Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 35 (1955)
Heft: 9

Buchbesprechung: Études bibliographiques
Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 07.07.2025

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

ÉTUDES BIBLIOGRAPHIQUES

Herbert LÜTHI. — **A l'heure de son clocher. Essai sur la France.** — Paris, Calmann-Lévy, 1955. In-8°, 339 pages, 760 fr. fr.

Ce livre, présenté sous une manchette à l'inscription prometteuse « La sévérité d'un ami », a fait beaucoup parler de lui, aussi bien dans sa version allemande « Frankreichs Uhren gehen anders » que dans sa version française. On s'accorde en général à reconnaître à son auteur une grande pénétration et un jugement sévère mais juste.

Malgré tout notre désir d'apporter notre tribut aux louanges qui illustrent ce compatriote, nous avouerons ne pas partager cette opinion.

Sans parler même des insuffisances de la traduction qui rendent extrêmement pénible la lecture du texte français, l'ouvrage rebute aussi par sa lourdeur et son manque de concision. Mais surtout le jugement porté sur la France par M. Lüthi ressort davantage de la caricature que du portrait. On ne peut s'empêcher, en lisant son ouvrage, d'être frappé par les observations très justes et pertinentes qu'il fait sur une foule de sujets, mais aussi par un certain parti pris qui le retient de mentionner le bon côté des choses pour se complaire dans une critique exclusivement négative, presque pamphlétaire, et par une totale incompréhension de certains des aspects les plus vrais et les plus attachants de la France. Ainsi écrit-il, par exemple, que les hommes qui choisissent de vivre en France le font « pour la même raison égoïste et difficile à avouer d'y échapper à la pesanteur des normes et à la rigueur des devoirs qu'ailleurs l'ordre social impose à l'esprit »!

Le livre se compose de quatre parties. La première est consacrée aux caractères permanents de la France, sur le plan politique et psychologique, la seconde aux événements politiques, économiques et sociaux qui se sont déroulés de 1945 à 1953. La troisième partie, la meilleure à notre sens, traite de la France d'outre-mer et la quatrième des efforts d'intégration européenne.

Un livre qu'il vaut la peine de lire, mais qui ne contribuera pas à donner à l'étranger une image fidèle de la France.

Romandie. — Genève, Éditions Atar S. A., 1955. In-8°, 255 pages, 1.000 fr. fr.

Sous ce titre a paru un ouvrage fait en collaboration par les meilleurs photographes suisses. Le climat si particulier de la Suisse romande s'y trouve exprimé en images fort belles. L'ouvrage, commenté avec esprit, en français, en allemand et en anglais, est un hommage au Pays Romand, à ses paysages, à son passé, à sa vie culturelle.

Souhaitons à ce volume la diffusion qu'il mérite.

Henri RIEBEN. — **Des ententes de maîtres de forges au Plan Schuman.** — Ambilly-Annemasse, Coop. « Presses de Savoie », 1954. In-8°, 556 pages, 3.100fr. fr.

L'industrie du fer et de l'acier a pris son essor au cours du siècle dernier : c'est la période qu'étudie principalement cet ouvrage.

L'auteur, dans une première partie, pose les principes du libéralisme économique pur (« Du laisser-faire aux ententes sidérurgiques nationales »). Il décrit dans la seconde partie (« Du libre-échange à l'entente internationale de l'acier ») la carence des mécanismes autorégulateurs et son aboutissement aux cartels nationaux, ainsi que la constitution des « ententes internationales de l'acier » grâce à la concurrence effrénée qui règne sur le marché mondial de l'acier.

Dans la dernière partie, la plus constructive, M. Rieben étudie le Plan Schuman. Il montre comment les auteurs du Plan ont tenté, par une vaste synthèse, de résoudre les problèmes fondamentaux qui se sont posés à l'Europe occidentale après la deuxième guerre mondiale. Il fait ressortir toutes les possibilités du traité instituant la Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier. Le succès de cette vaste entreprise dépend de l'application qui en sera faite.

M. Rieben n'a négligé ni l'aspect théorique ni les données pratiques des problèmes envisagés. Il a traité avec maîtrise et compétence un sujet immense, dont l'envergure aurait effrayé de nombreux économistes.

Jean-Roger et Jean-Claude KAUFMANN. — **La réforme des taxes sur le chiffre d'affaires à jour au 1er juillet 1955.** — Paris, Éditions Francis Lefebvre, 1955. In-8°, 80 pages, 400 fr. fr.

Une nouvelle réforme des taxes sur le chiffre d'affaires vient d'entrer en vigueur le 1er juillet dernier. Elle fait suite à la réforme du 10 avril 1954, dont la première phase est entrée en application le 1er juillet 1954, mais dont la seconde et la troisième font place aux dispositions nouvelles.

Cette situation n'est pas sans créer une certaine confusion dans l'esprit des assujettis qui, bien souvent, ne savent plus comment résoudre les problèmes nouveaux devant lesquels ils se trouvent aujourd'hui placés.

