

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 75 (1995)
Heft: 4

Rubrik: Rétrospective économique 1995

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: 07.01.2026

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

Gros plan sur les entreprises suisses établies en Région Rhône-Alpes

Dans leur majorité, les succursales des entreprises suisses installées en France font partie de la catégorie des PME. Bien souvent, elles ont préféré la province, notamment les régions proches de la frontière suisse, au niveau relativement élevé des loyers parisiens. Soucieux de prendre en compte également, dans notre bilan annuel, ces zones frontalières qui sont loin d'être négligeables, nous avons inclus dans notre sondage la région Rhône-Alpes, avec sa capitale Lyon. Les expériences des entreprises suisses qui y sont présentes montrent que la région Rhône-Alpes, qui réalise pas moins d'un dixième du produit intérieur français, est comparable à un microcosme de l'hexagone.

Les difficultés que l'on rencontre dans le reste de la France s'y retrouvent également, que ce soit en miniature ou parfois même sous une forme exacerbée. Pour les filiales suisses installées dans cette région se posent ainsi à priori les mêmes problèmes (ou du moins des problèmes similaires) qu'aux entreprises domiciliées dans le reste de la France et à proximité de sa capitale. Certes, le voisinage immédiat de la Suisse apporte dans de nombreux cas un avantage important, mais la proche frontière est loin de constituer une protection contre les

problèmes économiques et les revers conjoncturels.

Que ce soit dans la région Rhône-Alpes ou près de Lyon, la Suisse est surtout présente dans le tissu industriel. Nous avons donc essentiellement limité notre sondage à ce secteur. Pour constater à quel point la place financière de Lyon a perdu de son importance au cours des dernières années, il suffit de visiter les locaux en grande partie vides de la Bourse de Lyon qui, pourtant, furent autrefois le lieu d'une activité débordante et n'offrent plus aujourd'hui qu'un témoignage historique *par excellence*. Comme le souligne Pierre Walker, président de la Chambre de Commerce Suisse en France, Région Rhône-Alpes Auvergne, Lyon accueille tout de même encore 60 banques, dont la **Banque Cantonale de Genève France SA**, la seule banque suisse de Lyon. A en croire cette banque, celle-ci vit principalement du crédit – et pas si mal. Parmi ses clients, on trouve en effet des petites et moyennes entreprises qui, comme l'explique l'institution bancaire, doivent régulièrement procéder à un minimum d'investissements pour pouvoir affronter la



Photo : vue générale de Lyon. © CCI de Lyon.

...« La Suisse était en 1994, le 6^e plus important marché étranger de la Région Rhône-Alpes et son 8^e fournisseur »...



© Sogelym Steiner SA.

Photo : les laboratoires Rhône Mérieux construits par l'entreprise Sogelym.

concurrence. Cette modernisation forcée remplit également les livres de crédit de la filiale de la Banque Cantonale de Genève qui estime que des taux d'intérêts français plus bas permettraient à la banque d'accorder des prêts encore plus nombreux.

La baisse des taux d'intérêts, c'est sur elle également que portent les espoirs de l'entreprise de construction **Sogelym Steiner SA** (à participation 50 % française / 50 % suisse) installée à Lyon et à Paris. Et cela notamment dans le secteur de la construction de logements, toujours très déprimé : le prêt à taux zéro décidé l'été dernier par le gouvernement Juppé devrait peut-être permettre de le relancer à moyen terme. Cependant, comme l'explique le Directeur Commercial de cette entreprise, Philippe Crespin, Sogelym Steiner est plus active actuellement dans la construction de bâtiments industriels que de logements : la crise du marché, qui n'a pas épargné la Région Rhône-Alpes, a conduit les banques à s'écarter de ce secteur, de sorte que les crédits pour l'immobilier sont eux aussi devenus de plus en plus rares, pour ne pas dire inexistant. Ainsi, l'entreprise Sogelym

Steiner est de plus en plus sollicitée pour participer au financement de projets de type logistique ou industriel. Elle le fait essentiellement par le biais d'organismes de crédit-bail ou d'investisseurs institutionnels qui lui font confiance et agissent en partenaires. Dans l'ensemble, M. Crespin juge l'année 1995 assez satisfaisante, d'autant qu'on a enregistré une petite reprise de l'activité dans la période qui a suivi l'élection présidentielle. M. Crespin espère maintenant que cette reprise se manifestera vers la fin de l'année par de nouvelles commandes et qu'elle permettra ainsi de bien finir une année plutôt agitée.

