

ÉDITION 2014

# RÉUSSIR EN SUISSE

marché pluriculturel - tremplin vers l'international



## Mot de Jean-Noël Rey | Président de la CCI France Suisse Editorial



**Marché de proximité, économiquement mature, la Suisse reste une des destinations privilégiées des entreprises françaises en termes d'exportation et d'investissement, deux chiffres en sont témoins : plus de 30'000 entreprises françaises exportent chaque année en Suisse et près de 1'200 y ont établi une filiale.**

Malgré un marché intérieur restreint, un peu plus de 8 millions d'habitants et une certaine complexité liée à l'existence des différentes régions culturelles et linguistiques, la Suisse offre un des plus haut pouvoir d'achat au monde, une compétitivité de premier rang, un excellent cadre fiscal et social propice à la pratique des affaires ainsi que de bons fondamentaux économiques avec une prévision de croissance à 2% en 2014 et 2,6% en 2015 associée à un taux de chômage contenu à 3,1% en 2014 et 2,8% en 2015.

Ajoutons à cela une économie qui gagne un franc sur deux à l'export et l'attractivité du marché suisse n'est plus à démontrer. Outre son marché intérieur à fort potentiel demandeur de produits et services à forte valeur ajoutée et innovants, la Suisse présente de formidables opportunités pour la réexportation d'ensembles et de sous-ensembles destinés à l'industrie, dans le monde entier et très souvent, pour l'entreprise française, il s'agit là d'un effet démultiplicateur sur les commandes mais aussi d'un gage de sérieux et de fiabilité apprécié par ses partenaires étrangers.

Ce dossier Suisse a été réalisé par les équipes de la CCI France Suisse grâce aux contributions de chefs d'entreprises ayant réussi leur développement commercial et leur implantation sur ce marché mûr et exigeant ; il a un double objectif, vous apporter d'une part une information actuelle et objective sur un marché qui présente des opportunités intéressantes mais sur lequel il convient d'arriver bien préparé et d'autre part vous rendre attentif au soutien et aux services proposés par notre organisation.

En effet depuis la première information marché jusqu'à la création clés en main de votre structure en Suisse, en intégrant tous les services d'appui commerciaux et administratifs, la CCI France Suisse, en lien avec le réseau des CCI de France, soutient les entreprises françaises dans la réussite de leur projet de développement sur le marché suisse.

Ainsi la CCI France Suisse accompagne chaque année plus de 700 sociétés au travers de ses services d'appui et constitue le premier réseau d'affaires franco-suisse avec plus de 500 entreprises membres et 25 opérations organisées chaque année. Véritable accélérateur de développement sur le marché suisse, notre organisation déploie son action au service des entreprises françaises depuis plus de 120 ans sur l'ensemble du marché suisse grâce à son siège de Genève et son bureau opérationnel de Zurich.

Jean-Noël REY  
Président de la CCIFS



# Table des matières

## **1. LA SUISSE 4**

- A. Géographie et population 4
- B. Structure économique 5
  - 1. Chiffres clés 2013 5
  - 2. Un marché tributaire de son commerce extérieur 5
  - 3. PIB/habitant élevé, compétitivité internationale et PME spécialisées 5

## **2. LES RELATIONS COMMERCIALES FRANCO-SUISSES 6**

- A. Des flux bilatéraux aux évolutions contrastées 6
- B. Les exportations françaises vers la Suisse 6
- C. Les importations françaises depuis la Suisse 7

## **3. LES SECTEURS PORTEURS EN SUISSE 7**

- A. L'industrie des Machines, Equipements et Métaux (MEM) 7
- B. L'industrie chimique 8
- C. L'horlogerie 8
- D. La santé 8
- E. La construction 8
- F. Principales entreprises françaises présentes en Suisse 9

## **4. LA CCI FRANCE SUISSE 9**

- B. Mission 9
- C. L'activité Club 9
- D. Nos publications 10
- E. Les services d'appui 11
- F. Nos actions spécifiques pour 2014-2015 11
- G. Comité de soutien 12
- H. Les collaborateurs 13
- I. 2012-2014 > Parmi nos références 13

## **5. 3 CONSEILS À UNE ENTREPRISE QUI VEUT EXPORTER EN SUISSE 13**

- A. « Helvétisez » votre approche ! 13
- B. Organisez-vous 14
- C. Méfiez-vous de l'eau qui dort... 14

## **6. TÉMOIGNAGES 15**

# 1. La Suisse

## A. Géographie et population

La Suisse est 1 pays, composés de 3 régions utilisant 4 langues : l'allemand (64%), le français (19%), l'italien (8%) et le romanche (1%, dialecte utilisé dans quelques vallées grisonnes), les 8% restant correspondant aux autres langues étrangères utilisées (la seule ville de Zurich compte par exemple 25% d'étrangers). Il est important de noter que le langage parlé en zone alémanique ne correspond pas à l'allemand standard, mais à un dialecte, le suisse allemand, lui-même décliné selon le canton, voire la ville où l'on se trouve.



L'allemand scolaire est parfaitement compris, mais peut parfois être culturellement mal accepté. On retrouve en Suisse une caractéristique propre à la plupart des « petits » pays : une population particulièrement fière de ses origines et de ses particularismes. Ainsi, certains suisses allemands refuseront de parler l'allemand scolaire et préféreront utiliser le français. D'autres encore privilégieront l'anglais... Aussi pour dépasser la barrière de la langue, il suffit d'annoncer d'emblée celles que vous maîtrisez et de laisser le choix de la langue d'usage à votre interlocuteur. Bien évidemment, la question ne se pose pas en Suisse romande, puisque francophone.

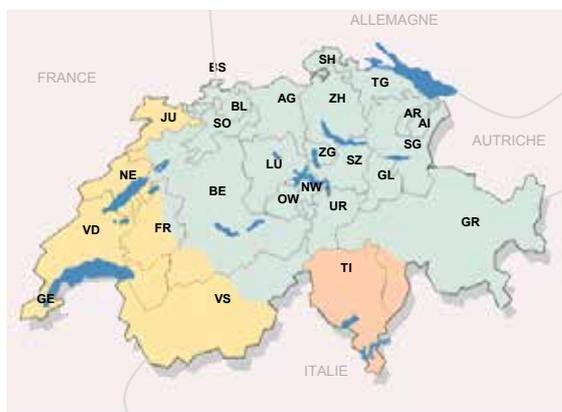
La Suisse romande, particulièrement chère aux français, puisque plus facile d'accès linguistiquement, représente donc une part considérable du potentiel du marché. Il est toutefois important de ne pas sous-estimer l'intérêt de la zone alémanique, qui concentre près des 2/3 de la population, du territoire et de la richesse du pays.

La population suisse, soit 8 millions d'habitants, se situe à 80% sur le plateau suisse, large de 80 à 100km, bordé à l'ouest par le Jura et à l'est par les Alpes, et qui traverse le pays du sud au nord. Comme le montre la carte ci-dessous, les principales villes du pays s'y concentrent (le canton de Genève compte près de 400'000 habitants, celui de Zurich près d'1,2 million).



