Une étude de marché par sondage dans le secteur des produits sidérurgiques

Autor(en): **Montandon, Henri**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **14 (1956)**

Heft 3

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-134705

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

Une étude de marché par sondage dans le secteur des produits sidérurgiques

par Henri Montandon

Préface

Aujourd'hui encore, on peut se demander si le public éclairé, les hommes d'affaires, les chefs d'entreprise connaissent le sens, la portée et les limites de la technique de l'étude du marché.

Or, la Suisse vient d'être choisie comme laboratoire, comme banc d'essai pour une application méthodologique de cette technique aux problèmes de la sidérurgie et nous sommes heureux de présenter aux lecteurs de la revue le résumé d'une conférence donnée à Paris, sous les auspices de l'Agence européenne de la Productivité, par M. Henri Montandon, délégué de la Suisse au comité de la sidérurgie de l'O.E.C.E., comité qu'il a présidé trois ans et dont il est actuellement un des vice-présidents.

Qu'il nous soit permis, cependant, de rappeler brièvement quelques données élémentaires, dont la méconnaissance, encore trop fréquente, fausse parfois le jugement qu'on est appelé à porter sur les études du marché et d'opinion.

On ignore généralement le fait que les dénombrements par échantillonnage n'ont pas été inventés aux U.S.A., par des commerçants ou des industriels, mais utilisés à la fin du siècle dernier déjà par des statisticiens norvégiens. Manquant de statistiques globales portant sur l'ensemble de la population de leur pays, manquant sans doute aussi du temps et des fonds nécessaires pour les établir, ces savants ont eu recours au sondage pour se procurer « la matière première statistique » qui leur faisait défaut.

Sachant que les bases scientifiques de l'étude du marché reposent sur le calcul des probabilités, on est enclin, croyons-nous, à penser que cette technique sert uniquement à établir des prévisions, des projections dans l'avenir. Cette opinion est étayée par les pronostics électoraux basés sur des sondages, qui sont utilisés largement par les journaux, d'une façon beaucoup trop spectaculaire à notre goût et généralement sans grand discernement.

Par ailleurs, à propos de l'étude du marché, on parle aussi de la loi des grands nombres et, dans le grand public, l'on imagine alors de larges échantillonnages. Certes, chaque année, nos instituts exécutent plusieurs sondages comportant chacun l'interrogatoire d'un échantillonnage de 2000 personnes, voire davantage. Ils portent généralement sur des articles de consommation courante, des articles de marque et il arrive même que les résultats de ces travaux soient utilisés en publicité. Ces travaux servent, cela va sans dire, à établir des prévisions de vente, mais bien plus encore à analyser un marché, à recueillir une quantité d'informations sur la structure de la clientèle, sur la position des marques, leur distribution, leur « goodwill », données indispensables à la conduite d'une entreprise, au contrôle de la fabrication, à l'établissement des programmes de vente, des plans de publicité et au contrôle de son efficacité.

Mais ces dernières années, le champ d'application de l'étude du marché s'est considérablement élargi, tant en ce qui concerne les catégories de produits ou les problèmes à analyser que les groupes d'interlocuteurs auxquels nous nous adressons.

Il ne s'agit plus seulement maintenant d'articles de consommation courante, journalière, mais de biens durables, d'équipement, de machines, d'outils, de procédés de fabrication.

L'interlocuteur ne sera plus la ménagère, acheteuse des articles de marque, mais l'architecte, l'entrepreneur et l'installateur, le transformateur du mi-produit, l'utilisateur de l'outil, de la machine, le confectionnaire, le médecin, le groupe d'industriels qui, le cas échéant, pourraient être intéressés par un nouveau procédé de fabrication.

Depuis quinze ans, les instituts suisses d'étude du marché ont fait de très gros efforts pour créer, puis mettre au point et entretenir un instrument d'investigation satisfaisant. Si l'interrogatoire du consommateur d'articles courants ne suscite plus que des difficultés routinières, inhérentes à chaque profession, nous nous heurtons encore à quelques obstacles quand nous devons interviewer aux échelons supérieurs. Le médecin ou le chef d'entreprise pensera peut-être que nous lui faisons perdre une demi-heure, s'impatientera lorsqu'il ne comprendra pas le pourquoi, la portée de certaines questions, à ses yeux naïves ou superflues. Parfois il ne sait pas qu'en fin de compte, le bénéficiaire d'une étude du marché est toujours celui qui est interrogé.

