

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Band: 14 (1934)
Heft: 3

Inhaltsverzeichnis

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: 17.11.2024

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

REVUE ÉCONOMIQUE FRANCO-SUISSE

Organe mensuel officiel
de la

Chambre de Commerce suisse en France
16, Avenue de l'Opéra

Mars 1934

Paris-I^{er} Quatorzième Année. — N° 3

Téléphone :
Opéra 90-68
Adresse télégraphique :
Commersuis-Paris 111

La Revue économique franco-suisse fait suite
au Bulletin mensuel de la Chambre de
Commerce Suisse en France

Le numéro : 3 fr.
Abonnement annuel : 30 fr.
(argent français)
Chèques postaux Paris 32-44

SOMMAIRE

FOIRES SUISSES ET FRANÇAISES

	Pages		Pages
Le Comptoir Suisse de Lausanne	37	La Foire de Bordeaux, Coloniale et Internationale.....	47
La Foire Suisse d'Echantillons de Bâle.....	39	La Foire Commerciale de l'Ouest à Nantes.....	47
La Foire de Paris, Universelle et Nationale....	43	La Foire de l'Est à Nancy	49
La Foire Internationale de Lyon.....	45	La Foire du Massif Central à Clermont-Ferrand.....	49
		La Foire d'Annecy.....	49

LE COMPTOIR SUISSE DE LAUSANNE

9 au 24 Septembre 1934

Si le scepticisme de quelques-uns a tenu bon pendant treize ans à l'endroit du Comptoir de Lausanne, la quatorzième année leur aura été dure, car le succès si net, si général, si équilibré du XIV^e Comptoir ne doit plus rien à la nouveauté. Le succès de surface correspond maintenant, si l'on ose dire, à la réussite en profondeur. L'arbre développe ses branches à mesure qu'il plonge davantage ses racines dans les coutumes et la vie économique. La tradition du Comptoir est désormais établie. Mais c'est une tradition de progrès. Pour demeurer semblable à lui-même, fidèle à son programme, il doit donc varier, et chaque année faire mieux et plus grand. Cette combinaison de la constance et du progrès assure sa popularité dans le peuple de gens pratiques que nous sommes, non certes ennemis du neuf, mais qui toujours aime à coudre le neuf à l'ancien. Le Comptoir est devenu la représentation vivante de cette face de notre caractère national.

*

Il se trouvera toujours un lot de gens difficiles pour reprocher au Comptoir de n'être point une exposition à grand spectacle, pareille à ces « Saffa », « Hyspa », et autres manifestations horastiques que la Suisse pouvait s'offrir naguère, avant la crise. Le Comptoir tient bon, avec raison, à la définition d'un comptoir : un lieu où l'on fait des affaires. Le temps n'est décidément point

aux grandes exhibitions somptueuses. C'est ici le volume des affaires conclues dans les stands qui justifie et qui paye la dépense de la mise en scène. Et la statistique annuelle est là pour démontrer que le Comptoir (constructions, entrées, etc.), évolue solidairement au volume des marchés qui s'y font. C'est une maison de commerce qui marche bien, et selon les méthodes d'une maison de commerce. On s'agrandit quand le volume des affaires grandit. C'est pourquoi, à la stupéfaction de plusieurs, le graphique du Comptoir ne cesse de monter, bien que le graphique de la crise ne fasse guère mine de descendre. Le Comptoir se révèle de mieux en mieux comme un excellent instrument commercial pour les temps de crise. Il se montre véritablement l'homme de la circonstance, l'enfant de la conjoncture.

*

Maison de commerce, boutique géante donc, où l'art d'exposer sa marchandise revient à l'exposant lui-même. Le Comptoir n'est là que pour offrir le cadre et l'organisation générale, et sous ce rapport l'opinion de 1933 ne s'est pas montrée avare d'éloges. Sur l'article de l'art d'exposer, de l'organisation des stands, des progrès se marquent, et des progrès s'avèrent encore nécessaires. Il importe que les exposants, jusqu'au plus modeste, comprennent que le succès de vente dépend en bonne partie de l'agrément général de l'ensemble, et qu'au cours de cette longue (toujours