

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 53 (1973)  
**Heft:** 1

**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:** 18.04.2026

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

# ÉTUDES BIBLIOGRAPHIQUES

## FRANCE

Jean-Baptiste SAY. — **Traité d'économie politique**, Éditions Calmann-Lévy, 3, rue Auber, 75-Paris. — 632 pages, F 35.—

L'histoire n'a pas été très tendre pour J.-B. Say. Successivement raillé par Karl Marx et vigoureusement attaqué par J.-M. Keynes, l'auteur du « Traité d'économie politique » n'est passé à la postérité qu'à travers les clichés de la « monnaie voile » et de la très célèbre « loi des débouchés ». Et pourtant sa participation active avec Malthus et Ricardo au grand débat du début du XIX<sup>e</sup> siècle sur la formation de la science économique moderne aussi bien que la permanence des références contemporaines à ses idées, même déformées, plaident en faveur d'une relecture libre de tout préjugé.

C'est un Janus que nous fait découvrir le préfacier. La première face représente une anticipation presque parfaite de l'équilibre général néo-classique dans ses diverses implications et restrictions (primauté du consommateur, rationalité des choix, ajustement automatique des prix et des quantités). La seconde, plus audacieuse, découvre un monde où le progrès technique et la fonction de l'entrepreneur entraînent un déséquilibre permanent, générateur de développement économique et de progrès social.

Contradiction ou richesse de la pensée? Le retour aux sources de ce grand libéral français illustre en tout cas les liens profonds quoique souvent paradoxaux qui relient l'analyse statique du marché à la théorie du processus dynamique de la croissance.

François CASTEX. — **L'équipement touristique de la France**, Éditions France-Empire, 68, rue Jean-Jacques-Rousseau, 75001 Paris. — 14 × 19, 604 pages, F 40.—

Avant 1980, 300 millions d'hommes accompliront la plus grande migration pacifique de tous les temps.

Ainsi, le plus extraordinaire phénomène économique et social du XX<sup>e</sup> siècle se développe sous nos yeux.

Source d'enrichissement inespéré ou de tensions imprévues, tantôt panacée, tantôt facteur de prospérité factice, le tourisme tend inéluctablement son immense toile sur les cinq continents.

Le mécanisme est déclenché, les mobiles qui ont toujours plus ou moins animé les hommes isolés ou groupés : « religion, culture, profession, santé, sports, goût de l'aventure, de l'évasion ou des voyages », sont libérés.

La France, porte Atlantique de la vieille Europe, est-elle en mesure, avec son

incomparable patrimoine touristique naturel, historique et culturel, de tenir la place qui lui revient dans la plus âpre compétition des temps modernes?

Bernard LEBEL. — **Les études de marché : outil du marketing**, Éditions d'Organisation, 5, rue Rousselet, 75007 Paris. — 15,5 × 24, 244 pages, F 37.—

Les informations susceptibles d'être révélées par les études de marché ne se trouvent que si on les cherche. Or, il existe toute une série de règles, préceptes, résultats d'expériences, régissant la conception, la réalisation et l'interprétation des études de marché.

Ce livre repose donc sur deux idées essentielles :

— les études de marché sont une des bases naturelles du marketing et peut-être la plus importante ;

— si, au plan de leur conception et de leur interprétation, les études de marché s'imbriquent étroitement avec le marketing, elles constituent une activité de nature technique qui exige une attitude scientifique.

Partant de ces deux idées-clés, Bernard Lebel — qui a acquis son expérience professionnelle d'homme de marketing dans plusieurs entreprises multinationales — a rédigé un ouvrage clair et concret où les concepts et méthodes essentiels des études de marché sont exposés et discutés en profondeur, exemples à l'appui.

Tous ceux qui élaborent ou appliquent la politique et les plans de marketing, et influencent ainsi la position sur le marché des produits ou marques de leur entreprise, apprécieront ce « livre-outil » rédigé par un praticien.

Yves CASTAGNOL. — **Principes et pratique de la promotion des ventes**, Éditions J. Delmas et Cie, 13, rue de l'Odéon, 75006 Paris. — 21 × 27, 320 pages, F 55.— « bon de mises à jour gratuites ».

Ce livre est destiné à donner aux professionnels et aux utilisateurs une meilleure connaissance des buts que l'on peut poursuivre dans ce domaine et de leur indiquer toutes les possibilités et les limites techniques de promotion : un cadre qui ne se situe pas seulement au niveau des objectifs mais aussi à celui des obligations légales.