1995 a présenté un profil similaire également pour la Société **SFS Stadler SA**, spécialisée dans les techniques de fixation par autoperçage. D'après son Gérant, Rémy Ogay, cette entreprise n'a pu se maintenir à flots au cours de cette période que grâce à des commandes industrielles. Beaucoup de ses réalisations étaient destinées à des entreprises étrangères qui, d'après M. Ogay, ont été nombreuses en 1995 à s'installer en région Rhône-Alpes et notamment à Lyon. Au vu de cette internationalisation, qui va sans aucun

doute s'accélérer encore à la suite de l'élection, pendant la période envisagée ici, de l'ancien Premier Ministre libéral Raymond Barre au poste de maire de Lyon, un journal économique français titrait en octobre 1995 par : « *Lyon tisse son réseau européen* ».

Pourtant chez SFS Stadler, on juge encore très faible le secteur du logement. Le groupe, actif également dans les techniques de consolidation (forgeage à froid) travaille en outre pour l'automobile, notamment pour ses équipementiers. SFS Stadler a donc vécu en 1995 au rythme du marché français de l'automobile, lequel a d'abord connu une embellie jusqu'au milieu de l'année, c'est-à-dire jusqu'à l'expiration de la prime à l'achat de véhicules neufs décrétée par le gouvernement Balladur, avant de littéralement s'effondrer. Pour la Société SFS Stadler comme pour d'autres, il ne reste au bout du compte qu'une légère augmentation du bénéfice. « *Dommage* », soupire M. Ogay, « *l'année avait si bien commencé dans ce secteur !* ».

A l'opposé, pour Michel Bultel, Président-Directeur Général de **Martin SA**, filiale à 100 % du constructeur suisse de machines installée à Villeurbanne, l'année qui s'achève a été l'une des meilleures. Sa société vit exclusivement (93 %) d'exportations dans le monde entier et, d'après les indications de son directeur, se trouve (encore) dans l'heureuse situation de ne pas avoir trop de concurrents. En moyenne, une machine d'emballage industriel vendue par Martin coûte 7 millions de FRF. Comme indiqué déjà par ailleurs dans l'article, le chiffre d'affaires pour l'année 1995 devrait être supérieur à 900 millions de FRF. Martin SA produit ses machines entièrement en France et n'est donc pas touchée par le cours élevé du franc suisse. De par sa prospérité, cette entreprise est donc l'exception qui confirme la règle.

Et ce que la règle signifie, Jacques Boisset, Président-Directeur Général de **MAAG France SA** (27 salariés), le sait mieux que quiconque. Sa société, qui travaille dans le domaine de la construction mécanique, entretient

certes encore un petit bureau à Paris, mais les services administratifs ont quitté la capitale en 1995, pour des raisons de coût et se sont installés à Lyon, dans des locaux que MAAG France possède depuis le début des années 80 et qui, d'après M. Boisset, sont « très bien desservis », tout comme d'ailleurs l'ensemble de la région. Pour MAAG France, 1995 a été une mauvaise année, une année de repositionnement. Le groupe mécanique, d'un chiffre d'affaires d'environ 50 millions FRF, travaille dans trois secteurs principaux : celui de l'énergie, de la fabrication du ciment et de la chimie et des polymères. La société vit également en partie de la défense nationale, notamment de la marine, qui est un client important. Pourtant, tout comme le budget français de la défense a été réduit depuis la fin de la guerre froide, les activités de MAAG dans ce secteur ont également connu une forte baisse. Et la fin de cette régression n'est pas encore en vue. Si la marine nationale passe encore des commandes, elles ne se caractérisent aujourd'hui plus par leur aspect lucratif, mais bien par une rentabilité extraordinairement faible. D'après M. Boisset, MAAG France doit donc procéder maintenant non seulement à une reconversion de ses produits, mais à une mutation de ses mentalités internes et s'adapter le plus vite possible et le plus largement aux besoins de l'industrie française privée. En clair, M. Boisset souhaite réaliser une meilleure intégration de son entreprise dans le tissu industriel français. Pour cela, constate soucieux le chef de MAAG France, les produits commercialisés en France sous le label « Made in Switzerland » sont beaucoup trop onéreux. En comparaison notamment avec les produits concurrents américains qui, du fait de la faiblesse du dollar – M. Boisset soupçonne les USA de pratiquer un dumping monétaire délibéré – représentent depuis longtemps un danger et pas seulement pour les fabricants suisses.

