

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 67 (1987)  
**Heft:** 1

**Artikel:** L'industrie chocolatière suisse  
**Autor:** Kuster, Dario  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-887117>

#### **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:** 10.01.2026

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

# L'industrie chocolatière suisse

**Dario Kuster,**

*Lic. ès sc. écon., Directeur de Chocosuisse,  
Union des fabricants suisses de chocolat*

L'industrie chocolatière fait partie des branches économiques de la Suisse riches en traditions, et ses produits jouissent d'une excellente renommée dans le monde entier. Sa réputation se fonde en premier lieu sur le fait que les fabricants suisses de chocolat ont depuis toujours placé la qualité avant la quantité. Aujourd'hui plus que jamais ni le tonnage ni le chiffre d'affaires ne font l'importance de la chocolaterie suisse, mais la haute qualité de ses produits. Cette situation n'a nullement changé par l'évolution de la branche devenue aujourd'hui, après des débuts artisanaux, une industrie à la pointe du progrès où les technologies les plus modernes sont appliquées dans le processus de fabrication.

## De l'artisanat à l'industrie

La naissance de l'industrie chocolatière suisse date de la première moitié du siècle dernier ; cependant, 200 ans plus tôt, des marchands italiens qui portaient le nom de « cioccolatieri » avaient déjà introduit en Suisse un mélange composé de cacao, de sucre et de vanille, et plus tard, aussi fabriqué du chocolat d'une manière primitive. Les étapes les plus importantes de ce développement sont étroitement liées à des noms de pionniers familiers encore aujourd'hui à tous les connaisseurs des chocolats de qualité.

La chocolaterie suisse a vécu des hauts et des bas. La grande prospérité au tournant du siècle, lorsque les exportations dépassaient les ventes en Suisse, a été suivie d'un fort recul des exportations pendant et après la première guerre mondiale. La pénurie des matières premières au cours de la deuxième guerre mondiale a provoqué d'autres difficultés. Après 1945, l'industrie suisse du chocolat a connu une évolution positive avec une augmentation des ventes dans le pays et à l'étranger.

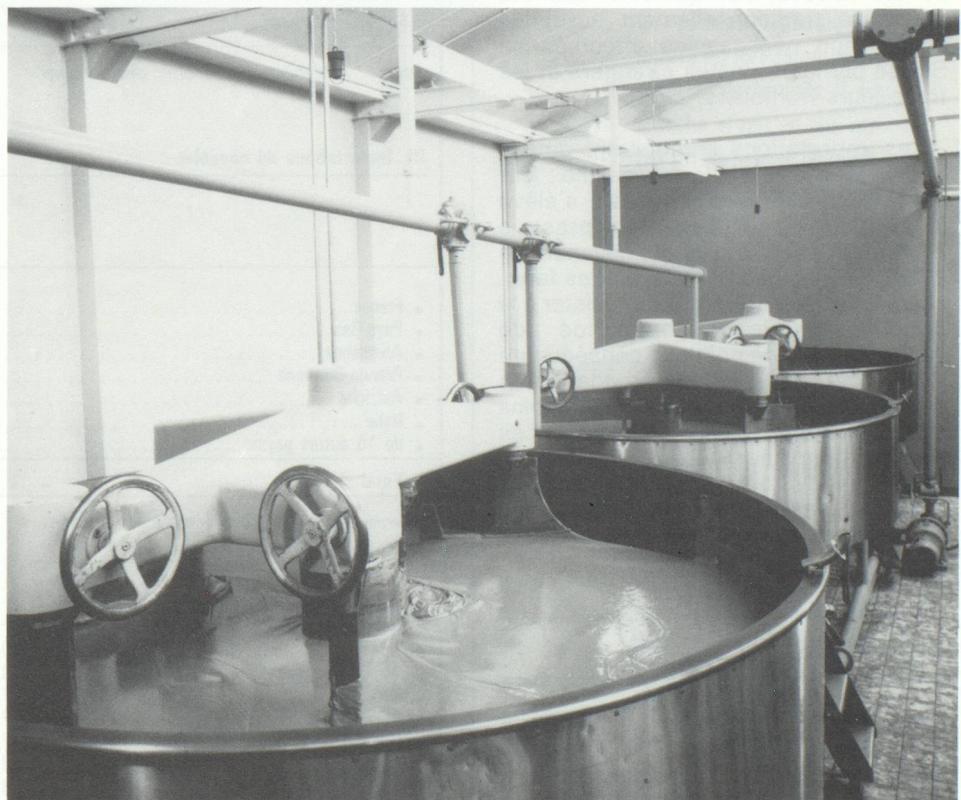
Les problèmes économiques vécus après les récessions de 1974 et 1980 ne sont naturellement pas restés sans influence. Grâce à sa capacité d'adaptation flexible et innovatrice, l'industrie chocolatière suisse a évolué de façon

