

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 68 (1988)  
**Heft:** 4

**Rubrik:** Situation des entreprises suisses établies en France introduction

### **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>**

# Situation des entreprises suisses établies en France

## Introduction

*DANS CE NUMÉRO DE FIN D'ANNÉE LA CHAMBRE PUBLIE TRADITIONNELLEMENT UNE ENQUÊTE SUR LA SITUATION DES ENTREPRISES SUISSES EN FRANCE.*

*CETTE ANNÉE, EXCEPTIONNELLEMENT, L'ÉTUDE DE SYNTHÈSE A ÉTÉ REMPLACÉE PAR UNE VINGTAINE DE CONTRIBUTIONS DUES AUX PRINCIPAUX RESPONSABLES DES INDUSTRIES SUISSES EN FRANCE QUE NOUS REMERCIONS ICI.*

Par cette série d'articles nous n'avons pas la prétention d'expliquer le développement global de toute l'industrie helvétique en France, mais plutôt d'offrir une série de points de vue personnels et partiels mais qui, pris ensembles, devraient nous permettre d'avoir un sentiment un peu exact de la réalité.

Pour bien comprendre l'évolution de ces sociétés, rappelons en quelques mots quel a été l'environnement économique des maisons mères en Suisse et des filiales en France.

En Suisse, la croissance du PIB réel s'est un peu accélérée en 1988, où la phase d'expansion est entrée dans sa sixième année, tandis que la progression de la demande intérieure totale marquait un léger fléchissement. Les exportations de biens et services se sont nettement redressées sous l'effet de la forte croissance des marchés et de la baisse des prix relatifs des exportations. Les importations se sont encore accélérées, mais dans une moindre mesure que les exportations. La production a, une fois encore, progressé plus vite que le potentiel de production, de sorte que le taux d'utilisation des capacités a augmenté dans l'industrie. Le taux de chômage est resté faible à 0,7 %. L'inflation s'est un peu accélérée avec le raffermissement des prix des importations, et la hausse des prix à la consommation a dépassé 2 % sur douze mois. Le solde de la balance des opérations courantes s'est réduit en francs suisses comme en dollars, et pourrait avoir été ramené de 4 % du PIB en 1987 à 3,5 % en 1988.

L'économie française connaît depuis le printemps 1987 un rythme de croissance plus rapide. Le dynamisme de l'activité n'a pas suscité jusqu'à présent de tensions particulièrement fortes sur les marchés des produits ou sur le marché du travail. Comme dans les autres pays de l'OCDE, l'investissement productif représente la composante la plus dynamique de la demande. La progression notable de l'emploi suggère que, dorénavant, une part croissante de la formation du capital prend la forme d'investissements de capacité plutôt que de rationalisation destinée à réduire les coûts. L'évolution du taux de marge, qui retrouve le haut niveau atteint au début des années 70, permet aux entreprises de financer cette expansion largement sur leurs ressources propres, si bien que l'investissement ne semble pas freiné par le niveau élevé des taux d'intérêts réels. Les taux d'utilisation ont augmenté notablement, mais le renforcement des capacités de production devrait permettre de répondre à l'accroissement attendu de la demande sans entraîner la formation de goulets d'étranglement susceptibles de raviver les tensions inflationnistes. Malgré un certain ralentissement, l'expansion semble devoir se poursuivre à un rythme relativement soutenu en 1989 mais, en dépit de la progression de l'emploi, le taux de chômage pourrait continuer de s'accroître légèrement, l'amélioration de la situation sur le marché du travail attirant des entrées plus nombreuses dans la population active.

Sur le plan extérieur, on a pu observer un certain nombre d'évolutions divergentes. Au premier semestre de 1988, une légère amélioration du solde des échanges de marchandises et de la balance des invisibles a permis une réduction du déficit de la balance courante. En revanche, pour le troisième trimestre, les statistiques douanières font apparaître une détérioration des échanges de marchandises. Le solde des échanges des produits manufacturés a continué de se dégrader, le poste des biens d'équipements (équipements militaires compris), qui avait affiché un excédent de 23 milliards de francs (caf-fab) en 1987, étant revenu pratiquement à un niveau d'équilibre durant les huit premiers mois de cette année. Au premier semestre, l'évolution défavorable des échanges de produits manufacturés a été compensée par une progression soutenue des exportations agro-alimentaires et par une baisse du prix des importations de pétrole. ■



# AU-DELÀ DES FRONTIÈRES DE LA CHIMIE



Vernier et Associés / Pintel

La haute compétition est une lutte d'endurance pour les hommes et les matériaux. Une aventure commune où sportifs et chimistes partent sans cesse à la découverte de nouvelles performances.

Avec un budget de recherche de plus de 6 milliards de francs, Ciba-Geigy, un des leaders mondiaux de la chimie fine, est engagé dans la course à la performance avec ses activités colorants et produits chimiques, plastiques, pigments et additifs, pharmacie, agriculture.

Au-delà des frontières de la chimie, Ciba-Geigy mène le combat de l'infiniment petit pour notre santé et notre bien-être.

## CIBA-GEIGY

2 et 4, rue Lionel-Terray 92506 Rueil-Malmaison Cedex Tél. : (1) 47.49.02.02 +



# Évolution satisfaisante du secteur des industries agro-alimentaires en 1988

*PREMIER SECTEUR DE L'INDUSTRIE FRANÇAISE AVEC UN CHIFFRE D'AFFAIRES SUPÉRIEUR À F 500 MILLIARDS ET 400 000 SALARIÉS, LE SECTEUR DES IAA DEVRAIT CONNAÎTRE EN 1988, EN TERMES DE VENTES COMME DE RÉSULTATS, UNE ÉVOLUTION TRÈS SATISFAISANTE. MALGRÉ UNE RELATIVEMENT FAIBLE PROGRESSION DU POUVOIR D'ACHAT DES MÉNAGES, ON OBSERVE UNE REPRISE DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE SOUTENUE PAR LA MODÉRATION DE LA HAUSSE DES PRIX (1,6 % SUR 12 MOIS À FIN SEPTEMBRE, CONTRE 2,8 % POUR L'INDICE GÉNÉRAL INSEE). LES PRODUITS ÉLABORÉS À FORTE VALEUR AJOUTÉE SONT LES PRINCIPAUX BÉNÉFICIAIRES DE LA DEMANDE.*

**L**a reprise des investissements en 1987 s'est accélérée et leur progression devrait être légèrement supérieure à celle de la moyenne des industries. Les taux d'autofinancement sont satisfaisants.

Les résultats des entreprises, en redressement depuis la suppression du contrôle des prix en 1986, montreront une très sensible progression en 1988. La structure des bilans est également en nette amélioration.

Dans ce contexte, la concurrence s'ajoute avec une augmentation sensible des dépenses publicitaires et promotionnelles et une dégradation des conditions de vente face à un commerce lui-même de plus en plus concentré.

## AUGMENTATION DU NOMBRE DES OPÉRATIONS DE CONCENTRATION

**L**a France n'a pas échappé aux mouvements de restructuration qui affectent le secteur de l'agro-alimentaire dans le monde entier. Le nombre des opérations de concentration s'est accru et touche des entreprises de dimension importante. Le secteur des spiritueux a tenu la vedette, mais le mouvement a concerné presque



tous les secteurs de l'industrie. Dans ce contexte, il faut noter une plus grande agressivité des entreprises françaises dans leur politique d'acquisitions et d'implantation à l'étranger. En Europe bien sûr dans la perspective du grand marché unique, mais aussi aux USA (fromages, eaux minérales par exemple).

Le commerce extérieur de la branche continue à dégager des excédents importants et en progression. 1988 devrait

présenter un solde positif record (de l'ordre de F 40 milliards).

Les perspectives pour 1989 sont encourageantes, même si, de façon constante, la part des dépenses alimentaires dans l'ensemble des dépenses des ménages a tendance à diminuer. Les évolutions qualitatives continueront à offrir des champs d'action aux entreprises capables d'innover et de satisfaire les aspirations nouvelles des consommateurs : praticité, service ajouté, préoccupation de forme et de santé, de fraîcheur, consommation hors foyer, etc. Sauf revirement des prix des matières premières, les coûts devraient rester sous contrôle.

**B**ien entendu, la perspective du grand marché unique constituera la toile de fond sur laquelle s'inscriront les stratégies des entreprises : recherche d'économies d'échelle, de synergies par acquisitions, internationalisation des marques et des produits, développement des réseaux commerciaux à l'étranger, rationalisations industrielles sur une base européenne, etc. Les plus dynamiques d'entre elles ont pris conscience de la dimension européenne et mondiale des affaires et s'efforcent de sortir d'un cadre jusqu'à présent trop étroitement national. Les quelques années qui nous séparent de l'Europe de 1993 seront déterminantes pour l'avenir du secteur agro-alimentaire français. ■



## FROMAGES DE SUISSE : L'EXCEPTION AU QUOTIDIEN



Pureté, maturité, originalité



**SWITZERLAND**



# MATERNA

laits en poudre  
pour enfants et adultes

# NORMAFRUIT

jus de fruits en ampoules  
pour bébé

Société Française des laits médicaux Materna  
12 rue du Bouquet de Longchamp 75116 Paris



# Fromages de Suisse : l'exception au quotidien

**PAS DE BONS REPAS SANS FROMAGE ! LES FRANÇAIS EN CONSOMMENT DE PLUS EN PLUS MAIS DEVIENNENT AUSSI PLUS EXIGEANTS. AUX 400 VARIÉTÉS DE FROMAGES EXISTANTES S'AJOUTENT LES « ALLÉGÉS ET LES HYPOSODÉS ».**

**L**es fromages d'appellation d'origine contrôlée représentent 15 % du tonnage des fromages produits, au total 27 produits.

## LES FROMAGES DE SUISSE : DES VALEURS SÛRES

**U**ne gamme de 5 appellations d'origine :  
Emmental – Gruyère – Sbrinz – Appenzell – Royalp Switzerland  
sans oublier quelques spécialités fromagères très réputées telles que la Tête de Moine, le Vacherin Fribourgeois, le Schabzieger. Cette gamme est très valorisante pour l'image du détaillant et susceptible de générer du profit pour le rayon.

## UNE CAMPAGNE PUBLI-PROMOTIONNELLE D'EXCEPTION POUR 1988/89

**P**roposant de vivre « l'exception au quotidien » tel est le thème de communication pour 1988/1989.

- l'exception c'est la réunion de 3 caractéristiques qui affirment la personnalité et la qualité traditionnelle des Fromages de Suisse Switzerland :

« pureté – maturité – originalité »

- au quotidien, parce que c'est un plaisir que l'on peut s'offrir chaque jour. Un plaisir égal mais aussi renouvelé grâce à une gamme complète. Un plaisir de qualité consacrée par de longues traditions.

La nouvelle communication des Fromages de Suisse s'inscrit résolument dans l'actualité. Décor contemporain sobre, stylisme aux lignes épurées... en un mot, tout ce que le monde moderne nous offre de plus raffiné. A ne pas confondre avec les courants et les modes.

**Auteur : Fromages de Suisse**

**Pour tout renseignement complémentaire, s'adresser à :**

 **Emmental (France) SA**  
73, avenue d'Auvergne  
PLA 160  
94597 Rungis Cedex  
Tél. (1) 46 87 57 99  
Tx 202 233  
Télécopie : (1) 45.60.02.31

## UN MERCHANDISING DE POINTE

**U**ne cinquantaine de merchandisers vont rendre visite aux 4 500 crémiers – fromagers traditionnels afin d'y décorer leur magasin à l'aide de notre PLV, de mettre en place un matériel promotionnel complet et performant : catalogue de matériel de publicité, exemple d'annonce dans la presse, jeu concours, film explicatif sur l'origine et la fabrication des Fromages de Suisse.

## LE CENTRE D'INFORMATION DU FROMAGE DE SUISSE (CIFS)

**I**l se situe derrière toutes ces actions et les coordonne. Il intervient aussi bien auprès des commerçants détaillants qu'auprès de la distribution moderne ou les grossistes-importateurs, l'objectif étant à la fois de conforter sa position dans les régions traditionnelles et de développer la distribution des Fromages de Suisse dans les régions nouvelles. Un ensemble de techniques promotionnelles est mis en œuvre, journées portes ouvertes, concours, démonstrations, opérations merchandising... le tout appuyé par une campagne dans la presse féminine.

## QUEL AVENIR POUR LES FROMAGES DE SUISSE FACE A L'EUROPE DE 1992 ?

**L'**image de la Suisse est tout à fait excellente en France, perfectionnisme, partenaire très loyal dans les relations commerciales avec la France.

- Les Fromages de Suisse en France n'ont pas développé de circuit de distribution exclusif en excluant une forme de vente par rapport à une autre. Donc nous pouvons rapidement nous adapter aux évolutions fulgurantes du marché.

2 axes de développement :  
la coupe et le préemballé  
pour un même combat :

« pureté – maturité – originalité »

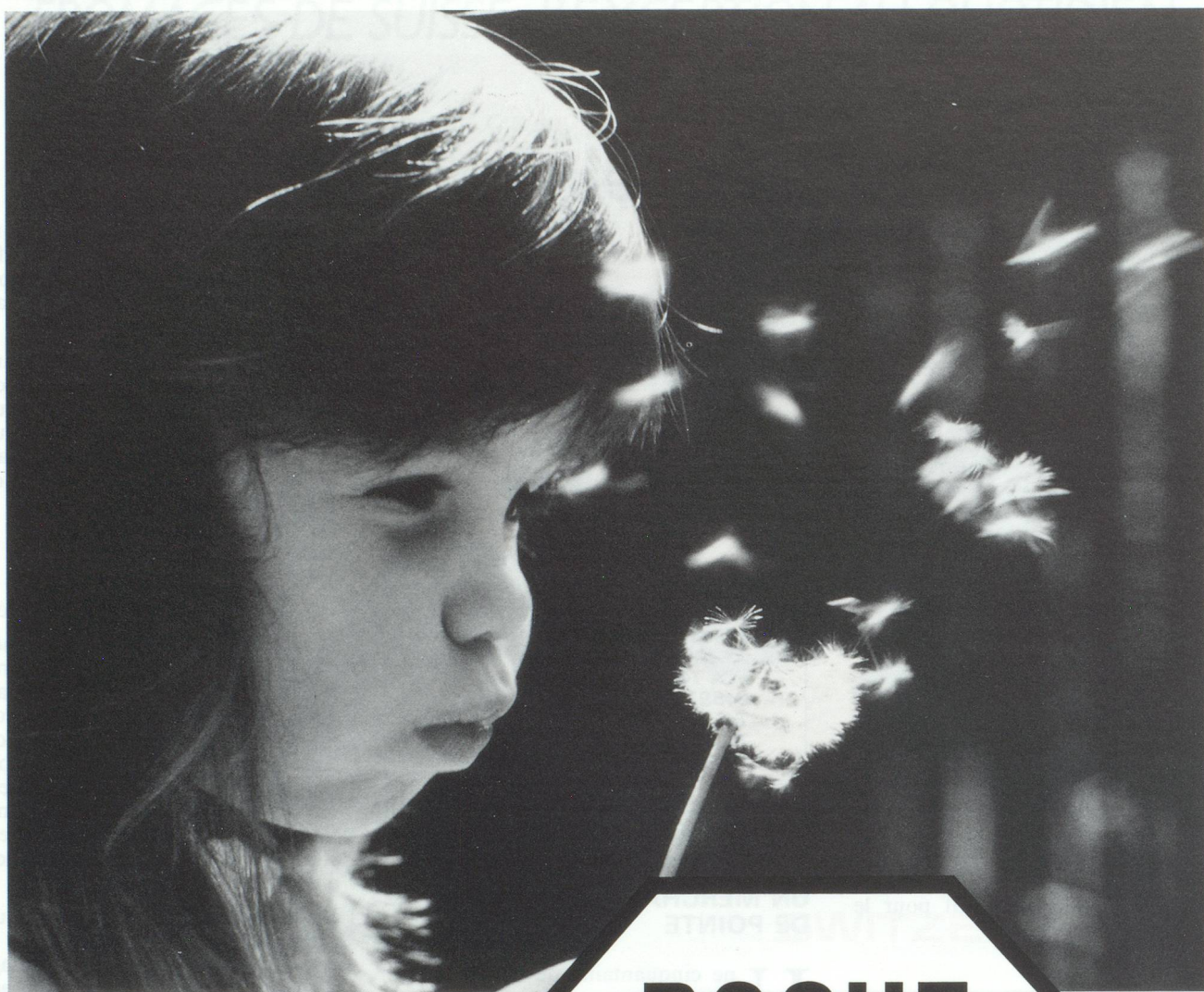
- Les centrales d'achat sont friandes du thème de l'Europe, elles intègrent les Fromages de Suisse Switzerland parce que la Suisse, c'est l'Europe géographique, mais aussi parce que les Fromages de Suisse sont des produits de haut de gamme et que le CIFS propose toujours des promotions sur mesure en fonction de la stratégie promotionnelle de chaque enseigne.
- Le préemballé correspond à une modernité de l'acte d'achat du consommateur. Pour les Fromages de Suisse Switzerland, il représente 45 % des importations, sous des conditionnements variés (tranchettes, plaquettes, pointes,...). C'est aussi la maîtrise du préemballage de 4 Fromages de Suisse : Emmental – Gruyère – Sbrinz – Appenzell avec un positionnement de 65 % dans les grandes et moyennes surfaces.