Mais le PDG de MAAG France s'inquiète aussi particulièrement de ce que le tissu industriel français est exposé dans certains secteurs, et depuis long-

temps, à une érosion constante. C'est ainsi par exemple, que l'Hexagone ne dispose plus d'industrie des biens d'équipement, à laquelle MAAG France pourrait livrer ses produits. Pour lui, la France se concentre trop sur l'Allemagne dans ce secteur et en devient dépendante. L'industrie mécanique d'outre-Rhin est en effet cinq fois plus puissante que son homologue française. Il reste alors peu d'espace pour la Suisse et sa mauvaise réputation en matière de prix.

Cette remarque rejoint celle de Rémy Ogay (SFS Stadler). Pour ce dernier en effet, la Suisse a perdu de son importance en France au cours des dernières années – et cela pas seulement à cause de sa position de refus vis-à-vis de l'Europe – mais surtout à cause du niveau élevé du franc suisse qui rend par exemple les machines industrielles suisses de plus en plus difficiles à vendre en France. Pourtant, si l'on examine les statistiques dans ce domaine, on ne relève pas de tendance négative de ce type : les exportations suisses de biens d'équipement professionnels vers la région Rhône-Alpes ont augmenté en 1994 par rapport à l'année précédente, de 1,26 à 1,55 milliard de FRF, ce qui en fait le plus fort secteur d'exportation de l'économie suisse vers cette Région. A l'inverse, la Suisse a importé de son

voisin français surtout des biens de consommation courante (1,68 milliard de FRF) et des demi-produits non métalliques, pour un montant de 1,65 milliard de FRF. Au total, la Suisse était en 1994 le sixième plus important marché étranger de la région Rhône-Alpes, et son huitième plus gros fournisseur, de sorte que la Confédération a terminé l'année avec un déficit commercial de 3,71 milliards de FRF vis-à-vis de la région Rhône-Alpes.

L'envolée continue du franc suisse en 1995 a également donné des ailes au « petit trafic frontalier » entre la France et la Suisse. Compte tenu du panier moyen de la ménagère, le consommateur suisse réalise une économie d'environ 35 % en achetant en France. Les visiteurs vaudois ou genevois iraient ainsi dépenser chaque année entre 400 et 600 millions de francs suisses en France voisine. C'est pour répercuter une partie de cette « fuite de capitaux » que Migros, le géant helvétique du commerce de détail, a investi quelque 60 millions de francs suisses pour installer deux supermarchés juste au-delà de la frontière, à Thoiry et Étrembières. Mais si Migros France a enregistré une croissance à deux chiffres, les établissements Migros genevois ont vu leur chiffre d'affaires baisser de 3,6 % l'année dernière.



Photo : Les bâtiments de SFS Stadler SA à Valence.

... « apparemment soucieux de vivre et de penser européen, les clients français tendent en effet à donner la préférence à des fournisseurs de l'Union européenne... »



Photo : L'Alphapage de Swissphone - Sprintel SA.

...« Un nombre croissant de grands marchés publics se ferment à la concurrence... »

grâce à des produits financièrement bien placés et présentant des standards de qualité jugés suffisants par les clients locaux, mais pour une durée de vie souvent moindre. Dans le cadre actuel d'une recherche de réduction des coûts et d'un retour rapide sur investissement, la notion de faible prix n'est pas toujours compatible là où une qualité élevée s'avérerait plus rentable mais sur une durée d'utilisation et d'amortissement plus longue.

Comme l'indique Rémy Ogay, Gérant de **SFS Stadler SA**, implantée à Valence dans la Drôme, il semblerait en outre qu'une évolution dangereuse pour l'industrie suisse se dessine actuellement en France : apparemment soucieux de vivre et de penser européen, les clients français tendent en effet à donner la préférence à des fournisseurs de l'Union européenne et à ne plus faire grand cas, délibérément ou non, des producteurs suisses. La Suisse est tout bonnement jugée trop chère. Elle perd donc de l'intérêt aux yeux du monde économique français, avertit M. Ogay, qui ajoute avoir le très net sentiment que les médias de l'Hexagone, pour ne citer qu'eux, parlent de moins en moins de la Suisse. Bref, tout semble se passer comme si l'Helvétie était devenue un peu suspecte aux yeux des Français.

