

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 74 (1994)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Face à un marché difficile, Buhler France développe son activité d'ingénierie  
**Autor:** Rudisuhli, Pierre A. / Pelletier, Richard le  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-886690>

#### 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:** 12.01.2026

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

## Face à un marché difficile, Buhler France développe son activité d'ingénierie

**Entretien entre Pierre A. Rudisuhli, Gérant de Buhler France, Paris-La Défense et Richard le Pelletier**

**Buhler a trois activités principales qui sont :**

- **l'alimentaire : meunerie (la première activité de Buhler), chocolaterie, café, cacao, aliments composés, huileries, pâtes alimentaires, malterie, brasserie, produits alimentaires...**
- **le non alimentaire : chimie, encres, peintures, procédés thermiques, techniques de l'environnement, techniques des manutentions, silos portuaires...**
- **technique de la coulée sous pression...**

**La diversité de ces trois activités est un des points forts de Buhler qui, intervenant en tant que fournisseur d'installations complètes clefs en main a développé pour celles-ci une activité automation et électronique industrielle.**

**A** près une année 1993 difficile, l'exercice 1994 s'inscrira encore en chiffres rouges et 1995 ne devrait guère être mieux. Pour ce qui est des perspectives, la prudence est le maître-mot bien que beaucoup de projets soient à l'étude ; les clients cependant ont du mal à se décider.

Le marché français, tout comme celui de l'Europe occidentale, est « en plein déclin » pour les grands projets ou réalisations. Si, en 1992, 60 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du groupe Buhler était réalisé en Europe, en 1994, la proportion est passée à 40 %. Le remplacement, l'adaptation ou les modifications de matériel sont les principales composantes du marché français, très peu porteur donc en termes d'extension des capacités de production. Beaucoup de clients travaillent en surcapacité (meuneries, brasseries, pâtes alimentaires, par exemple) et les installations ne sont pas utilisées à leur optimum ; une forte reprise de la consommation serait donc nécessaire au redémarrage des investissements.

Par ailleurs, les grands clients traditionnels collaborent de plus en plus étroitement avec les entreprises de la grande distribution. Ce partenariat implique une réduction de leurs marges commerciales et, par là même, les oblige à être beaucoup plus attentifs au prix et à la durée de vie du matériel existant.

Le coût du franc suisse est pénalisant surtout vis à vis des concurrents originaires de pays à faible devise qui peuvent faire des offres à des conditions bien plus intéressantes. Il faut savoir en effet qu'environ 50 % du matériel installé par Buhler France provient de la maison mère en Suisse.

Pour garder, voire augmenter, sa part de marché, Buhler France s'appuie sur trois piliers : qualité, fiabilité, rentabilité. Son objectif est d'accroître encore les relations de partenariat avec ses clients, d'être davantage une société d'ingénierie plutôt qu'un simple fabricant et n'hésite pas, dans ce cadre, à étudier des projets très spécifiques, jugés difficiles à réaliser (Buhler est d'ailleurs connu pour l'étude et la mise au point des « moutons à cinq pattes »).

L'implantation de Buhler en France est très ancienne (1891). Cette entreprise est perçue sur la place comme une entité suisse et bénéficie ainsi de l'excellente réputation qu'ont les fabrications helvétiques notamment en matière de qualité et de fiabilité, un atout utilisé d'ailleurs pour promouvoir le sérieux de ses prestations comme par exemple la rapidité du dépannage et le service après-vente. Buhler France travaille avec des sous-traitants préférentiels dans différents domaines en complément du matériel importé ; ceci lui permet de suivre ses clients même en dehors de l'Hexagone.

Quant au non de la Suisse à l'EEE, l'entreprise ne rencontre pas de problème lié à cette décision du peuple suisse, une partie des installations proviennent en effet des usines du Groupe situées en Allemagne et en Espagne.

Les communications sont facilitées dans le groupe par l'existence d'une culture et d'un esprit Buhler : tous les ingénieurs et techniciens, quelques mois après leur embauche par la filiale française, sont détachés un an au siège de la maison mère favorisant ainsi un véritable esprit maison et une meilleure perception de l'ensemble du Groupe. ■