## UN OPTIMISME DE BON ALOI

**N**ous sommes résolument optimistes pour l'avenir des Fromages de Suisse en France car

- nous avons développé une stratégie de partenariat actif avec les importateurs – grossistes – préemballeurs – centrales d'achat – détaillants,
- nous sommes à l'écoute permanente du terrain avec une forte présence et une disponibilité totale.
- nous sommes en adéquation avec une évolution des mœurs alimentaires des consommateurs qui consomment aujourd'hui moins, mais mieux. ■





C.E.S.

# ROCHE

## le signe de vie

pour les hommes  
les animaux  
les végétaux

SOCIÉTÉS : Produits Roche, La Quinoléine et ses dérivés, Roure Bertrand Dupont, Société Chimique Roche, Kontron et Givaudan, filiales de F. Hoffmann-La Roche & Cie S.A.

ACTIVITÉS : médicaments, parfums et arômes, produits phyto-sanitaires, vitamines et colorants, produits de chimie fine, équipements d'électronique médicale, appareils et réactifs d'analyse.

INFORMATION : 52, BOULEVARD DU PARC - 92521 NEUILLY-SUR-SEINE CEDEX - TÉL. : 46.40.50.00



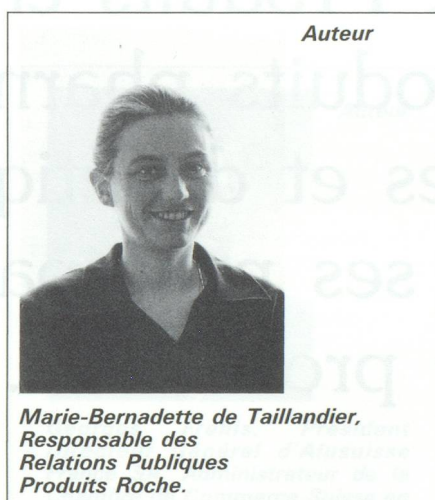
# Industrie pharmaceutique en France

## L'année 1988 et les perspectives

*L'ACTIVITÉ DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE EN FRANCE S'INSCRIT, AU POINT DE VUE NATIONAL, DANS LE CONTEXTE PARTICULIER DE LA SÉCURITÉ SOCIALE ET DE L'ASSURANCE MALADIE. TOUTES MESURES CONCERNANT CES DEUX ORGANISMES INFLUENT PLUS OU MOINS DIRECTEMENT SUR L'ACTIVITÉ DE CETTE INDUSTRIE.*

En 1987, le chiffre d'affaires en spécialités pharmaceutiques à usage humain s'élevait à 55,5 milliards de francs et avait progressé de 5,5 %, le taux le plus faible jamais enregistré. La France se situe ainsi au 4<sup>e</sup> rang mondial pour la production de médicaments. Les exportations s'élevant à 10,8 milliards de francs situaient la France au 4<sup>e</sup> rang pour l'exportation après la RFA, la Grande-Bretagne, la Suisse et devant les États-Unis et le Japon. En 1988, au vu des résultats des dix premiers mois, l'industrie pharmaceutique aura connu une croissance plus importante qui ne devrait pas être inférieure à 12 %. Cette évolution s'explique par plusieurs facteurs :

- l'existence d'une pathologie hivernale, quoique légère ;
- la faible évolution de l'activité en 1987 qui avait été marquée par une absence d'épidémie et par un plan de rationalisation des dépenses de la Sécurité Sociale, le Plan Seguin. Plusieurs dispositions importantes de ce plan ont été abrogées en octobre 1988.
- la mise à disposition de nouveaux médicaments particulièrement innovants bénéficiant de prix plus avantageux.



*Marie-Bernadette de Taillandier,  
Responsable des  
Relations Publiques  
Produits Roche.*

- une hausse générale de prix de 10 % ainsi que des mesures spécifiques pour les petits laboratoires et les produits à bas prix ainsi que pour les produits à fort quotient d'exportation. L'ensemble de ces hausses a représenté 2 à 2,5 % pour les médicaments remboursables.

La situation est moins favorable en ce qui concerne le **commerce extérieur**. Les exportations de médicaments, sérums et vaccins ont progressé en 1988 à un rythme de l'ordre de 7 %. Surtout les exportations vers la zone franc sont en recul très sen-

sible. Par ailleurs, les importations, qui sont surtout intracommunautaires, se développent à un rythme très élevé. Néanmoins, l'excédent commercial de la France sera toujours très important en 1988 (plus de 8 milliards de francs, soit près du quart de la balance industrielle française), mais en léger recul, comme en 1987.

Enfin, la fin de l'année 1988 a été marquée par une baisse autoritaire de deux points de la marge des pharmaciens, destinée à alléger la charge de l'Assurance-Maladie. Cette mesure, justifiée par l'Administration par une croissance rapide du chiffre d'affaires des pharmaciens, devrait réduire de façon sensible leur revenu net.

### PERSPECTIVES

Malgré l'écart important existant entre les prix des médicaments vendus en France et ceux communément pratiqués au sein de la Communauté Européenne, le Ministre des Affaires Sociales a déclaré en octobre 1988, à l'occasion de l'Assemblée Générale des fabricants de spécialités pharmaceutiques, qu'aucune hausse de prix n'était à l'ordre du jour, du fait des problèmes rencontrés pour équilibrer les comptes de la Sécurité Sociale.

Alors que 1992 qui devrait voir l'avènement d'un grand marché européen se rapproche, il devient encore plus nécessaire que soit définie une politique claire et continue pour le médicament. Cette politique doit permettre à la fois à l'industrie française de rester compétitive à l'échelle européenne et mondiale, en intensifiant son effort de recherche, et inciter les entreprises internationales à développer leur implantation industrielle en France. ■





**Sandoz** : un groupe d'entreprises chimiques de renommée mondiale dont la maison-mère est à Bâle, métropole de la chimie. Produits chimiques, colorants, produits pharmaceutiques, agrochimiques et diététiques représentent ses principaux domaines de production.



Groupe **Sandoz** France, 14 bd. Richelieu 92500 Rueil-Malmaison tél. 47.32.75.11



# Les demi-produits en aluminium

## Réalités et perspectives du marché français

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES DEMI-PRODUITS FILÉS ET LAMINÉS EN ALUMINIUM SE SITUE AU 4<sup>e</sup> RANG EUROPÉEN POUR LA CONSOMMATION TOTALE ET AU 5<sup>e</sup> RANG (LE 1<sup>er</sup> RANG REVENANT À LA SUISSE) POUR LA CONSOMMATION PAR HABITANT.

**P**roche de 400 000 T en 1987, la demande se ventile en parts à peu près égales entre les produits laminés et les produits filés, ces derniers connaissant une croissance plus forte (4,6 % par an au cours des 5 dernières années).

Au contraire de celle, négative, des produits filés, la balance extérieure des laminés est nettement positive (+ 128 000 T).

**L**e marché du **transport** représente 16 % et 13 % respectivement de la consommation française des produits laminés et filés, plus que les moyennes européennes (3,6 % et 7 %).

Plus de 50 % du trafic français de marchandises s'effectue par la route; c'est dire l'importance que revêt l'activité des véhicules industriels et l'intérêt que présentent pour ceux-ci la faible densité de l'aluminium et, plus particulièrement, l'emploi des profilés spécifiques de grandes dimensions, aux formes complexes, entrant dans la fabrication des cadres-châssis.

Dans le sillage de la Société Benalu, leader incontesté dans le domaine des véhicules semi-remorques « tout aluminium », le marché européen se développe rapidement tant les gains de poids sont éloquentes: pour les camions citernes par exemple, des allègements de plus de 600 kg sont possibles.



Auteur

**Georges Fréhis, Président Directeur Général d'Alusuisse France SA, Administrateur de la Chambre de Commerce Suisse en France.**

Les gros profilés aluminium jouent également un rôle grandissant dans l'industrie ferroviaire grâce notamment à la technique de pointe développée par ALUSUISSE. Le RER, les métros de Marseille, Lyon, Caracas et prochainement ceux de Londres et de Paris ont fait ou feront appel à l'aluminium pour la construction de leur matériel roulant tant il est vrai que, sans préjudice pour la sécurité, l'allègement est essentiel pour un trafic soumis à des accélérations et décélérations fréquentes.

La construction navale, elle aussi, fait de plus en plus appel à l'aluminium qui, outre ses autres vertus, sait parfaitement résister à la corrosion: Alsthom/Chantiers de l'Atlantique a construit à St-Nazaire le plus beau et le plus moderne paquebot du monde, le « SOVEREIGN of the SEAS », qui porte en lui toutes les audaces technologiques. Pour la construction des ponts supérieurs et de la cheminée, ALU-

SUISSE a conçu et produit de grands profilés pouvant atteindre 700 m/m de large et 39 m de long.

Si l'aluminium sait rouler et voguer, il sait aussi voler: 80 % des structures de l'Airbus 320 et du Boeing 747 sont en aluminium. Ainsi les 44 tonnes de la masse structurale de l'Airbus 320 contiennent 34 tonnes d'aluminium.

**L'**industrie du **bâtiment** absorbe 7 % des livraisons intérieures des laminés et 58 % de celles des profilés, pourcentages, ici encore, supérieurs aux moyennes européennes.

Dans ce secteur, l'emploi de l'aluminium s'est rapidement développé, tant à l'intérieur qu'en façade des bâtiments, par le recours aux demi-produits nus, anodisés ou laqués, utilisés aussi bien dans la rénovation que dans la construction neuve, résidentielle ou à usage de bureaux, magasins, etc.

Actuellement en France, une fenêtre sur trois est faite en profilés d'aluminium. Au cours de ces dernières années, le taux de progression des fenêtres aluminium a atteint 9 % l'an.

De prestigieuses réalisations soulignent l'attrait qu'offrent l'aspect, la facilité de mise en œuvre et la résistance à la corrosion de l'aluminium pour l'industrie du bâtiment.

Le « World Trade Center » de Pékin, l'Institut du Monde Arabe, l'arche de la Tête-Défense à Paris et prochainement la basilique de Yamossoukro comptent au nombre de ces grandes réalisations lesquelles offriraient, s'il en était besoin, ses lettres de noblesse à l'aluminium au service de l'industrie du bâtiment.

**L**e secteur de l'**emballage**, autre grand domaine d'application des demi-produits en aluminium, est un grand consommateur de bandes et de feuilles minces bien que ce secteur n'utilise que 19 % des livraisons intérieures de produits laminés, contre 28 % pour la moyenne européenne.

L'industrie alimentaire, sous forme de « complexes » pour l'emballage dans son acception la plus courante, de boîtes de conserves, de récipients pour boissons, plats cuisinés, etc., est friande



d'aluminium qui, dans cette branche, progresse de 10 % l'an.

L'industrie pharmaceutique, celle des cosmétiques et des soins de beauté utilisent l'aluminium sous des formes aussi diverses que les aérosols, les flacons, les capsules, les opercules, etc.

\*  
\*\*

Le marché des demi-produits en aluminium se porte donc bien et sait, en développant le champ de ses propres applications, résister aux tentatives de substitution de produits concurrents.

L'année 1988 se situe dans une tendance très favorable, avec une consommation apparente en croissance de 15 % environ sur l'année précédente, sous l'effet de la bonne tenue des marchés du bâtiment, du transport et de l'emballage. Sur cette lancée, l'année 1989 devrait également être satisfaisante.

### EST-CE À DIRE QUE TOUT EST ACCOMPLI POUR LES PRODUCTEURS ET LES TRANSFORMATEURS FRANÇAIS DE DEMI-PRODUITS EN ALUMINIUM ?

Comment le penserait-on alors que la vie industrielle n'est que constante évolution des produits, des procédés de fabrication, des services à fournir aux clients ?

Comment pourrait-on le penser dans la perspective du « marché unique 1992 », espace européen dans lequel le renforcement de la concurrence interne permettra aux meilleurs de mieux se situer sur les marchés mondiaux ?

Les producteurs et transformateurs de demi-produits en aluminium sont conscients de l'ardente obligation qui leur est faite d'intensifier les efforts auxquels ils sont, il est vrai, depuis longtemps habitués.

Dans le sillage des progrès spectaculaires effectués, au cours de ces dernières années, dans la métallurgie de l'aluminium, de nouveaux alliages sont transformés, à l'usage de toutes les applications, en vue d'une adaptation, chaque jour plus précise, des propriétés des demi-produits aux contraintes d'utilisation des matériels.

Les formes des profilés deviennent plus complexes, plus aptes à l'isolation thermique des menuiseries par exemple ou à la réduction des temps d'assemblage chez les fabricants de véhicules routiers ou ferroviaires.

Les produits laminés ouvrent de plus grandes possibilités de formabilité dans les trois dimensions (pour les carrosseries automobiles notamment) et répondent à des contraintes de tolérance de plus en plus sévères dans le domaine des valeurs mécaniques.

Les procédés de fabrication progressent, eux-aussi, en permanence, qu'il s'agisse du traitement thermique, de l'automatisation des presses, des laminoirs et de leur équipement périphérique ou encore des traitements de surface, de la sophistication des contrôles de conformité et de la qualité aux différents stades du processus industriel.

Dans le même temps, chaque utilisateur (le CLIENT) renforce ses exigences : zéro défaut, zéro délai, zéro stock, etc., sans pour autant que les prix de vente des demi-produits traduisent le surcoût qui en résulte pour les producteurs.

Satisfaire le client, réduire les coûts, améliorer la qualité de vie au travail, tels sont les objectifs simultanés de la « qualité totale » que visent tous les fournisseurs de biens et de services, objectifs d'autant plus vitaux que l'enjeu du Marché Unique devient plus évident et l'échéance plus proche.

Pas plus qu'ils ne peuvent se situer à l'écart de ces tendances, les producteurs français de demi-produits en aluminium ne peuvent être absents des travaux de normalisation européenne ; eux aussi ont besoin de disposer de « laissez-passer » techniques et de s'assurer de la loyauté de la concurrence au sein du marché commun, comme de la part des pays tiers.

Ils sont, eux aussi, concernés par la « certification des entreprises », qui s'imposera aux yeux des clients, comme un véritable label de la qualité des produits, des services et de l'organisation même des fournisseurs.

Ils occupent une situation géographique privilégiée pour participer au développement de l'Europe du Sud, et particulièrement de l'Espagne et du Portugal, qui ont rejoint le Marché Commun et connaissent une forte croissance économique.