Cette opinion est partagée en partie par Patrice Kaiser, gérant d'**Osteo France**, une entreprise spécialisée dans la vente de prothèses et de matériel orthopédique suisse. S'il ne fait aucun doute, selon lui, que le label « Swiss made » reste en France une garantie de haute qualité et de sécurité, il n'empêche que les difficultés financières que traverse le secteur de

la santé en France ont également mis en branle, de ce côté-ci, le rouleau compresseur des économies. Et à l'instar de Camille Bauer, Osteo France a de plus en plus souvent affaire à une concurrence française bon marché, travaillant dans des régions du pays où les coûts salariaux n'atteignent qu'une fraction de ce qu'ils sont en Suisse.

M. Kaiser ne se fait donc aucune illusion. Pour lui, l'assainissement absolument impératif de la Sécurité sociale va continuer de réduire la demande de prothèses coûteuses et d'éroder progressivement le chiffre d'affaires de son entreprise – un sort qu'Osteo France partage avec de nombreuses autres sociétés pharmaceutiques suisses, parfois même « géantes », implantées en France. Et loin de voir la fin de ce régime d'économies, le responsable d'Osteo France estime au contraire qu'on n'en est qu'au début et que les restrictions budgétaires frappant le secteur hospitalier vont avoir des conséquences bien plus sensibles encore. En attendant, on observe d'ores et déjà une plus grande retenue de la part des médecins, soumis à des contrôles

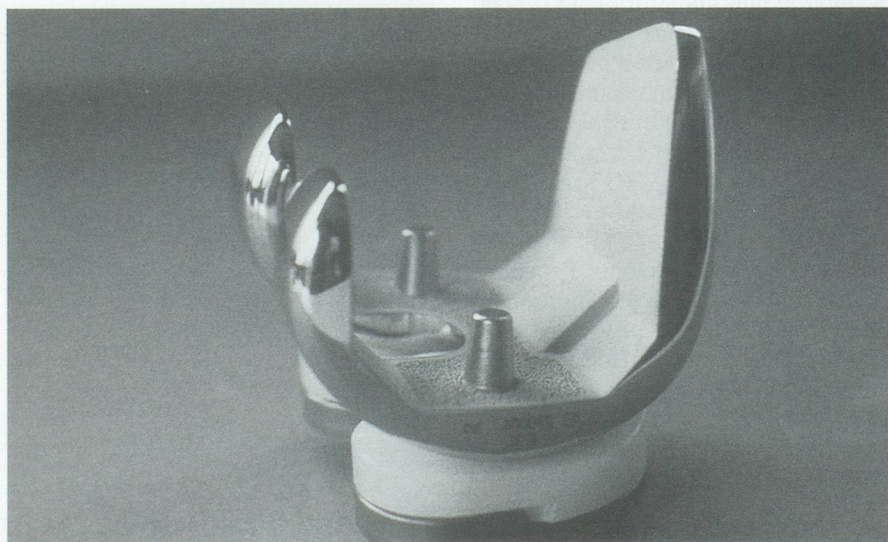


Photo : Osteo France (prothèse d'un genou).

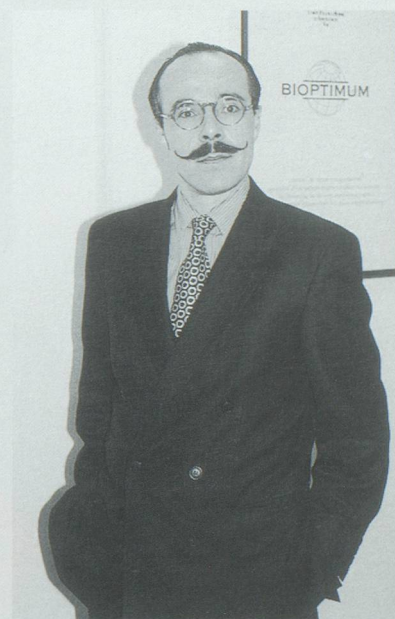
...« Même si le label Swiss made reste en France une garantie de haute qualité et de sécurité, on a souvent affaire à une concurrence française dont les coûts salariaux n'atteignent qu'une fraction de ce qu'ils sont en Suisse... »