En acceptant la mission que nous ont confiée, l'an dernier, le comité de la sidérurgie de l'O.E.C.E. et l'Agence européenne de la Productivité, nous avions le droit de nous demander si les difficultés auxquelles nous venons de faire allusion ne constitueraient pas une sérieuse entrave dans l'accomplissement de nos recherches. En effet, que ce soit dans les entreprises de constructions métalliques, de génie civil, dans les administrations, les compagnies de chemins de fer ou de tramways, les utilisateurs de fer noir et de fer blanc, nous devions, dans tous les cas, nous adresser au sommet, nous devions interroger les hommes-clés, placés aux postes de commande.

Le fait que nous tenions notre mission de l'O.E.C.E. a peut-être facilité notre mission, mais nous devons constater, en remerciant sincèrement nos interlocuteurs, que nos appréhensions n'étaient généralement pas fondées. Bien au contraire, dans la plupart des cas, sans doute parce qu'ils se trouvaient à l'échelon supérieur de la hiérarchie, que chaque jour ils avaient à affronter eux-mêmes des problèmes de marché, ces hommes comprirent d'emblée l'intérêt méthodologique des recherches entreprises.

Après nous, M. Montandon entrera dans le vif du sujet, mais nous tenons à donner encore une précision importante sur l'étude du marché en général et sur notre mission.

Il y a plus d'un an, à Paris, lorsque nous discutions avec le groupe d'experts chargé d'adopter notre programme de travail, on ne s'entendit pas immédiatement sur la portée de la mission. Certains spécialistes de l'étude du marché pensaient que le sondage, appliqué aux problèmes sidérurgiques, ne mènerait à rien, qu'il fallait, en principe, se borner à l'étude des statistiques, à l'établissement des prévisions par la méthode dite de l'économétrie.

Or, là n'était pas la question. Le propos du comité de la sidérurgie de l'O.E.C.E n'était pas de faire faire une analyse du marché suisse de la sidérurgie, mais de conduire dans ce pays des recherches méthodologiques pratiques, limitées à certains produits et à certaines catégories d'utilisateurs. Le but de l'opération était uniquement de déterminer si, et dans quelle mesure, la technique du sondage par interview, avec application de la méthode de représentation proportionnelle, peut fournir des informations que les méthodes traditionnelles, globales, le « deskresearch » de nos amis anglo-saxons ne sont pas à même d'apporter.

En d'autres termes, et c'était l'unique but de l'exercice, nous devions démontrer si oui ou non la méthode du questionnaire peut devenir un instrument d'investigation utilisable pour la sidérurgie.

Si l'exposé de M. Montandon montre que la réponse n'est pas toujours affirmative, notamment en ce qui concerne les prévisions à cinq ans, il est intéressant de constater aujourd'hui que le spécialiste très sceptique d'il y a un an a participé activement à la rédaction de nos conclusions méthodologiques, qu'au vu des résultats, il s'est montré très positif, insistant tout particulièrement sur les informations obtenues par sondage et qu'il aurait été impossible de se procurer en se limitant aux méthodes traditionnelles.

PIERRE DEVRIENT et RENE LALIVE D'EPINAY.

Dans le domaine des produits de consommation, les études de marché par sondage ont pris en Europe, depuis une dizaine d'années, une extension considérable. Elle constituent aujourd'hui un instrument de travail courant à la disposition du chef d'entreprise, en particulier dans le secteur des produits dits de marque.

Il en va tout autrement des produits sidérurgiques, et je dois esquisser rapidement la structure particulière du marché de l'acier avant d'exposer l'expérience qui vient d'être réalisée en Suisse, sous les auspices de l'Agence européenne de la Productivité.

* * *

Pour le producteur, et j'entends par là l'ensemble : aciérie /laminoirs, toute barre ou tôle d'acier qui quitte son usine est un produit fini [1]. Du point de vue de l'acheteur, il en va presque toujours autrement. Il existe en effet peu de produits sidérurgiques qui trouvent leur destination finale tels qu'ils sortent des laminoirs ; je ne vois guère que les rails de chemins de fer qui puissent être cités comme produit important entrant dans cette catégorie. Tous les autres, qui constituent l'immense majorité de la production, doivent subir encore une ou deux opérations de transformation avant de parvenir au consommateur final, ou être assemblés par des entreprises spécialisées, ou encore être incorporés à des ensembles complexes. La plupart des acheteurs considéreront donc l'acier tantôt comme un demi-produit, tantôt comme un matériau, voire une matière première.

