

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 13 (1933)
Heft: 2

Inhaltsverzeichnis

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: 06.02.2026

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
Paris-I^{er}

Février 1933

Treizième Année. - N° 2

TÉLÉPHONE
Opéra 90-68

La Revue économique franco-suisse fait suite
au Bulletin mensuel de la Chambre de

Le numéro : 3 fr.
Abonnement annuel : 30 fr.
(argent français)

ADRESSE TÉLÉGRAPHIQUE
Commersuis-Paris 111

Commerce suisse en France

CHÈQUES POSTAUX
Paris 32-44

SOMMAIRE

	Pages		Pages
PREMIERE PARTIE			
FOIRES SUISSES ET FRANÇAISES			
Le rôle économique des Foires.....	23	La Foire-Exposition de Rouen.....	39
Suisse :			
La Foire Suisse d'Echantillons, à Bâle..	27	La V ^e Foire de Champagne, à Troyes..	41
Le Comptoir Suisse, à Lausanne.....	31	La XVII ^e Foire de Bordeaux, Coloniale et Internationale.....	43
Calendrier des principales manifestations économiques suisses et françaises de l'an- née 1933.....			
43			
DEUXIEME PARTIE			
DOCUMENTATION GÉNÉRALE			
33 Chiffres, faits et nouvelles.....	45		
35 Livres à lire ou à consulter.....	47		
37 Renseignements utiles à qui voyage....	couv.		

LE ROLE ÉCONOMIQUE DES FOIRES⁽¹⁾

ROLE ET ÉVOLUTIONS DES FOIRES.

Les Foires ont connu une destinée et une évolution singulières. D'un caractère uniquement commercial à l'origine, ayant pour objet, à l'époque où les moyens de transport étaient difficiles et rares, de permettre aux habitants d'une même région de s'approvisionner directement pour une année entière, elles devinrent, ensuite, purement attractives et spectaculaires, pour se transformer de nouveau et reprendre, à notre époque, un caractère uniquement commercial, mais dans un ordre différent, sur un plan beaucoup plus vaste et bien plus élevé.

C'est sous cette dernière forme, la plus récente, qu'elles jouent actuellement, sur le marché mon-

dial, un rôle économique de toute première importance.

En vérité, si certaines Foires Internationales, Leipzig et Nijni-Novgorod par exemple, sont très anciennes, si la création de la Foire de Paris remonte à 1904, la plupart des autres sont nées de la guerre et des perturbations qu'elle apporta dans les relations économiques.

Telle que l'a faite l'évolution économique moderne, la Foire répond à des besoins nouveaux, en même temps qu'elle résoud des problèmes fort anciens : *elle réglemente automatiquement le libre jeu des échanges; elle fixe les cours; elle oriente logiquement, selon les besoins intérieurs et extérieurs, la production industrielle, elle renseigne le commerce; elle seconde la publicité touristique nationale, régionale ou locale; elle constitue enfin, pour la collectivité mondiale comme pour les collectivités nationales, le plus actif des stimulants, du point de vue purement commercial.*

L'ensemble de ces actions formant un tout homogène et cohérent, commun à toutes les grandes

(1) Extrait du rapport présenté au Congrès de l'Union des Foires Internationales, par M. E. Martel, Administrateur Général de la Foire de Paris.