LE SECTEUR FINANCIER EN PLEINE MÉTAMORPHOSE

1995 a été, une fois de plus, pour le secteur bancaire français une année de restructurations. Bon nombre de grandes institutions ont dû constituer de nouvelles provisions pour couvrir leurs engagements désastreux sur le marché immobilier et du crédit aux entreprises. Directement touchée par ces difficultés, la société **Telekurs France SA**, spécialisée dans la transmission d'informations boursières (filiale à 100 % de l'entreprise du même nom établie à Zurich) n'en est pas moins sereine. Selon son Directeur Général, Joseph Kuettel, « *la crise actuelle fait que les banques françaises, à l'international, ont pris un retard important par rapport à leurs concurrents européens. Concentrées sur les affaires intérieures, elles n'ont pu profiter de l'ouverture de nouveaux marchés. Et leur rentabilité, de par leurs sureffectifs – en termes de nombre d'établissements et d'employés – est relative-*

vement affectée. » Par ricochet, l'activité de Telekurs France s'en est trouvée ralentie. M. Kuettel espère néanmoins maintenir son chiffre d'affaires et son résultat au niveau de celui de 1994 et ne s'attend pas à une embellie, du moins tant que la crise actuelle ne sera pas résolue. D'après lui, le secteur financier français opère actuellement une importante métamorphose qui devrait s'échelonner encore un certain temps. M. Kuettel est d'avis cependant que le marché se réveillera parallèlement à une reprise de la Bourse de Paris. En attendant, il s'emploie à nouer des contacts avec d'autres entreprises françaises de la branche et développer ainsi un partenariat afin d'être davantage introduit dans ce milieu ou tout simplement être prêt à répondre plus rapidement à la demande lors de la reprise des affaires.

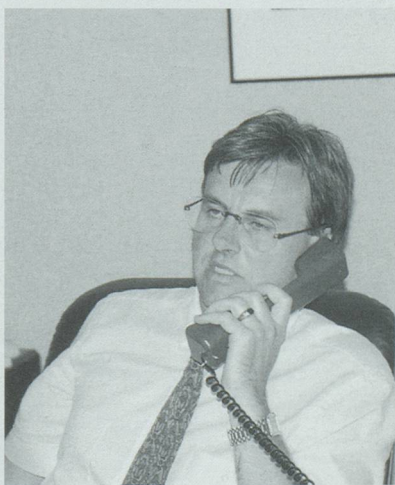
Une stratégie développée également par l'**Union Franco-Suisse d'Assurances-Vie**, ex filiale de la société de réassurances Union Ré – elle-même filiale de la Société Suisse de Réassurance – dont le siège social se trouve à Zurich. Selon son Responsable Marketing, Luc Métivier, l'Union Franco-Suisse d'Assurances-Vie (société de droit français dont les origines remontent à 1913) se prépare à rejoindre une importante entreprise française de la branche, ce qui devrait lui permettre d'accroître son développement. En effet, l'entreprise, forte de 200 employés et dont les capitaux gérés pour plus de 100.000 assurés dépassent le



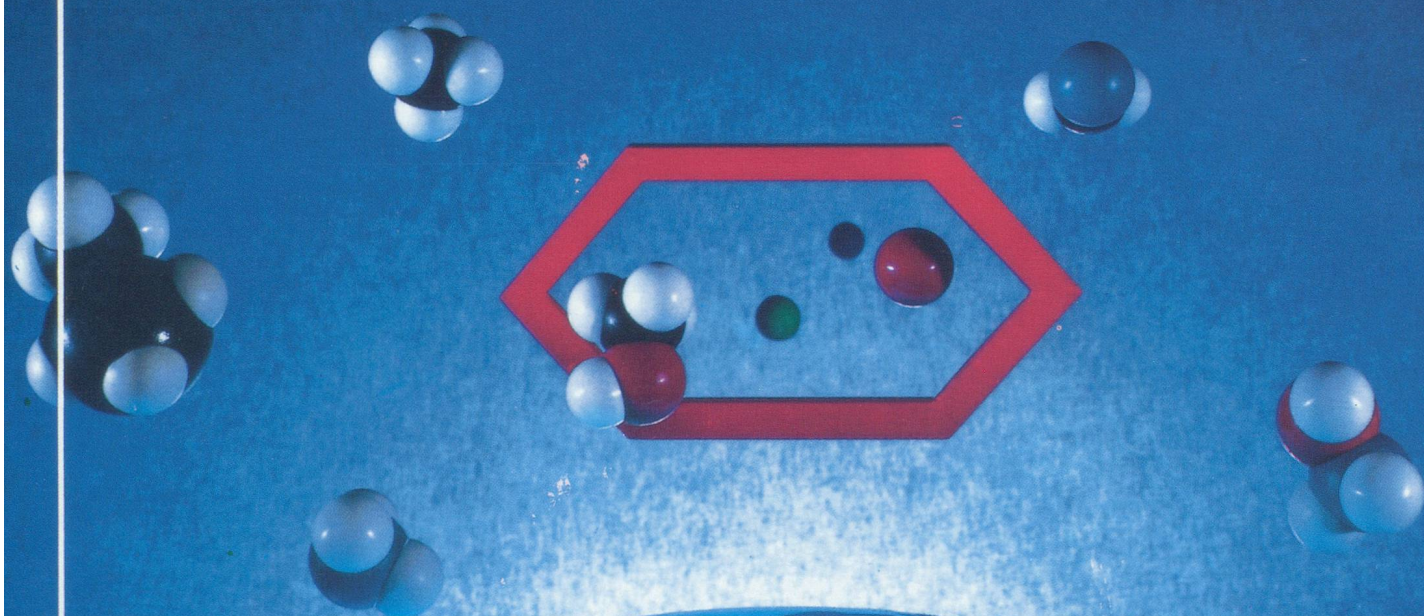
Luc Métivier, Union Franco-Suisse d'Assurances-Vie

