

Comment développer la participation de la Suisse à la Foire de Paris

Autor(en): **Pury, Gérard de**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **15 (1935)**

Heft 7

PDF erstellt am: **11.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-889118>

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.

Comment développer la participation de la Suisse à la Foire de Paris

Dans l'avant-propos qu'il a bien voulu rédiger pour ce numéro de la *Revue Economique Franco-Suisse*, M. Jacques Lebel, Président du Comité de la Foire de Paris, nous apprend que proportionnellement au chiffre de sa population, la Suisse est le pays qui envoie le plus grand nombre de visiteurs à la Foire de Paris. Ce fait souligne le vif intérêt que prennent les commerçants suisses à cette manifestation si représentative des progrès réalisés chaque année dans les différentes branches de l'industrie française. Ces visites contribuent à activer les achats des commerçants suisses qui, à juste raison, revendiquent le titre de « meilleurs clients » de la France. Il n'est pas besoin de rappeler ici qu'en encourageant de telles prises de contact entre consommateurs suisses et fournisseurs français, nous travaillons non seulement à développer les exportations françaises en Suisse, mais qu'indirectement, nous favorisons également les importations suisses en France, les unes appelant les autres, comme le veut une vieille loi d'économie politique, plus vraie aujourd'hui que jamais.

Toutefois, il faut faire davantage pour maintenir un juste équilibre entre les deux courants d'échanges franco-suisses et c'est dans ce sens qu'ont tendu les efforts conjugués de organismes suisses d'expansion commerciale au cours de ces dernières années. La présentation à la Foire de Paris de documents graphiques et photographiques sur la production industrielle de la Suisse a été chaque année en s'améliorant et son appréciation par les hommes d'Etat français et suisses, venus à la dernière Foire de Paris, constitue non seulement une récompense pour le travail accompli, mais un encouragement à poursuivre cette action de propagande et à l'intensifier si possible. Il faudra trouver à l'avenir des formules toujours nouvelles pour rappeler le rôle de premier plan joué par la Suisse dans l'économie de la France, afin d'amener les Français — lorsqu'ils ne peuvent le faire dans leur propre pays — à acheter les produits offerts par les industries suisses, dont la qualité de « précision » n'a pu être égalée dans aucun autre pays.

Comme nous l'indique M. Robert Vaucher dans son très intéressant article sur la manifestation de cette année, nous trouvons des échantillons de ces produits dans les stands individuels des exposants suisses à la Foire de Paris, mais leur nombre est malheureusement limité, en dépit de l'incontestable intérêt présenté par ce mode de publicité! Le travail et les frais entraînés inévitablement par l'installation de ces stands sont, au dire des entreprises suisses consultées, la principale cause de leur refus à participer plus nombreuses à de telles foires; elles ne disposent pas toujours en France du personnel nécessaire à l'installation et à la surveillance d'un stand et leur budget de publicité, auquel émarginent ces frais, est limité. Il faudrait par conséquent parvenir à diminuer ces frais, tout au moins pendant les premières années, et à faciliter l'organisation des stands.

Cela ne paraît possible qu'en groupant les efforts

et en réalisant, à l'image de nombreux autres pays, un stand collectif de caractère national, à l'intérieur duquel on s'efforcera de réunir des échantillons de la production industrielle suisse. Dix nations ont organisé une exposition collective de leurs produits nationaux à la Foire de Paris de cette année, couvrant des superficies qui ont varié entre 30 et 600 m². L'Administration de la Foire de Paris cherchera en 1936 à réunir ces « Sections étrangères » dans un même bâtiment de son parc de la Porte de Versailles et il est certain que la Suisse aurait tout avantage à occuper parmi elles la place qui lui revient.

Pour ce qui est de la question financière, l'Administration de la Foire de Paris a toujours étudié nos offres de collaboration avec la plus grande compréhension et M. Jacques Lebel veut bien nous le confirmer à nouveau dans son avant-propos.

Quant à l'organisation et à la surveillance d'un stand collectif suisse, la Chambre de Commerce Suisse en France, sous l'égide de l'Office Suisse d'Expansion Commerciale, paraît indiquée pour s'en occuper utilement.

Les industriels suisses se verraient ainsi libérés d'une grande partie de la charge financière que représente en général toute participation à une foire. Par ailleurs, ils n'auraient à se préoccuper ni de l'installation du stand, ni de la disposition de leurs échantillons à l'intérieur de celui-ci, pas davantage de la surveillance des locaux, ni de la réception des visiteurs dont les noms leur seraient communiqués automatiquement en cas de possibilités d'affaires. La participation de ces industriels suisses se résumerait ainsi à la mise à disposition de la Chambre de Commerce Suisse en France de quelques échantillons de leur production et au paiement, à un prix sensiblement réduit, des quelques mètres carrés nécessaires à l'exposition de leurs marchandises. En échange, ils bénéficieraient de cette publicité en faveur des industries suisses qui ne saurait passer inaperçue des deux millions de visiteurs de la Foire de Paris et, comme déjà vu, ils seraient tenus au courant (si possible par un rapport quotidien) des renseignements qui auraient été demandés au sujet de leurs produits pendant la durée de la Foire (15 jours). Il semble que ce soit là des conditions susceptibles de retenir leur attention et c'est ce que dira l'enquête à laquelle ne manquera pas de procéder, cet automne, la Chambre de Commerce Suisse en France.

Quelle que soit la suite donnée à ce projet, il importe de ne pas oublier les grands avantages que nous avons en France, comme en Suisse, à exploiter les débouchés que nous nous offrons réciproquement et que nous ne pouvons trouver nulle part ailleurs, la situation des deux pays — tant au point de vue monétaire, qu'au point de vue moral — étant actuellement unique. Des manifestations comme nos foires françaises et suisses nous en donnent l'occasion. Efforçons-nous d'en tirer le plus grand parti possible!

GÉRARD DE PURY,
Secrétaire Général de la Chambre de Commerce
Suisse en France.