\*  
\*\*

La construction de l'Europe s'accélère. Les producteurs français de demi-produits en aluminium y prennent leur part sans que la bonne situation qu'ils connaissent actuellement ne relâche leur vigilance.

Ils seront, n'en doutons pas, aux rendez-vous de demain. ■

## T.E.F.S. PELTIER JEAN S.A.

### TRANSIT-EXPRESS FRANCO-SUISSE

#### AGENCE EN DOUANE ET TRANSPORTS

#### DOUANE FRANÇAISE



#### TRANSPORTS INTERNATIONAUX

#### DOUANE SUISSE

**Services Directs et Personnalisés, tous les jours sur PARIS et LYON dans les deux sens**

**en relations régulières avec Toute la SUISSE via VALLORBE ou LES VERRIERES**

**Z.I. 31-33, rue Arago - B.P. 35**

**Bureaux frontière en FRANCE :**

25 LES VERRIERES DE JOUX (Direction Berne - Zurich)  
25 LA FERRIERE-SOUS-JOUGNE (Direction Lausanne - Genève)

**25301 PONTARLIER Cedex FRANCE**

Téléphone : 81-46-49-67 + Télécopieur : 81-69-45-46 + Téléc : 360 178

**Adresses en SUISSE :**

C.P. N° 16 CH 2126 LES VERRIERES  
C.P. N° 133 CH 1337 VALLORBE



# Nette amélioration dans le secteur des biens d'équipement

DEPUIS LE DEUXIÈME SEMESTRE DE L'ANNÉE 1987, NOUS AVONS OBSERVÉ UNE NETTE AMÉLIORATION DES INVESTISSEMENTS DANS LA PLUPART DES ACTIVITÉS QUI INTÉRESSENT NOTRE GROUPE. NOUS NE PENSONS PAS QUE CE PHÉNOMÈNE SOIT DÛ EN PARTICULIER À UNE PRÉPARATION INTELLIGENTE DU MARCHÉ 1992 MAIS PLUTÔT À UN RATRAPAGE DES EXERCICES PRÉCÉDENTS.

En effet, le regroupement, le rachat, la fusion de sociétés, entraînent automatiquement une nouvelle politique qui concerne tout particulièrement les Entreprises comme la nôtre, fournissant des biens d'équipement.

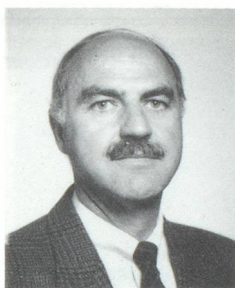
Ce phénomène n'est pas exclusivement valable pour l'hexagone mais s'est fait ressentir dans toutes les activités européennes de notre Groupe.

Si nous analysons les deux principales activités de notre Société, nous devons faire une distinction entre les secteurs que nous appelons « Food » et les secteurs « Non Food ».

## SECTEUR FOOD

Dans le domaine de la *Meunerie et Semoulerie* – industries nous fournissant les produits de base pour la boulangerie, biscuiterie, fabrication de pâtes alimentaires – une restructuration est en cours de réalisation. L'objectif souhaité est de moderniser, automatiser le parc des machines avec une certaine concentration géographique des usines de production. La transformation de céréales en éthanol est une nouvelle activité dans ce domaine et la France est certainement un des seuls pays s'intéressant, tout particulièrement au sein des Communautés Européennes, à l'implantation de telles installations sur son territoire permettant un nouveau débouché pour l'industrie meunière.

Grâce à de nouvelles techniques développées par notre Centre de Recherches, l'industrie pour la *fabrication du chocolat ou de poudre de cacao* a profité de gros investissements, toujours dans le sens d'automatiser et d'augmenter la capacité de production.



Auteur

Pierre A. Rudisuhli,  
Gérant de Buhler-Miag France,  
Administrateur de la Chambre  
de Commerce Suisse en France.

Ceci est également valable pour la production de *pâtes alimentaires* où grâce à de nouvelles techniques, les surfaces des usines de production ont été sensiblement réduites, donnant la possibilité de monter des lignes plus performantes dans un espace plus restreint. De gros investissements ont été réalisés et se poursuivront ces prochaines années grâce à l'automatisation de ces lignes de production conduites par ordinateur depuis un central de données.

Dans l'industrie des *Malteries et des Brasseries*, un regroupement de diverses sociétés est en cours, ce qui entraîne la construction ou modernisation d'installations plus compactes, plus importantes et plus autonomes.

## SECTEUR « NON FOOD »

La branche des *aliments composés pour animaux*, secteur très difficile pour les exploitants, leur laisse de très petites marges bénéficiaires étant donné la concurrence et la surproduction au sein des Communautés Européennes; après quatre années de stagnation, 1987 a connu une

année record et la tendance pour 1988 et 1989 est très nette dans le sens qu'une continuité est attendue au niveau des investissements. Des unités de production se sont regroupées afin de posséder des centres plus importants, avec une augmentation de stockage des produits de base, une capacité de production plus élevée afin d'être plus compétitifs vis-à-vis des producteurs voisins.

Le déchargement portuaire et les entrepôts de stockage des *produits céréaliers* souffrent encore aujourd'hui de la forte concurrence des ports du Nord de l'Europe. Les coûts de nos ports français sont trop élevés, ce qui entraîne automatiquement une certaine accalmie au point de vue des investissements.

Après de nombreuses années de tranquillité passagère, le *génie chimique* observe une très nette reprise. En effet, le marché des installations traitant les produits dérivés du pétrole que nous rencontrons si fréquemment dans nos activités journalières s'est ressaisi et, par conséquent, les équipements existants ont été soit modernisés, automatisés, ou agrandis. Ceci est également valable pour l'industrie du caoutchouc industriel, câbleries, etc...

Notre groupe fournit des biens d'équipement pour les industries du *savon* ou de *détergents*, pour l'*industrie des encres et des peintures* où, grâce à de nouvelles machines, nos clients ont pu améliorer leurs procédés de fabrication et renouvellement du parc de machines.

Le redressement de la *production d'aluminium en fonderie-sous-pression* abordé en 1986, s'est prolongé en 1987 et s'accentuera jusqu'en 1989. L'activité du secteur automobile, principal client de notre département fonte injectée sous pression, a encore progressé et continuera dans ce sens. Le regroupement des petites fonderies en unités plus importantes et plus modernes, grâce à de nouvelles techniques présentées par notre Groupe, a permis à ce secteur de prévoir des centres de production automatiques depuis le métal à l'état fluide jusqu'à la pièce définitive, sans aucune manipulation.

En conclusion, la relance économique amorcée sur le marché de l'hexagone s'est positivement fait ressentir dans presque toutes les activités où notre Société est spécialisée. ■



# Électro-érosion et équipement de fonderie : accroissement des marchés et... de la concurrence

**DANS LE DOMAINE DES ÉQUIPEMENTS DE FONDERIE COMME DANS CELUI DES MACHINES D'USINAGE PAR ÉLECTRO-ÉROSION, 1988 AURA ÉTÉ UNE ANNÉE SATISFAISANTE POUR LE GROUPE GEORGE FISCHER.**

L'environnement économique, un certain rétablissement des marges des entreprises et les retards souvent pris dans les équipements industriels sont des facteurs positifs qui ont permis une reprise sensible des investissements.

Le marché de l'électro-érosion, après une stagnation en 1987, a retrouvé un taux de croissance supérieur à 10 % par an. Notre Société *Charmilles Technologies* a pu installer 200 machines sur les 480 achetées cette année par les entreprises françaises utilisant cette technologie avancée.

## ÉQUIPEMENT DE FONDERIE : BONNE PERFORMANCE EN 1988

Dans le domaine des équipements de fonderie, le développement technologique et la diversification ont permis à *George Fischer* de participer pleinement à l'équipement de nouvelles usines comme à la rénovation d'autres, plus anciennes. La maîtrise notamment de la technologie du moulage par impact, puis le turbo impact comme l'automatisation de lignes de parachèvement ont été à l'origine des bonnes performances de notre entreprise en 1988.

Auteur

**Michel Calloud, Président  
de Charmilles Technologies  
et Administrateur/  
Directeur Général  
de George Fischer.**

Nous attendons l'évolution de ces marchés dans les années qui viennent avec optimisme. Les facteurs mesurables nous amènent en effet à penser que, jusqu'à 1992, nous allons assister à une croissance soutenue des investissements dans les domaines qui sont les nôtres.

## DES PRODUITS TOUJOURS PLUS SOPHISTIQUÉS

A l'approche de 1993 et du grand marché européen, enjeu d'importance considérable, nous assistons déjà à une augmentation régulière du nombre d'entreprises opérant sur les secteurs techniquement avancés. La vulgarisation et le succès des technologies que nous avons développées conduisent en effet des constructeurs traditionnels à évoluer et se déplacer vers ces marchés porteurs.

Dès maintenant, nous assistons par ailleurs à certaines modifications dans le comportement des entreprises ; sou-

cieuses d'investir dans les meilleures conditions, elles cherchent de plus en plus à mettre en concurrence le plus grand nombre de fournisseurs possible, n'hésitant pas à interroger le même fabricant dans plusieurs pays européens.

Ce renforcement irréversible de la concurrence comme la croissance attendue sur nos marchés, nous conduisent à poursuivre nos développements pour apporter aux industriels les produits toujours plus sophistiqués que réclame leur propre évolution. L'élargissement de nos gammes de production et la qualité de notre service sont les atouts indispensables que nous renforcerons.

Ces éléments sont, aussi bien dans le domaine de l'électro-érosion pour *Charmilles Technologies*, que dans celui de l'équipement de fonderie pour *George Fischer*, les bases de la stratégie qui est celle de notre groupe pour les 5 prochaines années sur des marchés en croissance mais difficiles et de plus en plus concurrentiels. ■



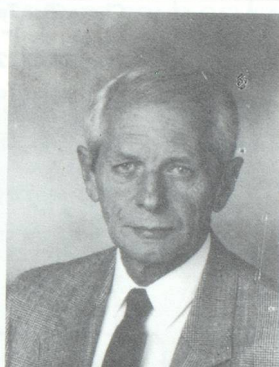
# Le marché français des machines d'emballage en carton : optimisme raisonnable

LA FRANCE EST UN DES PRINCIPAUX MARCHÉS DE BOBST S.A. HISTORIQUEMENT C'EST D'AILLEURS LE PREMIER PUISQUE LA SUCCURSALE FRANÇAISE A ÉTÉ CRÉÉE EN 1936.

Les industriels français de l'emballage, tant en carton plat qu'en carton ondulé, sont très dynamiques et investissent régulièrement depuis des décennies, de sorte que l'on peut dire qu'ils n'ont rien à envier à leurs confrères européens. Je dirais même que dans certains domaines ils sont très en avance, entre autres dans celui de la CAO et de la gestion informatisée. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle de nombreux étrangers, en particulier américains et japonais, demandent à visiter des usines françaises.

Parmi les différents matériaux utilisés dans l'emballage, le carton occupe une place de choix. Pour s'en rendre compte il suffit de se promener dans une grande surface et de voir la multitude de produits contenus dans des emballages carton.

Les changements intervenus dans la distribution ces dernières années ont largement contribué à l'essor du carton. Sur des linéaires, seul l'emballage est là pour vendre. Le carton est un excellent support qui permet des impressions attrayantes et « accrocheuses ». On remarque d'ailleurs une recherche graphique de plus en plus poussée, une présentation de plus en plus soignée et une augmentation générale du nombre de couleurs. De plus, il autorise toutes sortes de formes, de la plus simple à la plus compliquée. Autre avantage non négligeable il est « écologique » et recyclable.



Auteur

G. Pacciarella,  
Directeur de Bobst SA.

On peut observer deux grandes tendances chez les imprimeurs cartonniers et chez les onduleurs. D'une part, une recherche toujours plus exigeante de la qualité tant dans le domaine de l'impression que dans celui du façonnage. D'autre part l'apport d'un service à l'utilisateur via la mise à disposition de machines de conditionnement. Les fabricants d'emballages en carton sont maintenant à même d'offrir à leur clientèle un concept global qui s'insère dans la chaîne de fabrication de l'utilisateur final.

Compte-tenu de ce qui précède Bobst SA a réalisé une bonne année en 1988 et a des prévisions raisonnablement optimistes pour 1989. L'approche de 1992 ne nous tourmente pas outre mesure. En effet, bien qu'étant firme suisse, nos différents sites actuels de fabrication dans la CEE nous procurent une certaine sécurité

pour l'avenir. D'ailleurs, le passé a prouvé qu'un industriel suisse savait s'adapter aux situations sans quémander d'aide extérieure.

Bobst SA est le groupe le plus important dans le monde, dans le domaine des machines pour l'industrie de l'emballage en carton. L'usine principale est à Lausanne mais des unités de production existent également aux États-Unis, au Japon et au Brésil. A cela s'ajoutent les firmes rachetées il y a quelque temps, à savoir SA Martin en France et Peters AG en Allemagne. Le groupe Bobst a aussi pris une participation chez Schiavi en Italie. ■



## INDUSTRIELS !

INSTALLEZ VOTRE ENTREPRISE  
DANS LE CANTON DE VAUD ENTRE  
LES LACS LÉMAN ET DE NEUCHÂTEL.

CONFIEZ VOTRE ÉTUDE À L'OVCI  
SPÉCIALISTE EN IMPLANTATIONS  
NOUVELLES (INNOVATIONS, DIVERSI-  
FICATION, FISCALITÉ, MAIN-D'ŒUVRE,  
ACQUISITIONS DE TERRAINS OU  
D'IMMEUBLES INDUSTRIELS).

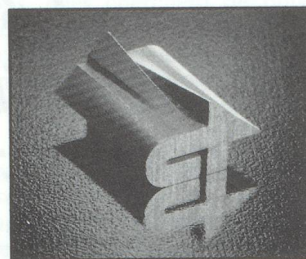
**OVCI** Office vaudois pour le développement  
du commerce et de l'industrie

Av. Mon-Repos 24  
1005 LAUSANNE Tél. (021) 23 33 26  
FAX : (021) 233 329

## Dans les années 60, la France découvrait l'Electro-Erosion... et Charmilles !

En France, les premiers  
centres d'usinage par  
étincelage étaient signés  
Charmilles.

Charmilles Technologies  
aujourd'hui, est toujours  
le leader incontesté de  
l'Electro-Erosion.



Ses atouts : la gamme Robofil et Roboform (décou-  
page par fil et par enfonçage). Et le service après-  
vente le plus perfectionné de France dans ce domaine :  
formation, centre d'applications et de diagnostic sur  
ordinateur.

### CHARMILLES TECHNOLOGIES ➔

**Charmilles Technologies France S.A.**  
12, av. du 1<sup>er</sup> Mai 91122 Palaiseau  
Tél. : 64 47 12 13 / SAV 64 47 14 14 / Tlx : 691 954  
**Charmilles Technologies S.A.**  
109, rue de Lyon, case postale 293 - 1211 Genève 13  
Tél. : 022/45 88 21 / Tlx : 22572

Une entreprise George Fischer +GF+

YOUNG & RUBICAM & OGMOS

**M**âîtriser l'énergie par son comptage, telle est  
notre vocation première. Initialement spécia-  
lisée dans la mesure de l'énergie électrique,  
Landis & Gyr fait partie des grands construc-  
teurs mondiaux de compteurs d'électricité. Sa produc-  
tion s'étend du simple compteur domestique au comp-  
teur de très grande précision, installés dans les réseaux  
de moyenne et haute tension.

**L**a qualité de ses services lui ont permis de prendre  
une place prépondérante dans le développement  
du marché de la régulation et de la gestion techni-  
que du bâtiment. La diversité des systèmes  
assure le confort de l'habitation individuelle aux grands  
ensembles immobiliers.