Or, pour bien comprendre la portée des nouveaux textes qui, sur bien des points, soulèvent des questions qui n'ont pas encore été officiellement tranchées, il est nécessaire de les examiner à la lumière des décisions de jurisprudence et des solutions administratives intervenues sous le régime antérieur et surtout sous le régime transitoire qui vient de prendre fin.

C'est à quoi se sont soigneusement attachés MM. Jean-Roger et Jean-Claude Kaufmann qui, dans un style direct et précis cherchent à dégager les effets pratiques de la réforme.

Leur étude constituera un guide précieux pour les dirigeants des entreprises industrielles ou commerciales et pour tous ceux qui seront appelés à les conseiller et à les assister dans le domaine fiscal. En faisant bien comprendre aux intéressés en quoi le nouveau régime modifie, pratiquement, leur situation antérieure, les auteurs — qui n'hésitent pas à prendre parti sur tous les cas douteux — leur permettront à la fois de remplir parfaitement leurs nouvelles obligations et de sauvegarder tous leurs droits.

Marcel FRAPSAUCE. — **Comment appliquer la T. V. A.** — Paris, Éditions Delmas, collection « Ce qu'il vous faut savoir », 1955. In-8°, 152 pages, 1.325 fr. fr.

Fidèle à l'esprit de la collection « Ce qu'il vous faut savoir », et œuvre d'un praticien d'une grande compétence — M. Frapsauce est administrateur civil et chef du Bureau des taxes sur le chiffre d'affaires du Ministère des Finances — ce livre a le mérite de présenter les lignes essentielles de la nouvelle réforme et de les mettre à la portée des intéressés.

Cet ouvrage, qui répond dans chacun de ses chapitres aux questions qui se posent le plus fréquemment dans la pratique, s'adresse spécialement aux entreprises industrielles et commerciales ainsi qu'aux experts-comptables, avocats, conseillers fiscaux.

Dr Marcel KOTTELAT. — **L'industrie suisse des eaux minérales et leur organisation.** — Berne, Éditions Paul Haupt, collection « Unternehmung und Betrieb », 1955. In-8°, 144 pages, 10 fr. s.

Atténuer les effets de la concurrence est un des soucis majeurs de toutes les branches industrielles. Divers remèdes sont proposés

Cet ouvrage constitue la première monographie complète consacrée à l'industrie des eaux minérales. L'auteur examine particulièrement les problèmes d'organisation et les moyens de remédier aux effets de la concurrence. Le professionnel trouvera dans ce livre des perspectives nouvelles, des vues originales qui ne se limitent pas à l'industrie des eaux minérales mais gardent une valeur d'enseignement général pour les économistes et les associations professionnelles

Jacques RABEIL. — **L'industrie cotonnière française.** — Paris, éditions M.-Th. Génin, 1955. In-16, 204 pages, 616 fr. fr.

Les industriels, les économistes et tous ceux qui se préoccupent de la situation économique du pays accueilleront avec intérêt l'étude que M. Rabeil consacre à l'industrie française du coton.

Est-elle en crise ? Quels remèdes apporter aux maux dont elle souffre ? Quel avenir peut-elle espérer ? L'auteur, en exposant avec une grande clarté les données du problème — prix de revient, outillage, débouchés — permet de dresser tout un programme d'améliorations : effort de modernisation, abaissement consécutif des prix de vente, élévation du niveau de vie du personnel, recherche de débouchés.

Cette recherche, impliquant une sérieuse étude du marché à laquelle se livre l'auteur, le mène dans le cadre élargi de la France d'outre-mer, indispensable à la renaissance et à l'épanouissement de l'industrie cotonnière française.

Roger DU PAGE et Maurice LENGELLÉ ; Préface de Paul NAUDIN, vice-président du C. A. E. — **L'étude du marché, facteur d'expansion.** — Paris, Comité d'action et d'expansion économique, 1955. In-16, 75 pages, 300 fr. fr.

Membres d'une mission européenne chargée d'étudier aux États-Unis les méthodes d'études de marché, les auteurs ont voulu condenser le fruit de leur observations et réflexions. Ils nous ouvrent ainsi la porte sur un monde d'organisation économique très souvent ignoré, qui sera peut-être celui de l'Europe de demain.

Nous apprenons comment l'entreprise américaine étudie son marché, la manière dont elle détermine le meilleur emplacement pour la vente, comme elle met au point des produits qui gagneront à coup sûr la faveur du public. C'est ainsi que, soit par leur propre service d'étude de marché, soit avec le concours d'une des 3.600 agences spécialisées, les sociétés peuvent prévoir leur chiffre d'affaire futur, arrêter en pleine connaissance de cause leur programme de fabrication et obtenir un rendement optimum de leur publicité.