[1] Je renonce ici à définir la nuance subtile que font les spécialistes entre un produit final et un produit fini.

A ces échelons intermédiaires « techniques » vient s'ajouter encore l'intervention du commerce, qui peut lui-même s'intercaler à plusieurs reprises.

Ces quelques indications permettent de mesurer le chemin, et le nombre d'étapes, que doit parcourir l'acier avant de parvenir à sa destination finale sous forme, par exemple, de vis ou d'écrous.

Cette structure très complexe, ce nombre variable de transformateurs et d'intermédiaires qui séparent la sidérurgie de son marché réel et le lui masquent, rendent très difficile l'établissement de prévisions, même à moyen terme. Les indications fournies par ses acheteurs primaires sont sujettes à caution, car ils sont eux-mêmes encore éloignés, dans la plupart des cas, du marché réel. Or la sidérurgie a un intérêt vital à obtenir des prévisions susceptibles de constituer une base valable pour l'établissement de ses programmes de production. L'industrie de l'acier des seuls pays de l'Europe occidentale, ou plus exactement des pays membres de l'O.E.C.E., investit actuellement un milliard de dollars chaque année dans ses installations. Il faut en outre à peu près quatre ans pour passer du stade de la conception d'une usine à sa mise en marche — et je crois même qu'en disant cela, je pèche par excès d'optimisme au regard de certains délais de livraison aujourd'hui imposés par l'industrie de l'équipement. Pour être pleinement utile, une prévision devrait donc porter sur cinq ans au moins.

* * *

Le chiffre impressionnant des investissements auxquels elle procède suffit à démontrer l'intérêt que l'industrie sidérurgique accorderait à tout élément valable, susceptible de lui permettre de corriger, même dans une faible mesure, les prévisions qu'elle a établies jusqu'à présent selon une méthode dite « globale ». Mais celle-ci, en dépit de toute une terminologie savante dont on a cherché parfois à l'affubler, ne repésente guère, en dernière analyse, qu'un prolongement de courbes établies sur la base de l'évolution passée, corrigées autant que faire se peut en fonction d'éléments qui sont, hélas, le plus souvent, subjectifs, voire même tout à fait empiriques.

C'est la raison pour laquelle le comité de la sidérurgie de l'O.E.C.E. a requis, en 1954 déjà, la collaboration et surtout l'aide financière de l'Agence européenne de la Productivité, afin que puisse être effectuée une grande étude de marché par sondage à but non commercial, mais devant servir de « test ». Il s'agissait, dans son esprit, de déterminer si, et dans quelle mesure cette méthode, nouvelle pour elle, serait susceptible d'apporter une contribution valable à ses travaux de prévisions.

Cette étude a donné lieu à des malentendus. Il importe donc de préciser qu'il ne s'agissait nullement de mettre cette technique des études de marché par sondage « en concurrence » avec les méthodes classiques auxquelles on ne saurait renoncer. Son but exclusif était d'établir s'il serait possible d'obtenir par cette voie des renseignements « complémentaires » intéressants et utilisables.

* * *

Il a fallu choisir un terrain d'exercice. Les pays grands producteurs d'acier se prêtaient mal à jouer ce rôle, en raison des craintes mutuelles que faisait

naître leur esprit de concurrence réciproque — souci parfaitement légitime, du reste. Il est apparu que le travail devrait être effectué, au mieux, dans un pays petit producteur d'acier, mais consommateur important, et disposant de surcroît d'un effectif suffisant d'instituts de sondage spécialisés, et donnant la garantie d'une exécution technique correcte du difficile travail à exécuter. Si l'on a présente à l'esprit la carte économique des pays membres de l'O.E.C.E., on s'aperçoit que la Suisse était à peu près seule à remplir ces conditions.

La décision de principe prise, il a été décidé de procéder à la plus grande « concentration de forces » possible. Aux trois instituts suisses de sondage indépendants, qui se sont constitués en « pool » pour exécuter ce travail (et c'est la première fois que la chose se produisait), le comité de la sidérurgie a imposé la collaboration de deux instituts étrangers, pour tout le travail de préparation de l'étude et d'exploitation des résultats — mais il ne faudrait pas que cette formule donnât lieu à confusion, car cette collaboration, pour imposée qu'elle fût, a pu se dérouler dans une entière harmonie.

