Bibliographie

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **2 (1944)**

Heft 3

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Bibliographie

Principes de l'étude du marché appliqués aux entreprises commerciales et industrielles [1]

L'un des grands problèmes économiques du XIXe siècle a été celui de la production, laquelle n'a pas toujours été aussi rapide que la consommation. Mais les temps ont changé. Aujourd'hui, les commerçants se débattent au milieu de difficultés souvent considérables pour maintenir leur chiffre de ventes à un niveau normal. Ils doivent constamment lutter pour trouver de nouveaux débouchés afin de compenser ceux qui leur échappent et étendre si possible leur champ d'action.

C'est pourquoi, devant les obstacles toujours plus nombreux qui risquent de compromettre le succès de son entreprise, l'homme d'affaires a dû s'organiser méthodiquement. L'étude du marché est devenue une tâche urgente et répond à un besoin réel. Mais, obéit-elle à certains principes ou, au contraire, suffit-il de bon sens, d'intuition, de perspicacité pour réussir auprès d'une clientèle parfois réceptive, mais souvent indifférente, voire réticente?

Le groupement romand pour l'étude du marché, de création récente, fondé à Lausanne dans le cadre de la Fédération romande de publicité et en étroite collaboration avec l'Office suisse d'expansion commerciale, vient de publier une brochure [1] qui, sans aucun doute, sera accueillie avec la plus vive satisfaction par les milieux du commerce et de l'industrie. Nous n'avions aucune publication française sur l'étude théorique et pratique du marché, alors que depuis longtemps déjà, la littérature allemande traitant cette question était abondante.

Précédée d'une brève introduction historique, la partie technique de l'ouvrage débute en exposant les problèmes actuels que pose l'étude du marché et en présentant les trois types d'intéressés : le commerçant, le distributeur, le fabricant.

Pour répondre aux besoins du consommateur, le producteur et le distributeur doivent « connaître le marché, réalité mouvante et variable ». Avec clarté et concision, les auteurs de cette partie initient le lecteur aux questions de terminologie, au problème de l'observation et à celui de l'analyse de la clientèle. De ce point de vue, les données d'investigation sont essentielles : les unes ont leur source dans l'entreprise elle-même, les autres en dehors de celle-ci, et presque toutes reposent sur la statistique.

---

[1] *Principes de l'étude du marché appliqués aux entreprises commerciales et industrielles.* Mlle M. Steiner et MM. R. Campiche, M. Guigoz, Ch. Schertenleib, S. Semadeni, F. Vuilleumier. Office suisse d'expansion commerciale, Riponne, 3, Lausanne 1944. 76 pages.

Cependant, si précieux que soient ces renseignements, ils ne suffisent pas : il faut recourir à l'enquête directe auprès du consommateur. Elle doit être menée avec habileté et au moyen de méthodes dont la technique est exposée avec beaucoup de compétence.

La deuxième partie de l'ouvrage a un caractère très pratique. Après avoir exposé les principes fondamentaux de l'étude du marché, les auteurs se sont efforcés d'en montrer l'application. Si la vente est le but final que l'on se propose, elle exige préalablement l'étude approfondie du produit, c'est-à-dire la matière dont il est fait, sa présentation, son utilisation, le délai de sa livraison ; mais le vendeur doit aussi apprendre à connaître son futur client, ainsi que ses possibilités d'achat ; l'organisation de la distribution ne laissera de repos au commerçant que lorsqu'il sera exactement renseigné sur l'importance comparative des moyens de distribution et sur leur répartition géographique ; enfin, *the last, but not the least*, l'étude de la concurrence va mettre à l'épreuve la perspicacité de l'homme d'affaires et son objectivité à l'endroit des produits similaires au sien ou des produits de remplacement.

Cet ouvrage est un précieux instrument de travail. Les auteurs sont des praticiens, constamment aux prises avec les difficultés quotidiennes de tout commerçant. Ils savent depuis longtemps que le succès est le résultat d'un labeur long et patient, d'une étude préalable minutieuse de la clientèle. Cette étude doit être rationnelle, méthodiquement préparée, si l'on veut avoir de son côté le maximum de chances de réussite.