Cet ouvrage, qui s'adresse aux producteurs, aux commerçants, aux banquiers, à tous ceux que l'étude scientifique de marché intéresse au premier chef, traduit bien l'esprit dans lequel le « marketing research » est abordé outre-Atlantique. A une époque où, de plus en plus, les goûts du consommateur font la loi et où les producteurs se préoccupent de leurs débouchés, cette plaquette facilite l'étude et les solutions des principaux problèmes qui se posent à eux.

A. H. R. DELENS (traduit de l'anglais par C. MacMillan). — **Les principes de l'étude des marchés.** — Paris, Dunod, éditeur, 1955. In-16, 252 pages, 1.450 fr. fr.

L'étude des marchés reste en France une technique relativement jeune si l'on entend par là une étude rationnellement conduite, dans un but pratique, de la clientèle et des débouchés présents et possibles d'une entreprise. Elle constitue cependant un instrument de direction indispensable pour déterminer et adopter une politique de vente efficace et doit être considérée comme un auxiliaire nécessaire et non comme un luxe.

Ses « principes » se dégagent nettement de l'ouvrage que le Pr Delens vient de mettre chez Dunod à la disposition du public français.

L'auteur, après avoir défini les buts de l'étude des marchés, en indique les applications possibles, énumère et précise les techniques à utiliser : échantillonnage, questionnaire, interprétation et analyse des données recueillies, méthodes d'investigation dans les enquêtes, et montre comment doit être réparti le travail parmi les différents services de l'entreprise.

Rédigé selon les conceptions d'une science d'observations récente, ce livre est certainement appelé à modifier les méthodes actuellement utilisées dans le commerce et l'industrie et s'adresse aux chefs d'entreprises, directeurs commerciaux, techniciens spécialisés et à tous les jeunes gens qui se préparent aux affaires.

M. Marcel GALLIOT. — **La publicité à travers les âges.** — Paris, Éditions Hommes et Techniques, 1955. In-16, 160 pages, 930 fr. fr.

Nous devons aux recherches faites par M. Galliot pour la publication d'une thèse de doctorat sur la « langue de la publicité contemporaine » le livre qu'il publie aujourd'hui aux Éditions Hommes et Techniques.

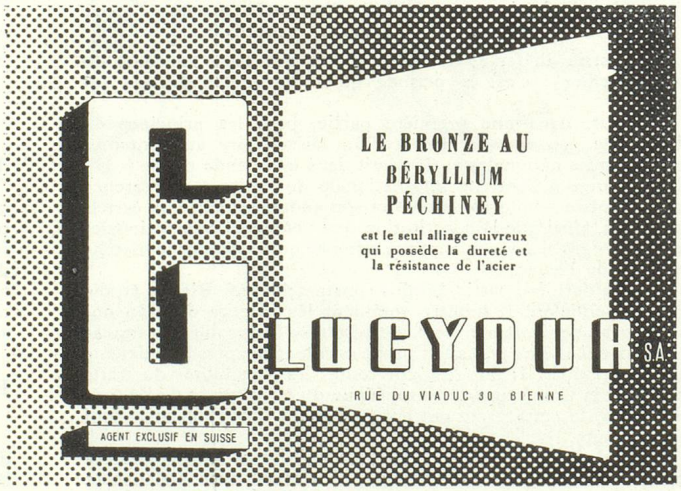
La publicité, qui utilise actuellement les techniques les plus modernes, a des origines qui remontent très loin. On trouve ses premières traces dans les antiquités grecque et romaine. Le Moyen Age et le XVIe siècle utilisent surtout la publicité orale, les « cris de la rue » et les enseignes ; les bonimenteurs sont alors nombreux et attirent les foules.

Avec l'imprimé, naît la publicité moderne ; on voit apparaître les affiches ; le célèbre Théophraste Renaudot publie la *Gazette de France*, avec son « bureau d'adresses ». Les premières « réclames » voient le jour.

Si le XVIIIe siècle n'apporte pas grand-chose de nouveau, le XIXe est celui du triomphe de la publicité, devenue de nos jours une technique faite d'intelligence, de psychologie et d'esthétique.

Que ce livre intéresse les publicitaires, cela va de soi. Mais il n'est pas besoin d'être un spécialiste pour y prendre plaisir et intérêt, car il nous apporte une riche et amusante documentation sur le passé de la publicité, à laquelle de nos jours nul n'est indifférent.

Annuaire national des transports. — Paris, éditions A. Gozlan, 1955. 1.357 pages, 1.500 fr. fr.

En dépit de son titre, cet ouvrage n'est seulement un annuaire. Par son contenu et sa forme, c'est un instrument de travail ; par sa portée, c'est un véritable trait d'union entre activités complémentaires.

Cet annuaire a été réalisé pour les usagers et pour les transporteurs. Il permet un repérage rapide et facile ; les diverses rubriques sont présentées clairement. C'est une synthèse de toutes les activités afférentes au transport.