En outre, l'ensemble de l'opération a été contrôlé par un groupe d'experts créé ad hoc, formé de spécialistes des études économiques issus de la sidérurgie elle-même, et au sein duquel l'Agence européenne de la Productivité s'est fait représenter encore par deux techniciens des études de marché par sondage.

Cet appareil, un peu lourd et complexe, donnait du moins l'assurance qu'il serait possible de tirer une conclusion — positive ou négative, peu importait — sur la valeur de l'instrument soumis à ce test qui constitue la plus grande tentative de ce genre jamais effectuée sur le plan international.

* * *

Comme il ne s'agissait pas d'effectuer une étude de marché suisse, et d'obtenir à son sujet des renseignements commercialement utilisables, le groupe d'experts a décidé de limiter l'expérience : horizontalement, à quelques catégories de produits seulement, tôles fortes et moyennes, fers marchands et profilés, rails et traverses, tôles fines de tous genres ; et, verticalement, à quelques secteurs utilisateurs, constructions métalliques (ponts, pylônes, stations de transformateurs, charpentes, conduites forcées, éclairage routier), chemins de fer et tramways, industrie de l'emballage, et enfin appareils ménagers (boilers, cuisinières, machines à laver, essoreuses et armoires frigorifiques).

En règle générale, une enquête débute par un travail important de compilation des statistiques existantes, afin de déterminer de façon aussi précise que possible le cadre dans lequel on va se mouvoir. Cette partie du travail a été très simplifiée pour les instituts suisses de sondage par l'absence quasi-complète de documentation qui a été mise à leur disposition. C'est la rançon d'un régime de libéralisme et de liberté, qui ne recourt à des mesures dirigistes qu'en cas d'absolue nécessité, que de ne pouvoir établir aucune statistique de production, de consommation, de stocks, et, a fortiori, de leurs variations. Tout ce que le pool a reçu, c'est une statistique des importations de produits sidérurgiques, correcte mais peu utilisable, parce que la classification en est établie en fonction de préoccupations douanières et non pour répondre à des préoccupations industrielles ; et une estimation de la production et de la consommation natio-

nales d'acier, fort sujette à caution lorsqu'elle veut aborder la ventilation par catégories de produits, et surtout lorsqu'elle tente de répartir la consommation totale entre les secteurs utilisateurs.

S'il a constitué pour eux une simplification massive au départ, cet élément a beaucoup compliqué par la suite le travail des instituts. Le manque de statistiques de base rendrait, d'autre part, plus difficiles les vérifications des résultats, et leur exploitation, dans le cas d'une étude à but commercial. Mais il est permis de croire — c'est du moins mon opinion personnelle — que ce néant à la base ne pouvait rendre que plus probante la démonstration technique que constituait cette étude-pilote.

* * *

Un autre élément, lui aussi particulier à la Suisse, a joué un rôle négatif dans l'enquête, et dans la rédaction du rapport : l'exiguïté de son territoire. Il en est résulté des conséquences fâcheuses à plusieurs titres. Tout d'abord, le nombre des entreprises était souvent, dans une branche déterminée, restreint. Il a fallu, dans plusieurs secteurs, interroger tout le monde. Ce fait a empêché les instituts de sondage de « sacrifier » un certain nombre de maisons en allant y tester leurs questionnaires comme ils le font d'habitude, et en allant y tester aussi leurs enquêteurs qu'ils chargeaient là d'une mission nouvelle pour eux, et sortant nettement, dans bien des cas, de la routine habituelle. D'autre part, ce même nombre restreint d'entreprises a empêché le pool, au terme de son enquête, de mettre en tableaux certains résultats ; car, même en désignant, par exemple, les grands constructeurs métalliques par des numéros ou des lettres, il n'aurait pas empêché les spécialistes de reconnaître, au passage, sur le vu des réponses fournies ou des tonnages indiqués, qu'il s'agissait en réalité de telle ou telle entreprise déterminée. Cela aurait constitué une violation du secret professionnel auquel les instituts étaient tenus, même à l'encontre de leurs homologues étrangers et des membres du groupe d'experts. Cet élément-là paraît beaucoup plus grave que le manque de statistiques, car il a empêché les instituts d'alléger leur rapport par des tables qui auraient parlé un langage infiniment plus clair que les exposés, parfois un peu lourds et indigestes, auxquels ils ont été contraints. Mais tous ces inconvénients disparaîtraient rapidement sur un territoire plus grand, où les entreprises seraient plus nombreuses, et où l'anonymat des maisons soumises à l'enquête pourrait être sauvegardé sans que la présentation du rapport en souffrît.