réjouissante, raison pour laquelle elle peut aujourd'hui envisager avec confiance le défi de l'avenir.

## Mesures de rationalisation

Une des raisons de cette tendance positive ressort du fait que l'industrie chocolatière suisse s'est toujours appliquée à adapter constamment ses installations et ses méthodes de fabrication aux derniers développements de la technologie. La pression provenant du marché a contraint les responsables depuis une vingtaine d'années à encore intensifier sensiblement leurs efforts dans ce domaine. Ainsi le nombre total des travailleurs a diminué de 8 600 en 1960 à 5 200 en 1986, c'est-à-dire 40 % environ, tandis que dans le même laps de temps, la production totale a augmenté de 45 000 à 84 000 tonnes ou de plus de 85 %. En conséquence, les investissements annuels de rationalisation ont atteint un haut niveau. En plus, une meilleure utilisation des installations coûteuses a été réalisée par une forte réduction des assortiments ainsi que par une collaboration inter-sociétés.

Cette évolution a conduit à un processus de fabrication très automatisé dans les usines. Une grande partie du personnel est maintenant occupée à diriger et à superviser les installations. Les activités manuelles ont été éliminées dans une très large mesure. Seulement dans le secteur du conditionnement (par ex. pour les articles de Noël et de Pâques) certains travaux à la main sont encore indispensables.



Batterie de conches rotatives. Dans chacune de celles-ci, 2 à 5 tonnes de chocolat sont remuées sans cesse par des roues à aubes. Une fois conché, le chocolat est pompé à travers les tuyaux.

## Convention collective de travail

Depuis l'année 1938, les conditions d'emploi telles que salaires et suppléments de salaires, durée du travail, vacances et jours fériés, assurance-accidents et assurance-maladie etc., sont réglées dans une Convention collective conclue entre l'industrie suisse du chocolat et les syndicats. Cette Convention est périodiquement renouvelée, la dernière fois au 1<sup>er</sup> octobre 1986. Grâce à une coopération constructive entre employeurs et travailleurs, la paix du travail a toujours pu être sauvegardée dans l'industrie chocolatière suisse, ce qui a sans doute grandement contribué à son évolution constante et prospère.

## Forte concurrence sur le marché suisse

Comme dans d'autres branches de l'industrie des biens de consommation, la chocolaterie connaît une concurrence particulièrement forte en Suisse. Certaines possibilités d'expansion subsistent bien sûr encore, mais de façon générale le marché est caractérisé depuis des années par un état de saturation dû à la stagnation de la population et à la consommation déjà très importante. En effet, avec une consommation annuelle par tête d'habitant de plus de 10 kg, le record du monde est détenu par les Suisses, bien que cette quantité comporte traditionnellement aussi les achats non négligeables effectués en Suisse par les touristes étrangers et les travailleurs frontaliers.