Nous sommes certain que la publication du groupement romand pour l'étude du marché rencontrera le plus vif intérêt dans le monde des affaires, et que l'accueil qui lui sera réservé engagera ses auteurs à continuer dans cette voie.

J. G.

Problèmes économiques et monétaires d'après-guerre [1]

Voilà un titre à larges perspectives et horizons lointains dont M. Frédéric Jenny, rédacteur en chef de la *Revue commerciale et financière suisse* (Schweizerische Handelszeitung), a su tirer un très suggestif parti lors de la conférence qu'il a prononcée le 4 mai 1944 à Neuchâtel, sous les auspices de la Société neuchâteloise de science économique.

Les articles de cet économiste de valeur sont toujours lus avec un plaisir et un profit renouvelés. Aussi ne peut-on que le remercier d'avoir publié, en une brochure de simple apparence, mais dense par la richesse de l'exposé et la lucidité de la pensée, le texte de cette très brillante conférence.

Partant de la situation présente, des circonstances et mesures exceptionnelles du moment et du collectivisme de guerre par où nous passons, l'auteur parcourt les stades de la restauration économique : réapprovisionnement, production et débouchés, lutte contre le chômage et relèvement du standard de

[1] Fréd. JENNY (Edit. City-Druck S.A., Zurich).

vie, échanges extérieurs. Tout ceci va de pair avec un redressement financier et monétaire, le retour à l'équilibre des finances publiques, le problème des changes, tandis que les plans monétaires anglo-saxons chercheraient à construire, avec une louable volonté, une sorte de coopération internationale.

Toutes ces notions nous sont connues et chacun de ces problèmes est constamment et abondamment disséqué. Mais autre chose est de les relier, d'en extraire une direction générale et, sortant d'une économie de guerre, de dresser nettement les plans d'une économie de paix. A ce titre, l'opuscule de M. Jenny ne laisse rien à désirer et sa lecture est un enrichissement.

F. Y.

Die Praxis der Bundessteuern [1]

Spécialistes des questions fiscales, les avocats zurichois J. et E. Henggeler ont édité sous ce titre un recueil de décisions destiné à rendre compte du dernier état de la législation et de la pratique fiscales fédérales. Loin de faire double emploi avec les commentaires, ce répertoire, qui sera tenu à jour par la publication périodique de feuilles volantes, les complète heureusement.

Le premier volume, traitant de l'impôt pour la défense nationale, est paru en 1943. Le second vient de sortir de presse. Il a pour objet les droits de timbre, l'impôt à la source et l'impôt anticipé. La rédaction en a été confiée à M. E. Wyss, sous-directeur de l'Administration fédérale des contributions. Auteur du commentaire sur le droit fédéral de timbre, publié en 1930 en collaboration avec M. P. Amstutz, ainsi que de nombreuses publications sur des questions particulières touchant cette matière, M. Wyss était sans conteste la personnalité la plus qualifiée pour assumer cette tâche, tant par son expérience pratique que par sa connaissance des problèmes théoriques posés par l'imposition à la source des revenus de capitaux mobiliers.

La valeur d'un répertoire de décisions dépend essentiellement de deux conditions : le choix d'une formule claire et précise pour exprimer le principe découlant de la décision d'espèce et la référence au plus grand nombre possible de décisions.

L'œuvre de M. E. Wyss remplit excellemment ces deux conditions. Les principes sont formulés de façon particulièrement claire et suivant une terminologie strictement conforme à celle de la loi. Cette rigueur scientifique est d'autant plus digne d'éloges que le praticien est souvent tenté, sinon obligé, de faire appel au raisonnement *a contrario*. Les décisions citées, choisies essentiellement parmi celles du Tribunal fédéral et de l'Administration fédérale des contributions, sont innombrables. Beaucoup d'entre elles n'avaient pas été publiées jusqu'ici. En réparant cette lacune, l'auteur donne au praticien une

[1] *Die Praxis der Bundessteuern*, herausgegeben von DDr. J. u. E. HENGGELER, Verlag für Recht und Gesellschaft A.-G., Basel : I. Teil : Die Wehrsteuer 1943 ; II. Teil : Stempelabgaben (einschliesslich Couponsteuer), Quellensteuer und Verrechnungssteuer, Dr. E. Wyss, Vizedirektor der Eidg. Steuerverwaltung, 1944.

vue plus complète et plus nuancée de certains côtés de la pratique qui échappaient à sa connaissance.

