

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 31 (1951)
Heft: 10

Artikel: Conseils aux exportateurs français intéressés par le marché suisse
Autor: Depret-Bixio, Olivier
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-888594>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

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

Conseils aux exportateurs français

intéressés par le marché suisse

par

M. Olivier Depret-Bixio

Conseiller commercial de France hors classe, en Suisse



Le marché suisse a la réputation d'être un marché difficile. Il nous a paru intéressant, dans le cadre de la série d'études que nous publions sur les problèmes de vente, de demander à M. Olivier Depret-Bixio, Conseiller commercial de France hors classe, en Suisse, d'exposer à l'intention de ses compatriotes quels obstacles ils auront à surmonter pour trouver accès sur le marché suisse. Nous savons gré à M. Depret-Bixio d'avoir bien voulu donner suite à notre requête, car personne n'est mieux placé que lui pour connaître ce marché. Né en Franche-Comté, à quelques kilomètres à peine de notre frontière, en fonction à Berne depuis si longtemps qu'il s'y est acquis droit de cité, M. Depret-Bixio est pour notre pays plus encore qu'un ami très fidèle, un peu l'un de ses enfants. Et s'il lui arrive parfois d'user de sévérité à l'égard de ses amis suisses, ceux-ci lui en savent gré, trouvant dans cette sévérité même un nouveau gage d'amitié, presque une autocritique.

LA Chambre de commerce suisse en France a bien voulu me demander d'adresser aux lecteurs de sa Revue quelques observations d'ordre pratique sur la ligne de conduite à suivre par les exportateurs français désireux de travailler le marché de la Confédération.

Étant donné qu'il s'agit de parler à des hommes d'affaires, le langage diplomatique avec ses nuances n'est plus de mise et il faut dire les choses telles qu'elles sont, sans ambages.

D'une façon générale, les relations entre les deux pays voisins sont excellentes. Il est superflu d'insister, je crois, sur le fait que les économies suisse et française sont très souvent complémentaires, que les distances sont courtes entre les lieux de production et le domicile des acheteurs suisses, que la langue française peut être employée même dans les relations avec les clients de la Suisse alémanique. J'ajouterai que les goûts et les habitudes sont semblables entre clients et fournisseurs et que la fermeté du franc suisse et la stabilité relative des prix qui en résulte sont un élément supplémentaire pour encourager et faciliter les relations entre les deux pays.

Néanmoins, des exportateurs français, trop nombreux à mon sens, se sont laissés rebuter ou n'ont pas osé se lancer sur le marché suisse, malgré les conditions pourtant favorables que je viens de rappeler brièvement. Ils ont appris à leurs dépens, ils savent par la rumeur publique, que la Confédération est un marché difficile. Cette réputation me paraît justifiée et c'est pour cette

raison que je n'ai pas hésité à répondre affirmativement à la Chambre de commerce suisse en France lorsqu'elle m'a proposé d'apporter mon modeste concours à la série d'études sur les problèmes de vente dont elle a entrepris la publication dans sa Revue.

Je suis ainsi amené à parler tout d'abord de nos amis suisses. Ce sont des partenaires durs, des clients gâtés. Ils n'ont jamais connu le contrôle des changes. Actuellement, ils peuvent, en général, acheter où ils veulent et avoir même les quantités qui leur plaisent, à l'exception des matières premières. Le franc suisse a eu la bonne fortune de rester l'une des rares monnaies non dévaluées depuis la dernière guerre mondiale. Tous les pays, les exportateurs du monde entier, désirent s'en procurer en vendant leurs marchandises à la Confédération.

Si vous ajoutez au prestige de son franc l'une des qualités fondamentales du peuple suisse : *le goût du travail bien fait*, solide et rutilant, vous comprendrez de quel ordre sont les difficultés de ce marché : une âpre concurrence d'une part, de grandes exigences quant à la qualité des marchandises, d'autre part.