Les importations enregistrent depuis des années une légère croissance ; leur quote-part au marché suisse s'élève maintenant à 12 %. Avec presque 2 500 tonnes, la France est devenue, en 1986, le principal fournisseur. Les fabricants suisses s'efforcent de résister à la concurrence en provenance de l'étranger par une politique conséquente de qualité et une constante adaptation des assortiments aux nouveaux besoins des consommateurs. Ils ont réussi ces derniers temps à lancer avec succès des articles innovateurs correspondant aux habitudes modernes de vie et de consommation.

## Exportations vers 100 pays

Environ 28 % des ventes totales de produits chocolatiers – s'élevant à 84 000 tonnes et représentant une valeur de presque un milliard de francs suisses – sont exportés. Les pays destinataires les plus importants sont les

## Quelques statistiques...

### I. Les ventes de l'industrie chocolatière suisse (marché int. et export.)

	Ø 1980-84	1985	1986	
	t	t	t	%
• Tablettes et petits formats .....	47 847	49 122	49 117	58
• Confiserie au chocolat .....	13 802	15 514	15 761	19
• Articles de fêtes .....	3 048	3 526	3 536	4
• Couvertures .....	10 001	12 019	13 271	16
• Poudres .....	2 299	2 382	2 304	3
<b>Total</b>	<b>76 997</b>	<b>82 563</b>	<b>83 989</b>	<b>100</b>

Source : Indications des fabricants.

La majeure partie de ces produits est vendue en Suisse. Environ 30 % sont exportés vers plus de 100 pays. Ces exportations suisses ne doivent pas être confondues avec la production bien plus importante de chocolats portant des marques suisses des filiales et preneurs de licences à l'étranger.

### II. Marchés d'exportation les plus importants

	1984	1985	1986	
	t	t	t	%
• USA .....	4 666	5 017	4 241	15
• Autriche .....	2 967	3 035	3 340	12
• Allemagne .....	3 320	3 898	3 128	11
• Italie .....	2 787	2 197	2 588	9
• Grande-Bretagne .....	2 231	2 287	2 424	9
• France .....	994	1 272	1 550	6
• Japon .....	878	923	1 232	4
• Canada .....	1 446	1 372	996	4
• Danemark .....	841	902	980	4
• Hong-Kong .....	904	935	827	3
• Arabie-Saoudite .....	935	890	532	2
• 99 autres pays .....	6 084	6 195	6 084	21
<b>Total</b>	<b>28 053</b>	<b>28 923</b>	<b>27 922</b>	<b>100</b>

Source : Administration fédérale des douanes.

### III. Importations de chocolat

	Ø 1980-84	1985	1986	
	t	t	t	%
• France .....	1 381	2 134	2 479	29
• Pays-Bas .....	2 654	2 264	2 189	26
• Allemagne .....	1 218	1 703	1 632	19
• Grande-Bretagne .....	833	758	898	11
• Autriche .....	583	525	727	9
• Italie .....	438	422	422	5
• de 16 autres pays .....	129	109	150	1
<b>Total</b>	<b>7 236</b>	<b>7 915</b>	<b>8 497</b>	<b>100</b>

Source : Administration fédérale des douanes.

### IV. Consommation par tête d'habitant (en kg)

• Suisse .....	1986 .....	10,6	• Pays-bas .....	1985 .....	5,7
• Grande-Bretagne .....	1985 .....	8,1	• Suède .....	1985 .....	5,7
• Norvège .....	1985 .....	7,8	• Australie .....	1985 .....	4,6
• Autriche .....	1985 .....	7,3	• USA .....	1985 .....	4,4
• Irlande .....	1985 .....	7,0	• France .....	1985 .....	4,1
• Allemagne .....	1985 .....	6,3	• Finlande .....	1985 .....	3,1
• Belgique .....	1985 .....	6,2	• Italie .....	1985 .....	1,3
• Danemark .....	1985 .....	5,7	• Portugal .....	1985 .....	0,4

Source : Office international du cacao, du chocolat et de la confiserie (O.I.C.C.C.).



