

En point de mire: le commerce extérieur

Les «classiques helvétiques» en tête des exportations?

Lorsqu'on demande aux touristes étrangers à quoi ils associent la Suisse, nombreux sont ceux qui répondent: le chocolat, le fromage et les montres.

Coup de projecteur sur le rôle que jouent (encore) ces «trois classiques helvétiques» pour l'exportation.

Par Matthias Pfammatter, Statistique du commerce extérieur, Direction générale des douanes

Chocolat: la vedette des exportations '05

Le chocolat suisse a actuellement le vent en poupe à l'étranger. Durant les neuf premiers mois de l'année passée, l'exportation de chocolat et autres denrées alimentaires contenant du cacao a progressé de 23,3% pour atteindre la valeur de 422 millions de francs ou la quantité de 60'000 tonnes. Cela correspond à presque 8 kg de chocolat exporté par habitant de notre pays. Le prix moyen a été de 7 fr. 05 par kg. Néanmoins, l'importance des exportations de chocolat par rapport à la valeur totale des exportations suisses reste modeste: en 2004, elle représentait 0,36% de toutes les exportations.

L'Allemagne, la France et le Royaume-Uni succombent particulièrement volontiers à la tentation des douceurs provenant de la Suisse puisque l'industrie chocolatière suisse réalise 43% de ses ventes dans ces trois pays. Mais les amateurs sont également nombreux outre-Atlantique, notamment aux USA et au Canada. En valeur, ces cinq pays ont généré 57% du total des exportations (cf. tableau 1).

Fromage: Allemands et Italiens particulièrement friands

De toutes les sortes exportées, l'emmental est et reste de loin le plus

apprécié des fromages suisses. Mais le gruyère, le sbrinz ou d'autres fromages à pâte dure ou demi-dure ainsi que divers fromages à pâte molle ont eux aussi la cote. En 2004, un tiers du fromage produit en Suisse a pris le chemin de l'exportation. Durant les neuf premiers mois de 2005, il a été exporté du fromage (caillebotte comprise) pour une valeur de 336 millions de francs (+ 4,9%, 37'000 tonnes). Le prix moyen s'est élevé à 9 fr. 12 par kg. En 2004, la part en valeur des exportations de fromage par rapport au total des exportations n'a toutefois représenté que 0,3%. Les principaux acquéreurs de fromage suisse ont été l'Allemagne et l'Italie, ces deux pays absorbant en valeur plus de la moitié des ventes à l'étranger. Les USA et la France figurent à raison de 12% chacun; l'Autriche à raison de 7%. A eux

seuls, ces cinq pays ont acheté jusqu'à fin septembre 2005 plus de 80% de toutes les exportations de fromage suisse (cf. tableau 2).

Montres: prédominance des marchés d'outremer

Avec 95% de son chiffre d'affaires à l'étranger, la branche horlogère est l'industrie suisse la plus fortement axée sur les exportations. Selon des estimations d'UBS-Research, l'industrie horlogère suisse couvre en valeur près de la moitié du marché mondial. En 2004, cette branche a exporté quelque 25 millions de montres. La majeure partie, soit 88%, était à mouvement électrique et appartenait au segment plutôt à bas prix avec un prix moyen par pièce de 185 francs. A titre de comparaison, le prix unitaire d'une montre à mouvement



Tableau 1: exportations de chocolat et de denrées alimentaires contenant du cacao

Janvier-septembre 2005 en millions de CHF Part

Total	422,2	100%
Allemagne	72,0	17,0%
France	60,3	14,3%
Royaume-Uni	49,9	11,9%
USA	34,3	8,1%
Canada	23,1	5,5%

mécanique s'élevait l'année dernière à près de 2'000 francs. Bien que ces dernières ne représentent que 12% des exportations quant au nombre de pièces, elles donnent lieu à 60% des recettes (6,1 milliards de francs). L'orientation sur le segment des prix élevés a gagné en importance au cours des dernières années. Avec un pourcentage de 7,6% en valeur par rapport au total des exportations, l'in-

dustrie horlogère occupe le troisième rang dans le classement des exportateurs suisses.

Entre janvier et septembre 2005, les exportations de montres et parties de montres ont représenté 8'479 millions de francs (+10,5% par rapport à la même période de l'année précédente). Le principal client, et de loin, a été les USA pour 1,5 milliard de francs (part: 17,6%), suivi de Hongkong

pour presque 1,3 milliard de francs (part: 14,8%). Ces deux pays ont généré à eux seuls un tiers environ du total des ventes de l'industrie horlogère. D'autres marchés majeurs ont été le Japon, l'Italie et la France (cf. tableau 3).

Les «classiques helvétiques» en comparaison à long terme

Si l'on compare l'évolution à l'exportation des trois produits suisses avec l'ensemble des exportations entre 1988 et 2004, les différences sont manifestes. Les exportations de l'industrie horlogère ont en effet plus fortement augmenté que l'ensemble des exportations qui, elles, ont doublé durant cette période. Calculées en fonction des taux de croissance moyens, les exportations dans leur ensemble ont progressé de 4,7% par an tandis que celles de l'industrie horlogère se sont accrues de 5,8% par an.

Le chocolat s'est bien défendu lui aussi. Durant la période considérée, il a suivi tendanciellement la même dynamique de croissance que l'ensemble des exportations. Le taux de croissance annuel moyen des exportations de chocolat a atteint 4,4%. La part du chocolat à la valeur totale des exportations est ainsi restée stable au cours des ans.

Les producteurs de fromage n'ont en revanche pas réussi à conserver leur position. Alors que, pour ce qui est de la valeur, les exportations de fromage représentaient encore 0,8% des exportations suisses en 1988, elles avaient passé à 0,3% en 2004. Le montant de 548 millions de francs réalisé en 1988 grâce aux exportations de fromage n'était plus que de 460 millions en 2004. Les exportations ont ainsi régressé en moyenne de 1,1% par an. L'année dernière, toutefois, elles ont connu un essor de 2,9%. ■

L'industrie horlogère suisse couvre en valeur près de la moitié du marché mondial.



Tableau 2: exportations de fromage et de caillebotte

Janvier–septembre 2005 en millions de CHF Part

Total	335,5	100%
Allemagne	95,3	28,4%
Italie	78,7	23,5%
USA	40,6	12,1%
France	39,4	11,7%
Autriche	23,1	6,9%



Tableau 3: exportations de montres

Janvier–septembre 2005 en millions de CHF Part

Total	8479,1	100%
USA	1496,2	17,6%
Hongkong	1252,9	14,8%
Japon	781,6	9,2%
Italie	572,9	6,8%
France	448,7	5,3%