**La Suisse est une confédération, divisée en 26 cantons.**

Il s'agit des cantons : d'Appenzell Rhodes-Extérieures, d'Appenzell Rhodes-Intérieures, d'Argovie, de Bâle-Campagne, de Bâle-Ville, de Berne, de Fribourg, de Genève, de Glaris, des Grisons, du Jura, de Lucerne, de Neuchâtel, de Nidwald, d'Obwald, de Saint-Gall, de Schaffhouse, de Schwytz, de Soleure, du Tessin, de Thurgovie, d'Uri, du Valais, de Vaud, de Zoug et de Zurich.



Chaque canton a sa propre constitution, son gouvernement, son parlement, ses tribunaux et ses lois. Le canton, qui doit garantir la compatibilité de ces lois avec celles de la Confédération, n'en dispose pas moins d'une large autonomie en matière de décision et d'administration. Il exerce un contrôle indépendant sur le système d'éducation et les questions sociales et dispose de sa propre force de police. Il établit également son propre régime fiscal.

**«Il est important de ne pas sous-estimer l'intérêt de la zone alémanique.»**

## B. Structure économique

### 1. Chiffres clés 2013

	France	Suisse
Population (en millions)	61,67	8,03
Superficie (en milliers de km <sup>2</sup> )	551,5	41,3
PIB (en milliards de dollars)	2 734,9	631,1
PIB/hab. (en dollars et en PPA)	37 069	54 133
Croissance du PIB (en %)	0,2	2,0
Inflation des prix à la consommation (en %)	0,9	-0,7
Taux de chômage (en %)	9,7	2,9

Source : <http://stats.oecd.org/>

### 2. Un marché tributaire de son commerce extérieur

La Suisse dépend effectivement de ses relations extérieures car :

- Elle ne dispose d'aucune ressource minière,
- Sa superficie est restreinte,
- Et son marché intérieur est relativement faible (8 millions d'habitants)

Cet état de fait a notamment conduit vers un grand savoir-faire sur la transformation par une main d'oeuvre hautement qualifiée, de matières premières et de biens intermédiaires importés et transformés sur le territoire helvétique, avant réexportation. Il s'agit donc d'une production à haute valeur ajoutée, conférant aux exportations une plus-value considérable.

### 3. PIB/habitant élevé, compétitivité internationale et PME spécialisées

La Suisse se positionne en 4<sup>e</sup> place mondiale en matière de produit intérieur brut par habitant (estimation 2014 du FMI), soit un niveau de richesse permettant à la population locale de s'intéresser de près aux nouveautés et de ne pas nécessairement considérer le prix comme facteur décisif d'achat. Ceci implique évidemment un niveau qualitatif attendu très élevé.

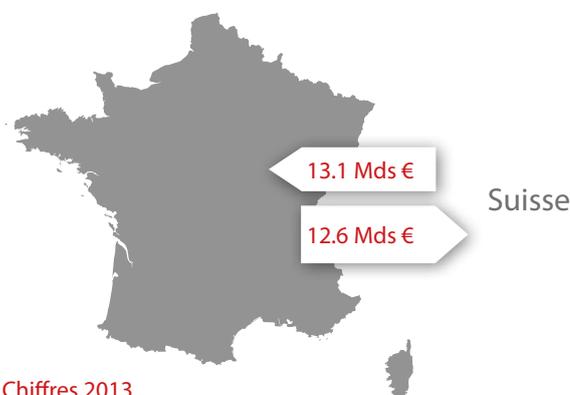
La confédération se place par ailleurs au 2<sup>e</sup> rang mondial en ce qui concerne sa compétitivité, derrière les Etats-Unis (1<sup>ère</sup> place) mais devant l'Allemagne (6<sup>ème</sup>), le Royaume-Unis (16<sup>ème</sup>) ou encore la France (27<sup>ème</sup>), selon les chiffres 2013, The IMD World Competitiveness. Ceci s'explique notamment par :

- L'absence de grève
- La durée hebdomadaire du temps de travail : 42 à 45 heures
- La durée des congés payés : 4 semaines légales, une 5<sup>ème</sup> semaine étant accordée par la plupart des entreprises
- L'âge de la retraite : 65 ans
- La présence de centres universitaires et de centres de recherches
- Une main d'oeuvre qualifiée
- Un environnement légal et fiscal favorable aux affaires

Notons que bien que les salaires soient globalement plus élevés en Suisse, les charges sociales y sont plus faibles qu'en France, à raison de 18% pour l'employeur et 15% pour l'employé environ, selon le canton. L'assurance maladie quant à elle est obligatoire, privée, et à la charge du salarié (ce point pouvant faire partie des négociations d'embauche). Il est alors intéressant de s'interroger sur le profil type de l'entreprise suisse :

- 99% des quelques plus de 300'000 sociétés enregistrées comptent un effectif inférieur à 250 salariés,
- Ces structures se développent selon une stratégie de niche : compétence et savoir-faire très élevés dans un domaine spécialisé, permettant une forte différenciation sur un marché particulièrement concurrentiel.

## 2. LES RELATIONS COMMERCIALES FRANCO-SUISSES



### A. Des flux bilatéraux aux évolutions contrastées

Le total des échanges entre la France et la Suisse est resté stable en 2013, à 25,6 Mds EUR. Les flux bilatéraux ont cependant connu des évolutions contrastées : les exportations françaises ont subi une baisse de 4,6% à 13,1 Mds EUR sur l'année 2013 tandis que les importations en provenance de Suisse augmentaient de 5,3% sur la même période, à 12,6 Mds EUR. Ainsi, **en 2013, la Suisse a été le 9ème client et le 9ème fournisseur de la France.** La Suisse représente désormais **3,1% du total des exportations françaises** (3,2% en 2012) et **2,5% du total de ses importations** (2,3% en 2012).

### B. Les exportations françaises vers la Suisse

**En 2013, les exportations françaises vers la Suisse ont affiché un recul global de 4,6%.**

A l'exception de la joaillerie / bijouterie, les principaux postes d'exportations françaises vers la Suisse correspondent aux points forts traditionnels de l'industrie nationale : aéronautique, agro-alimentaire et pharmacie.

Sur l'ensemble de l'année 2013, les cinq principaux produits d'exportation représentaient 33,6% du total des ventes françaises vers la Suisse.

Les 5 premiers postes d'exportation de France vers Suisse en 2013 :

- Les articles de joaillerie et bijouterie (10,5% du total des exportations) ont constitué le 1er poste d'exportations françaises vers la Confédération (1,36 Md EUR). Les exportations de ces produits

ont affiché un net recul (-9%) qui correspond à un mouvement de correction après une augmentation de 54% en 2012, dû notamment à un effet valeur lié au repli des cours de l'or.