Düsseldorf, 14. – 20.5.1987  
Halle 13 · Stand A 32/B 31

# Made in Switzerland?



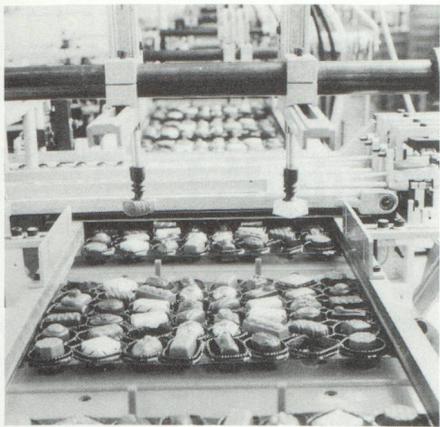
Sacristain made in France. Ce délicieux biscuit au beurre est fort apprécié des petits et des grands. Il est ensaché et mis en étui carton sur un groupe de conditionnement made in Switzerland. By SIG. Une station de remplissage séparée, intégrée à la machine permet d'éviter que les biscuits ne soient projetés dans le sachet en vrac: ils y sont délicatement déposés. Le sachet est soudé alors hermétiquement et la boîte est fermée en une seule opération, avec la plus grande fiabilité. Jour après jour les Français dégustent leur biscuit Sacristain qui fait partie des centaines d'articles emballés chaque jour en France par des machines SIG. Avec la précision Suisse.





5

## JACOBS SUCHARD



États-Unis, l'Autriche, l'Allemagne fédérale, l'Italie, la Grande-Bretagne, ainsi que – au 6<sup>e</sup> rang – la France qui, en 1986, a importé 1 550 tonnes de chocolat en provenance de la Suisse. Dans l'ensemble, les chocolats suisses sont exportés vers plus de 100 pays dans le monde entier, les états membres de la C.E. et de l'A.E.L.E. en absorbant plus de la moitié. Au cours des dernières années, les marchés des États-Unis, du Canada et des pays arabes se sont particulièrement bien développés, mais la baisse du cours du dollar, en 1986, a provoqué un recul sensible. En compensation, quelques destinations européennes et asiatiques ont connu une progression remarquable. La part principale des exportations incombe aux tablettes de chocolat classiques ; parallèlement une tendance favorable se dessine pour les exportations de confiserie au chocolat ainsi que de couvertures destinées à la transformation artisanale et industrielle ultérieure.

L'évolution positive des affaires à l'exportation reflète les efforts particuliers entrepris depuis quelques années par les fabricants suisses en vue de conquérir de nouveaux marchés. Contrairement au marché indigène plutôt stagnant, les possibilités de développement dans plusieurs autres pays sont jugées favorables bien que les exportations soient naturellement sujettes à des risques plus importants. A part les insécurités découlant des situations monétaire et conjoncturelle dans les différents pays, les exportateurs se heurtent également à des entraves tarifaires et hors tarifaires. Les droits de douane sont encore très élevés surtout en Asie, en Amérique du Sud et en Afrique. Dans le secteur non-tarifaire, les différences concernant les prescriptions d'étiquetage exercent de façon générale une influence négative, à commencer par la hauteur des lettres et des chiffres, la langue, le datage, l'indication de la composition et de l'importateur jusqu'au placement exact de ces inscriptions. Puisque ces dispositions divergent pratiquement d'un pays à l'autre, les exportateurs sont contraints à créer des emballages différents pour le même article.