L'auteur cherche à faire ressortir que la Promotion des Ventes, outil de marketing, doit s'intégrer dans un Plan général de l'Entreprise. Pour cela, elle doit faire l'objet de mesures, et de contrôles précis. Les moyens disponibles sont détaillés dans l'ouvrage.

Suzanne LANNERÉE. — **Comment remplir vos obligations sur l'hygiène et la sécurité des travailleurs**, Éditions J. Delmas et Cie, 13, rue de

l'Odéon, 75006 Paris. — 21 × 27, 272 pages, F 55.— « bon de mises à jour gratuites ».

Ce livre rassemble, sous une présentation adaptée à l'entreprise, les règles relatives à l'hygiène et à la sécurité du travail, jusque-là éparses, et conçues à des époques différentes, au fur et à mesure des progrès sociaux.

Il intéresse les ingénieurs, les responsables de sécurité, les comités d'hygiène et de sécurité, les comités d'entreprise et les services médico-sociaux, ainsi que l'Administration chargée de faire appliquer les textes.

La méconnaissance des règles d'hygiène et de sécurité est sévèrement sanctionnée et la responsabilité des intéressés suffisamment lourde pour qu'il leur soit essentiel d'en connaître l'étendue.

**A travers le monde de la publicité**, dialogues avec Barthélémy, 1971-1972, Éditions Stock, 6, rue Casimir Delavigne, 75006 Paris. — 13,5 × 23,5, 314 pages, F 41.—

Pendant un an le concepteur de cet ouvrage a rencontré plus de cent publicitaires, célèbres ou anonymes, les a laissés parler de leur métier en leur demandant simplement pourquoi ils le faisaient et comment ils l'exerçaient. Quatre-vingt-trois interviews ont été publiées de Claude Marcus et Marcel Bleustein-Blanchet à Jacques Douce en passant par Yves Navarre et Jean-Claude Servan-Schreiber.

Un livre vérité, ou chaque interviewé se découvre en même temps qu'il se cache. Tous les industriels, ou presque, ont recours à la publicité ; ils trouveront au fil des pages ce qu'on espère chez les annonceurs, ce qu'on promet dans les agences, ce qu'on pense dans les régies, ce qu'on attend dans les supports, enfin ce qu'on désire du côté des créateurs et des consommateurs.

**Droit des groupes de sociétés**, Librairies techniques, 27, place Dauphine, 75001 Paris. — 16 × 24, 260 pages, F 40.—

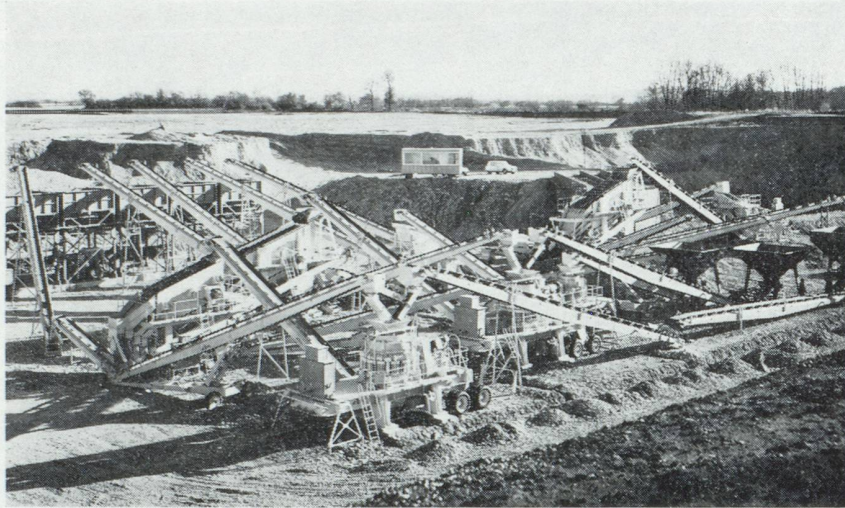
Cet ouvrage est le fruit de recherches menées en commun par des juristes d'entreprises, des spécialistes de la gestion, du management et du financement des entreprises, des avocats et des universitaires, et discutées au cours d'un séminaire organisé à Rennes les 13 et 14 mai 1971.

A la base de ces travaux se trouve la constatation que, les groupes de sociétés étant ignorés par le droit français, des problèmes importants naissent du conflit permanent entre la règle juridique inadaptée et le fait économique.

