Éditorial

Autor(en): **Chambre de commerce suisse en France**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **48 (1968)**

Heft 1: **Emballage et conditionnement**

PDF erstellt am: **29.05.2024**

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

ÉDITORIAL

En consacrant un numéro à l'emballage et au conditionnement, la Revue économique franco-suisse *ne prétend pas dresser un inventaire complet de techniques multiples et complexes, que suivent de plus près d'excellentes publications spécialisées. Il ne s'agit que d'un tour d'horizon. Il nous a paru utile de souligner, dans ses grandes lignes, l'évolution d'une activité qui connaît un essor vigoureusement accéléré. Fonction de service, mais aussi élément de productivité, l'emballage est devenu, avec tous les aspects du conditionnement, un domaine important de l'économie, alors qu'il n'était autrefois qu'assez secondaire.*

A cette évolution radicale, qui va de pair avec la deuxième révolution industrielle, la France et la Suisse ont apporté des contributions appréciables et parfois marquantes. Les méthodes et les inventions nouvelles jouent un rôle décisif dans le bouleversement des habitudes commerciales. Mais il est remarquable que certaines des industries les plus traditionnelles des deux pays aient pu se renouveler et se rajeunir, au point de concurrencer avec succès des moyens et des matériaux nouveaux dont le triomphe pouvait paraître définitif.

Cela tend à démontrer les possibilités infinies d'une volonté réelle d'adaptation, et les chances d'une prise de conscience, pour la création d'une véritable « mentalité industrielle » (telle que la souhaitait récemment M. Olivier Guichard), là où elle n'existe pas encore. Un tel état d'esprit mérite d'être créé dans différents secteurs de la distribution, dont l'emballage et le conditionnement ne sont en fin de compte qu'un aspect particulier.

Ce n'est accuser personne, c'est rappeler une vérité connue, que de remarquer que, surtout en France, les circuits de la distribution sont encore souvent bien trop longs, et que le coût en est fréquemment trop élevé. Ce sont là autant de wagons vides — sans jeu de mots — que traîne l'économie, et dont le consommateur supporte la charge. Les inconvénients d'ordre social en sont particulièrement évidents dans le transport et la distribution des produits du sol, dont le choix par le consommateur peut se trouver fâcheusement limité, même dans certaines des entreprises de vente les plus modernes, par des considérations ou des intérêts parfois arbitraires.

C'est ainsi que le meilleur des emballages peut manquer son but, sans une organisation convenable de distribution. Mais l'évolution normale et heureuse d'aujourd'hui, c'est au contraire que le renouvellement des méthodes de conditionnement permette de résoudre de vieux problèmes de distribution, ceux qui pouvaient mobiliser naguère des forces humaines importantes sans pour autant garantir ni le bon marché, ni la qualité, ni l'hygiène.

L'emballage, dans sa conception la plus révolutionnaire, peut être ainsi un facteur de sécurité et de progrès pour le consommateur, en même temps qu'un facteur de stimulation pour l'industriel et l'homme d'affaires. Et il n'est pas sans importance que l'esprit de recherche et d'invention s'applique jusque et y compris la destruction des emballages perdus, pour tenter de parer la menace d'une civilisation qui serait impuissante devant sa propre ordure.

Chambre de Commerce Suisse en France.