**P**ermettre au public de téléphoner constitue une  
diversification plus récente. Landis & Gyr a par-  
ticipé dans de nombreux pays européens à  
l'équipement de cabines téléphoniques, grâce  
à l'expérience acquise dans le comptage de taxe et le  
traitement de la monnaie.

16 bd du Général Leclerc  
92115 Clichy  
tél. : 47.56.57 00

**LANDIS & GYR**

### Notre champ d'activités

#### Machines et installations pour l'industrie alimentaire

Mouture des grains  
Installations de nettoyage des semences  
Installations de pesage et d'ensachage  
Industrie des produits de boulangerie  
Fabrique de pâtes alimentaires  
Moulins à avoine - Rizeries - Fabriques de cornflakes  
Industrie des produits alimentaires spéciaux  
Industrie des produits à base de sucre et des stimulants  
Malteries et brasseries  
Industrie des huiles alimentaires  
Fabriques d'aliments composés pour animaux  
Installations de fabrication de couscous  
Installations de déchargement et de chargement de navires  
Silos et installations de manutention

#### Machines et installations pour l'industrie non alimentaire

Installations de manutention continue  
Installations de broyage-séchage du charbon  
Technique du filtrage  
Installations pour la protection de l'environnement  
Fabriques de colorants, d'encres d'imprimerie,  
de peintures et de vernis, fabriques de savons  
et branches de l'industrie apparentées  
Installations pour l'industrie du tabac  
Chariots de manutention antidéflagrants  
Machines et installations à couler les métaux sous pression  
Génie chimique



**BUHLER-MIAG**

Tour Aurore Cedex N° 5 - 92080 Paris-Défense 2  
Tél. (1) 47.78.61.61

85-RK-514



# Le secteur des machines d'emballage et de conditionnement en France

## La place de la Société Industrielle Suisse (SIG)

*PAS MAL D'EAU S'EST ÉCOULÉE AUX CHUTES DU RHIN DEPUIS LA CRÉATION ET LA COMMERCIALISATION DE LA PREMIÈRE EMPAQUEUSE DE BARRES DE CHOCOLAT EN 1906. L'ACTIVITÉ MACHINES DE CONDITIONNEMENT ET D'EMBALLAGE A PRIS PROGRESSIVEMENT LE PAS SUR LES AUTRES CRÉNEAUX DU GROUPE POUR DEVENIR AUJOURD'HUI LE PREMIER POSTE.*

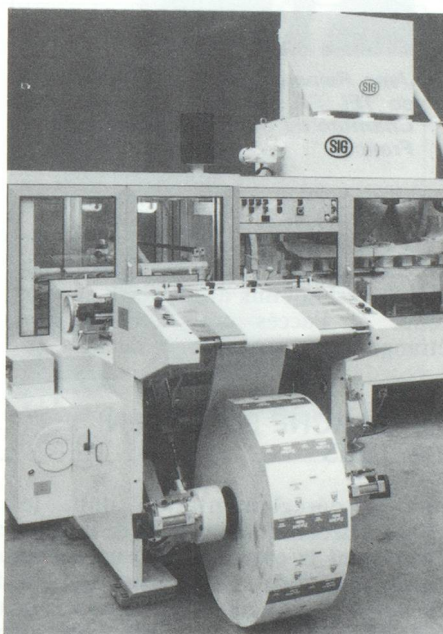
**E**n trois quarts de siècle, les ingénieurs de SIG ont réalisé de véritables prouesses techniques en multipliant par dix les cadences d'emballage des tablettes de chocolat ou en mettant au point des groupes pour le conditionnement de café sous vide. La réputation de sérieux technique, à laquelle les dirigeants se sont attachés, fait que SIG est maintenant parmi les premières sociétés mondiales pour la fourniture et l'installation du matériel d'emballage.

Le Groupe SIG qui regroupe les sociétés Sapal, Doboy, Alisyncro, Transver, Riley, NJM et les différentes filiales, est particulièrement bien placé pour répondre aux nouvelles exigences internationales (fourniture de lignes complètes) qui secouent l'industrie mondiale en jouant à fond la carte de la qualification optimum.

### DE NOMBREUSES COMMANDES DANS LE MATÉRIEL HAUT DE GAMME

**L'**année 1988 confirme la demande mondiale de plus en plus importante pour le conditionnement des doses individuelles qui sont ensuite regroupées soit sous film plastique, soit en étuis carton pour la vente et notamment en grande distribution.

Ces portions individuelles sont conditionnées à des débits très élevés, jusqu'à 1 000 portions/minute, notamment



*Machine type PRD pour le conditionnement de sucre cristallisé en sacs papier confectionnés à partir d'une bobine. Débit : jusqu'à 130 sacs/mn.*

dans la chocolaterie/confiserie et la biscuiterie où le produit est traité avec un ménagement extrême.

De très importantes lignes qui regroupent des alimentations automatiques, des systèmes de réaligement, des dispositifs d'introduction dans les ensacheuses et à la sortie de ces dernières, des modules de regroupage et de surenveloppement ou d'encaissage automatiques bénéficient de tous les nouveaux développements de l'électronique

et de l'informatique et sont régulés automatiquement avec un transfert impeccable du produit d'un poste à l'autre.

1988 a permis à SIG d'enregistrer de nombreuses commandes dans le matériel haute gamme, destiné non seulement au conditionnement du biscuit et du chocolat mais également du sucre, du café, du beurre et des produits pharmaceutiques.

1989 devrait être propice au développement et à la continuité du succès dans ces différents domaines, notamment une accentuation des groupes d'ensachage et d'encartonnage qui conditionnent des pulvérulents, des granulés, voire des liquides ou pâteux par petites doses dans des nouveaux matériaux d'emballage qui permettent une étanchéité totale des sachets et de répondre ainsi aux exigences particulièrement draconiennes de l'industrie pharmaceutique.

Le Groupe SIG devrait aborder avec sérénité 1992 en continuant à se positionner volontairement vers le haut de gamme, en abandonnant volontairement le bas. Les prochaines années permettront le développement de nouvelles techniques d'emballage et sans doute d'aborder le conditionnement à grandes cadences de produits aseptiques, notamment les liquides.

SIG devrait poursuivre son effort d'exportation vers les principaux clients : États-Unis, Grande-Bretagne, Allemagne Fédérale, France, etc... sans oublier les nouveaux marchés de l'immense Monde Asiatique.

Ces prochaines années seront peut-être l'occasion de nouvelles demandes importantes de la part des Pays de l'Est et de la Russie, ainsi que de l'Amérique du Sud qui fut, en son temps, un des marchés principaux.

### RÉPUTATION DE SÉRIEUX TECHNIQUE ET TRADITION D'ADAPTATION AUX BESOINS DU MARCHÉ

**C'**est effectivement toute la difficulté que sont habitués à rencontrer Direction et Ingénieurs de la Société Industrielle Suisse ; ils y feront encore face avec sérénité. ■



# Les télécoms : un marché expansionniste mais soumis à une forte concurrence

**1988 : de nouveau une année positive pour le secteur des télécoms.**

La France connaît en 1988, de nouveau, une forte croissance dans les Télécoms. En simplifiant, nous citons les 5 produits clés qui sont : les autocommutateurs privés, la radiotéléphonie, la télécopie, le télex et les postes téléphoniques.

Le bilan est certes différent d'un produit à un autre mais l'année 1988 est de nouveau marquée par une évolution très positive. La communication est vitale pour tous les acteurs économiques et avec les télécommunications, la notion de distance disparaît.

La télécopie connaît une progression sans précédent depuis quelques années et la période de croissance se poursuivra à un niveau élevé. Il y aura bientôt plus d'abonnés en télécopie qu'en télex.

Malgré la concurrence de la télécopie et des télétextes, le télex continue à être un outil très répandu en France et dans le monde entier. TEL HASLER était la première à introduire, courant 1983, en France des systèmes de gestion télex autour de mini-ordinateurs, PC et systèmes de traitement de textes intégrant la fonction télex dans l'informatique et la bureautique.

Le télétext - transmission électronique du courrier et autres documents écrits avec une vitesse supérieure au télex - n'a pas encore connu un grand succès en France. Toutefois, ce service intéresse un nombre croissant de sociétés et administrations.



Les perspectives 1989 et au-delà sont excellentes pour les Télécoms mais le marché est soumis à une forte concurrence et l'accès pour un fabricant étranger n'est pas toujours facile.

## LE MARCHÉ EUROPÉEN DE 1993

La déréglementation dans les Télécoms commence à se dessiner dans la communauté européenne et renforcera sans doute le poids de cette activité dans l'économie communautaire. La Commission de Bruxelles a indiqué dans un rapport, qu'elle estime que, d'ici l'an 2000, 60 % des emplois de la Communauté seront influencés par les Télécoms au travers des technologies de l'information.

Le marché unique européen de 1993 comporte des risques et des problèmes mais autant de chances et d'opportunités pour les divers fabricants. En nous y préparant dès maintenant, nous serons certains de trouver notre place parmi les grands constructeurs présents sur ce marché.

## ACTIVITÉ TRAITEMENT DE COURRIER : DES PERSPECTIVES INTÉRESSANTES

TEL HASLER est présente sur le marché français avec une gamme très modulaire de plieuses-inséreuses de courrier pour automatiser la mise sous pli des divers documents. Ces applications sont fréquentes dans les banques, assurances et administrations mais aussi dans des PME.

Le bilan 1988 de ce marché est satisfaisant mais ne connaît pas la croissance élevée des Télécoms.

Les perspectives 89 restent intéressantes dans la mesure où les besoins évoluent vers l'assemblage de documents pour un même destinataire, par la reconnaissance de marques de codification ou la lecture d'un code à barre. L'étape suivante permettra la connexion directe d'une imprimante laser à l'unité du système de pliage et de mise sous pli, l'ensemble étant géré par un PC.

NB : Tel Hasler est une des filiales françaises du groupe suisse Ascom spécialisé dans les télécommunications et l'automatisation des services.

En France, l'activité de Tel Hasler est la distribution des produits dans les secteurs :

- télécommunications ;
- réseau - connectique ;
- traitement de courrier ;
- gestion de temps - contrôle d'accès ;
- automatisation des services.



# Contribution de Landis & Gyr au développement du téléphone public en France

## perspective dans le contexte du marché européen 92

*A PARTIR DE 1974 L'ACCROISSEMENT MASSIF EN FRANCE DES CABINES PUBLIQUES ÉQUIPÉES DE POSTES À PRÉPAIEMENT À MONNAIE A POPULARISÉ LA NOTION DE TÉLÉPHONE PUBLIC. IL EST INTÉRESSANT DE RAPPELER COMMENT LA FILIALE FRANÇAISE DU GROUPE LANDIS & GYR A CONTRIBUÉ À CET INVESTISSEMENT DE LA DIRECTION GÉNÉRALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS (DGT).*

Dès la fin des années 60, Landis & Gyr SARL avait en effet mesuré les potentialités du marché français. La technologie, le savoir-faire, étaient disponibles à Genève dans une autre filiale du Groupe : SODECO. Il était décidé alors d'embaucher une équipe d'ingénieurs et de techniciens français qui, après une période de formation à Genève de plusieurs mois, reviendraient en France dans l'établissement industriel de Montluçon pour y développer un appareil conforme aux spécifications voulues par la DGT. C'est ainsi que lors du concours technique lancé au début de 1972, Landis & Gyr était prêt à répondre et à mener entre Montluçon et les équipes du Centre National d'Étude des Télécommunications (CNET) à Paris un dialogue basé sur l'expérience du Groupe pour satisfaire la clientèle française.

L'originalité du produit présenté par Landis & Gyr résidait dans sa faible consommation qui ne nécessitait pas de branchement sur le réseau électrique pour assurer le fonctionnement d'un appareil à électronique complexe.

C'est sans doute cette qualité qui a fait que Landis & Gyr soit finalement retenu vers les années 74-75 comme principal fournisseur de la DGT et que celle-ci lui demande le droit de faire



Auteur

Michel Cons, Directeur Général de Landis & Gyr.

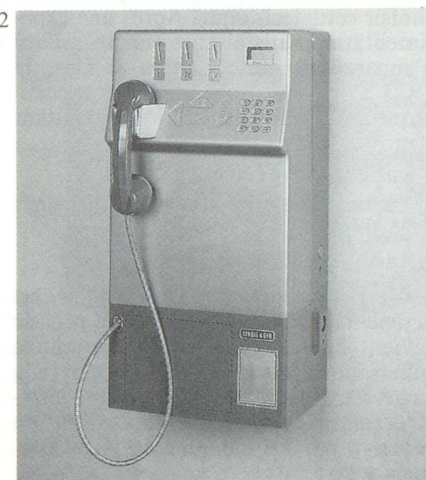
reproduire par d'autres constructeurs, pour ses besoins propres, le matériel choisi. Ceci peut paraître curieux car ce droit de faire reproduire ne s'accompagnait d'aucune licence mais c'était alors la coutume et Landis & Gyr y avait souscrit lors de la signature du marché.

C'est ainsi que sont apparus sur la voie publique les premiers appareils où les pièces introduites étaient visibles dans les canaux, avant d'être encaissées (photo n° 1). Cette technique utilisée dans d'autres pays avec succès allait cependant provoquer en France une incitation au vandalisme. Le combiné, lesté pour faciliter les opérations de raccrochage et décrochage entraînant la restitution des pièces ou leur encaissement, se révélait être un bon marteau pour détériorer la protection des canaux

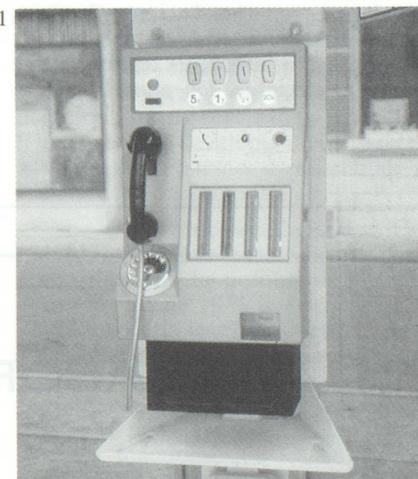
apparents. Mais à la fin des années 70, la France comptait à peu près 100 000 cabines dont plus des deux tiers étaient équipées du modèle Landis & Gyr, la moitié de celles-ci était fournies par Landis & Gyr.

### LES MODÈLES ACTUELS - LES APPAREILS À CARTE

A partir des années 80, la DGT continuant à faire confiance à l'établissement de Montluçon, un nouvel appareil à pièces était choisi (voir photo n° 2), beaucoup plus résistant contre le vandalisme qui d'ail-



leurs devait être considérablement réduit avec l'apparition concomitante des appareils à cartes.





Landis & Gyr proposait du reste à cette occasion des appareils basés sur la lecture de cartes optiques prépayées, technique présentant le double avantage d'offrir des cartes :

- d'un niveau de sécurité vis-à-vis de la fraude bien supérieur à celui des cartes magnétiques ;
- d'un faible prix de revient de fabrication. Lorsque l'on consomme annuellement plusieurs millions de cartes, voire plusieurs dizaines de millions, un écart de quelques francs sur le coût de la carte se chiffre par une économie annuelle supérieure à la centaine de millions de francs.

D'ailleurs, de nombreux pays européens (Grande Bretagne, Belgique, Suisse, Hollande, Autriche), allaient choisir cette technique. Après une expérimentation satisfaisante sur un millier d'appareils à carte Landis & Gyr, la DGT s'orientait finalement sur la technique de la carte à mémoire permettant d'utiliser trois types de cartes :

- carte payée (Télécarte) ;
- carte d'abonné (carte Télécom : Pastel) ;
- carte bancaire.

C'est surtout la carte prépayée qui est actuellement utilisée malgré son prix de revient de fabrication, les deux autres piliers sur lesquels doivent s'appuyer la carte à mémoire nécessitant une infrastructure plus complexe ou l'utilisation massive par les banques de la technologie « carte à puces ».