- Les produits des industries agroalimentaires (1,07 Md EUR, stable par rapport à 2012) ont été, en 2013, le 2ème poste d'exportations françaises vers la Suisse (8,2% du total). Les produits des industries agro-alimentaires sont principalement du vin (32,7% à 351 MEUR, en baisse de 5%), des produits laitiers et fromagers (11,1% à 119 MEUR, en baisse de 1%) et des légumes (11% à 118 MEUR, en hausse de 19%). Toutefois, en raison de la vigueur des importations françaises de produits agro-alimentaires suisses (+29,8%), qui ont représenté 1,4 Md EUR en 2013 (contre 1,07 Md EUR en 2012 et 888 MEUR en 2011), ce poste est désormais déficitaire. La dynamique des importations françaises dans ce secteur a été alimentée, en particulier, par les produits de la catégorie «cafés et thés transformés» pour lesquels le solde est déficitaire de 906 MEUR (en hausse de 58%) : Nestlé produit en effet en Suisse la gamme des produits Nespresso et les exporte dans le monde entier.

- Le secteur aéronautique a été le 3ème poste d'exportations françaises vers la Suisse avec 5,6% du total (en hausse de 4% à 725 MEUR) grâce aux livraisons d'Airbus auxquelles il convient de rajouter les pièces de rechange. Dassault Aviation contribue également aux exportations aéronautiques françaises vers la Suisse, notamment via la vente et la maintenance de jets privés.

- Les préparations pharmaceutiques (4ème produit d'exportation avec 5,4% du total) ont crû pour la troisième année consécutive (+5% en 2013 après une hausse de 11% en 2012), après avoir enregistré une diminution significative en 2010, pour dépasser la barre des 700 MEUR.

- Les exportations de produits de raffinage du pétrole, malgré une baisse de 13% à 514 MEUR, ont dépassé en 2013 les exportations d'automobiles, en recul de 20%.

Poste	En million €	Part/ Total	2012 2013
Articles de bijouterie, joaillerie, orfèvrerie	1'360	10.50%	-9%
Produits des industries agroalimentaires	1'070	8.20%	stable
Produits aéronautiques et spatiaux	725	5.6%	+4%
Préparations pharmaceutiques	700	5.4%	+5%
Produits de raffinage	514	-	-13%

Source : Direction générale du trésor

## C. Les importations françaises depuis la Suisse

**Les importations françaises en provenance de Suisse ont pour leur part augmenté de 5,3% en 2013.**

Les 6 premiers postes d'importation vers la France depuis la Suisse en 2013 :

Poste	En million €	Part/ Total
Horlogerie	1'700	14%
Préparations pharmaceutiques	1'560	12.4%
Industries agroalimentaires	1'400	11%
Matériels médicochirurgicaux	870	7%
Arôme et huiles essentielles	705	5.6%
Equipements médicaux	595	4.7%

Source : Direction générale du trésor

Cette croissance moyenne importante ne doit pas occulter des évolutions contrastées des principaux postes d'importations :

- Augmentation soutenue des importations françaises de préparations pharmaceutiques (+18%), de café et thé transformés (+56% à 917 MEUR) et d'articles de bijouterie (+13% à 398 MEUR) ;

- Faible augmentation des importations d'articles d'horlogerie (+5%) et d'instruments et fournitures à usage médical (+5%) ;

- Diminution significative des importations d'équipements d'irradiation médicale, électromédicaux et électrothérapeutiques (-11%).

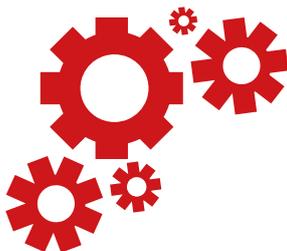
Cette progression marquante des importations de produits pharmaceutiques s'observe également chez la plupart des principaux clients de la Suisse dans ce secteur, qui a représenté en 2013 plus du quart des exportations totales de ce pays.

(1) Siège en Suisse des entreprises Givaudan et Firmenich, leaders mondiaux de l'industrie de la parfumerie et des arômes, notamment pour les industries agro-alimentaires. (2) La Suisse compte plusieurs fabricants d'instruments et équipements médicaux et dentaires qui sont leaders mondiaux dans leur domaine (Medtronic pour les systèmes de valves hydrocéphales ou Straumann pour les instruments et implants dentaires, par exemple).

Source : Direction générale du trésor, service économique de Berne

## 3. LES SECTEURS PORTEURS EN SUISSE

### A. L'industrie des Machines, Equipements et Métaux (MEM)



L'industrie MEM représente le secteur industriel le plus important. L'industrie des machines, des équipements électriques et des métaux occupe en effet une place importante dans l'économie nationale suisse : avec 330'000 employés, elle est le plus grand employeur industriel et représente, avec 65 milliards CHF (2013), 32,5 % des exportations de la Suisse. En 2012, cette industrie a contribué à hauteur de 18% au produit national brut et la part de l'industrie MEM à la valeur ajoutée correspondait à 9%.

Une industrie orientée vers les marchés mondiaux :

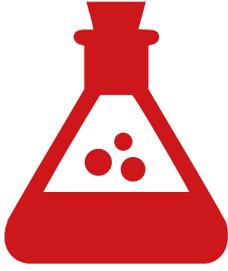
Environ 80% des produits de l'industrie MEM sont exportés. Selon l'Administration fédérale des douanes, l'industrie MEM a exporté pour une valeur de CHF 16,1 milliards de francs au premier trimestre 2014. Ceci correspond à une augmentation de 3,2% par rapport à 2013. Les exportations vers l'UE, à l'origine de presque 61% des exportations, ont augmenté (2,8%) par rapport à l'année précédente.

L'industrie MEM se présente aujourd'hui comme un secteur de haute technologie aux multiples facettes. De la mobilité à l'habitat en passant par l'alimentation jusqu'à la santé et la sécurité, elle touche tous les domaines de la vie et de l'économie. De nombreuses entreprises de l'industrie suisse MEM jouent un rôle important sur le plan international, dans leurs sous-secteurs. Les succès rencontrés sur les marchés étrangers contribuent au succès de la place industrielle et intellectuelle suisse à l'échelle internationale.

**ALLER + LOIN**

[www.swissmem.ch](http://www.swissmem.ch), site de l'association des sociétés suisses actives sur le secteur de l'industrie des machines, des équipements électriques et des métaux.

## B. L'industrie chimique



L'industrie chimique, qui s'est spécialisée dans les colorants, les essences de parfum et les arômes alimentaires, a fait de Bâle sa métropole. Tout comme l'industrie des machines, l'industrie chimique a pu démarrer en Suisse grâce à l'industrie textile qui était une grande consommatrice de colorants artificiels. Jusqu'à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, l'industrie chimique suisse se consacrait presque exclusivement à la production de colorants. Aujourd'hui, c'est la production pharmaceutique qui a pris la première place et la Suisse figure parmi les plus grands producteurs de produits pharmaceutiques.

Les principales entreprises pharmaceutiques suisses sont Hoffmann-La Roche et Novartis (cette dernière est née de la fusion de Ciba-Geigy et de Sandoz en 1996, compte aujourd'hui 12'000 collaborateurs en Suisse). En marge de ces deux géants, le secteur regroupe 330 PME sur l'ensemble du territoire, et plus particulièrement sur les cantons de Bâle Ville, Bâle Campagne, d'Argovie et du Valais, soit un total de 34'000 emplois à la fin 2007 (+69% en 18 ans).