A ce dernier point de vue, on ne saurait trop insister sur la valeur d'un tel répertoire. Comme on le sait, les dispositions pénales réprimant les infractions aux lois fiscales sont de plus en plus strictes. C'est ainsi que, par exemple, dans un zèle sur lequel il convient de faire certaines réserves de principe, l'arrêté instituant l'impôt anticipé prévoit des peines non seulement contre la fraude intentionnelle à la loi, mais encore contre l'infraction par négligence à des décisions ou mesures de l'autorité concernant notamment l'obligation de satisfaire à certaines conditions relatives au droit à l'imputation, ou encore contre l'exercice par négligence d'un droit au remboursement. Ces dispositions sont si générales qu'on ne peut plus guère leur reconnaître le caractère d'une règle à laquelle s'applique sans dommage le principe : Nul n'est censé ignorer la loi. Il faut donc espérer que la publication de nombreuses décisions fixera de façon plus précise les limites de ce qui est punissable et de ce qui ne l'est pas et tracera une ligne de conduite quelque peu sûre au contribuable peu familiarisé avec cette nouvelle législation.

Philippe BAUDRAZ.

Le tourisme romand [1]

Tel est le sujet que M. Gérard Bauer, directeur des finances de la Ville de Neuchâtel, traite dans une brochure d'une vingtaine de pages.

La notion de tourisme contient deux éléments : un fait (séjour, voyage) et une intention (entreprendre un voyage pour se reposer, se cultiver, etc.), de sorte que le tourisme est un complexe de facteurs dont certains seulement sont de nature économique, et par là même, très sensible aux transformations qui interviennent au cours des temps dans les rapports sociaux. Après la guerre, il y aura démocratisation du tourisme : d'individuel, il deviendra social. Il s'agira donc de rendre chaque pays plus sensible aux valeurs spirituelles et matérielles qu'il possède. Ce sera le moyen le meilleur de développer le tourisme.

M. Gérard Bauer se préoccupe de la situation que l'après-guerre prépare à notre pays ; dans des pages extrêmement pertinentes, il s'efforce d'étudier le problème sous ses aspects les plus variés. Mais l'auteur pense que la Suisse sera mieux à même de surmonter les difficultés que tout autre pays européen, par ses ressources naturelles si diverses et les principes qui guident sa politique interne et externe, éléments qui créeront un climat psychologique favorable au tourisme international.

Cependant, M. Bauer s'intéresse spécialement au tourisme de la Suisse romande, et, en conclusion, il formule quelques suggestions qu'il nous paraît utile de relever : afin de perfectionner l'aménagement touristique de la Suisse romande, ne conviendrait-il pas de procéder à certaines réformes touchant à la

[1] Gérard BAUER : *Le tourisme romand, ses tâches dans le cadre du tourisme suisse de l'après-guerre.* Neuchâtel, 1943, 20 pages.

« Conférence du tourisme romand » et aux rapports des associations touristiques cantonales avec les organisations locales et les pouvoirs publics cantonaux et communaux?

Les idées de M. Bauer sont pleines d'intérêt, et il nous a paru indiqué de signaler cette petite brochure à nos lecteurs que la question du tourisme préoccupe.

N. C.

* * *

Nous signalons à l'intention de nos lecteurs tout l'intérêt que présentent les deux ouvrages suivants : *Les fluctuations économiques et boursières* de M. Charles Corthésy, et *Die angelsächsischen Pläne für die Neuordnung des internationalen Zahlungsverkehrs* de M. Hans Bachmann, ouvrages qui nous sont parvenus trop tard pour que nous puissions en donner une analyse aujourd'hui. Nous nous réservons de le faire dans le prochain numéro.