Que doivent faire mes compatriotes pour réussir dans ces conditions? Je vais essayer de leur faire ci-après quelques recommandations :

Il faut tout d'abord **étudier le marché**. Mes services sont organisés pour fournir des renseignements d'ordre général pour toutes les catégories de marchandises : conditions d'importation, régime douanier et fiscal,

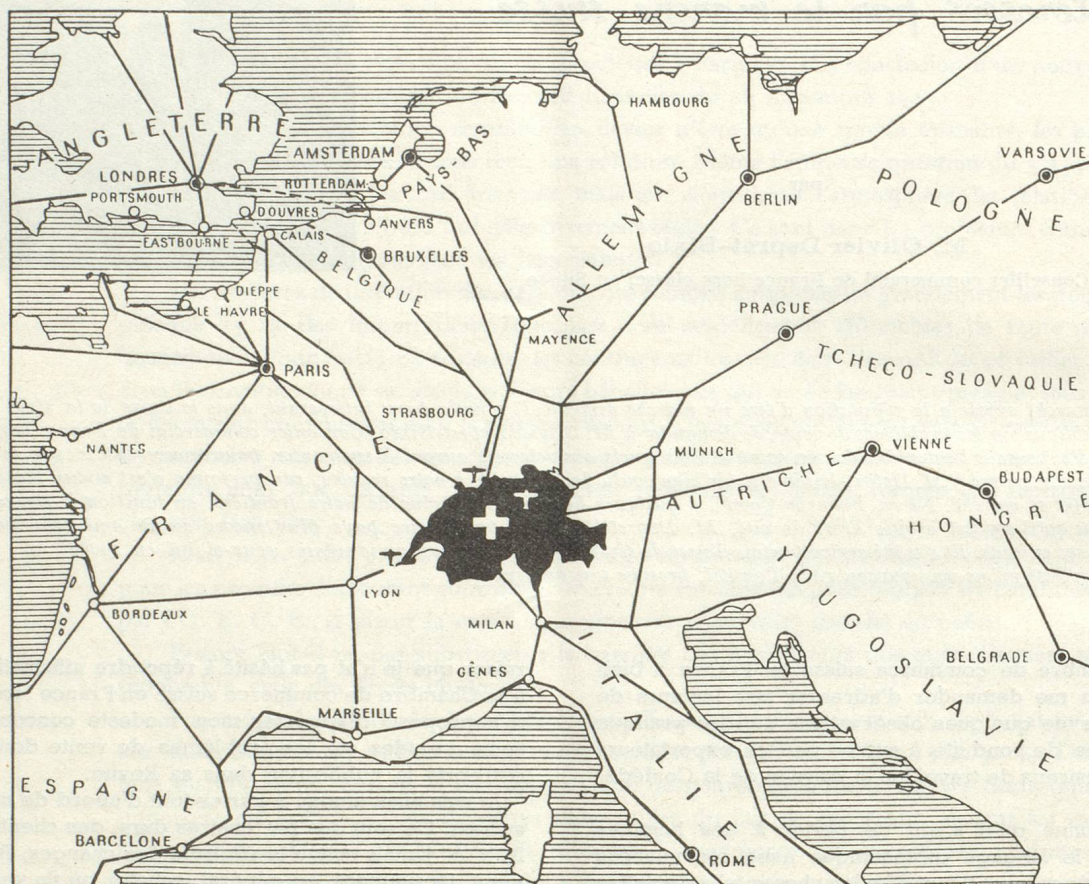
prescriptions spéciales de tous genres, importance de la production nationale, place déjà prise par la concurrence étrangère, organisation déjà existante de la distribution, liste d'acheteurs, noms d'agents éventuels, éléments de prix.

Le Centre national du commerce extérieur, 10, avenue d'Iéna, à Paris, auquel mes rapports et études du marché sont communiqués, peut très souvent donner directement les premières informations.

