statistiques : pendant les huit premiers mois de l'année, la Suisse a importé 27.350 voitures, alors qu'elle en importait 22.030 pendant la même période en 1952. De nombreux besoins, aujourd'hui théoriques car encore insolubles, sont à couvrir dans l'avenir et le représentant en Suisse d'une grande marque française nous a déclaré récemment que le pouvoir d'absorption du pays devait s'élever théoriquement encore à un million de voitures environ.

Les mobiles d'achat de la clientèle suisse

Quels sont les goûts de l'acheteur suisse en matière de voitures et quelles exigences manifeste-t-il ?

La mode automobile a suivi depuis la fin de la guerre une évolution qui semble paradoxale, car bien que le pouvoir d'achat se soit accru, le succès des voitures moyennes et peu coûteuses s'est progressivement affirmé au détriment des grosses voitures ; le tableau n° 1 fournit des chiffres significatifs à cet égard.

La majorité des acheteurs suisses désire une voiture robuste, confortable, spacieuse quoique peu coûteuse et munie d'un moteur de 1.100 à 2.000 centimètres cubes de cylindrée à faible consommation. Il est très sensible à l'élégance de la carrosserie et aux détails de la finition. Les autres qualités techniques, telles que la tenue de route et la nervosité, passent souvent au second plan.

Passons rapidement en revue les principaux de ces mobiles d'achat et la situation des voitures françaises à leur égard.

Robuste, la machine française l'est incontestablement et, dans ce domaine, d'immenses progrès ont été accomplis en quelques années. Le représentant en Suisse d'une grande marque française nous a toutefois affirmé qu'il existait encore dans certains milieux suisses un préjugé défavorable à l'égard de la qualité des voitures françaises, préjugé qui disparaît rapidement chez leurs propriétaires. La réputation de solidité des productions anglaise et allemande semble en comparaison plutôt exagérée car, dans ce domaine, les productions de tous les pays sont aujourd'hui assez proches les unes des autres.

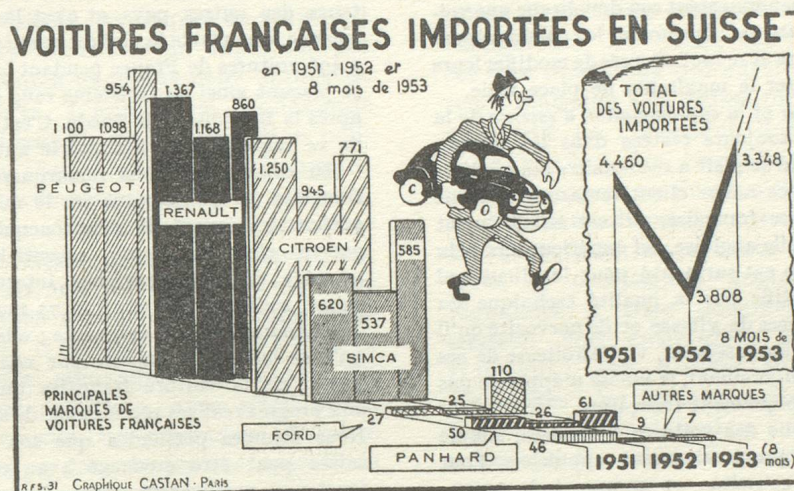


Tableau 1 : Voitures mises en circulation

Années	Effectif des voitures en circulation	Voitures mises en circulation	% d'augmentat. des voitures en circulation sur l'année précédente	% de variation du revenu national réel sur l'année précédente
1938	74.923	9.154		
1947	82.187	19.339	194	+ 7,4
1948	105.954	23.375	20,8	+ 1,6
1949	123.009	24.980	6,9	— 1
1950	146.998	28.248	13,1	+ 6,4
1951	167.581	29.454	4,3	+ 2,4
1952	187.879	29.704	0,85	+ 0,7