La DGT ayant encore acquis pour ces appareils le droit de reproduire, faisait appel à Landis & Gyr pour environ 1/4 de ses besoins, si bien que les appareils à carte à mémoire conformes au modèle développé par la Société Crouzet, sortent actuellement de l'établissement de Montluçon auquel ils confèrent une charge appréciable. De plus, Landis &

Gyr a été choisi pour étudier et fournir l'exécution spéciale qui à partir de la fin 89 équipera progressivement l'ensemble des Trains à Grande Vitesse (TGV).

## UN PARC DE 170 000 UNITÉS

Fin 86, le Ministère des PTT décrivait dans un document officiel la situation du parc de la manière suivante :

170 000 unités, dont environ 3/4 sur la voie publique, le reste étant dans des sites semi-protégés (gares, locaux publics), dont

- appareils à pièces ancien modèle ..... 125 000
- appareils à pièces nouveau modèle ..... 24 000
- appareils à carte mémoire . 21 000

Depuis, le nombre des appareils sur la voie publique reste à peu près stable, les appareils à pièces ancien modèle étant remplacés soit par le nouveau modèle, soit par des postes à carte qui devraient passer de 45 000 à la fin 88 à 57 000 fin 89.

Il faut enfin noter que la filiale française a réussi à exporter de nombreux postes à pièces notamment en Algérie et qu'au total plus de 100 000 appareils du premier modèle dont la fabrication est maintenant arrêtée, seront sortis de l'établissement de Montluçon.

## INFLUENCE DU GRAND MARCHÉ DE 1993

Le contexte européen des années suivant 92 est particulièrement intéressant pour le téléphone public. Que demande avant tout le « voyageur européen » ? Pouvoir téléphoner facilement en se trouvant

devant un appareil dont il connaît le fonctionnement. Les caractéristiques « nationales » d'un poste ou d'une carte peuvent être en effet considérées comme des « entraves », certes légères, à la commodité de communiquer dont le besoin sera croissant avec le développement de la circulation des personnes.

C'est pourquoi certains pays et notamment le Royaume Uni, développent l'utilisation de la carte bancaire actuelle avec ses pistes magnétiques (voir photo n° 3). Ce n'est sans doute



pas l'optimum économique et l'utilisateur se voit retenir un montant minimum pour entrer en communication. Mais c'est bien commode pour lui.

D'ici cette échéance, chaque pays cherche à placer son industrie dans la meilleure situation pour pouvoir consolider ses positions ou acquérir de nouvelles parts de marché, mais à terme, c'est finalement la demande de l'utilisateur qui l'emportera et celle-ci ne peut aller que vers un système simple à utiliser et à terme unifié ou compatible. ■

## LABORATOIRES ROBAPHARM

(1) 69.28.53.43

Bt I 1 - Avenue du Québec  
Z.A. de COURTABŒUF - Local postal 604  
91945 LES ULIS CEDEX



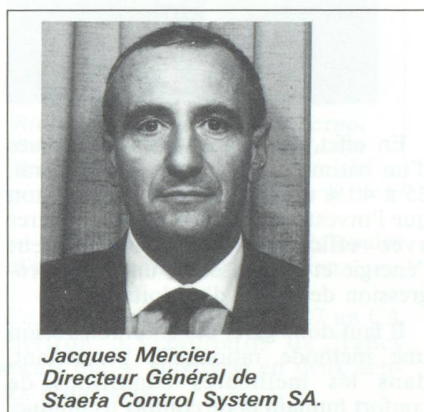
# Le marché français de la régulation thermique des bâtiments

LES PAYS EUROPÉENS AUX CONDITIONS CLIMATIQUES RIGOUREUSES TELS QUE L'ALLEMAGNE, LA SUISSE ET LES PAYS SCANDINAVES, ONT VU SE DÉVELOPPER TRÈS TÔT LES TECHNIQUES DE RÉGULATION D'INSTALLATION DE CHAUFFAGE ET DE CLIMATISATION. LA FRANCE, AU CLIMAT PLUS TEMPÉRÉ, NE S'EST VRAIMENT INTÉRESSÉE À LA RÉGULATION QU'AU DÉBUT DE LA CRISE DE L'ÉNERGIE OÙ LE DÉCRET ET L'ARRÊTÉ DU 10 AVRIL 1974 IMPOSAIENT POUR LA PREMIÈRE FOIS DES RÈGLES TRÈS STRICTES D'ÉQUIPEMENT DE RÉGULATION DES INSTALLATIONS DE CHAUFFAGE.

En 1976, les pouvoirs publics complétaient ces actions par des déductions fiscales accordées pour toutes réalisations de travaux économisant l'énergie, et, plus particulièrement, pour la mise en œuvre de systèmes de régulation.

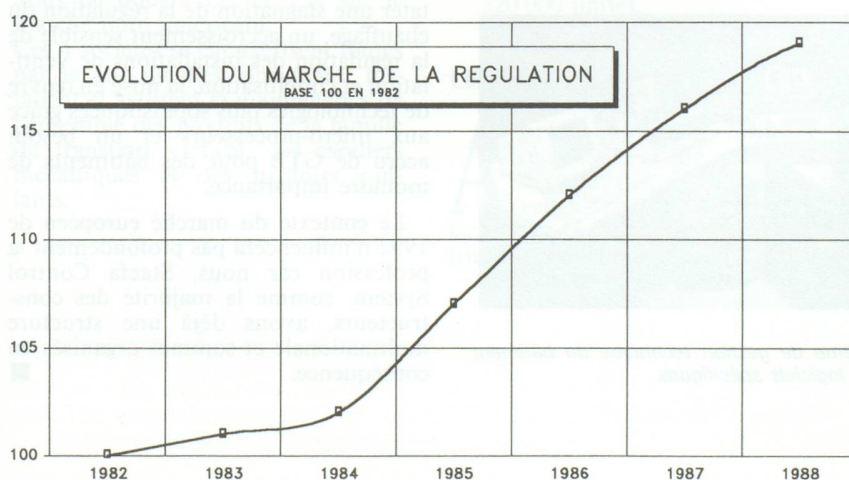
Voilà donc douze ans à peine que l'ensemble des professionnels concernés prenaient conscience de l'importance de la fonction « régulation » dans la maîtrise de l'énergie nécessaire pour le chauffage des locaux.

Ce marché de la régulation a évolué, en volume, d'environ 3 % par an (voir annexe « Évolution du marché de la régulation »). Les années 82 à 84 ont été très faibles. L'année 85 a connu une forte croissance. Bien que moins fortes, les années 86 et 87, sont positives. A fin 88, l'importance du marché est estimée à 1 200 MF, les nouvelles technologies étant le principal moteur de cette évolution.



Jacques Mercier,  
Directeur Général de  
Staefa Control System SA.

Les constructeurs suisses sont leaders dans ce marché au travers de leurs filiales : Landis et Gyr, Staefa Control System, Sauter, Elesta, qui réalisent ensemble plus de 50 % du chiffre d'affaires 1988 devant les constructeurs américains et autres européens.



## LA RÉGULATION POUR LE CHAUFFAGE DANS LES LOGEMENTS INDIVIDUELS ET COLLECTIFS

Ce marché reste, par nature, la grande part de l'activité de la profession. Or, nous constatons, de 82 à 88, que son importance relative est passée de 60 à 48 %. Cette baisse de participation s'accompagne d'une petite régression en volume et l'analyse des produits vendus confirme bien la tendance.



Régulateur numérique de chauffage pour habitat et tertiaire.

Le marché de « l'individuel » est toujours inférieur au potentiel que représente le parc de logement avec chauffage central estimé à 9 000 000. Très déprimé jusqu'en 84, ce marché revient au niveau de 1982 grâce à une amélioration des ventes de robinets thermostatiques et de régulateurs dont l'incorporation, dans certaines chaudières, favorise le développement. La rénovation des systèmes à eau chaude reste l'essentiel de l'activité.

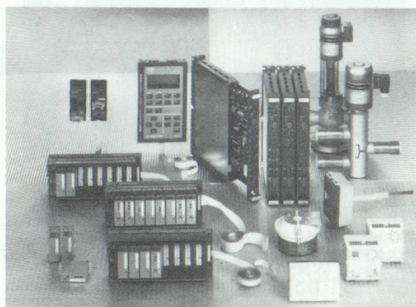
Le marché du « collectif », à cheval sur le logement et le tertiaire, se dégrade actuellement. Le nombre de régulateurs vendus est de 18 % inférieur à celui de 1982. Le simple renouvellement du parc (estimation 400 000 pièces) devrait assurer un meilleur score. Il est regrettable que la lenteur de ce renouvellement prive les utilisateurs des nouvelles fonctions que les constructeurs proposent. Les ventes de programmeurs-calculateurs d'intermittence, dont l'intérêt économique laissait prévoir un succès, plafonnent à 4 000 pièces par an, tandis que l'inventaire des immeubles susceptibles d'être équipés est supérieur à 100 000 unités.



## LA RÉGULATION POUR LA VENTILATION ET LA CLIMATISATION

Ce marché représente 28 % de l'activité de la profession. Il traite des opérations importantes et spécifiques et est sensible aux innovations technologiques. La tendance positive constatée s'explique davantage par cette sensibilité que par le nombre de bâtiments construits.

Quelques gros chantiers, principalement des immeubles de bureau, ont permis un développement spectaculaire des équipements de « terminaux » tels que les ventilo-convecteurs. C'est la mise en pratique du principe de la régulation pièce par pièce sous surveillance centralisée à partir d'un poste d'exploitation.

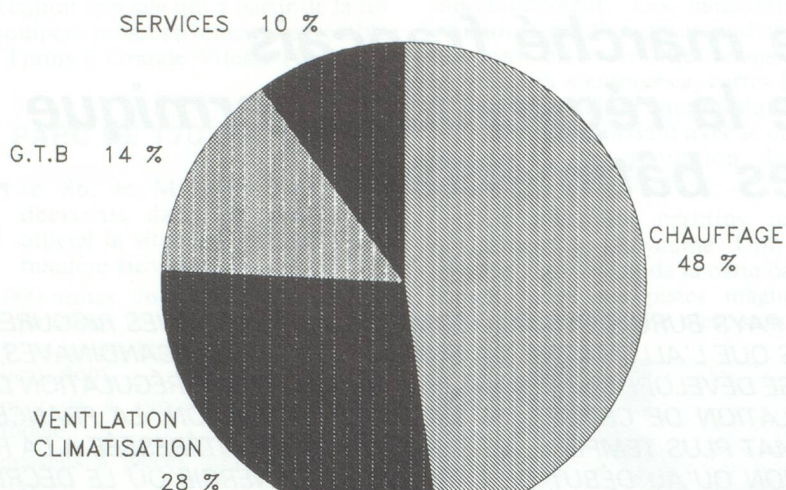


Régulation et automatisme numérique programmable pour installation de climatisation.

De plus, la vaste utilisation des technologies « numériques » faite par ce marché permet à la profession de la régulation d'assurer les fonctions d'asservissements et d'automatismes préalablement conçues de façon hétérogène dans les armoires électriques de commande. C'est un élargissement naturel et sensible du marché qui devra se constater également sur le marché du chauffage dans les prochaines années.

## LA GESTION TECHNIQUE DES BATIMENTS (GTB)

La GTB – ou l'art de gérer et d'exploiter avec intelligence un bâtiment – est l'emprise de l'ordinateur sur les procédés de gestion de l'énergie et de l'utilisation rationnelle des équipements.



REPARTITION PAR ACTIVITE EN 1988

En effet, les installations techniques d'un bâtiment représentent, en général, 35 à 40 % du capital de la construction que l'investisseur doit préserver et gérer avec efficacité. Elles consomment l'énergie et conduisent à une forte progression des coûts d'exploitation.

Il faut donc gérer ces ensembles selon une méthode rationnelle permettant, dans les meilleures conditions de confort humain et de confort technique, d'optimiser les énergies consommées et réduire les coûts d'exploitation.



Système de gestion technique du bâtiment avec logiciels spécifiques.

Ces dernières années montrent l'intérêt manifesté par ces fonctions puisque le volume d'affaires a augmenté de 300 % en 5 ans. Il représente, en 1988, près de 14 % de l'activité de régulation. Ce marché en plein essor concerne autant les constructions neuves que les bâtiments anciens. Il entraîne celui des services et favorise les échanges avec les grands utilisateurs du secteur tertiaire et industriel.

## PERSPECTIVES

Pour les prochaines années, les professionnels de la régulation restent optimistes car le marché global de la régulation continuera de progresser de 3 à 4 %. Nous devrions constater une stagnation de la régulation du chauffage, un accroissement sensible de la régulation des installations de ventilation et climatisation, la mise en œuvre de technologies plus sophistiquées grâce aux micro-processeurs et un besoin accru de GTB pour des bâtiments de moindre importance.

Le contexte du marché européen de 1992 n'influencera pas profondément la profession car nous, Staefa Control System, comme la majorité des constructeurs, avons déjà une structure multinationale et sommes organisés en conséquence. ■



# Le marché français de l'ascenseur

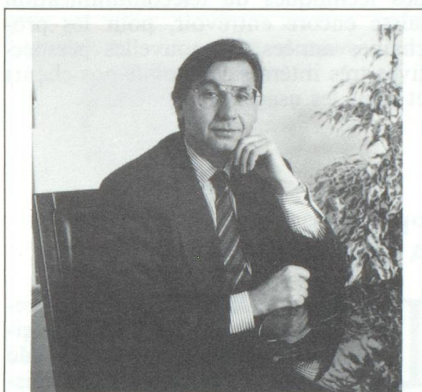
PARMI TOUS LES MOYENS DE TRANSPORT – TRAIN, AUTOMOBILE, AVION – QUI ONT CONNU UN DÉVELOPPEMENT PRODIGIEUX AU COURS DU XX<sup>e</sup> SIÈCLE, L'ASCENSEUR OCCUPE UNE PLACE SPÉCIFIQUE.

**E**n dehors du fait qu'il soit le seul à assurer un déplacement intégralement vertical et le seul aussi à être mis à la libre disposition du public, l'ascenseur constitue dans notre économie contemporaine un facteur essentiel de développement de la construction en hauteur, un élément incontestable d'amélioration de la qualité de la vie, mais aussi un paramètre significatif de la qualité architecturale et fonctionnelle de nos bâtiments d'habitation, industriels, hospitaliers, de bureaux, etc...

Comment se présente aujourd'hui le marché français de l'ascenseur – mais aussi de l'escalier mécanique – et comment esquisser son profil dans la perspective de 1992 ?

Le marché français est partagé :

- ☐ entre 4 grandes sociétés, filiales de groupes internationaux, dont Roux Combaluzier Schindler, n° 2 français, filiale du groupe suisse Schindler, n° 2 mondial, qui a réalisé en 87 un CA de 1,8 milliard de francs suisses et employé 22 000 collaborateurs. L'année 88 sera marquée pour Schindler par l'acquisition de la division ascenseurs et escaliers mécaniques du groupe américain Westinghouse Electric Corporation. Cette acquisition représentera un bond en avant d'environ 500 millions de dollars US de CA sur le marché nord américain. Ces 4 sociétés se caractérisent toutes par le fait qu'elles fabriquent, installent et assurent la maintenance de l'ensemble des produits de la famille du transport vertical, des escaliers mécaniques et des trottoirs roulants,



**Richard Maiocchi, Directeur Général Roux Combaluzier Schindler.**

- ☐ et 70 à 80 entreprises régionales d'installation et/ou d'entretien.

Ce marché représente en 1987 un CA d'environ 5,3 milliards de francs français qui se subdivise en deux activités principales :

- ☐ l'installation d'ascenseurs et d'escaliers mécaniques pour 1,8 milliard concernant 8 800 ascenseurs et 280 escaliers mécaniques et trottoirs roulants,
- ☐ la maintenance, la réparation, la modernisation pour 3,5 milliards de CA concernant un parc de plus de 320 000 unités.