Je crains sincèrement que ce vice congénital à l'étroitesse du territoire suisse empêche des gens pas très au courant des études de marché, lorsqu'ils prendront connaissance du rapport du pool, de « voir » réellement quelle allure pourrait prendre un rapport semblable, mais établi au terme d'une enquête effectuée dans un grand pays.

* * *

Je ne traiterai pas longuement de la formation des enquêteurs, du travail dans le terrain, pas plus que des problèmes de codification, de perforation, de tabulation, de calculs, de tous ces travaux fort longs, compliqués et importants, mais qu'il me suffit de rappeler.

Je ne ferai aussi que mentionner au passage, parce que c'est important mais sans intérêt quant à la technique du sondage, l'enquête auprès de 2000 foyers, portant sur les appareils d'équipement ménager — travail long et minutieux, mais qui entre absolument dans le cadre de l'activité habituelle des instituts de sondage.

Je me bornerai donc, ici, à mentionner quelques points sur lesquels l'enquête sidérurgique se distingue des études habituelles.

* * *

Pour tenir compte de la structure particulière du marché des produits sidérurgiques, les enquêtes principales ont été effectuées pour la plupart auprès d'un échelon intermédiaire, celui des constructeurs métalliques en particulier, puisque c'était eux que désignaient avant tout les limites assignées à l'enquête. Mais des questionnaires de recoupement, plus nombreux que les questionnaires principaux, avaient pour but de rechercher des confirmations (et aussi, et peut-être surtout, des contradictions) auprès des consommateurs finals : chemins de fer et administrations pour les ponts, usines et architectes pour les charpentes et les ossatures — je renonce à les énumérer tous. Qu'il me suffise d'indiquer que l'enquête a compris finalement 13 questionnaires principaux et 15 questionnaires de recoupement qui ont donné lieu, ensemble, à 37 séries différentes d'interviews. Je relève encore le fait, qui n'est paradoxal qu'en apparence, que certains recoupements ont été effectués en dehors de la branche sidérurgique et de sa clientèle, auprès de ses concurrents : pour les ponts, par exemple, le pool est allé requérir l'avis des entreprises de génie civil, afin de connaître leur opinion sur la lutte entre le béton et l'acier.

Une autre caractéristique de l'enquête me paraît être constituée par la recherche de prévisions, de la part des transformateurs aussi bien que des clients finals. Les questionnaires ont, en général, décomposé en plusieurs éléments les chapitres y relatifs. On a demandé, par exemple, à un industriel ses prévisions quant à l'évolution de l'ensemble de la branche à laquelle il appartient, puis de son usine en général, enfin de chacun des différents ateliers qui la composent. Il apparaît que les réponses ont été souvent nuancées ; elles l'ont été non seulement dans les appréciations données à propos des divers ateliers d'une même usine, ce qui est assez normal, mais les prévisions ont accusé à de nombreuses reprises des divergences selon qu'il s'agissait de l'ensemble de la branche, ou de l'entreprise en cause — et cela dans les deux sens, ce qui est une preuve de l'objectivité avec laquelle les réponses ont été données.

* * *

Au moment où je rédige cet exposé, ni l'O.E.C.E., ni son Agence de la Productivité, n'ont encore entériné aucune conclusion à ce rapport du pool suisse. Ce qui va suivre n'a donc qu'un caractère purement personnel.

Une chose me paraît acquise. Le pool des instituts suisses de sondage a travaillé avec assez de sérieux et de méthode, il a poussé assez loin ses investi-

gations, pour que le rapport établi au terme de son étude réponde entièrement au désir qui a été à l'origine de toute cette entreprise.