La Chambre de commerce française pour la Suisse, à Genève, ainsi que la Chambre de commerce suisse en France, sont également outillées pour renseigner et

Il s'agit ensuite de **prendre des commandes**, de choisir des partenaires. Deux recommandations s'imposent :

a) Si la situation économique de la Suisse est saine, et si les commerçants et industriels de ce pays sont, en général, réputés sérieux et consciencieux, il n'en reste pas moins que des maisons peuvent être en situation difficile ou peuvent faire exception à la règle du bon renom de la clientèle suisse. Il est, de ce fait, nécessaire de *prendre des renseignements* sur les acheteurs et sur les agents ou intermédiaires éventuels avant de traiter. La Chambre de commerce suisse en France, la



La Suisse, plaque-tournante de l'Europe (dessin O. S. E. C.)

guider leurs adhérents. Je suis bien placé pour constater le bon travail effectué par les deux compagnies sœurs.

En possession de ces premiers éléments d'étude du marché, l'exportateur ne doit pas négliger de faire un voyage en Suisse et de réaliser une première prise de contact personnelle avec la clientèle éventuelle. Spécialisé dans sa partie, il connaîtra dans les détails les besoins de ses clients et se rendra compte des efforts à fournir pour s'introduire. Le voisinage des deux pays, les commodités des déplacements facilitent grandement cette prise de contact, qui doit être confiée aux directeurs ou en tout cas aux techniciens vraiment compétents.

Les services du Conseiller commercial, comme ceux des Chambres de commerce, restent bien entendu à la disposition des intéressés, pour les guider dans leurs démarches ou leur permettre de vérifier certaines informations.

Chambre de commerce française pour la Suisse et le Centre national du commerce extérieur, à Paris, sont organisés pour transmettre des fiches de renseignements de notoriété à des conditions très raisonnables.

b) *Il faut établir soigneusement les contrats* : combien de difficultés, de malentendus et d'interventions auraient pu être évités si les partenaires avaient eu soin de rédiger des contrats précis !

Mais c'est bien entendu lors de **l'exécution des commandes** qu'il est surtout important que nos compatriotes ne perdent pas de vue les conditions spéciales du marché de la Confédération et les exigences, je dirai même les manies de la clientèle suisse. Il faut respecter les délais, il faut livrer une marchandise conforme à la commande. Il est indispensable de procéder, avant l'expédition, à un contrôle sérieux des envois.

Les exportateurs français ne doivent pas oublier que la

concurrence est serrée sur le marché de la Confédération et que ce marché, au fond assez restreint, est extrêmement sensible à la moindre baisse de prix. Dès que celle-ci survient, la clientèle est tentée de soumettre les envois déjà reçus et qu'elle croit avoir payés un peu cher, à un nouvel examen. Le moindre défaut sera une raison pour demander un rabais. Il faut donc les éviter.

Après avoir recommandé à mes compatriotes le soin tout particulier qu'ils doivent apporter à l'exécution des commandes de la clientèle suisse je voudrais aussi leur conseiller de ne pas hésiter à *exiger* de celle-ci qu'elle ne se fasse pas trop tirer l'oreille lorsqu'il s'agit de *payer*.

Dès que l'on est un peu serré dans sa trésorerie, on est trop tenté de faire patienter le fournisseur étranger plutôt que celui du pays, qui connaît mieux la législation en matière de poursuites que celui qui est installé de l'autre côté de la frontière et qui rencontre peut-être même des difficultés pour obtenir de l'Office des changes l'autorisation de transférer le montant des frais à avancer pour engager une poursuite. En faisant attendre assez longtemps son partenaire, on peut même espérer tirer un petit profit supplémentaire d'une dévaluation intervenue entre temps.

Je voudrais dire à ce point de vue aux exportateurs français que la procédure suisse en matière de poursuites est simple et expéditive. Mes services ainsi que ceux des Chambres de commerce française et suisse sont à leur disposition pour leur donner toutes indications utiles.

A cette occasion, je voudrais rappeler à certains commerçants suisses que l'Office des changes est très strict envers mes compatriotes qui ne rapatrient pas dans les délais voulus les sommes correspondant à leurs exportations, et que des amendes sont très facilement infligées à nos exportateurs. Qu'ils tiennent compte de cette situation! (Le délai de rapatriement est fixé à trois mois, sauf dérogation spéciale.)