## LES INSTALLATIONS NEUVES

**A**près plusieurs années de régression et de stagnation, le marché des installations nouvelles s'est redressé depuis 1985 à la suite de la reprise de la construction :

L'embellie de la construction s'est réalisée sur les deux principaux segments que sont :

- ☐ la construction de logements collectifs avec un rythme supérieur à 10 % l'an sur la période 1984/1988 ;
- ☐ l'immobilier de bureaux qui a explosé selon un taux moyen de 25 % l'an entre 1984 (2,4 millions de m<sup>2</sup>) et 1988 (6 millions de m<sup>2</sup> prévus).

La clientèle des promoteurs publics et privés s'intéresse à deux aspects principaux de nos produits selon leur destination :

- ☐ un produit sûr et économique à l'achat ainsi qu'à l'entretien, dans le cas de l'habitation ;
- ☐ un produit de prestige et de performance valorisant la qualité de l'immeuble et l'image de son propriétaire lorsqu'il s'agit de bâtiments de bureaux ou administratifs.

Pour répondre à cette demande, Schlinder développe en permanence de nouveaux produits qui incorporent les technologies les plus modernes : microprocesseurs, logiciels informatiques, télécommunication, qui sont toutes sources de fiabilité, de performance et d'économie de fonctionnement.

Il est intéressant aussi d'observer que les difficultés dues à la crise de la construction que notre profession a supportée dans la période 75-85, ont eu pour effet bénéfique de nous pousser dans la voie de la recherche de productivité.

Ces gains de productivité ont permis une baisse sensible des prix des produits et des services, mais a eu pour effet

	Nombre d'ascenseurs vendus	Nombre d'escaliers mécaniques vendus
1985 .....	8 400	120
1986 .....	8 600	220
1987 .....	9 200	240
1988 (estimation) .	11 000	200
1989 (prévision) ..	11 200	220



secondaire une diminution des effectifs de 15 600 personnes en 77 à 13 200 en 87, diminution qui s'est accompagnée d'une montée de la qualification, se traduisant par une augmentation sensible de la part des cadres et des techniciens.

## LA MAINTENANCE : UN MODÈLE DU GENRE

**L**e produit « ascenseur » est caractérisé par une durée de vie plus longue que la moyenne des équipements immobiliers (30 ans et plus). Ce résultat est dû naturellement à la qualité des produits installés, mais est surtout obtenu par l'organisation de la maintenance, qui demeure un modèle du genre dans son approche et par l'importance des moyens mis en œuvre.

Il faut rappeler que l'entretien des ascenseurs est obligatoire et que plusieurs textes réglementaires définissent – suivant le type d'immeubles ou la destination de l'installation –, les prescriptions auxquelles il faut se conformer.

Car, ne l'oublions pas, il s'agit d'assurer, à tout instant, la sécurité de millions d'usagers qui réalisent en France près de 100 millions de trajets individuels par jour.

A titre d'exemple, la maintenance chez Roux Combaluzier Schlinder, c'est :

- 1 300 agents qualifiés, techniciens et ingénieurs ;
- 900 véhicules ;

- 1 réseau radio national de 250 stations mobiles ;
- 1 réseau de télésurveillance pour la sécurité des personnes et de détection préventive des pannes pour la sécurité du matériel ;
- des moyens informatiques puissants ;
- 20 000 articles différents de pièces de rechange disponibles.

L'évolution actuelle et exceptionnelle des techniques de télécommunication laisse encore entrevoir, pour les prochaines années, de nouvelles perspectives très intéressantes pour nos clients et pour les usagers en général.

## PERSPECTIVES SERENES A L'HORIZON 1992

**L'**analyse à 5 ans des besoins prévisionnels en logements, résidences secondaires, surfaces de bureaux et bâtiments administratifs, conduit à une stabilisation du marché des ascenseurs et escaliers mécaniques autour de 11 000 unités par an.

Cependant, cette situation pourrait être modifiée par la prise en compte de facteurs internes ou externes, tels que :

- le vieillissement de la population française, dont les 3<sup>e</sup> et 4<sup>e</sup> âges représenteront 15 % en 1995, ce qui pourrait justifier la baisse du seuil à partir duquel l'installation d'un

ascenseur est obligatoire de 4 étages actuels à 3 voire 2 étages au-dessus du rez-de-chaussée ;

- le niveau et le nombre sensiblement supérieurs des ascenseurs couramment installés dans d'autres pays de la CEE ;
- les exigences accrues des utilisateurs et plus particulièrement du personnel des entreprises ;
- le plus grand souci de maintenir ou de valoriser le patrimoine immobilier existant.

\*  
\* \*

Sur le plan européen, l'échéance du 1<sup>er</sup> janvier 1993 ne devrait pas modifier profondément les données de notre profession. En effet, à l'exception des entreprises régionales n'ayant pas, par définition, de vocation internationale, les autres entreprises sont déjà européennes ou mondiales et paraissent bien adaptées à l'espace européen de 1993.

C'est de toute façon une certitude pour le groupe Schindler et sa filiale française Roux Combaluzier Schindler. ■

**Pour vendre mieux**

**Pour acheter mieux**

**Pour louer mieux**

**Pour gérer mieux**

**Tous biens immobiliers**



**Appelez**

**NEVEU & Cie**

**75016 PARIS**

**103, bd de Montmorency  
16 (1) 47.43.96.96**

Président-Directeur Général : Xavier BRUN.



# Le marché français des équipements sanitaires

QUI NE CONNAÎT CET ADAGE EN FRANCE : QUAND LE BÂTIMENT VA, TOUT VA... ALORS, COMMENT VA-T-IL ?

Il n'est sans doute pas inutile de rappeler que, depuis plusieurs années, la construction neuve s'est plus ou moins stabilisée à un niveau nettement inférieur aux sommets des années 1972/1974.

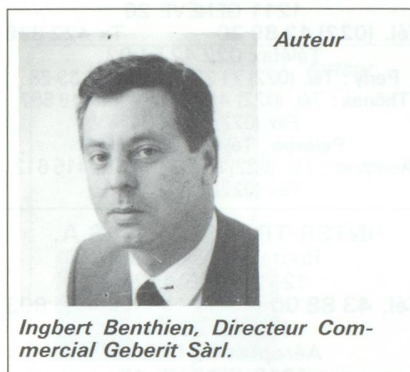
Cette courbe mériterait d'être analysée, car elle offre des enseignements intéressants sur les conséquences de la crise de l'énergie.

Je m'en tiendrai cependant au propos qui m'a valu d'être invité dans ces colonnes : le marché des équipements sanitaires.

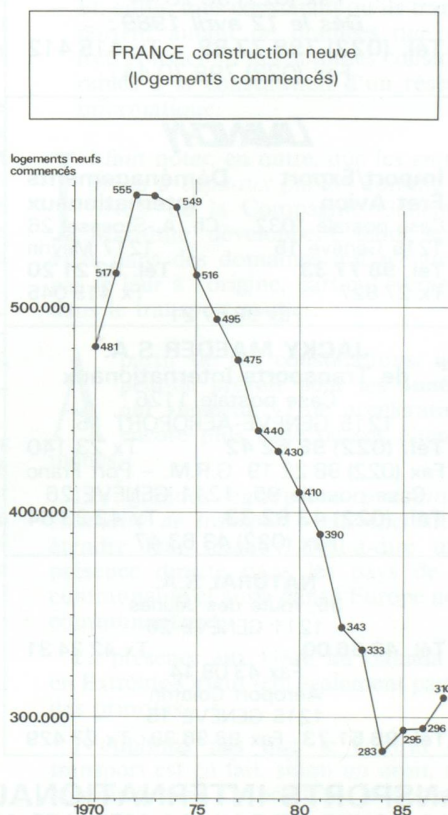
## LE PARC DE LOGEMENTS EN FRANCE : UN DES PLUS ANCIENS D'EUROPE

Le recensement de 1984 a permis de constater que le niveau de confort du français avait sensiblement progressé depuis 1970. En l'espace de ces 15 années la proportion des logements sans installation sanitaire est passée de 1/3 (38,4 %) à 1/9. Par ailleurs, l'équipement s'est aussi amélioré en qualité : sur la même période, le pourcentage de logements disposant de « grandes baignoires » est passé de 20,3 % à 59,8 %. Quant aux logements sans eau courante, ils ne sont plus qu'un mauvais souvenir : 0,4 % en 1984 (il y en avait tout de même encore 5,7 % en 1970).

Dans notre milieu professionnel on admet, en règle générale, que les 2/3 des interventions en plomberie sanitaire se font dans les logements existants. L'essentiel du marché de la salle de bains – estimé au total à 12 milliards de francs français en prix public – relève donc du « coup par coup » : réhabilitation et réparation sont les deux mamelles du plombier français... pourrait-on dire. Une situation logique, en regard de notre parc de logements. En effet, malgré son rajeunissement du fait de son accroissement (+ 24 % depuis 1978)



il reste l'un des plus anciens en Europe : 43 % des logements datent d'avant 1949.



## L'ATTRAIT DU HAUT-DE-GAMME ET DE LA SOPHISTICATION

Dans la plupart des cas, l'équipement de la salle de bains est aujourd'hui un achat-plaisir. C'est pourquoi la demande s'oriente vers le haut de gamme, au détriment des gammes moyennes. La F.N.A.S. (Fédération Nationale des Grossistes en Appareils Sanitaires) relevait ce fait au printemps dernier, en soulignant la nécessaire remise en cause qui devait en découler, à la fois pour les distributeurs et pour les fabricants. Les industriels français semblent en effet avoir négligé cette évolution du marché : les statistiques 1987 témoignent d'une forte poussée des importations (+ 21 %), alors même qu'un secteur comme la robinetterie est déjà détenu à 50 % par les marques étrangères.

Pour résumer actuellement les grandes tendances du sanitaire, nous notons une forte progression des matériaux de synthèse (baignoires, éviers), un net déclin du bidet – tout un symbole – et un trend vers la sophistication : baignoire à balnéothérapie, intégration de l'électronique dans les robinetteries.

Geberit fait bonne mesure parmi les fabricants novateurs : w.c. à douchette Propomat, éléments modulaires d'installations Sanbloc, système d'évacuation des eaux pluviales Pluvia... autant de solutions d'avant-garde, et autant de défis face aux habitudes de nos amis installateurs.

À noter enfin que la perspective du grand marché européen incite de plus en plus de professionnels à se documenter sur les techniques de confrères voisins. L'échéance de 1993 est à l'ordre du jour de nombreuses réunions d'information dans le milieu du bâtiment, car l'on s'attend à des répercussions concrètes et importantes de la prochaine « directive européenne » qui réglementera la normalisation dans la construction. ■



## TRANSITAIRES

Les membres de l'Association des TRANSITAIRES DE GENÈVE maisons de confiance  
pour vos envois d'importation et d'exportation

### AIR TRANSPORT SERVICE

Aérogare Fret  
Case postale 1036  
1215 Genève 15  
Tél. (022) 98 32 20  
Tx 22 729  
Fax (022) 98 37 46



### - Société bâloise d'entrepôts et de transports S.A.

Route des Jeunes, 4 bis  
1211 GENÈVE 26  
Tél. 42 12 50  
Télex 42 35 87    Téléfax 43 83 90  
Bureau Palexpo 98 88 94



### LA CONTINENTALE S.A.

Route des Jeunes 4 bis  
1211 GENÈVE 26  
Tél. (022) 42 12 50  
Télex 42 35 87    Téléfax 43 83 90

### DANZAS S.A.

Transports Internationaux  
Route des Jeunes 23  
CH-1211 Genève 26  
Tél. (022) 43 40 00    Tx 422 561  
Téléfax (022) 43 70 78  
Halle de fret  
CH-1215 Genève 15 Aéroport  
Tél. (022) 98 55 55    Tx 289 263  
Téléfax (022) 98 54 36

### LOUIS EXCOFFIER S.A. Spécialiste importations textiles

Gare de la Praille  
1211 GENÈVE 26  
Tél. 43 34 10    Tx 42 83 31  
Fax 43 57 75  
Aéroport de Cointrin 1215 GENÈVE 15  
Tél. 98 35 25    Tx 27 660  
Fax 98 72 42

### EXPRESS-TRANSPORT S.A.

Aéroport de Genève  
1215 GENÈVE 15  
Tél. 98 83 53    Tx 415 614  
Fax 98 41 83

### FRACHT S.A.

Route du Grand-Lancy 2  
1211 GENÈVE 26  
Tél. (022) 43 79 60    Tx 422 819  
Fax (022) 43 29 89  
1215 GENÈVE AÉROPORT  
Tél. (022) 98 66 88    Tx 28 227  
Fax (022) 98 67 73

### GONDRAND S.A.

Transports internationaux et voyages  
25-27, route des Jeunes  
1211 GENÈVE 26  
Tél. (022) 42 89 20    Tx 422 838  
Téléfax 022 42 51 92  
Perly : Tél. (022) 71 22 76 - Tx 42 39 28  
Thônex : Tél. (022) 48 08 83 - Tx 418 567  
Fax (022) 48 04 04  
Palexpo : Tél. (022) 98 23 58  
Aéroport : Tél. (022) 98 80 10 - Tx 415 612  
Fax (022) 98 52 18

### INTER-TRANSPORTS S.A.

Route des Jeunes 6  
1211 GENÈVE 26  
Tél. 43 88 00    Tx 422 803  
Fax 43 88 74  
Aéroport de Cointrin  
1215 GENÈVE 15  
Tél. 98 42 12    Tx 22 090  
Fax 98 58 02

### LAMPRECHT TRANSPORTS S.A.

1215 GENÈVE 15  
Tél. (022) 98 77 88    Tx 23 132  
Fax (022) 98 70 44  
Dès le 12 avril 1989 :  
Tél. (022) 798 77 88    Tx 415 412  
Fax (022) 798 70 44



Import/Export    Déménagements  
Fret Avion    Internationaux  
Case postale 1032    Ch. A.-Stoessel 26  
1215 Genève 15    1217 Meyrin  
Tél. 98 77 33    Tél. 82 21 20  
Tx 27 827    Tx 419 045  
Fax 98 57 21

### JACKY MAEDER S.A. de Transports Internationaux

Case postale 1126  
1215 GENÈVE-AÉROPORT 15  
Tél. (022) 98 62 42    Tx 23 140  
Fax (022) 98 22 19 G.R.M. - Port Franc  
Case postale 95, 1211 GENÈVE 26  
Tél. (022) 43 82 33    Tx 42 33 64  
Fax (022) 43 63 47

### NATURAL S.A.

35, route des Jeunes  
1211 GENÈVE 26  
Tél. 43 66 00    Tx 42 34 31  
Fax 43 08 14  
Aéroport Cointrin  
1215 GENÈVE 15  
Tél. 98 51 73    Fax 98 96 39    Tx 27 429

### NATURAL LE COULTRE S.A.

6, avenue de Sécheron  
1211 GENÈVE 21  
Tél. 32 42 00    Tx 22 978    Fax 34 27 30  
Dès le 21-04-1989 :  
Tél. (022) 732 42 00    Fax (022) 738 72 68  
Aéroport de Cointrin  
1215 GENÈVE 15    Tél. 98.44.42  
Dès le 21-04-89 : Tél. (022) 798 44 42

### RITSCHARD S.A.

Route des Jeunes 49  
Tél. 43 76 00    Tx 422 167  
Téléfax 43 76 02  
Aéroport Cointrin  
1215 GENÈVE 15  
Tél. 798 77 00    Tx 415 476  
Téléfax 98 67 78

### SAUVIN SCHMIDT S.A.

Gare de la Praille 1211 GENÈVE 26  
Tél. 43 80 00    Tx 22 941  
Fax 43 58 57  
Aéroport Cointrin 1215 GENÈVE 15  
Tél. 98 83 83    Tx 27 660  
Fax 98 72 42  
Bureau Palexpo    Tél. 98 23 41  
Fax 98 48 60

### TRANSPORTS TAPPONNIER S.A.

10, rue Blavignac  
1227 Carouge/Genève  
Tél. (022) 43 63 50  
Tx 422 779  
Fax (022) 42 83 90

### TRAMARSA S.A.

Rue du Mont-Blanc 17  
1211 GENÈVE 1  
Tél. 731.21.35  
Télex 22 252    Fax 738 60 10  
Agrées en douane française  
Aéroport de Cointrin  
et Ferney-Voltaire

### WITAG

### WELTIFURRER S.A.

1215 GENÈVE 15 Aéroport  
Case postale 1048  
Tél. (022) 98 33 33  
Télex : 415 608  
Téléfax : (022) 98 17 40

**TRANSPORTS INTERNATIONAUX**  
PAR LA ROUTE, LE RAIL, LA MER, LES AIRS



# Transports de marchandises : situation et perspectives

**L'ANNÉE 88 NE SERA PAS MARQUÉE PAR DES ÉVÉNEMENTS EXCEPTIONNELS DANS LE SECTEUR DES TRANSPORTS.**

**EN REVANCHE, ON AURA PU CONSTATER QUE LES TENDANCES LOURDES DES DERNIÈRES ANNÉES SE CONFIRMENT ET S'ACCÉLÈRENT.**

**E**n France, la part globale du transport routier continue à s'accroître (+ 7 % en 1987), celle du chemin de fer à diminuer (- 1 %).