La recherche d'une solution a porté successivement sur :

— une définition du groupe de sociétés

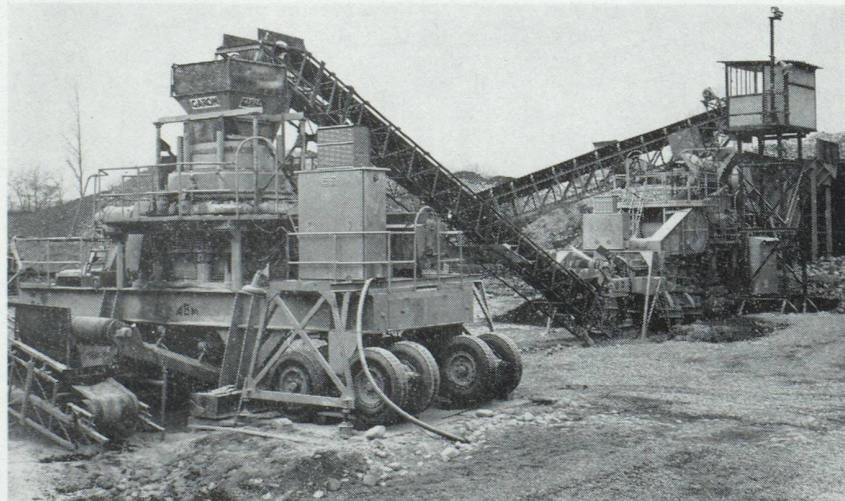
# **pour tous vos problèmes de concassage broyage, criblage, manutention : installations fixes et groupes mobiles**



## **AUTOROUTES ALPINES**

Installation utilisée par l'AREA pour la production de matériaux 0/25 pour couches de base et 0/12 pour enrobés.

• 4 groupes de concassage • 4 groupes de criblage • 27 transporteurs mobiles et semi-fixes.  
Débit : jusqu'à 400 t/h à l'alimentation pour une production de 240 t/h de matériaux concassés.



## **AUTOROUTE BLANCHE**

Installation de l'Entreprise BEDEL pour production de grave laitier 0/20 et de granulats pour béton bitumineux.

Vue partielle du poste primaire avec concasseur à mâchoires VB 93 et du poste secondaire avec broyeur à cône Symons 5' 1/2 St. Débit : 320 t/h.

(analyse de sa structure, critères d'appartenance...);

— l'étude du fonctionnement du groupe (relations internes du point de vue du management, du financement, du droit, de la fiscalité...);

— les systèmes de protection des associés et créanciers;

— le règlement des conflits éventuels (faut-il instituer une juridiction spéciale?);

D'autre part, les groupes étant par vocation internationaux ou multinationaux, une réglementation ne peut être envisagée sur le seul plan national : leur organisation juridique en France doit être compatible avec celle qui existe déjà à l'étranger; elle doit aussi ne pas limiter l'efficacité économique des groupes d'origine française.

C'est pourquoi chacun des problèmes étudiés au cours de ces travaux l'a été complété par l'analyse de l'expérience allemande, de la proposition de société anonyme européenne et du projet Cousté de reconnaissance des groupes en droit français.

Enrichis par la confrontation de connaissances et d'expériences diverses, apport des praticiens et des universitaires, ces travaux forment une œuvre très positive que consulteront avec profit aussi bien les chercheurs que les juristes d'entreprises et dirigeants.

**Index international de mobilier urbain 1972-1973**, Centre de Création Industrielle, 35, boulevard Sébastopol, 75004 Paris. — 21 x 29,5, 392 pages, F 35.—

Cet ouvrage, qui intéresse les administrateurs, les collectivités, les aménageurs, les industriels, les étudiants et les professionnels de l'environnement, recense 400 meubles urbains, répartis en 12 rubriques :

I. — Éclairage : grands espaces, routier, voie de desserte, voie piétonnière.

II. — Signalisation : circulation, information.

III. — Supports de publicité et d'information.

IV. — Bancs.

V. — Transport, stationnement : équipements parking, abris voyageurs, kiosques, trottoir roulant.

VI. — Distribution et alimentation : bornes camping et incendie, armoires E.D.F.

VII. — Protection hygiène : barrières, corbeilles à papier, régénérateur air urbain.

VIII. — Communication : cabine téléphonique, boîtes à lettres.

IX. — Jardinières, bacs à sable, fontaines.

X. — Revêtements de sol, dallages.

XI. — Éléments de jeux.

XII. — Unités de services.

Chaque meuble urbain fait l'objet d'une fiche technique (spécifications, dimensions, matériaux, couleurs, fabricant, design, année de sortie, label, distributeur) accompagnée d'une photo.