Il est important enfin de **garder le contact** avec les acheteurs suisses. Pour cela, il ne suffit pas d'envoyer régulièrement son agent ou représentant faire sa tournée auprès des clients. Il est nécessaire aussi que le patron, le chef de service chargé de l'exportation, l'ingénieur spécialisé, reviennent à intervalles réguliers rendre visite à leurs clients. Les commerçants et industriels suisses sont très sensibles à ces témoignages de sympathie et d'égard.

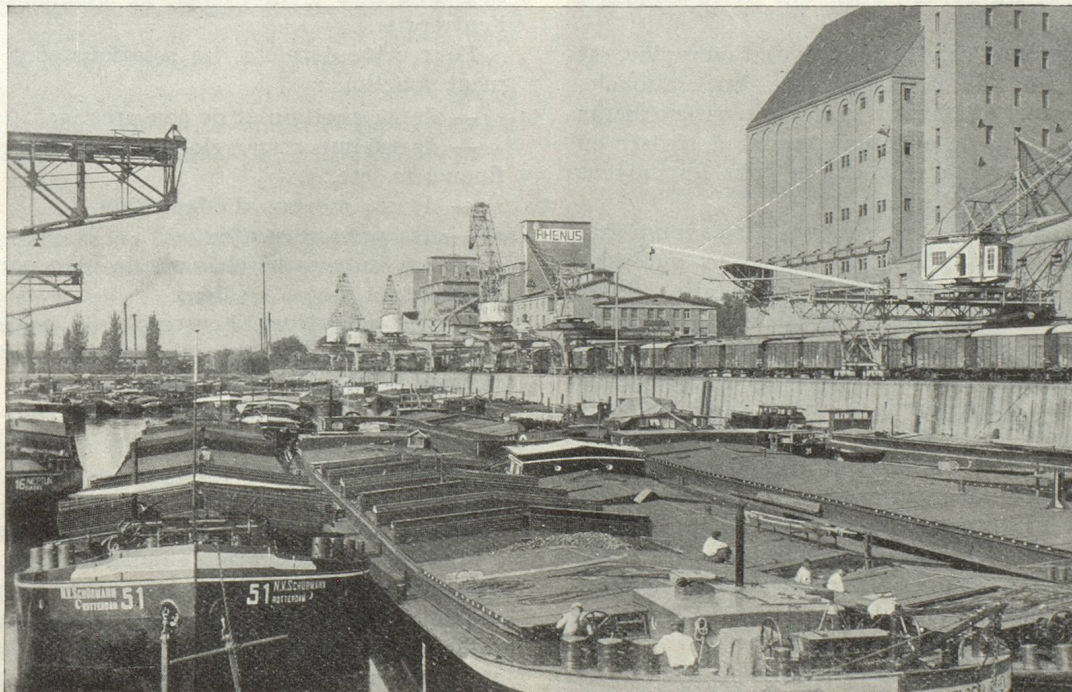
Ces visites permettent aussi à mes compatriotes de se rendre compte, dans beaucoup de cas de livraisons de matériel d'équipement, des résultats que celui-ci a permis d'obtenir et des perfectionnements qui pourraient être adoptés pour de nouvelles constructions. Les bonnes affaires sont très souvent celles où le vendeur ne se désintéresse pas du matériel livré, mais où il continue à le considérer un peu comme sien.

Voilà ce qu'il m'a paru utile de dire ou de rappeler à mes compatriotes qui sont tentés par le marché suisse, mais peut-être inquiets de ne pas y réussir.

Il constitue, je crois, une bonne école pour nos exportateurs. La concurrence du monde entier s'y affronte.

Il donne, en outre, à celui qui réussit la satisfaction d'avoir acquis non seulement des clients, mais des amis fidèles.

Repetitio



Le port de Bâle sur le Rhin, principale porte d'entrée des importations de la Suisse (Cliché O. S. E. C.)