milliard de FRF, offre actuellement sur le marché français des produits bien spécifiques élaborés « à la demande » et qui lui permettent d'atteindre d'excellents standards de qualité. Délaissés bien souvent par les grands assureurs, il s'agit de produits à très forte valeur ajoutée et grâce auxquels l'Union Franco-Suisse d'Assurances-Vie a vu son chiffre d'affaires augmenté de 30 % ces dernières années. Tout comme le secteur bancaire, le paysage de l'assurance subira de profondes mutations. La retraite par capitalisation, de même que la création de grands fonds de pension à l'instar de ce qui se fait déjà à l'étranger en seront les principaux défis ; leur arrivée sur le marché français, selon Luc Métivier, se fera d'ici six à douze mois.

Joseph Kuettel, Telekurs France SA



RECHERCHE ROCHE: LA SANTÉ DU FUTUR



Roche

PRODUITS ROCHE S.A. 52, boulevard du Parc - 92521 Neuilly-sur-seine Cedex - Tél. (1) 46 40 50 00

beaucoup plus rigoureux qu'auparavant. Enfin, la nouvelle escalade du franc suisse ne fait par ailleurs qu'accentuer le problème.

Avis partagé par M. Forcadel de **Swissphone** ; l'entreprise a déjà dû ramener son effectif de 35 à 30 personnes du fait de la « guerre des prix » devenue insupportable, qui fait rage actuellement dans cette branche. Swissphone est placée devant l'alternative suivante : soit elle parvient à garder des prix compétitifs qui lui permettent de tenir tête à la concurrence (Philips ou Motorola en particulier), soit elle réussit à dénicher sur le marché des créneaux nouveaux ou inoccupés, aubaines de plus en plus rares. Ce n'est en effet que dans les cas – peu nombreux – où les produits suisses conservent davantage qu'une petite longueur technologique d'avance sur la concurrence que leurs prix jouent un rôle secondaire.

L'entreprise **Photomaton** nous en offre un bon exemple, qui possède et gère en France, selon ses indications, un peu plus de 40 % de l'ensemble des 3.500 cabines photographiques automatiques « Photomates » installées dans l'Hexagone. Albert Rouah, son



Directeur Général depuis trois ans, reconnaît que la bataille concurrentielle s'est sensiblement durcie en 1995, année pendant laquelle le parc des photomates s'est enrichi de près de 1.000 unités, soit d'autant qu'au cours de toute la décennie précédente. Dans ces conditions, inutile de dire combien Photomaton, qui appartient au groupe suisse Elektrowatt, a été

heureuse d'apprendre que la maison-mère lancera prochainement sur le marché, depuis la Suisse, un nouvel automate qui correspond à un véritable « saut quantique » en matière technologique, une nouveauté dont M. Rouah espère bien qu'elle permettra à la société de retrouver à l'avenir une progression de son chiffre d'affaires de 70 % analogue à celui de ces trois dernières années. Et M. Rouah de préciser non sans fierté que Photomaton a obtenu la certification ISO 9002, creusant ainsi une nouvelle fois l'avance helvétique par rapport à la concurrence française et britannique.