Dans le courant de cette année, le corps du rapport va être imprimé et mis à la disposition du public dans tous les pays de l'O.E.C.E. ; et, même si le pool suisse procède d'ici là avec énergie aux coupures et aux condensations que le Groupe d'experts a requis de lui, il s'agira tout de même encore d'un document fort copieux, et bourré d'indications utiles. En outre, l'agence fera ronéotyper, en un nombre d'exemplaires suffisant pour qu'il soit accessible à tous les milieux directement intéressés, un volumineux ensemble de « documents techniques » qui comprendront tous les questionnaires utilisés dans l'enquête, toutes les instructions données aux enquêteurs, et surtout les remarques d'auto-critique auxquelles les instituts ont procédé à la fin de leur travail : ils proposent en effet une série d'améliorations et de corrections qui seraient de la plus grande importance pour tout pays, ou tout organisme commercial ou professionnel, qui voudraient entreprendre, dans le domaine des produits sidérurgiques ou même dans un secteur présentant quelque analogie avec lui, une étude de marché par sondage, à des fins commerciales cette fois.

Le but, à cet égard, est donc pleinement atteint : quelles que puissent être les conclusions pratiques de l'O.E.C.E., il aura été mis ainsi à disposition de toutes les « chambres syndicales » — ou de leurs homologues — des pays de l'O.E.C.E., ainsi du reste que de tous les industriels, une masse de documents qui leur permettra de décider en connaissance de cause s'il vaut la peine pour eux de procéder à de telles études, chez eux ou sur leurs marchés d'exportation ; et, au cas où leur décision serait positive, le rapport des instituts suisses aura contribué à leur éviter bien des tâtonnements, bien des erreurs, et à leur faire gagner du temps — et de l'argent.

* * *

Il est plus délicat de se prononcer sur la conclusion matérielle à tirer, pour l'industrie sidérurgique, de cette étude-pilote. Puisque je parle sous ma responsabilité personnelle, j'utiliserai un biais : si j'avais l'avantage d'être président d'une chambre syndicale de la sidérurgie d'un pays grand producteur, ou chef des ventes d'un grand groupe industriel, ma conclusion serait positive.

Je ne méconnais pas les lacunes qu'a laissées béantes l'enquête effectuée en Suisse ; certains chapitres du rapport sont peu satisfaisants. A ce point de vue, je crois que l'échec le plus sérieux réside dans le refus presque général des transformateurs ou consommateurs de chiffrer, au-delà de deux ans en général, leurs prévisions sur leur activité ou leur consommation. Ils ont bien indiqué, souvent, une « tendance » au-delà de ce délai, mais ont estimé ne pas pouvoir aller plus loin dans la précision. Dans ce sens, l'étude apporte un grand nombre de renseignements complémentaires intéressants, utilisables, mais elle ne donne pas la réponse précise à cinq ans qui eût été souhaitable. Mais peut-être était-ce là un objectif trop ambitieux.

Par contre, le rapport du pool suisse apporte nombre de renseignements intéressants sur la question des substitutions problables, verticales et horizontales : je veux dire, sur le remplacement éventuel de l'acier par un autre

matériau, ou sur le remplacement d'un produit sidérurgique par un autre — tel le problème, dans la construction des ossatures, des tôles pliées venant se substituer aux poutrelles, ou celui de l'avenir des poutrelles à larges ailes. Il a permis, en outre, de déceler des divergences d'opinion, par exemple, entre les constructeurs métalliques et les entreprises de génie civil et de pondérer en conséquence certaines prévisions établies par les premiers. Seule l'enquête directe à tous les échelons, le sondage systématique, ont été capables de faire apparaître de tels éléments et, en ce sens, les « contradictions » révélées par l'enquête sont peut-être plus importantes que les « confirmations » qu'elle apporte.

Ma conviction personnelle est qu'une grande étude de marché par sondage, montée sur base du matériel très précieux et complet mis à disposition des pays de l'O.E.C.E., correctement conduite sur un marché déterminé par des instituts compétents, apporterait une masse impressionnante de renseignements utilisables commercialement, et rapporterait très vite — et même avec des intérêts largement comptés — les frais qu'elle occasionnerait.

15 juin 1956.

Le succès d'une affaire justifiant l'ouverture d'un compte de CRÉDIT, dépend d'un plan financier préalablement bien étudié.

Industriels, commerçants, artisans, etc., peuvent s'adresser en toute confiance à la

BANQUE CANTONALE VAUDOISE

Siège central : LAUSANNE pl. St-François - 40 agences, sous-agences et bureaux dans le canton