**ALLER + LOIN**

[www.interpharma.ch](http://www.interpharma.ch), site de l'association des sociétés pharmaceutiques suisses pratiquant la recherche

## C. L'horlogerie



L'horlogerie est la troisième industrie suisse d'exportation après les produits chimiques et l'industrie des machines. La branche affiche d'ailleurs une croissance nettement plus rapide que l'ensemble de l'économie suisse. Elle a progressé de 4,5 % par an entre 1997 et 2012 contre « seulement » 2 % pour le PIB suisse, selon les estimations de l'Institut Crea de macroéconomie appliquée de la faculté des HEC de l'université de Lausanne. Le secteur horloger et microtechnique emploie aujourd'hui en Suisse près de 56'000 personnes, un chiffre en hausse de 5,7% et jamais égalé depuis plus de 35 ans.

En 2013 la Suisse est restée le premier pays exportateur de produits horloger. Elle a ainsi exporté l'équivalent de 23,6 milliards de dollars à travers le monde et pèse pratiquement la moitié du commerce horloger international, soit 45 %.

L'horlogerie est un secteur dans lequel la Suisse romande joue un rôle prépondérant. Son cœur se situe dans six cantons : quatre romands (Genève, Jura, Neuchâtel et Vaud) et deux alémaniques (Berne et Soleure). Les quatre cantons romands pèsent à eux seuls près de 70 % de la valeur ajoutée du secteur au niveau suisse.

**ALLER + LOIN**

[www.fhs.ch](http://www.fhs.ch), site de la fédération horlogère suisse

## D. La santé



Le secteur hospitalier, avec une part de 4%, est un employeur important et significatif. Environ 184'700 personnes travaillent dans les hôpitaux et les cliniques suisses. Le secteur hospitalier est donc un employeur à peu près aussi important que le secteur primaire ou le secteur de la finance. Le reste du secteur de la santé et du social compte encore 358'800 personnes actives. De manière globale le secteur de la santé et du social est, après le commerce et les services aux entreprises, un des plus importants employeurs du pays.

Le secteur santé et social dans son ensemble a ainsi participé pour 6,6 pourcent au produit intérieur brut en 2009, ce qui est plus important que le secteur de la construction ou le secteur des transports et communications.

Le secteur hospitalier a une incidence directe sur l'économie suisse par sa création de valeur et son rôle d'employeur. Les hôpitaux et les cliniques suisses sont en outre des clients importants pour de nombreux secteurs de l'économie. En particulier, les fabricants de matériel médical (médicaments, produits chimiques, instruments, pansements et produits similaires) ainsi que les fournisseurs de services médicaux profitent des commandes des hôpitaux et des cliniques.

## E. La construction



L'industrie du bâtiment reste un des moteurs de la croissance de l'économie suisse, selon le BAK Basel et le centre de recherches conjoncturelles de Zürich. En effet, les BTP représentent environ 10% du PIB suisse pour 85 000 employés à temps plein.



Avec seulement 35% d'employés d'origine suisses et 65% de ressortissants de l'Union européenne, le secteur de la construction suisse est en quête de prestataires étrangers qualifiés pour pallier la pénurie de main d'oeuvre et faire face au « boom » de la construction.

Avec 18,9 milliards de francs de chiffre d'affaires pour toute l'année 2012, le secteur de la construction se porte bien. En 2013, boostés par une construction de logements dynamiques, les dépenses dans la construction se sont accrues de 1,8% par rapport à l'année précédente pour atteindre 63,1 milliards de francs.

## F. Principales entreprises françaises présentes en Suisse

Parmi plus de 1100 implantations françaises en Suisse figurent notamment :



## 4. LA CCI france Suisse

### A. Présentation

- 1er réseau d'affaire franco-suisse
- Fondée en 1894 à Genève, la CCIFS est l'une des plus anciennes Chambres de Commerce Françaises à l'Etranger
- Nombre du personnel permanent : 11
- Nombre de membres : 500
- Plus de 2'000 contacts d'affaires
- Membre du réseau de CCI France International
- Relations étroites avec les CCI en France
- Siège à Genève, antenne à Zurich et à Lyon, Représentation à Bale et en Valais

### B. Mission

La CCIFS a deux missions essentielles :

- Animer la communauté d'affaires française en Suisse (Activité Club et Publications)
- Assurer l'appui opérationnel aux entreprises françaises et suisses qui souhaitent se développer/s'implanter sur l'un ou l'autre des marchés

Pour se faire, nous nous appuyons sur notre réseau de membres et de partenaires institutionnels, sur un catalogue de prestations d'accompagnement étoffé et sur nos publications régulières.

### C. L'activité Club

Afin de favoriser le networking au sein de notre réseau de membres et d'apporter à ces derniers un éclairage particulier sur l'actualité, nous organisons :

- **DES SÉMINAIRES TECHNIQUES** : la gestion de la supply chain, l'investissement dans l'art, la communication d'entreprise en Suisse, l'implantation en Suisse, le droit de la construction en France, la propriété intel-

lectuelle, la fiscalité transfrontalière, sont autant de thèmes discutés lors de ces rencontres de spécialistes métier.

➤ **DES DÉJEUNERS-DÉBATS :** moments d'information conviviaux, ces déjeuners rassemblent généralement entre 100 et 200 participants autour d'un orateur de marque tel que M. Brabeck (PDG de Nestlé), M. Seillière (ancien patron du MEDEF), M. Betbéze (Conseiller économique du directoire du Crédit Agricole), M. Dubrule (Président fondateur du Groupe Accor), M. de Margerie (Directeur Général Total).

➤ **LES TROPHÉES DU COMMERCE FRANCO-SUISSE :** cette manifestation annuelle phare de la communauté d'affaires franco-suisse a pour but de récompenser des entreprises suisses et françaises ayant réussi dans une logique de développement sur l'un ou l'autre des marchés. Dans ce cadre, nous avons notamment eu l'honneur d'accueillir M. Raffarin, M. Kudelski, M. Piccard et bien d'autres... Cette année marquera la 21<sup>ème</sup> édition des Trophées.

➤ **DES CONFÉRENCES-COCKTAIL :** A vocation informative et conviviale les conférences cocktail sont un moyen idéal d'associer réseautage et business

➤ **LE FORUM D'AFFAIRES FRANCO-SUISSE :** Diversifier, élargir votre réseau d'affaires, bénéficier des dernières informations marchés et initier des alliances avec les futurs clients et partenaires

➤ **LES FORUMS SUR L'IMPLANTATION EN SUISSE/ EN FRANCE :** Présentations plénières en matinée, traitant de l'ensemble des problématiques inhérentes à une implantation et rendez-vous individuels en après-midi, avec les experts de la matinée et des spécialistes du marché suisse/français

➤ **LES BULLES DE LA CHAMBRE :** Les membres de la CCIFS se retrouvent pour un moment de convivialité et de networking chez un membre, avec le concours et le soutien de la Maison Pernod Ricard - Business Selection et les Champagnes GH.Mumm

➤ **DES RENCONTRES D'ACHETEURS**

- > HÔTELLERIE DE LUXE
- > CONSTRUCTION
- > SANTÉ
- > REMONTÉS MÉCANIQUES
- > ...
- > ...