**Bottin administratif 1972**. — Didot Bottin, 1, rue Sébastien-Bottin, 75348 Paris Cedex 07. — 22 x 27, F 88.—

Tables et sommaires :

— Sommaire analytique;

— Table alphabétique des matières;

— Sommaires :

1<sup>re</sup> partie : administrations.

2<sup>e</sup> partie : documentation.

— Table alphabétique des noms.

— Répertoire des annonceurs.

**Guide Kléber 1972**, 6, Villa Émile-Bergerat, Neuilly-sur-Seine. — 12,5 x 20,5, F 24.—

Le Guide Kléber comporte 4 parties :

*Préparation au voyage* : Ensemble de cartes. Grandes étapes gastronomiques. Relais de campagne. Châteaux-Hôtels. Sports d'hiver. Renseignements généraux.

*Recueil de cartes des départements*.  
*Paris le jour, la nuit* : Hôtels, Restaurants. Cabarets et spectacles. Le vingt et unième arrondissement. Les « zincs » fameux. Les restaurants ouverts le dimanche, ouverts en août. Les parcs de stationnement.

*Villes et Villages de France* : Plans de ville. Curiosités touristiques. Les hôtels, leur confort, leurs agréments. Les restaurants, les spécialités, leurs prix.

**Annuaire de la Fédération nationale de l'industrie de la chaussure de France 1972**, Agence de Diffusion et de Publicité, 24, place Malesherbes, 75017 Paris. — 22 x 27,5, 175 pages.

— Industrie de la chaussure. Organisation professionnelle. Syndicats régionaux.

— Les entreprises.

— Index alphabétique.

— Fournisseurs classés par spécialisation.

**Les dossiers emballages, conditionnement, présentation, vente : l'épicerie sèche**, Compagnie française d'Éditions, 40, rue du Colisée, 75008 Paris. — 21,5 x 28,5, 100 pages, F 50.—

— Le marché « emballage » de l'épicerie sèche;

— Les matériaux de conditionnement;

— Les machines de conditionnement;

— Le conditionnement des produits d'épicerie sèche.

**Annuaire de la presse et de la publicité 1973**, Agence de Diffusion et de Publicité, 24, place Malesherbes, 75017 Paris. — 23 x 30, 1038 pages, F 108.—

Au sommaire :

— Partie officielle;

— Organismes professionnels;

— Agences de presse;

— Cabinets de relations publiques;

— Journalistes;

— Presse, Paris et presse nationale;

— Radio et T.V.;

— Presse départementale;

— Presse étrangère;

— Publicité;

— Fournisseurs;

— Index alphabétiques.

**Annuaire des fournisseurs de laboratoires pharmaceutiques 1972**, Agence de Diffusion et de Publicité, 24, place Malesherbes, 75017 Paris. — 14,5 x 18,5, 1128 pages, F 65.— T.T.C. franco.

Plan de l'ouvrage :

I. — Appareils et matériel de laboratoire.

II. — Produits chimiques et matières premières pour laboratoires pharmaceutiques.

III. — Fabrication et conditionnement à façon.

IV. — Machines et appareillages.

V. — Conditionnement.

VI. — Emballage.

VII. — Installation et organisation du laboratoire. Publicité.

VIII. — Index alphabétiques.

**Le répertoire des collections photographiques en France**, Documentation française, 29-31, quai Voltaire, 75340 Paris Cedex 07. — 15,5 x 20,5, 366 pages, F 25.—

Ce répertoire, sans équivalent en France et dans les pays étrangers, contient les notices de près de 800 collections appartenant à des photographes et des organismes publics et privés. Les descriptions, aussi précises que possible, répondent au double souci de garder la trace des collections et archives anciennes et de faire connaître les tendances actuelles de la photographie et les activités des jeunes professionnels. Le domaine inventorié est vaste, France et pays étrangers, mais n'ont été retenues que les collections dont le détenteur est domicilié en France.

Cette publication, complétée par un index thématique et un index par département, donne également la liste des agences photographiques, des éditeurs de diapositives et de cartes postales et des principaux syndicats et groupements professionnels.

