

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 69 (1989)
Heft: 4

Artikel: Implantation d'une filiale en France : l'expérience d'une entreprise suisse
Autor: Lagut, Bernard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-887218>

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>

Implantation d'une filiale en France : l'expérience d'une entreprise suisse

Bernard Lagut,
Gérant de la Société Air Loc Schrepfer France, Pantin

Par ailleurs, la connaissance du marché, les perspectives commerciales d'expansion et de croissance de la société nous appartiennent. Les rapports entre société-mère et filiales sont plus francs, aucune arrière pensée ne venant entacher les contacts techniques, commerciaux ou humains.

Fonder une société filiale en France est une aventure, comme toute création, mais parfaitement justifiée car le marché est potentiellement important. L'image inhérente à tout matériel suisse est : « qualité » – « délai » – « fiabilité » – « robustesse » mais aussi un à priori de « coût élevé », ce qui n'est pas toujours le cas, ni en valeur absolue, ni en valeur relative.

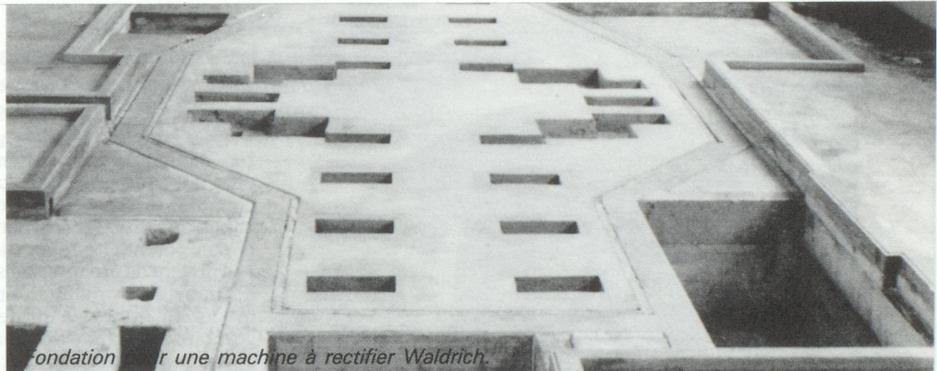
Depuis plus de 30 ans, AIR LOC SCHREPFER est spécialisée dans les techniques antivibratoires. La société conçoit, produit et commercialise des équipements (plaques – éléments et pieds de nivellement – isolation de fondations) qui sont utilisés dans tous les secteurs de l'industrie.

Air Loc Schrepfer est une entreprise hautement spécialisée qui offre aux industriels ses trente années d'expérience acquise dans le domaine de l'isolation antivibratile, un secteur actuellement particulièrement à l'ordre du jour.

Si la société Air Loc Schrepfer a plus de trente années d'existence en Suisse, la société Air Loc Schrepfer France date de tout juste quatre années. En effet, la première solution choisie pour assurer la présence des produits Air Loc sur le marché français, fut de passer par l'intermédiaire de distributeurs. C'est une solution de facilité qui a été exploitée pendant de nombreuses années, trop nombreuses, peut-être.

L'avantage principal apporté par un distributeur, est l'absence d'investissement de la part du représenté pour planter sa marque sur le marché. Cet avantage n'est pas négligeable mais avec l'expérience, il est insuffisant comparé aux inconvénients qu'il présente. Notre Société Mère de Zurich a décidé de prendre « en mains » sa propre destinée et de s'implanter en France en 1983.

Un personnel commercial, représentant isolé de société étrangère (appellation légale), salarié de la société suisse fut installé en France pour « sentir » le marché français et établir les premiers contacts avec les grands groupes industriels.



Après environ 18 mois d'une telle action et, au vu des résultats obtenus, la décision fut prise de créer la société et de l'implanter correctement.

La Chambre de Commerce Suisse en France, établie à Paris, s'est chargée des formalités administratives. Ce fut une aide efficace, ce qui permit à Air Loc Schrepfer France de consacrer toute l'énergie nécessaire pour trouver des locaux :

- pour les bureaux : pas trop de problèmes,
- par contre, trouver des locaux industriels pour le stockage de nos matériels, fut autrement plus difficile. En effet, l'acquisition ou la location de petites surfaces ou de petits volumes de stockage en région parisienne, relève du domaine de l'impossible !

Ces difficultés matérielles surmontées, nous avons pu mesurer toute la différence qui existe entre une société commerciale ayant ses propres structures et un distributeur sur lequel il n'y a aucune possibilité de contrôle ou d'action.

Après peu d'années d'existence, le volume des ventes et l'importance des réalisations sont sans commune mesure avec celles réalisées par un distributeur.

La qualité et le sérieux suisses ne sont pas de vains mots, il faut savoir en tirer profit et les industriels français sont prêts à investir dans des matériels sûrs et répondant à leurs besoins.

Si tous les arguments plaident en faveur d'une implantation de société-filiale, il y a aussi, en contrepartie, un certain nombre de points qu'il faut respecter pour réussir cette implantation dont, en particulier, la rapidité de réactions dans les interventions – expéditions – fournitures – les « stock zéro » « flux tendu » ... Ils sont de rigueur et il n'est pas question de trouver quelque excuse pour un retard d'expédition ou de livraison ; ceci implique obligatoirement un stock confortable disponible sur le territoire.

En conclusion, on peut dire que même pour une entreprise de taille modeste comme AIR LOC SCHREPFER, l'implantation d'une filiale en France s'avère judicieuse et rentable. La filiale participe directement à la croissance de la société-mère. La politique commerciale et technique est unique et un effet de synergie entre société-mère et filiales assure une meilleure pénétration du marché ; l'augmentation des résultats est plus rapide et plus significative.