## D. Nos publications



### ➤ MAGAZINE ASPECTS

Dossiers d'actualité, chroniques spécialisées, calendrier des activités et galerie photo composent cette publication à la fois dynamique et efficace. Sa distribution gratuite à toutes les entreprises affiliées à la CCIFS lui assure un lectorat de premier choix puisque

Aspects est lu par les chefs d'entreprises, les dirigeants, les cadres et les collaborateurs de presque tous les secteurs d'activité représentés en Suisse. Les rubriques couvrent aussi bien les actualités concernant directement la vie des entreprises que les informations essentielles sur le panorama économique suisse, particulièrement vu par le biais des échanges franco-suisse. Aspects est un magazine trimestriel d'information moderne qui répond aux attentes de ses lecteurs en lui offrant des informations précises et utiles.



### ➤ NEWSLETTER «FRANCE-SUISSE EXPRESS»

En complément du magazine ASPECTS, notre newsletter électronique « Cont@

ct » est adressée aux acteurs des échanges économiques franco-suisse et à l'ensemble des membres de la CCIFS chaque mois. Plus de 1'000 destinataires reçoivent notre newsletter, celle-ci, organisée autour d'un mini édito, liste les nouveaux membres de la CCIFS, détaille l'agenda des manifestations à venir et propose un espace de communication réservé à ses membres. Les membres de la CCIFS ont la possibilité de proposer la parution d'informations à caractère général dans la rubrique «Communication membres» (études, séminaires, etc.). La newsletter peut aussi accueillir un banner publicitaire en lien avec le site Internet de la CCIFS.

Newsletter «France-Suisse Express» (en partenariat avec la Mission Economique de Berne), bimestrielle, dès Avril 2009.

### ➤ ANNUAIRE DES MEMBRES



Chaque année, la CCIFS édite l'annuaire de ses membres : outil de travail indispensable pour vos démarches professionnelles en Suisse, cet annuaire regroupe les coordonnées des 450 sociétés membres de la CCIFS (adresse, téléphone, fax, email, site internet, contacts principaux, activité...), ainsi que les conseils et l'information utile à toute personne désireuse de

mieux connaître les relations économiques entre la

France et la Suisse.



➤ **GUIDE AFFAIRES OU NE PAS FAIRE**

Un guide pratique à l'attention des entreprises françaises pour le développement de leurs affaires en Suisse. Testez vos connaissances et évitez les pièges culturels en apprenant à dire nonante et septante ! Témoignages et conseils utiles à toute personne désireuse de mieux connaître les relations économiques entre la France et la Suisse.



➤ **GUIDE DES FOIRES ET SALONS EN SUISSE**

La CCIFS édite chaque année le guide des foires et salons en Suisse, cet outil exhaustif est indispensable dans l'approche du marché suisse, il permet en effet aux sociétés d'acquérir une information précise et actuelle sur les différents salons et foires organisés en Suisse dans leur secteur d'activité.

## E. Les services d'appui

- **CRÉATION DE SOCIÉTÉS** en France et en Suisse
- **DOMICILIATION** à Genève et à Zurich : mise à disposition d'une adresse postale et/ou d'une ligne téléphonique dédiée pour garantir un premier niveau de représentativité sur le territoire suisse.
- **VALIDATION DE MARCHÉ** : étape préliminaire à tout développement commercial, nous vous accompagnons sur l'étude de votre positionnement en Suisse
- **APPROCHE DE GRANDS COMPTES**, distributeurs ou partenaires : nous organisons pour votre compte un programme de rendez-vous avec vos prospects locaux, via notre réseau d'adhérents et nos nombreux contacts issus des missions passées
- **RÉCUPÉRATION DE TVA** en France et en Suisse : sur vos déplacements, frais de bouche et d'hébergements, frais de participation à des salons...
- **GESTION DE FILIALE** : pour vous permettre de vous concentrer sur votre cœur de métier, nous assurons pour vous la gestion comptable, sociale et/ou fiscale de votre filiale suisse.
- **ORGANISATION DE PROGRAMMES DE RENDEZ-VOUS** : Externalisez votre prospection: après avoir validé l'adéquation entre votre offre et les besoins des prospects contactés, la CCIFS prépare

un programme de rendez-vous sur mesure.

- **COMMERCIAL À TEMPS PARTAGÉ** : Véritable service commercial externalisé et flexible, la CCIFS met à votre disposition ses chefs de projets bilingues formés aux particularités du marché.
- **APPUI À LA CROISSANCE EXTERNE** : Vous avez un projet de rachat ou de prise de participation? La CCIFS vous apporte son soutien opérationnel dans l'identification et l'approche des cibles.
- **REPRÉSENTATION FISCALE**

Les sociétés ayant leur siège à l'étranger et fournissant, en Suisse, des prestations à hauteur de 100 000.-CHF par année sont assujetties à la TVA. La CCIFS assure votre représentation fiscale auprès des autorités concernées.

➤ **RECHERCHE DE LOCAUX**

Vous envisagez un projet d'implantation ou de développement d'activité? La CCIFS vous appuie dans votre recherche de locaux ( bureaux, sites de production, sites de stockage).

- **HÉBERGEMENT DE VIE** : Votre société souhaite baser un V.I.E en Suisse dans le cadre de son développement commercial sur le marché ? La CCIFS vous propose un hébergement en bureau individuel ou mutualisé ainsi qu'un appui complet. Offre disponible à Zurich ou Genève.

Via ces différents services, nous mettons à disposition des entrepreneurs des deux pays nos contacts, notre expérience, nos compétences linguistiques et nos connaissances sectorielles afin de faciliter leur approche du marché suisse ou français.

## F. Nos actions spécifiques pour 2014-2015

- **10 ET 13 FÉVRIER 2014 : ROADSHOW IMPLANTATION EN SUISSE DANS LES CCI DE FRANCE** – Lille, Paris, Mulhouse, Lyon
- **1ER ET 2 AVRIL 2014 : RENCONTRES ACHETEURS/DÉCIDEURS MONTAGNE** – Martigny, Verbier • Contact : Mme Caroline Say
- **13 ET 14 MAI 2014 : RENCONTRES ACHETEURS/DÉCIDEURS FOURNITURES ET ÉQUIPEMENTS POUR L'HÔTELLERIE** – Genève • Contact : M Carl Mesdesirs
- **25 SEPTEMBRE 2014 : FORUM D'AFFAIRES FRANCO-SUISSE** / [www.fafs.ch](http://www.fafs.ch) – Genève • Contact : Mme Samanta Al Yamounni
- **7 NOVEMBRE 2014 : FORUM SUR L'IMPLANTATION EN FRANCE** – Lyon • Contact : Mme Fabienne Diaz
- **20 NOVEMBRE 2014 : 8ÈME FORUM SUR L'IMPLANTATION EN SUISSE GENÈVE** Contact : Mme Caroline Say