Photomaton est l'un des quelques établissements suisses en France recensés par l'enquête qui ont pu étoffer leurs effectifs en 1995. Il occupe en ce moment une centaine de personnes. A l'instar de la plupart des chefs d'entreprise interrogés, M. Rouah est d'avis que l'aide salariale du gouvernement à l'embauche de chômeurs de longue durée ne stimulera pas énormément le recrutement. Les aptitudes professionnelles et la motivation au travail, souligne-t-il, constituent des critères de sélection bien plus importants que le salaire : *« à terme, la bonne performance professionnelle d'un individu motivé et pleinement intégré à son entreprise vaut beaucoup plus que le soutien financier de l'État qu'on peut avoir au départ ».*

Ce point de vue recoupe celui de Michel Bultel, administrateur de **Martin SA**, une filiale à 100 % du fabricant suisse romand de machines d'emballages Bobst SA. La maison Martin, dont le chiffre d'affaires sera au-dessus de la barre de 900 millions de FRF en 1995, a même engagé cinquante nouveaux collaborateurs au cours de la période sous revue. M. Bultel pense aussi que le C.I.E. (Contrat Initiative Emploi) lancé par le gouvernement Juppé ne sera pas d'une efficacité époustouflante : *« ce n'est pas parce qu'on nous offre de l'argent que nous embauchons ».* Le groupe, actif dans la construction de machines sophistiquées, a besoin d'une main-d'œuvre spécialisée et bien formée ; comme



Photo : Siège de la Société Spécialités de Fontain Cornu SA, dans le Doubs.

... « l'aide salariale du gouvernement à l'embauche de chômeurs de longue durée ne stimulera pas énormément le recrutement... »

partout ailleurs dans le monde, ce type de personnel est certes un peu plus onéreux, mais aussi plus performant et, dès lors, productif.

En fait, aucune des entreprises englobées dans l'enquête n'a fait usage en 1995 de subsides salariaux offerts par l'État. C'est le cas par exemple de la société **Spécialités de Fontain Cornu SA**, une entreprise de la branche alimentaire qui, depuis 1991, fabrique en France des biscuits destinés au marché local aussi bien qu'aux marchés étrangers, en particulier allemand. Pour son Directeur Général, Paul-André Cornu, ces programmes d'occupation pour chômeurs de longue durée, qui lui paraissent d'ailleurs conçus selon le même schéma en France comme en Suisse, ont encore à prouver leur réelle utilité. Quoi qu'il en soit, aucun de ses 27 collaborateurs occupés en France ne touche un salaire subventionné par l'État. Pour le reste, M. Cornu signale que le marché français se distingue par sa notion très particulière de la qualité, tout à fait différente de ce qu'elle est chez les consommateurs suisses ; il ajoute en outre qu'une entreprise d'origine étrangère se doit absolument de prendre cet élément en considération. La sienne, en tout cas, sait s'adapter aux besoins de ses divers clients, comme le prouve le fait que l'on trouve en France des biscuits de la maison Cornu aussi bien à la devanture de Fauchon que dans les rayons des grands distributeurs Mark & Spencer ou Monoprix, présentés ici et là, bien sûr, dans des conditionnements différents et sous les marques propres à ces clients.

Naturellement, M. Cornu se plaint aussi du cours vertigineux du franc suisse, qui affecte cependant avant tout la maison-mère de Suisse romande. De même, Martin Strebel, directeur d'**Emmental SA**, admet volontiers – et pour cause – que le niveau du franc suisse peut constituer un danger mortel pour certaines entreprises en France. En effet, sans la garantie contre les fluctuations de change que lui accorde l'Union suisse du commer-



... « le niveau élevé du franc suisse peut constituer un danger mortel pour certaines entreprises en France... »

Photo : Stand de fromages suisses dans une grande surface française.

ce de fromage SA, Emmental aurait dû majorer les prix du célèbre fromage suisse à pâte dure dans une mesure telle que son chiffre d'affaires risquait de s'effondrer et d'entraîner la maison dans sa chute. Car même à prix constants, le groupe voit ses bénéfices diminuer depuis plusieurs années déjà ; cette érosion est due au fait que les produits français comparables et moins chers – notamment l'Emmental français – gagnent sans cesse en qualité comme en parts de marché. M. Strebel estime que le marché français a perdu de son importance pour les fromages suisses en 1995, rétrogradant de la deuxième place derrière l'Italie, à la troisième, derrière l'Allemagne. Les Suisses sont en bonne partie responsables de cette évolution ; ils ont trop longtemps dormi sur leurs lauriers et négligé la qualité de leurs produits. Mais ils se ressaisissent maintenant et redoublent d'efforts pour regagner le terrain perdu. De toute façon, Martin Strebel se dit ne pouvoir être que confiant : « 1995 a été une année si exécrable et si difficile, que 1996 ne pourra être que meilleure et marquer le commencement d'une remontée ».