Pour les 19 pays de la CEMT (conférence européenne des ministres des transports) la tendance est comparable (+ 5 % pour le transport routier et - 1 % pour le chemin de fer).

Le transport combiné rail-route est le seul domaine du secteur ferroviaire à se développer. Il le fait à un rythme annuel supérieur à 10 %.

**E**n ce qui concerne les entreprises auxiliaires de transport, on remarque aussi un renforcement de l'évolution déjà constatée :

- Dualisation de la profession : les grandes entreprises deviennent encore plus grandes, les petites restent aussi nombreuses.
- Internationalisation du capital des sociétés : les Allemands, les Anglais, les Américains et les Australiens prennent des participations importantes dans le capital d'entreprises françaises qui s'intéressent, elles aussi, à des participations à l'étranger.
- Transformation du système de production et de maîtrise du transport grâce à une réconciliation des fonctions de transporteur et de commissionnaire de transport.
- Les opérateurs tendent à développer leurs complémentarités soit par des accords techniques et politiques, soit en les intégrant au sein de leur propre entreprise de façon à pouvoir présenter aux chargeurs une offre globale multimodale et multitechnologique.



Auteur

**Jean-Claude Berthod, Directeur Général du Groupe Danzas France, Professeur à l'École Supérieure des Transports, Administrateur de la Chambre de Commerce Suisse en France.**

- Et, enfin, tous constatant qu'ils transportent autant de données que de fret, consacrent des sommes considérables à la constitution d'un réseau informatique.

**I**l faut noter, en outre, que les entreprises à capitaux publics comme la SNCF ou la Compagnie Générale Maritime développent leurs activités dans des domaines qui n'étaient pas le leur à l'origine, particulièrement dans le transport routier.

**A** partir de ces constatations, que peut-on prévoir pour les années qui viennent ? Une accélération encore plus forte de ces phénomènes.

Les grandes entreprises « commissionnaire de transport » chercheront à étendre leur réseau : c'est-à-dire une présence directe dans les pays de la communauté et aussi dans l'Europe non communautaire.

La présence aux USA, au Canada et en Extrême-Orient fera également partie des priorités.

N'oublions pas que le contrat de transport est en fait, sinon un droit, un contrat à trois, l'expéditeur, le destina-

taire et le transporteur. Il est important d'être placé aux deux extrémités de la chaîne.

Toutes ces orientations ne sont pas spécifiques à la France, ni même à l'Europe. On les retrouve dans les pays économiquement développés.

Le problème aujourd'hui est donc d'aller vite dans la mise au point des stratégies d'entreprise et dans la prise de contrôle d'entreprises placées à des points clés.

Il ne sera plus possible de constituer un réseau par la création d'agences ou d'entreprises. Il faudra prendre le contrôle de celles qui sont encore disponibles et elles sont de moins en moins nombreuses.

Les moyens financiers nécessaires deviennent de plus en plus importants et seules les entreprises prospères - et qui sauront le rester - pourront prétendre participer à la compétition.

La nationalité d'une entreprise sera de moins en moins caractérisée par celle de ses capitaux. Il y aura les entreprises à stratégie européenne et/ou mondiale et les autres qui deviendront régionales.

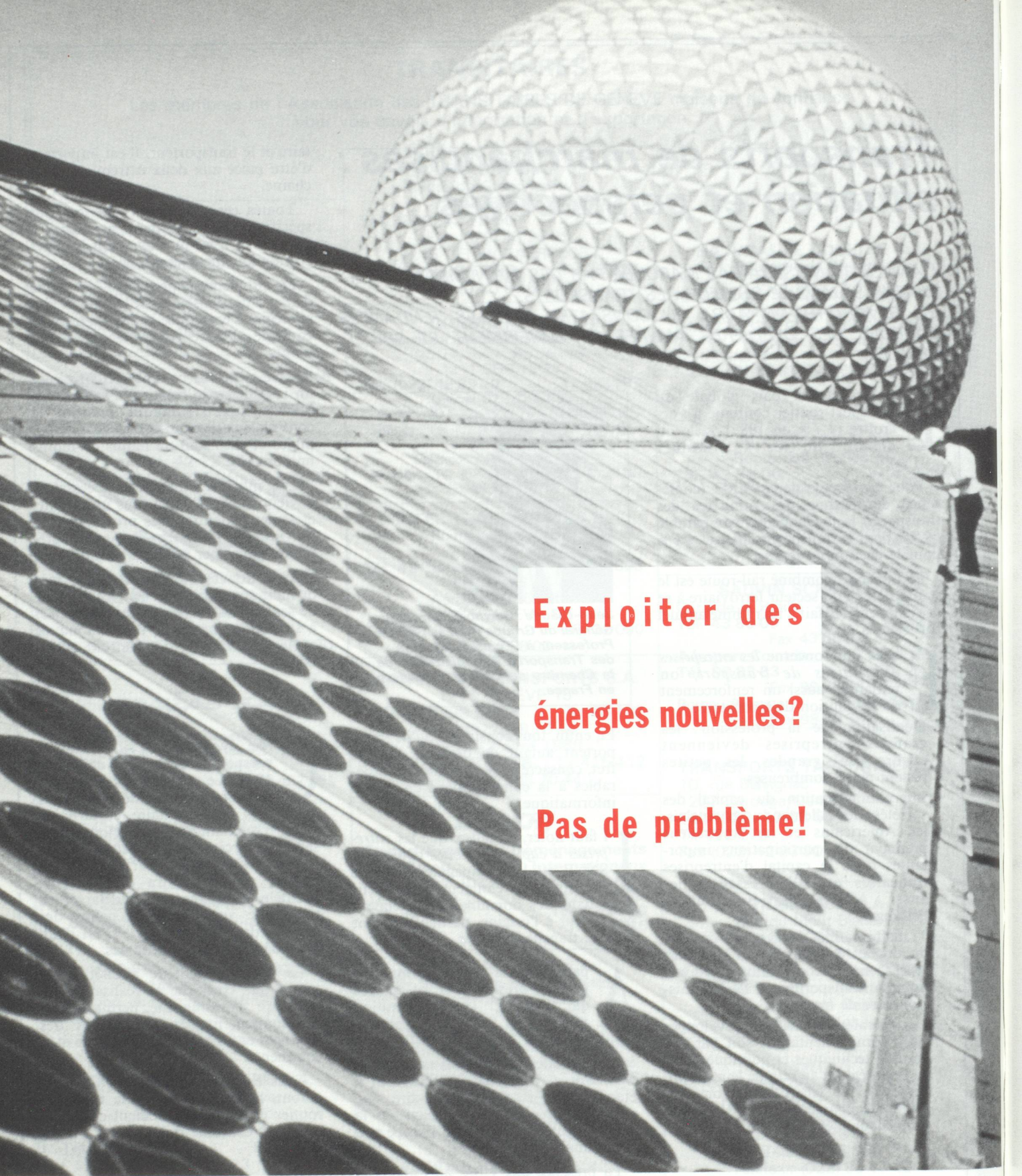
\*  
\*\*

**C**ette évolution se situe dans la perspective du marché unique de 1993. Le transport routier sera alors complètement déréglementé aux plans contingentaire et tarifaire. Cette potentialité de développement sera renforcée par l'existence d'un réseau autoroutier performant en Europe qui permettra d'offrir à la clientèle des garanties de délai et de régularité supérieures à celles des réseaux de chemin de fer. C'est d'ailleurs déjà bien souvent le cas.

La décision majeure à effet structurant que constitue la réalisation du lien fixe Transmanche permettra un développement sans précédent des échanges entre la Grande-Bretagne et le continent.

Tous les modes de transport y participeront, le chemin de fer, le transport routier et plus probablement encore le transport combiné rail-route. ■





**Exploiter des  
énergies nouvelles?  
Pas de problème!**

WINTERTHUR ASSURANCES est une des principales Sociétés Internationales d'Assurances. Le but que nous nous sommes fixés est de contribuer au développement de l'esprit d'entreprise. Les bonnes initiatives doivent aboutir et l'audace ne doit pas se transformer en témérité. Notre représentation, dans plus de 50 pays, nous permet d'avoir une vue globale des risques. Cette capacité est primordiale, notamment pour les entre-

preneurs. Notre Division Internationale a pour objectif de proposer à nos clients des solutions d'assurance à l'échelle mondiale. Notre adresse en France: WINTERTHUR ASSURANCES Société Suisse d'assurances. Direction pour la France: Tour Winterthur, 102 Terrasse Boieldieu, Cédex 18, F-92085 Paris la Défense, tél. 1/49 03 87 87, tél. 020530 1111/1/49038488. L'assureur des entreprises.

**winterthur**  
assurances



# Les sociétés d'assurances suisses dans la perspective de 1992

*L'ASSURANCE EN FRANCE REPRÉSENTE UN DES TOUS PREMIERS SECTEURS ÉCONOMIQUES.*

*LE MARCHÉ FRANÇAIS SE SITUE AU 5<sup>e</sup> RANG MONDIAL DERRIÈRE LES USA, LE JAPON, LA RFA ET LE ROYAUME-UNI ET SE CARACTÉRISE PAR UNE PROGRESSION RÉJOUISSANTE, DÙE NOTAMMENT À LA PRISE DE DIMENSION RAPIDE DE LA BRANCHE VIE QUI CROÎT DE PLUS DE 20 % DEPUIS 5 ANS.*

Cette prise de dimension découle, d'une part, principalement de la bonne tenue des marchés financiers et, d'autre part, de l'incertitude pesant sur les retraites par répartition.

Quant à l'Assurance Dommages, elle bénéficie de la complexité croissante de notre économie, de l'extension des notions de responsabilité et connaît une évolution supérieure de deux points environ, à celle du PNB sur longue période.

## DES PRODUITS PLUS SPÉCIFIQUES ET UNE FORMATION PROFESSIONNELLE ACCRUE

Ces tendances favorables attirent sur ce marché un nombre de plus en plus grand d'intervenants : banques, notamment en Assurance Vie, et tous autres distributeurs qui incluent les produits d'assurances dans leur offre (distributeurs automobiles) ou en font un axe de diversification (grandes surfaces spécialisées ou non par exemple).



Auteur

*André Favre-Rochex, Directeur Général pour la France des Sociétés Winterthur Assurances et Winterthur Vie, Administrateur de la Chambre de Commerce Suisse en France.*

Devant ces prises de position, les intervenants traditionnels, qu'il s'agisse des sociétés nationales, privées ou de mutuelles sans intermédiaires, ne restent pas sans réactions.

D'abord, ils tendent tous à se rapprocher de leurs clients en tenant de plus en plus compte de leurs aspirations, en rendant leurs produits plus spécifiques. Ils communiquent de façon plus marquée en tant qu'institution, ils investissent dans la formation de leur réseau, mettent à la disposition de ceux-ci des outils de plus en plus performants, des délégations de compétences plus importantes pour pouvoir répondre plus rapidement et plus complètement à leurs besoins.

A ces facteurs propres, s'ajoute ce qu'il est convenu d'appeler « LA PERSPECTIVE DE 1992 », qui pour ce qui concerne les Assureurs, se situe d'ailleurs en 1990.

En résumé, nous dirons qu'à cette échéance, il sera possible de choisir son assureur dans la Communauté, et ce, pratiquement sans contrainte pour les entreprises (si ce n'est la fixation de seuils transitoires en terme de personnel employé, de capital social ou de chiffre d'affaires).

La conjonction de ces deux phénomènes explique en grande partie un double mouvement de concentration, tant au niveau national qu'eupéen dont les épisodes alimentent régulièrement les rubriques financières dans la presse et/ou de spécialisation plus discrète mais non moins réelle.

Face à ces changements, la plupart des sociétés d'assurance suisses et Winterthur en particulier, se trouvent dans une position originale à plus d'un titre :

- Elles ont en effet su, dès l'origine, regarder l'Europe comme leur champ d'activités naturel ; elles disposent dans la plupart des pays de la communauté de succursales ou de filiales souvent centaines qui sont complètement intégrées à leur environnement et elles bénéficient donc souvent d'une image flatteuse de professionnalisme, de rigueur et de solidarité financière.
- Elles font partie des rares sociétés à avoir une expérience concrète et significative des différents marchés où elles figurent le plus souvent dans le peloton de tête des assureurs étrangers.