- **25 & 26 NOVEMBRE 2014 – DÉLÉGATION ÉCONOMIQUE SECTORIELLE  
ÉQUIPEMENT AGRICOLE EN SUISSE**  
Berne • Contact : Mme Diane Ishimwe
- **2-6 FÉVRIER 2015 – ROADSHOW IMPLANTATION EN SUISSE**  
Lille, Paris, Strasbourg, Lyon • Contact : Mme Caroline Say
- **MARS 2015 : RENCONTRE D'AFFAIRES NUCLÉAIRE ET ÉNERGIES NOUVELLES**  
Berne • Contact : Mme Diane Ishimwe
- **AVRIL 2015 : RENCONTRES D'AFFAIRES DANS LE SECTEUR HOSPITALIER**  
Berne • Contact : M Carl Mesdesirs
- **MAI 2015 : 2ÈME RENCONTRES MONTAGNE FRANCO-SUISSE**  
Chamonix • Contact : Mme Caroline Say
- **JUIN 2015 : JOURNÉE THÉMATIQUE INNOVATION & DESIGN FRANÇAIS,  
FOCUS SUR LE SECTEUR AUTOMOBILE**  
Zurich • Contact : Mme Diane Ishimwe
- **26 JUIN 2015 – FORUM DES INVESTISSEMENTS FRANCO-SUISSES**  
Crans-Montana • Contact : M Romain Duriez
- **24 SEPTEMBRE 2015 : FORUM D'AFFAIRES FRANCO-SUISSE**  
Genève • Contact : Mme Samanta Al Yamounni
- **OCTOBRE 2015 : RENCONTRES D'AFFAIRES PHARMA/CHIMIE**  
Lyon • Contact : Mme Fabienne Diaz
- **OCTOBRE 2015 : FORUM SUR L'IMPLANTATION EN SUISSE**  
Genève • Contact : Mme Caroline Say
- **NOVEMBRE 2015 : FORUM SUR L'IMPLANTATION EN FRANCE**  
Lyon • Contact : Mme Fabienne Diaz
- **DÉCEMBRE 2015 : RENCONTRES D'AFFAIRES DANS LE SECTEUR DE LA CONSTRUCTION**  
Genève • Contact : M Carl Mesdesirs

#### G. Comité de soutien



TOTAL GESTION INTERNATIONALE

## H. Les collaborateurs



**Romain Duriez**  
Directeur  
00 41 22 849 05 70  
rduriez@cfsci.ch



**Olivier Neuhaus**  
Fondé de Pouvoir  
00 41 22 849 05 75  
oneuhaus@cfsci.ch



**Valentine Achi**  
Directrice  
Commerciale  
00 41 44 262 10 70  
vachi@cfsci.ch



**Caroline Say**  
Cheffe de Projet  
00 41 44 262 10 71  
csay@cfsci.ch



**Diane ISHIMWE**  
Cheffe de Projet  
00 41 44 262 10 73  
dishimwe@cfsci.ch



**Carl Mesdesirs**  
Chef de Projet  
00 41 22 849 05 79  
cmesdesirs@cfsci.ch



**Fabienne Diaz**  
Déléguée France  
+ 33 4 72 40 57 69  
fdiaz@cfsci.ch



**Charline Fabbro**  
Responsable Activités Salon  
00 41 22 849 05 98  
cfabbro@cfsci.ch



**Florence Boillod**  
Responsable de la  
Communication  
00 41 22 849 05 73  
fboillod@cfsci.ch



**Samanta Al Yamounni**  
Chargée de Communication  
00 41 22 849 05 74  
say@cfsci.ch



**Laurence Peyre**  
Chargée de Communication  
00 41 22 849 05 71  
lpeyre@cfsci.ch

## I. 2012-2014 > Parmi nos références

La CCI France Suisse traite plus de 700 dossiers d'entreprises chaque année pour l'ensemble de la gamme de services proposés, ces entreprises nous ont fait confiance :

**CONSTRUCTION / BÂTIMENT / INGÉNIERIE** Groupe Aege Concept, Premium Stone, Groupe Poralu, Clemessy, Chabanne et Partenaires, EGIS Bâtiment, SPIE, PIC Bois, Alphi, Saniverte, Caire, Zacharie Agence-ment, Munch SA, Asselin

**TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS / SERVICES** Avassys, Groupe Aerow, Ameg Group, Kernel Networks, PCO Innovation, Esker, Mediatech, Finance Active, Transatel, IMS RN, EDSI Tech, Sogema, Prosodie

**SERVICE AUX ENTREPRISES** Econocom, Lux Modernis, Les Imageurs, Estimprim, Inpuzzle, TGV Lyria, 4G, GCAT, Potel & Chabot, Fraikin, Atemia, Mister Auto, Antidote Communication, Jaguar Network, Digipix, Vocalcom, Inevo, Receptis, APG

**INDUSTRIE** Elie Bleu, Comel, Aero-Nov, SICO, Corelec Equipements, Mistras Group

**SANTÉ - BEAUTÉ / MODE DÉCORATION** Mérieux Développement, Labo&Co, Manudo, FSI Net, Spineart SA, Gibaud SA, NordprintSystemX, Strammer, Maison Gabrielle Lemaître, Puressentiel, Arnaud Vuitton, Pülü Collection, Devernois, Smuggler, Mousse du Nord Matnor, Durance, Picture Organic Clothing

# 5. TROIS CONSEILS À UNE ENTREPRISE QUI VEUT EXPORTER EN SUISSE

### CCIFS - Romain Duriez | Directeur

*"Les suisses sont très fidèles en affaire. Si votre interlocuteur est satisfait de son fournisseur, vous aurez bien du mal à vous imposer. Cependant, s'il accepte de vous recevoir, c'est qu'il est déjà intéressé par votre entreprise. Car contrairement à la France, il n'y a pas de rendez-vous découverte."*

## A. « Helvétisez » votre approche !

La Suisse, si proche, si lointaine. Il est en effet important de prendre la mesure des particularismes culturels et linguistiques, facteurs essentiels à la bonne pratique des affaires locales. Voici quelques pistes pour adapter votre approche au marché helvétique :

- Une identité forte : caractéristique propre à la plupart des « petites » nations, les suisses sont fiers de leurs origines. Aussi, évitons l'écueil d'assimiler les Suisses romands, alémaniques et italophones respectivement aux Français, aux Allemands et aux Italiens.
- « Je suis originaire de Winterthur, dans le canton de Zurich, en Suisse alémanique, en Suisse... » : la Suisse est une confédération, et chaque canton garde une grande autonomie quant à sa gestion. La notion de centralisation n'existe donc pas telle que développée en France, et la régionalisation est très importante. Il sera de bon ton de montrer à votre interlocuteur votre connaissance, même sommaire, de son pays.
- Restez humbles quant à votre maîtrise des langues étrangères : par leur histoire et le brassage des populations constitutif de leurs pays, les suisses sont particulièrement polyglottes (surtout en zone alémanique). Ils restent toutefois très discrets sur ce point, et il serait mal vu d'être prétentieux sur vos connaissances linguistiques.