## Abus de la dénomination « chocolat suisse »

Une concurrence particulière à l'industrie suisse du chocolat provient de l'utilisation abusive, rencontrée assez fréquemment sur les marchés étrangers, de la dénomination « chocolat suisse » et d'indications similaires sur les emballages, dans l'intention de créer auprès de l'acheteur de tels produits l'impression qu'il s'agit de marchandises fabriquées en Suisse. Au cours des dernières années, les douzaines de cas de ce genre ont dû être combattus dans le monde entier. Les exemples les plus graves se sont longtemps trouvés aux États-Unis, au Canada, en Amérique du Sud et au Japon, mais les pays européens ne font malheureusement pas exception dans ce domaine. Grâce aux efforts continuels de l'industrie chocolatière suisse qui intervient contre ces cas par l'inter-

médiaire de son association, un grand nombre a pu être réglé de façon satisfaisante dans le passé. Depuis quelques années, les accords bilatéraux conclus par la Suisse avec plusieurs pays (Allemagne fédérale, Espagne, Tchécoslovaquie, Portugal et également la France) concernant la protection des indications de provenance, des appellations d'origine et d'autres dénominations géographiques rendent de précieux services, étant donné que la référence à ces accords conduit en règle générale rapidement à la renonciation à l'indication trompeuse sur l'emballage.

Le fait que la dénomination « chocolat suisse » soit si souvent utilisée de façon abusive dans le sens d'une preuve de qualité démontre le prestige dont jouissent les chocolats suisses. Le premier objectif de l'industrie chocolatière suisse reste donc celui de justifier à l'avenir également son excellente renommée en continuant à fabriquer des produits de haute qualité.

### Industrie chocolatière suisse en 1986 : légère augmentation des ventes

**Au cours de l'année 1986, la marche des affaires de l'industrie chocolatière suisse, vue dans son ensemble, a évolué de manière satisfaisante. Les ventes globales de produits chocolatiers ont légèrement dépassé le résultat de l'année précédente aussi bien en valeur qu'en quantité.**

Les ventes globales (en Suisse et à l'exportation) de chocolats et autres produits contenant du cacao ont atteint près de 84 000 tonnes, soit 1,7 % de plus que l'année dernière. Les prix de ventes ayant été pratiquement inchangés, le chiffre d'affaires réalisé s'est également accru de 1,9 % à 990 mio de francs.

En Suisse, la bonne situation conjoncturelle et l'amélioration du pouvoir d'achat des consommateurs ont exercé une influence positive sur la demande des produits alimentaires. Dans l'ensemble, les ventes des fabricants suisses sur le marché indigène ont atteint 60 410 tonnes (+ 2,2 %), représentant une valeur de 766 mio de francs (+ 2,8 %). Les chocolats importés ont progressé davantage portant ainsi leur part au marché à 12,7 %. Une nouvelle fois, les ventes de couvertures de chocolat, destinées à la transformation industrielle et artisanale ultérieure, ont dépassé la moyenne. Les parts au marché des différents groupes de produits finis (tablettes, petits formats, confiserie au chocolat, articles de fêtes) n'ont pratiquement pas varié.

Les exportations ont été caractérisées, en 1986, par des résultats très divergents d'un pays à l'autre. Globalement, les ventes ont progressé de 0,6 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 23 579 tonnes, mais le chiffre d'affaires a subi un recul de 1,1 % à 224 mio de francs. Sans la forte augmentation des ventes de couvertures à l'étranger, le tonnage exporté aurait également baissé. La faiblesse très marquée du dollar a constitué un handicap surtout pour les exportations vers l'Amérique du nord (Canada, USA) et les pays arabes. Les pertes en partie considérables enregistrées sur ces marchés ont pu être compensées par une progression des exportations en Europe et vers quelques destinations d'outre mer (Japon, Corée du sud, Thaïlande, Brésil).

Les perspectives pour 1987 sont relativement optimistes. Les prévisions conjoncturelles positives pour la Suisse et les pays industrialisés les plus importants permettent de croire au maintien d'un climat de consommation favorable. La nouvelle convention collective de travail de l'industrie chocolatière, valable depuis le 1<sup>er</sup> octobre 1986, entraîne pour les entreprises une hausse considérable des frais de personnel. En vue de l'amélioration nécessaire de la rentabilité dans la branche, il faut espérer qu'en compensation un allègement interviendra dans le domaine des autres coûts.