« 1992 », puisqu'il est convenu d'employer ce terme, apparaît pour les sociétés suisses, plutôt comme un aménagement des règles du jeu, certes délicat à négocier, vu la position de la Confédération en dehors de la Communauté Européenne qui crée sans doute plus d'opportunités que de risques. ■



# Des transitaires à votre service pour tous transports internationaux et opérations de dédouanement



**Société bâloise  
d'entrepôts  
et de transports S.A.**  
Erlenstr. 1  
4002 Bâle

Tél. (061) 695 81 11 Tx 967 100  
Fax (061) 695 82 14

## **DANZAS S.A.**

Direction Centrale Suisse  
Transports

Case postale 2680  
Leimenstrasse 1 4002 Bâle  
Tél. (061) 91 95 80 Tx 965 598  
Fax (061) 25 58 47

## **ERBACHER TRANSIT S.A.**

Vogesenstrasse 136  
4013 BÂLE

Tél. (061) 57 77 76  
Télex : 964 811  
Fax : (061) 57 77 39

## **ERKATRANS AG**

Internationale Spedition  
Riehenring 173 4016 Basel  
Tél. (061) 692 88 25  
Tx (061) 96 36 29  
Fax (061) 32 10 60

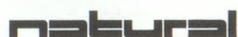
## **S.A. Internationale de Transports GONDRAND FRÈRES**

Viaduktstrasse 8  
4002 Bâle

Tél. 23 40 00 Tx 962 643  
Fax 22 02 94

## **KUONI TRANSPORT AG**

Jurastrasse 12  
4142 Münchenstein 1  
Tél. (061) 46 11 88  
Fax (061) 46 26 66  
Télex 962 514



## **NATURAL SA**

220, St. Jakobs-Strasse  
4002 Bâle  
Tél. (061) 51 51 51 Tx 962 752  
Fax (061) 50 03 23

## **NAUTA SA**

Transports internationaux  
Venedigstr. 18 Dreispitz  
POB 3782, CH-4002 Bâle  
Tél. (061) 50 56 88  
Fax (061) 50 56 80  
Tx 962 478

## **RHENUS Société Anonyme de Navigation et d'Expédition**

Hafenstrasse 13  
4019 Bâle  
Tél. (061) 65 33 33 Tx (061) 962 323  
Fax (061) 65 52 63

## **SCANSPED SA**

Transports internationaux  
Rautistrasse 71 - Case Postale  
8043 Zürich  
Tél. (01) 491 22 11 Tx 822 347  
Fax (01) 491 26 47  
Aéroport Zürich : Frachthof West  
8058 Zürich-Aéroport  
Tél. (01) 813 07 37 Tx 827 545

## **SCHNEIDER + CIE AG**

Solothurnerstrasse 48  
4002 Basel  
Tél. (061) 35 96 90  
Tx 962 223  
Fax (061) 35 97 86

## **TEAM TRANSPORTS SA**

Davidbodenstr. 5  
Case postale 42  
4004 Bâle  
Tél. (061) 44 13 75  
Tx 964 155  
Fax (061) 43 14 30

## **TNT EXPRESS**

Aérogare Fret  
1215 Genève-Aérogare  
TNT Ipec, The Express  
Freight System  
Skypak Division  
Tél. (022) 98 65 44

## **TRANSABAL SA**

Transports internationaux  
Dornacherstrasse 393  
Boîte Postale 4002 Bâle  
Tél. (061) 50 31 51  
(à partir du 22-10-89 : 061/331 31 51)  
Tx 962 328  
Fax (061) 50 00 19  
(à partir du 22-10-89 : 061/331 00 19)

## **WITAG-SCHENKER JET CARGO SA**

Bâtiment de Fret  
4030 Bâle - Aéroport  
Tél. (061) 57 29 28  
Telex : 963 484 wsb ch  
Fax : (061) 57 22 63

**N'hésitez pas à les consulter !**



# La situation de l'assurance-vie en 1988 bilan et perspectives

**1988 S'INSCRIT DANS LE MOUVEMENT GÉNÉRAL ENREGISTRÉ DEPUIS 1980 : BAISSÉ DU TAUX D'ÉPARGNE DES MÉNAGES ET ACCROISSEMENT IMPORTANT DES ENCAISSEMENTS DES SOCIÉTÉS D'ASSURANCE VIE. AINSI, LE MONTANT DES PRIMES DES AFFAIRES NOUVELLES RÉALISÉES AU PREMIER SEMESTRE S'ÉLÈVE-T-IL À 37,5 MILLIARDS DE FRANCS EN PROGRESSION DE 53,8 % SUR LA MÊME PÉRIODE DE 1987.**

**M**ais cette forte opération s'effectue dans des conditions très différenciées selon leur distribution et la nature des produits. Les guichets, banques et caisse nationale de prévoyance (Postes, Trésor), collectent désormais un tiers des encaissements de l'assurance-vie et produisent la moitié des affaires nouvelles réalisées. De même, la vente directe continue-t-elle à progresser lentement de 5 % en 1987 à plus de 6 % en 1988.

## LA NATURE DES CONTRATS COMMERCIALISÉS A SUIVI L'ACTUALITÉ

**L**a vente de nouveaux contrats d'assurance-vie dont les garanties sont libellées en part de valeurs mobilières a enregistré une baisse de 45 %, conséquence du krach boursier d'octobre 1987.

Les contrats de groupes ouverts permettent d'éviter le paiement de la taxe d'assurance et progressent toujours fortement : + 31 % en 1987 et + 44 % au premier semestre 1988. La mise en application de la directive sur la libération des mouvements de capitaux devrait entraîner la réduction sensible, voire la suppression de la taxe d'assurance, mais cette disposition n'interviendra pas avant 1990.



Auteur

**Jean-Antoine Chabannes,**  
*Directeur Général pour la France de la Société Suisse.*

Les contrats de capitalisation enfin continuent leur progression impressionnante : + 72 % en 1987 et + 155 % au premier semestre 1988. Les banques commercialisent souvent ces contrats en tant que bons de caisse rémunérés. Il faut dire qu'au bout de six années, on peut récupérer le principal et les intérêts cumulés en franchise d'impôt. Un autre avantage des contrats de capitalisation tient aux possibilités d'anonymat, mais l'imposition de la plus-value est alors élevée.

## LE PER : DES OBJECTIFS NON ATTEINTS

**U**ne autre caractéristique importante de l'année 1988 est le lancement du PER, fortement inspiré par l'Individual Retirement Account (IRA) américain et bâti sur un triple principe : libre choix des instruments financiers, imposition reportée lors de la sortie, généralisation

de l'offre de change. Une fiscalité trop complexe avantageant les souscriptions des personnes les plus âgées – on a même enregistré l'adhésion d'une centenaire ! – n'a pas permis d'atteindre les objectifs espérés : au 30 juin 1988, l'encaissement PER atteignait juste 4 % du montant des affaires nouvelles en assurance vie. Les pouvoirs publics, convaincus de la nécessité d'une préparation individuelle de la retraite, envisagent de simplifier cette législation complexe mais cela ne se ferait pas avant la Loi de Finances de 1990.

Pourtant la situation de l'assurance-vieillesse ne paraît guère florissante et les Pouvoirs Publics ont été contraints d'accroître la cotisation vieillesse de 1 % du salaire plafonné et de maintenir le prélèvement exceptionnel de 0,4 % sur les revenus. L'équilibre de l'assurance-vieillesse est ainsi assuré pour 1989. Mais après... Les réformes de structures prônées lors des États Généraux de la Sécurité sociale de 1987 se font attendre bien qu'elles soient inéluctables. Il faut dire que ces réformes ne seront pas populaires et le gouvernement chargé de les mettre en application pourrait en supporter les conséquences électorales.

**S**i l'avenir de l'assurance-vie dépend étroitement de la place prise par les régimes obligatoires Vieillesse, le rendez-vous européen du 1<sup>er</sup> juillet 1990 aura une importance significative. Désormais, toute société d'assurance européenne pourra directement commercialiser ses produits en Angleterre, en France, en Italie et dans le Bénélux. Cette situation conduit les sociétés d'assurance françaises à rechercher des alliances dans les différents pays d'Europe où elles ne sont pas encore implantées : UAP – SUN LIFE, AXA-MIDI – EQUITY & LAW, etc.

Il est indéniable que certaines sociétés anglaises, allemandes ou suisses implantées depuis longtemps dans plusieurs pays d'Europe bénéficieront de facilités. Ainsi Swiss Life, branche internationale de la Société Suisse, propose-t-elle depuis l'été 1988 aux non-résidents et expatriés un plan de retraite dont la monnaie de placement est au choix de l'assuré, le franc français, le franc suisse, l'écu et le dollar. ■



# Il suffit de 105 mots pour vous donner envie de voyager avec Swissair.

<u>Europe</u>	Zagreb	Manille
Amsterdam	Zurich	Pékin
Athènes	<u>Moyen-Orient</u>	Séoul
Bâle/Mulhouse	Abu Dhabi	Singapour
Barcelone	Amman	Tokyo
Belgrade	Ankara	
Birmingham	Bagdad	
Bordeaux	Beyrouth	
Bruxelles	Damas	
Bucarest	Djedda	
Budapest	Dubai	
Catane	Koweït	
Cologne/Bonn	Riyad	
Copenhague	Téhéran	
Düsseldorf	Tel-Aviv	
Francfort	<u>Afrique</u>	
Gênes	Abidjan	
Genève	Accra	
Glasgow (fret)	Alger	
Graz	Brazzaville	
Hambourg	Casablanca	
Hanovre	Dakar	
Helsinki	Dar es-Salaam	
Istanbul	Douala	
Larnaca	Johannesburg	
Linz	Kinshasa	
Lisbonne	Lagos	
Londres	Le Caire	
Madrid	Libreville	
Malaga	Monrovia	
Malte	Nairobi	
Manchester	Tripoli	
Marseille	Tunis	
Milan	<u>Amérique</u>	
Moscou	<u>du Nord</u>	
Munich	Anchorage	
Nice	Atlanta	
Nuremberg	Boston	
Oslo	Chicago	
Palma	Montreal	
Paris	New York	
Porto	Toronto	
Prague	<u>Amérique</u>	
Rome	<u>du Sud</u>	
Salzbourg	Buenos Aires	
Sofia	Caracas	
Stockholm	Rio de Janeiro	
Stuttgart	São Paulo	
Thessalonique	<u>Extrême-Orient</u>	
Tirana	Bangkok	
Toulouse	Bombay	
Turin	Djakarta	
Varsovie	Hong Kong	
Vienne	Karachi	

**swissair** 



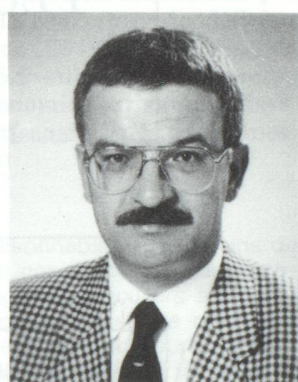
# Développement des liaisons aériennes franco-suisse

EN 1987, AIR FRANCE ET SWISSAIR ONT TRANSPORTÉ 1 164 000 PAS-SAGERS ENTRE LA FRANCE ET LA SUISSE ET VICE-VERSA. POUR LES HUIT PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE 1988, CE SONT 791 000 PAS-SAGERS QUI ONT EMPRUNTÉ LES LIAISONS DES DEUX COMPAGNIES, CE QUI REPRÉSENTE UNE AUGMENTATION DE 4 % PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE DERNIÈRE.

**L**e 1<sup>er</sup> avril dernier, un nouvel accord de coopération commerciale entre Air France et Swissair est entré en vigueur pour une période de trois ans. Par cet accord, les deux compagnies ont confirmé leur désir réciproque de développer le trafic France-Suisse vv. et d'assurer une exploitation optimale des possibilités existantes du marché, ainsi que d'établir les conditions préalables à une opération économique des deux partenaires sur ce secteur.

Parmi les conséquences pratiques du nouvel accord, depuis le 28 mars 1988, Swissair dessert Bordeaux au départ de Genève. Ainsi, chaque matin, du lundi au samedi, un Saab SF 340 de Crossair effectue, pour le compte de Swissair, la rotation Genève-Bordeaux-Genève. Air France continue, de son côté, à exploiter, chaque soir, sa liaison Bordeaux-Genève-Bordeaux avec un Fokker F-28. Après Paris (1931), Nice (1949), Marseille (1974) et Toulouse (1983), la capitale de la Gironde est ainsi devenue la cinquième escale de Swissair en France.

Depuis mi-juillet dernier, Swissair et Air France desservent conjointement, avec un Saab SF-340 de Crossair, une nouvelle ligne entre Zurich et Marseille. Avec la liaison quotidienne Genève-Marseille, déjà assurée par un DC-9 Swissair, la grande cité Phocéenne bénéficie donc, dorénavant, de deux liaisons par jour avec la Suisse.



Auteur

*Jean-Pierre Allemann, Directeur Général pour la France de Swissair, Administrateur de la Chambre de Commerce Suisse en France.*

Autre amélioration consécutive à l'accord, la desserte de la Suisse, au départ de Paris, a encore été renforcée par deux vols quotidiens supplémentaires : l'un, opéré par Air France, entre Paris et Zurich, l'autre, opéré par Swissair, entre Paris et Genève.

## DE NOUVELLES LIAISONS PRÉVUES EN 1989

**A**insi, pour la première fois depuis de nombreuses années, les opérations aériennes entre la France et la Suisse ont connu à nouveau une phase d'expansion. Celle-ci n'est d'ailleurs pas terminée, puisque de nou-

velles liaisons ou l'amélioration de liaisons existantes sont prévues pour le printemps 1989. En effet, avec l'introduction de l'horaire d'été, Swissair introduira, cinq fois par semaine, une liaison Zurich-Lyon-Zurich tandis qu'Air France opérera, 6 fois par semaine, des vols Marseille-Genève-Marseille qui renforceront les fréquences déjà existantes assurées par Swissair entre Marseille et Genève et Zurich. D'autre part, à la même époque, un vol supplémentaire sera introduit sur l'axe Genève-Toulouse-Genève, tandis qu'une nouvelle liaison sera créée entre Toulouse et Zurich. Parallèlement, la liaison Swissair entre Genève et Bordeaux passera de six vols par semaine à une fréquence quotidienne.

Dans les années à venir, la coopération entre Air France et Swissair devrait également permettre l'amélioration des vols aller-retour dans la même journée ainsi que l'ouverture de nouvelles lignes entre la France et la Suisse.

## QUELLES PERSPECTIVES APRÈS 1992 ?

**S**i la France fait partie de la CEE, la Suisse quant à elle s'interroge encore sur les relations qu'elle devra entretenir avec la Communauté européenne à partir de 1993. Pour sa part, Swissair appuie les efforts des autorités helvétiques en vue d'associer la Suisse à la CEE dans le domaine du transport aérien. Il s'agit, avant tout, d'éviter la scission de l'Europe en deux blocs et d'assurer à Swissair, sur un marché européen libéralisé, les mêmes droits et obligations qu'aux compagnies des États membres de la CEE, que ce soit avant ou après 1992. A une époque où l'on parle beaucoup de fusions, si Swissair souhaite coopérer avec d'autres compagnies, en Europe ou outre-mer, pour alléger ses coûts et améliorer son offre, elle ne veut pas pour autant renoncer à son identité nationale. ■



# Suisse de Réassurances



Zurich, Téléphone 01 208 21 21, Télex 0045 815 722 sre ch, Télécopieur 01 208 29 99

## PRECISION ASSUREE



### PAR CHRONOMETRES DIGITAUX

affichage LCD  
au 1/100 de seconde - 1/100 ou 1/1.000 de minute  
multifonctions  
avec ou sans mémoires - avec commande externe  
étanches aux projections d'eau  
modèles de table ou à encastrer

### CLASSIQUES

mouvement 7 rubis fabrication suisse  
ressorts infatigables  
au 1/5 ou 1/10 de seconde - 1/100 de minute  
ou 1/10.000 heure  
pour sport - industrie - laboratoire



### CURVIMETRES

de haute précision à 2 aiguilles  
4 échelles 1: 100 l: 50 l: 25 l: 20  
compte et décompte - totalisation  
automatique  
axes empierrés sur rubis  
remise à zéro par bouton-poussoir



### PODOMETRES

SERVICE EXPORTATION SPECIALISE

## BLET

INSTRUMENTS DE MESURE ET DE CONTROLE DE PRECISION

132, faubourg St-Denis - 75010 PARIS - ☎ 42 06 44 16

Télex BLET PARIS 220 000

BORDEAUX • LYON • NANTES • STRASBOURG

56 44 23 97 70 83 60 77 40 20 45 83 88 32 57 70

Au centre de Paris - dans le calme  
un confort moderne dans un cadre agréable

## FLORIDA HOTEL ★★★

7, rue de Parme - 75009 Paris

Tél. 48-74-47-09 - Telex 640.410 F

Dans toutes les chambres, téléphone relié directement avec le  
réseau international, T.V. couleur, Bar

Prop. G. Daetwyler, Dir. suisse

## ÉCOLE SUPÉRIEURE DES ENSEMBLIERS CEC

Centre d'études classiques de l'ameublement  
et de la décoration intérieure

Programme d'enseignement CEC pour la profession

## D'ENSEMBLIER DÉCORATEUR DÉCORATRICE

Ameublement, architecture intérieure, études classiques,  
pratique moderne

École fondée en 1965 - Cours en français

Secrétariat-École CEC Genève, rue du Clos 9-11

Information : tél. 022/35 43 04 - 1207 Genève

## François SULGER

: PSYCHOLOGUE CONSEIL  
: GRAPHOLOGUE

*vous apporte près de 20 ans d'expérience comme consultant pour:*

- vos problèmes de RECRUTEMENT
- la création et l'animation de SEMINAIRES de FORMATION
- une ASSISTANCE stratégique pour vos problèmes de communication, de promotion  
d'image de marque
- un DIAGNOSTIC GRAPHOLOGIQUE ou un BILAN psychologique PERSONNEL

16 avenue Reille 75014 Paris

tél. (1) 45.89.04.73