Les mesures fiscales annoncées par le gouvernement pour l'année 1996 laissent cependant présager d'une nouvelle année difficile. Dans certains domaines, 1995 a déjà vu s'esquisser des modifications structurelles qui forcent les entreprises à des adaptations fondamentales. Ainsi, Anne Rouhban, de SGS Qualitest SA, filiale à 100 % de SGS Société Générale de Surveillance Holding SA basée à Genève, explique par exemple que le commerce extérieur français en produits agricoles a connu une baisse depuis la conclusion des accords du GATT et que SGS Qualitest SA a commencé, en 1995, pour la première fois à ressentir ce repli. Pourtant l'entreprise, qui emploie 1.100 salariés, a pu réaliser en 1995 un chiffre d'affaires pratiquement inchangé par rapport à l'année précédente, grâce à une activité intense dans le secteur de l'inspection industrielle. D'après Mme Rouhban, ce but n'a cependant pu être atteint que par une vigilance tarifaire en direction des clients, que les difficultés économiques ont rendu extrêmement exigeants : « à prestations de services égales, ils veulent avoir des prix moins élevés. Cela nous

© Centre d'information du fromage de Suisse.

Photo : Siège des Pompes Rutschli en France, Illzach.



... « les entreprises... utilisent leurs installations bien plus longtemps et de façon bien plus intensive que par le passé... »

oblige à être particulièrement attentifs ». SGS Qualitest SA n'a pas eu à souffrir des fluctuations des taux de change, car l'ensemble des activités se déroule en France et en francs français.

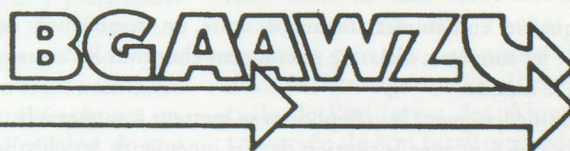
Le fabricant de procédés industriels **Buhler Sàrl** se voit actuellement confronté lui-aussi à des difficultés structurelles. Comme l'explique le Gérant de cette entreprise, Pierre A. Rudisuhli, la faiblesse du marché français, déjà observable dès le début des années 90, l'a conduit à la conclusion que l'industrie française traverse une phase de profonde modification des comportements et, en tant que

marché, ne redeviendra jamais pour Buhler ce que la France a représenté au cours des 20 dernières années. L'entreprise a certes, par rapport à 1994, connu des jours meilleurs en 1995, mais la tendance est fondamentalement à la baisse ; d'une part, Buhler souffre de la concurrence des pays à monnaie faible, notamment l'Italie, qui propose par exemple à l'industrie agro-alimentaire des machines et des installations dont le prix est parfois inférieur d'un tiers, tout en répondant aux exigences de qualité des entreprises françaises. D'autre part, les entreprises agro-alimentaires fran-

çaises, y compris les grandes entreprises, utilisent leurs installations bien plus longtemps et de façon bien plus intensive que par le passé, de sorte que le marché français a connu une transformation radicale.

M. Rudisuhli engage donc une fuite vers l'avant et demande à sa maison mère d'étendre dans l'avenir la zone d'influence de Buhler France au-delà de l'Hexagone, en confiant à la filiale française l'exportation dans toute l'Europe (du sud). Pour survivre, Buhler France doit travailler encore plus vite et encore mieux, ce qui, compte tenu de l'état actuel du marché français, relève tout simplement de l'impossible. La France traverse une crise structurelle dont l'issue n'est pas encore en vue, explique le responsable de Buhler Sàrl. De plus, la charge fiscale imposée par l'État social a atteint la limite du supportable et paralyse la consommation et les investissements. Sur ce point, M. Rudisuhli cite avec assentiment le président du Conseil National du Patronat Français, Jean Gandois, qui, dans un entretien radiophonique accordé début novembre, fustigeait la charge fiscale en des termes révélateurs : « *Aujourd'hui, un salarié travaille le lundi pour les retraités, le mardi pour les malades, le mercredi matin pour les chômeurs, le mercredi après-midi pour payer ses impôts et ceux de l'entreprise dans laquelle il est embauché ; et il travaille pour lui et pour l'entreprise le jeudi et le vendredi. Bon ! il est évident qu'il y a des limites...* ».

Centre de publicité directe



Bureau Genevois d'Adresses et de Publicité
3, rue de Veyrot - Case postale 369
1217 Meyrin 1

Membre de la Centrale suisse d'adresses et de publicité
et de la Communauté suisse des entreprises de distribution

Téléphone 022 782.55.66 - Téléfax 022 783.04.15