Grâce à une enquête attentive et poussée, le nombre de notices est sensiblement plus élevé que dans la précédente édition. Les insertions nouvelles représentent 50 % de cet ouvrage de référence, d'une présentation nouvelle et totalement refondue.

**Annuaire des fournisseurs des industries graphiques 1972-1973**, Mafo-gra, 89, rue Barrault, 75013 Paris. — 21 x 27, 288 pages, F 39,60.

— Liste générale des fournisseurs, noms et marques;

— Liste alphabétique des dirigeants;

— Liste des annonceurs.

**Annuaire de la confédération des industries céramiques de France, 1972-1973**, Confédération des industries céramiques de France, 44, rue Copernic, 75016 Paris. — 16 x 25, 390 pages.

# CREDIT DU NORD

GRANDE BANQUE FRANÇAISE DU SECTEUR PRIVÉ

## LILLE

28, place Rihour

Télex n° 81.007 - 82.417

## PARIS

59, boulevard Haussmann

Télex n° 29.302



Le Groupe  
B.N.P.  
présent  
sur les cinq continents

## SUISSE

Présentation générale de l'annuaire :  
I. — Organisation professionnelle nationale;

II. — Organisation professionnelle européenne; principaux organismes économiques et politiques européens et mondiaux;

III. — Liste des fédérations et syndicats et de leurs adhérents;

IV. — Répertoires.

**Annuaire 1972-1973 de la Fédération nationale des importateurs de la métallurgie, de la mécanique et de l'électronique et des chambres syndicales affiliées**, 21, rue Saint-Guillaume, 75007 Paris. — 15 × 21, 217 pages.

**Schweizer Buchhandel Adressbuch 1971-1972**, Schweizerischer Buchhändler-und Verleger-Verein, Bellerivestrasse 3, CH 8008 Zürich. — 17 × 24, 118 pages, F.S. 16.—

**Annuaire officiel de la République et Canton de Genève 1972**, Chancellerie d'État, Service des publications officielles, Case postale 392, CH 1211 Genève 2. — 21,5 × 29, 412 pages, F.S. 10.—

«**La Suisse**», ses établissements d'éducation et d'instruction 1969-1971, 8600 Dübendorf, Verlag : Mme M. Fischer. — 20,5 × 29,5, 210 pages. Annuaire élaboré avec le concours des départements de l'instruction publique et des autorités scolaires.

Klaus W. HERTERICH. — **Erfolgreich im frankreichgeschäft**, Management-Praxis, Marktverhältnisse, Rechnungswesen, Management Service Verlag, Untertaxetweg 74-76, D— 8035 Gauting bei München, 11,5 × 18, 180 pages, F.S. 22.—

Écrit dans la perspective du manager allemand qui aborde pour la première fois le marché français, ce livre donne des indications très valables sur la manière de procéder.

CETTE REVUE  
A ÉTÉ RÉALISÉE  
SUR LES PRESSES DE

**FD Imprimerie Alençonnaise**

Rue Édouard-Belin, 61002 ALENÇON

TOUS TRAVAUX  
NOIR ET COULEURS  
TYPO - OFFSET

LES TRANSPORTS INTERNATIONAUX

**SEEGMULLER & Cie**

VOUS OFFRENT LEURS  
SERVICES DE GROUPAGES ROUTIERS  
DIRECTS - RÉGULIERS - RAPIDES

**BALE - PARIS  
PARIS - BALE**

avec leurs prolongements sur toute la Suisse et toute la France.

93/LE PRÉ SAINT-GERVAIS (Paris) 18/20, rue d'Estienne-d'Orves  
Tél. 844.98.19 — Téléx SEEGCO 67.217

BALE, Centralbahnstrasse 17 — Tél. 61-22-55-66 — Téléx 62 176

**rousseau  
aviation**

En vol direct de **MULHOUSE/BALE**



vers

**METZ et LILLE**

Renseignements—Réservations  
votre Agence de Voyages

ET AIR FRANCE/MULHOUSE

**OVCI**

OFFICE VAUDOIS POUR LE DÉVELOPPEMENT  
DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE

organisme spécialisé dans les études d'

- implantations industrielles
- terrains en zones industrielles
- usines à vendre
- main-d'œuvre
- fiscalité

17, AV. DE VILLAMONT - TÉL. (021) 23-33-26/27  
**1005 LAUSANNE**