### **RENAULT SUISSE - Olivier Gaudefroy | Directeur**

*«La diversité culturelle et linguistique trouve ses pendents dans les habitudes de consommation qui diffèrent de région en région : avant d'être Suisse, on est Genevois, Zurichois ou Tessinois. Les communautés suisses alémaniques, suisses romandes et suisses italiennes affirment leur caractère distinctif, tout en se reconnaissant dans l'unité formée par la confédération qui a su intégrer les particularismes régionaux en les alliant au développement du pays. La culture du consensus domine ainsi la vie politique et les affaires, mettant le dialogue au premier rang des facteurs de réussite.»*

## B. Organisez-vous

La Suisse est un pays économiquement mûr. De fait, la très grande majorité des secteurs d'activité sont couverts, et leurs acteurs sont plus en veille qu'en recherche active de nouveaux partenaires. Pour y faire sa place, un très bon rapport qualité-prix et/ou une offre innovante sont indispensables. En outre, il faudra souvent faire déréférencer l'un de vos concurrents pour le remplacer !

- Renseignez-vous sur vos prospects : le rendez-vous exploratoire n'existe pas en Suisse. Avant de vous rencontrer, votre contact aura consulté votre site Internet et vos brochures commerciales. De fait, la négociation pourra être rapidement abordée dès la première entrevue, et il faudra y être préparé.

- Définissez clairement votre positionnement concurrentiel : vous serez presque systématiquement en concurrence avec des acteurs souvent présents depuis bien plus longtemps que vous sur le marché. Par conséquent, il est indispensable de parfaitement connaître vos avantages concurrentiels.

- Un engagement donné est un engagement tenu : il est préférable d'annoncer d'emblée votre cadre de compétences et vos délais d'action, qui seront intégrés dans le processus global de votre interlocuteur, plutôt que d'aller dans son sens pour décrocher un marché avant de revenir sur vos engagements. N'oublions pas qu'en Suisse, le consensus est de rigueur : on travaille AVEC plus que POUR son partenaire.

- Accordez-vous du temps : en Suisse, convaincre est une chose, décrocher un marché en est une autre... Il pourra arriver que vos contacts attendent d'être rassurés par votre première référence sur le territoire helvétique avant de vous solliciter.

### **HARSH - Isabelle Harsch**

*« Les Suisses aiment travailler avec des gens non seulement compétents mais à qui ils peuvent faire confiance dans le temps. Pour cela, il est donc important que les entreprises françaises voient leurs objectifs sur le long terme (2 ans) plutôt que sur le court terme. Cela est également valable avec les employés : faites-leur confiance, ils vous le rendront ! »*

## C. Méfiez-vous de l'eau qui dort...

- La discrétion et la retenue suisse : les Suisses sont souvent perçus par les Français comme peu expansifs. Ils n'en sont pas moins pragmatiques, et n'hésitent pas à faire appel à un nouveau partenaire qui les aura convaincus. Ne préjugez donc pas des possibilités de collaboration au regard des seules réactions de vos interlocuteurs. Ce point est particulièrement marquant sur les salons professionnels : les visiteurs suisses ne se présentent pas systématiquement aux exposants, mais préfèrent souvent prendre la documentation qui leur est nécessaire et recontacter la société concernée les jours suivants, après une pré-étude plus approfondie.

- L'organisation des secteurs et l'effet boule de neige : presque tous les secteurs sont chapeautés par une ou plusieurs organisations faitières. Les échanges sont donc fréquents et ouverts, et votre nom circulera rapidement. Ceci renforce d'autant plus la nécessité d'assurer la qualité de vos engagements, pour éviter de véhiculer une mauvaise image, souvent dévastatrice, de votre entreprise.

- L'importance des références : au regard des éléments décrits ci-dessus, vos références seront entendues d'une bonne oreille en Suisse, et souvent sollicitées pour complément d'information et retour d'expérience. N'hésitez donc pas à les utiliser, et choisissez-les bien évidemment avec pertinence !

## 6. TÉMOIGNAGES



**AEGE CONCEPT** - Jacques-Henri Daniel | Directeur général

*Comment la CCI France Suisse a-t-elle répondu à votre problématique de développement ?*

Je suis rentré en contact avec Romain Duriez lors d'un petit déjeuner-table ronde organisée par la CCIG sur l'évolution de l'immobilier du Grand Genève en avril 2013.

Nous souhaitons développer les activités du groupe à partir de notre expertise dans la rénovation des bâtiments et de l'aménagement de bureaux avec notre gamme de cloisons amovibles en aluminium ELLERS. Nous avons mené deux missions avec la CCI France Suisse. La première consistait à découvrir le marché suisse du BTP, son organisation, les règles qui l'animent et ses acteurs incontournables. La seconde nous a permis de prendre contact avec les acteurs majeurs de la prescription et de la maîtrise d'ouvrage.

La CCI France Suisse a organisé des rendez-vous ciblés qui nous ont permis de mesurer les attentes du marché : fiabilité, réactivité, respect des engagements et une qualité des matériaux et de l'exécution supérieure à ce qui se fait sur de nombreux marchés. Ces rendez-vous se sont concrétisés par des offres de service et par la signature d'un partenariat.

Nous avons trouvé un partenaire de qualité : la société Daniel Fournier Aménagement ce qui nous permet de développer notre activité aussi bien en Suisse alémanique qu'en Suisse Romande. Ensemble nous avons été sélectionnés par le BIT pour un chantier test.

### SICO

*En quoi l'équipe du SAE (Service d'Appui aux Entreprises) de la CCI France Suisse a facilité vos projets de développement en Suisse ?*

L'équipe de la CCI France Suisse pour le commerce et l'industrie nous a apporté son expertise dans l'étude du marché suisse sur notre secteur d'activité et dans l'élaboration d'une base de données de prospects ciblée, ce qui nous a permis d'appréhender ce marché plus efficacement. Par ailleurs, les membres de l'équipe du SAE nous ont apporté leurs conseils pour l'élaboration d'une documentation en langue allemande. Nous avons tout particulièrement apprécié leur disponibilité et leur réactivité.



**CRANS MONTANA AMINONA** - Arthur Clivaz | Directeur général

*Vous avez participé en tant qu'« acheteur / donneur d'ordre » sur les Rencontres Acheteurs Montagne qui ont eu lieu le 1er et 2 avril 2014 à Martigny. Quelles étaient vos attentes concernant ces rencontres d'affaires ?*

Comme c'était la première fois que je participais à une telle manifestation, c'est plus par la curiosité que j'ai été guidé que par des attentes précises. Néanmoins, j'ai été très positivement étonné de la manière dont cette rencontre a été organisée et des contacts qu'elle m'a permis de nouer. D'avoir la possibilité de concentrer sur 2 jours la rencontre d'un tel panel d'entreprises dont le corps de métier est lié à la montagne, mais dont les activités sont très diversifiées fut vraiment une expérience extrêmement bénéfique. Prendre les idées en dehors du cercle habituel de ses connaissances permet souvent de découvrir si ce n'est de nouveaux développements au moins de nouvelles manières d'approcher ces développements. C'est pourquoi ce type de rencontres est intéressant, car il nous permet de sortir de notre seule manière de voir l'évolution et d'être confronté à des visions différentes qui ont parfois fait leurs preuves ailleurs.





