

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Band: 33 (1953)
Heft: 5

Vorwort: Editorial
Autor: Chambre de commerce suisse en France

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: 09.11.2024

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

Editorial

La Suisse est-elle, oui ou non, le meilleur client de la France ?

Un article publié dans le Journal « Le Monde », que nous avons reproduit ici-même au mois de février, l'a affirmé. Il a connu en Suisse un très large écho, mais il a provoqué aussi certaines controverses. Qu'en est-il exactement ?

Pour déterminer le rang de la Suisse parmi les clients de la France, il n'existe qu'un moyen : consulter la statistique du commerce extérieur français, ou encore celle de l'O. E. C. E. Toutes les deux désignent la Suisse, pour 1952 comme pour le premier trimestre 1953, comme premier client de la France.

On a objecté que la statistique française des douanes ne fait pas de distinction entre les exportations destinées au marché suisse et celles qui ne font que passer par notre pays (transit, perfectionnement, réparation, etc.). Or de telles opérations ont atteint des chiffres si élevés en 1952 que la Suisse se trouverait reléguée, si on les déduisait, au cinquième rang des clients de la France.

Peut-être, mais ce rang-là aussi serait extrêmement honorable pour un pays de moins de 5 millions d'habitants. Et puis n'y aurait-il pas d'autres déductions à opérer sur les exportations françaises à destination d'autres pays ? Interpréter les statistiques est chose délicate, mais les corriger après coup est susceptible d'entraîner de graves mécomptes.

Il est un fait qui n'est contesté par personne, c'est que par tête d'habitant, la Suisse est de loin le premier consommateur de produits français : 21.900 francs français par habitant en 1952, d'après la statistique française, 10.000 francs français d'après la statistique suisse, alors que le consommateur suivant, le belge, a acheté la même année pour 9.000 francs de produits français, l'américain pour 370 francs.

D'autre part, si l'on envisage les différents secteurs de l'exportation française, comme nous l'avons fait à la page 189, le marché suisse constitue pour eux un débouché primordial.

Bien plus, sa qualité de « meilleur » client de la France, la Suisse ne la doit pas seulement au volume, mais aussi à la régularité de ses achats. Alors que les exportations françaises connaissent des difficultés sans précédent sur tous les marchés du monde, elles accusent vers la Suisse, en 1952, une augmentation de 5 % par rapport à 1950 (les chiffres de 1951 ne peuvent être retenus comme terme de comparaison, car ils étaient anormalement élevés en raison des achats massifs consécutifs à la guerre de Corée). La Suisse est donc pour la France, en dépit de toutes les vicissitudes de ses exportations, un client sûr et fidèle.

Par sa politique commerciale aussi, la Suisse fait figure d'excellent client de la France. C'est grâce à elle précisément que les achats de produits français se sont maintenus de façon si régulière. En effet, l'importation en Suisse est libre pour la très grande majorité des produits (92 %). L'exportateur français peut vendre en Suisse ce qu'il veut, quand il veut, comme il veut, à qui il veut, sans formalités, sans licences, sans délais, sans droits de douane excessifs, en toute sécurité. Il peut établir ses prévisions à long terme, il sait que leur réalisation ne dépend que de lui et des produits qu'il vend. N'y a-t-il pas là de quoi faire rêver l'importateur en France de produits suisses ?

Ainsi, que l'on se penche sur les statistiques douanières, sur l'évolution des exportations françaises ou sur la politique commerciale de la Suisse, notre pays apparaît bien, qu'on le veuille ou non, comme le client n° 1 de la France.

Chambre de commerce suisse en France