Tableau 2 : Catégories des nouvelles voitures

Catégories des voitures neuves mises en circulation					
CV impôt	1947-48 (%)	1948-49 (%)	1949-50 (%)	1950-51 (%)	1952 (%)
4-5,99.	24,7	19,8	20,2	25,2	28,2
6-10,99.	27,2	28,8	38,9	37,4	33,6
11-15,99.	12,3	14,6	12,9	12,2	16
16-20,99.	25,4	18,4	12,8	12,4	12,1
Autres catégories.	10,4	18,4	15,2	12,8	10,1
	100	100	100	100	100

Le client suisse jette généralement son dévolu sur une voiture de 4 à 5 places, *spacieuse*; là encore, les constructeurs français ont fait un effort et se sont efforcés de modifier leurs modèles pour leur assurer le maximum de place utile.

La *puissance du moteur* et la *consommation d'essence* de la voiture française sont toujours restées dans les normes d'achat de la clientèle qui se plaît à reconnaître ses qualités techniques. Par contre, ce même client remarque souvent que le *prix* de la voiture française, s'il est sensiblement égal à celui de l'automobile anglaise, est supérieur aux prix allemands. Cet handicap est surmonté pour le client qui sait que ce prix se justifie par la qualité technique du moteur et les performances de vitesse et de nervosité qu'il permet de réaliser. Malheureusement, vu l'étroitesse de ses routes et parfois par tempérament, le Suisse n'apprécie pas toujours ces qualités typiquement françaises.

Quant à l'*élégance*, celle des voitures françaises, simple et classique, est maintenant vivement appréciée. Pour certaines marques, elle constitue un argument de propagande de premier ordre.

La *finition* de la voiture française a longtemps été, il faut bien le reconnaître, moins soignée que celle des machines d'autres provenances et ce défaut l'a desservie

auprès de la clientèle suisse, très sensible sur ce point. Toutefois, de sérieux efforts ont été, là aussi, accomplis par les constructeurs et ils porteront certainement leurs fruits à plus ou moins brève échéance.

L'acheteur suisse exige beaucoup dans le domaine du « *service après vente* » et certaines marques ont compris récemment quel profit elles pouvaient tirer de l'application du principe : la vente est un commencement et non une fin ! Les premiers résultats sont concluants.

La voiture française face à la concurrence étrangère

Les constructeurs allemands sont incontestablement ceux qui se sont le mieux adaptés aux tendances du marché suisse, et en particulier à cet engouement pour la voiture moyenne. Mais la voiture française conserve une clientèle large et enthousiaste. En effet, les efforts commerciaux et techniques entrepris par les marques françaises ont porté leurs fruits : en 1938, la France a vendu 11,5 % des voitures importées en Suisse alors qu'en 1952, sa part s'élève à 13,5 %. Nous pensons, pour notre part, que la France peut encore améliorer sa position en intensifiant sa propagande et son organisation commerciale. En effet, l'effort de vente et de publicité accompli en faveur des voitures françaises est inférieur à celui des constructeurs des autres pays, et c'est là, avec une finition plus soignée, que réside la clef du problème. La Suisse a importé 2.496 voitures de France pendant le premier semestre 1953, se plaçant ainsi au troisième rang de ses clients étrangers, après la Belgique et la Suède. C'est assez dire l'importance de ce marché pour l'industrie automobile française.

En conclusion, nous remarquerons que, si la voiture française ne détient plus sur le marché suisse la position prépondérante qu'elle s'était acquise au lendemain de la guerre, c'est en raison, essentiellement, de la reprise normale de la concurrence internationale. La clientèle suisse, sollicitée par environ 75 marques qui se disputent ses faveurs, est très exigeante ; elle ne demande toutefois qu'à se laisser convaincre par une large propagande en faveur de la voiture française qui a maintenant, grâce aux progrès réalisés récemment, de sérieux atouts en mains. Nous sommes persuadés que son avenir sur le marché suisse peut être envisagé avec confiance, si ses constructeurs persévèrent dans la voie des améliorations techniques et soignent toujours plus la finition de leur production.

Georges Philippe