## UNE CULTURE MARQUÉE PAR LA DÉCENTRALISATION

Stefan Bannwart | Conseiller en communication

La situation linguistique et le paysage médiatique ne sont que des reflets d'une caractéristique principale de la Suisse : le pays est fortement décentralisé. Cela vaut pour beaucoup de domaines. Ainsi la Suisse connaît plusieurs centres économiques, dont le plus important (Zurich) n'est pas identique à la capitale (Berne). La forte décentralisation va de pair avec un système politique de démocratie directe et un principe de subsidiarité prononcé dans la construction de l'Etat et l'administration publique mais aussi dans la gestion des entreprises. Tout cela est très ancré dans la mentalité des Suisses et marque profondément la culture du pays ainsi que la manière d'y pratiquer la communication.

Les Suisses sont, par conséquent, habitués à une communication où les émetteurs sont proches des audiences, où l'information est accessible et où des décisions prises par les autorités sont bien expliquées.

En prenant en considération ces points, une entreprise étrangère peut tirer un bénéfice certain en adaptant son style de communication à ces coutumes locales. De plus, l'usage de représentants locaux comme porte-paroles ou intermédiaires s'avère souvent judicieux dans la stratégie de communication, soit vis-à-vis d'audiences plus larges ou vis-à-vis de groupes cibles spécifiques ou intermédiaires comme les médias, en créant ainsi une proximité et un lien plus direct auquel les Suisses sont habitués.

## AGENCE GAULTIER-COLLETTE - René-Georges Gaultier

*Y-a-t-il un esprit suisse en matière de communication et de stratégie de marque ?*

Tout d'abord, il faut rappeler que la Suisse a été un grand pays en termes de création graphique et de typographie, le précurseur en terme d'agences de communication. Aujourd'hui tout cela a disparu. Il n'y a pas de groupe de communication suisse à l'international. La Suisse a gardé la prépondérance du graphisme. Ce qui donne une communication plus visuelle que stratégique. Or la communication se nourrit de la stratégie, se base sur l'insight des consommateurs et repose avant tout sur le fait de donner du sens à un produit ou une marque.

## LE DÉVELOPPEMENT DE FRAIKIN EN SUISSE

Jean-Michel Domergue | Directeur de Fraikin Suisse, leader européen de la location multiservices de véhicules industriels et utilitaires

*Implanté depuis 2006 en Suisse, comment avez-vous approché ce nouveau marché ?*

Notre première tâche fut de constituer un réseau de partenaires locaux. D'ailleurs avec l'aide de la CCI France Suisse et tout particulièrement de M. Romain Duriez qui nous a proposé différents garages qui pouvait accueillir notre première implantation et surface de parking. Une de nos premières réussites est d'être perçu comme client par bon nombre d'acteurs économiques du marché des véhicules utilitaires et industriels. Nous avons développé un réseau de garagistes, carrossiers et spécialistes (groupe frigorifique, hayon élévateur...) par canton, ce qui nous permet d'amener une proximité de service à chacun de nos clients.

Pour se développer, la principale qualité requise est l'écoute, permettant la bonne compréhension des situations qui peuvent différer d'après le contexte culturel, géographique et de langue selon les cantons. Toutes ces diversités sont autant d'opportunités que propose non pas un, mais plusieurs marchés suisses !



## **RIANS SUISSE** - Lise Taillard | Responsable Rians Suisse



*En quoi la Suisse représente-t-elle un marché stratégique pour vos activités ?*

La Suisse est très internationale, de cultures gastronomiques variées et les Suisses sont des consommateurs très avertis qui recherchent la qualité. Nous avons les valeurs et les produits adaptés pour répondre à leurs envies gourmandes !

*Quel est le pourcentage de vos ventes en Suisse alémanique ?*

Dans un premier temps, il nous faut continuer à bien développer la Suisse romande pour ensuite déployer notre savoir-faire et faire connaître nos produits en Suisse alémanique. Je rejoins totalement les italophones de Suisse, quand ils disent : « Chi va piano va sano, chi va sano va lontano ».

## **PERNOD RICARD SWISS** - Francisco de la Vega

Le secret d'une implantation réussie c'est le respect et la compréhension de la culture locale par un management stable et suffisamment autonome pour se faire entendre par sa maison mère.

## **SMARTBOX, LA SUISSE DANS UN COFFRET**

Franck Oswald | Country Manager de Smartbox Suisse

*En quoi la Suisse représente-t-elle un marché stratégique pour vos activités? Quels sont vos projets de développement dans les années à venir?*

Il s'agit d'un marché de petite dimension mais avec un énorme potentiel de croissance ! A ce jour, nous n'avons introduit qu'un seul type de produit (Smartbox) alors que d'autres pays du groupe Smart&Co en ont plusieurs. Notre objectif est d'accompagner la croissance de cette catégorie de produit dans les prochaines années. Pour le moment, nous souhaitons consolider notre présence et conquérir de nouveaux consommateurs.

*Quels conseils donneriez-vous à une entreprise française désireuse de s'implanter en Suisse dans le marché des coffrets cadeaux?*

Il est essentiel de passer du temps à comprendre les attentes des consommateurs, ainsi que la façon de "faire des affaires" en Suisse avec les partenaires et le « retail ». Ce qui fonctionne dans un pays pourrait ne pas fonctionner en Suisse... ou du moins pas dans toutes les régions !



## **PICTURE ORGANIC CLOTHING**

Vincent André | Gestion, Finance & Logistique chez POC

Depuis les débuts de la marque nous sommes présents en Suisse mais nous sentions depuis quelques temps que nous n'arrivions plus à progresser à cause de différentes choses. Nous avons vite compris que ce ralentissement de croissance venait du fait que nous ne proposons pas le service adéquat pour progresser. Nous avons donc aussitôt entrepris de créer une filiale pour palier à ça et continuer à faire progresser la marque en Suisse.

*La CCI France Suisse a-t-elle répondu à votre problématique d'implantation ?*

Oui tout à fait. Nous avons besoin d'aide et d'accompagnement pour la création d'une filiale en Suisse. La CCI France Suisse nous a accompagnés du début à la fin et les démarches ont été faites rapidement, ce qui était primordial pour nous car nous n'avions que juillet et août pour monter cette filiale.

## **CCI FRANCE SUISSE**

[www.ccifs.ch](http://www.ccifs.ch)

### Genève

Route de Chêne 5

CP 6298

CH-1211 Genève 6

Tel: +41 22 849 05 70

Fax: +41 22 735 01 33

[info@cfsci.ch](mailto:info@cfsci.ch)

### Zurich

Handelskammer Frankreich-Schweiz

Zeltweg 50

Postfach 1614

CH-8032 Zürich

Tel: +41 44 262 10 70

Fax: +41 44 262 10 72

[infozurich@cfsci.ch](mailto:infozurich@cfsci.ch)

### Lyon

Place de la Bourse

F - 69289 Lyon Cedex 02

Tel: +33 47 240 57 69

Fax: +33 47 240 57 61

[fdiaz@cfsci.fr](mailto:fdiaz@cfsci.fr)