

Zeitschrift:	Revue économique franco-suisse
Herausgeber:	Chambre de commerce suisse en France
Band:	69 (1989)
Heft:	4
Artikel:	Le secteur du textile en France : évolution actuelle et perspectives à moyen terme
Autor:	Masson, Jean-Pierre
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-887210

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: 07.02.2026

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

dustric horlogère suisse est trop morcelée ; le fabricant de montres s'adresse

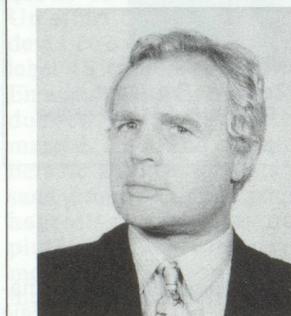
Le secteur du textile en France : évolution actuelle et perspectives à moyen terme

NOTRE DOMAIN, LE TEXTILE SUISSE, DESTINÉ À LA CONFETION FÉMININE, A CONNU UNE LÉGÈRE AUGMENTATION DE 3 À 4 % GRÂCE À DES COLLECTIONS MIEUX ADAPTÉES AU MARCHÉ FRANÇAIS.

La majorité des fabricants suisses s'occupant plus particulièrement du marché allemand, qui représente pour eux environ 50 % des échanges au niveau européen, la France vient de ce fait en seconde position, avec environ 20 %. Nous parlons là des tissus finis – coton, synthétique et jersey – n'entre pas dans ces pourcentages le chiffre réalisé par les ennoblisseurs, les brodeurs, enfin tous les aspects de surface dont le chiffre d'affaires est surtout réalisé par ces apports de plus-value aux tissus.

Pour cette fin d'année, le cahier d'ordres est plein et les apprêteurs, teinturiers, imprimeurs et tisseurs ont des délais importants de deux à trois mois. Néanmoins, à ce signe de bonne santé, il faut opposer le fait que l'outil de fabrication avait été réduit les années précédentes, et que 1989 a connu également la fermeture de deux teinturières.

L'organisation suisse de production textile change, à savoir que d'une organisation horizontale elle passe à une organisation verticale. L'exemple le plus frappant en est la société Mettler, l'un des principaux « converter » de Saint-Gall, qui est entrée dans le capital de la Holding Gurit-Heberlein, en profitant donc de la Société d'Impression Heberlein Textil Druck.



Auteur

Jean-Pierre Masson, Directeur de Mettler France Sàrl.

PERSPECTIVES 1990

Les clients de la profession sont en France les confectionneurs à marque ; bon nombre de fabricants suisses sont les premiers fournisseurs de marques prestigieuses comme Rodier - Cacharel - Devernois - Gérard Pasquier - Rech etc.

L'accroissement du chiffre d'affaires avec ces sociétés doit de plus en plus passer par un partenariat très poussé ; chacun cherche à conserver son identité

gissement important de clients potentiels qui n'ont pas encore dépassé le stade de la recherche et tout autre considération.

et se doit d'être à même de rendre un service à la carte de plus en plus grand.

Pour nous maintenir (la production suisse ne sera jamais un produit bon marché) nous devons créer et innover sans arrêt, augmenter l'intérêt de nos points forts, à savoir :

- Qualité irréprochable
- Respect des délais de livraison
- Fiabilité des produits sur plusieurs saisons
- Gamme de produits coordonnables.

Commercialement, la clientèle évolue également et nous la suivons ; les centrales d'achat, les boutiques à succursales multiples en maille et jersey par exemple, ajoutent des produits tissés et imprimés pour augmenter le chiffre d'affaires de leurs magasins et nous serons présents. Les grandes marques font fabriquer une partie de leur production en Asie, en Europe de l'Est, en Afrique du Nord et, là également, afin de baisser leurs prix de revient, nous serons présents pour les mettre en contact avec les producteurs étrangers.

Le rapprochement « Converter », imprimeur et tisseur dont je parle plus haut et les éléments qui précèdent nous permettent de penser, malgré un marché difficile, la souplesse de fabrication et les prix de revient plus bas pour l'année 1990, que nous connaîtrons une évolution normale.

MARCHÉ EUROPÉEN 1992

Nous sommes déjà organisés sur toute l'Europe, aussi bien commercialement que créativement, et sommes donc bien placés pour conserver en main ce marché. Nous recherchons cependant aujourd'hui à gagner du temps dans les expéditions et les rapports bancaires car nous avons, néanmoins, toujours une frontière entre nous, alors que nos confrères du Marché Commun, Italiens et Allemands, en seront exemptés. Il est de ce fait indispensable de résoudre ce problème afin de conserver la place privilégiée que nous avons dans les productions Moyen – Haut de Gamme, sur le marché français.