

Zeitschrift: Bulletin technique de la Suisse romande
Band: 58 (1932)
Heft: 14

Wettbewerbe

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

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

l'étranger et furent obligés de rentrer dans leur patrie. Le S. T. S. en connaît plus de 150. Mais, étant donné la crise en Suisse, il est extrêmement difficile de trouver à les placer. Un grand nombre de ces rapatriés ont toujours vécu à l'étranger, d'autres y ont séjourné depuis longtemps et, par conséquent, ont perdu les rapports avec l'industrie du pays et ses exigences. Un assez grand nombre a dépassé la quarantaine, souvent même de beaucoup et pour cette raison il leur est difficile de trouver un engagement. Pour beaucoup d'entre eux il n'y aura plus autre chose à faire qu'à chercher une activité hors de leur profession. Nous prions instamment messieurs les employeurs de bien vouloir prendre en considération ces rapatriés, qui souvent sont des gens très expérimentés.

Le travail du petit personnel du S. T. S. est considérablement augmenté par les relations avec les offices du travail cantonaux et municipaux, surtout en ce qui concerne les demandes pour permis de travail et prolongation de ces derniers, de la part de techniciens étrangers. Le S. T. S. est tenu de renseigner les offices du travail sur la situation du marché du travail des professions techniques et d'examiner ces demandes en vue de remplacer dans la mesure du possible les étrangers par des gens du pays.

CARNET DES CONCOURS

Concours d'idées pour un plan général d'extension de la Ville de Berne et des communes suburbaines.

Ouvert aux techniciens suisses et aux techniciens étrangers domiciliés en Suisse depuis le 1^{er} janvier 1930.

Terme : 31 juillet 1933.

Jury : MM. H. Lindt, directeur des travaux de la Ville de Berne, président ; W. Bösiger, chef du Département des Travaux publics du canton de Berne ; R. Grimm, directeur des Services industriels, Berne ; A. Acatos, ingénieur en chef des C. F. F. ; Dr-ing. O. Blum, Hannover ; van Eesteren, architecte au département du plan d'extension de la Ville d'Amsterdam ; K. Hippenmeier, chef du Service du plan d'extension de la Ville de Zurich ; A. Hoehel, architecte, à Genève ; K. Keller, ingénieur cantonal, à Zurich ; O. Salvisberg, à Zurich ; H. Christen, inspecteur des bâtiments, à Berne ; F. Hiller, architecte de la Ville de Berne ; A. Reber, ingénieur de la Ville de Berne. Suppléants : MM. Müller, architecte de la Ville de Saint-Gall ; Moor, ingénieur cantonal, à Bâle.

Récompense : 60 000 fr. qui devront être distribués en tout cas, pour primer 6 à 8 projets. 20 000 fr. pour achats éventuels, dont 10 000 fr. devront être dépensés en tout cas. 2000 fr. au moins par projet acheté.

Le programme et les documents annexés de ce très intéressant concours sont remis aux intéressés par la Chancellerie de la Baudirektion I, de la Ville de Berne, moyennant 120 fr. Cette somme sera remboursée intégralement aux auteurs de projets conformes au programme et, partiellement, jusqu'à concurrence de 80 fr., à ceux qui restitueront ces pièces intactes dans le délai de quatre semaines.

Au surplus, ledit programme et ses annexes peuvent être consultés au « Städt. Tiefbauamt », Bundesgasse 38, 1^{er} étage, à Berne.

Concours d'idées pour des maisons en bois.

Ouvert par « Lignum » (Union suisse en faveur du bois) et le « Werkbund suisse ».

Admis à concourir : les architectes, ingénieurs, maîtres-charpentiers et maisons de constructions en bois établis en Suisse avant le 1^{er} janvier 1930.

Jury : MM. Badoux, professeur à l'Ecole polytechnique fédérale ; Eggstein, charpentier, à Lucerne, et les architectes : Hartmann, à Saint-Moritz, Hofmann, Oetiker et Wiesmann, à Zurich.

Récompenses : 16 000 fr. pour primes et achats de projets. Terme : 10 janvier 1933.

Le programme du concours sera remis gratuitement aux intéressés par le Secrétariat du « Lignum » : Kantonales Forstinspektorat, à Coire, et par celui du « Werkbund suisse » : Börsenstrasse, 10, à Zurich.

BIBLIOGRAPHIE

Publications de l'Association internationale des ponts et charpentes.

L'Association internationale des ponts et charpentes, fondée en octobre 1929, publie un recueil périodique qui est à la disposition de chaque membre désireux de faire paraître un article sur un sujet scientifique quelconque faisant partie du programme d'activité de l'Association. *Le premier volume* qui vient de paraître, contient 39 mémoires, dont la plupart traitent des sujets figurant dans le programme de discussion du dernier congrès de l'Association (Paris 19—25 mai 1932). Tous les articles sont imprimés dans la langue dont l'auteur s'est servi, c'est-à-dire, en français, en allemand et en anglais. Les titres, les légendes des figures les plus importantes et tous les résumés sont rédigés dans les trois langues, afin d'en faciliter la compréhension. Le prix de ce premier volume de « Mémoires » est de 25 fr. ss. pour les membres et 35 fr. ss. pour les non-membres de l'Association.

En outre, la *Publication préliminaire* contenant les communications qui ont servi de base à la discussion des thèmes figurant à l'ordre du jour dudit Congrès de Paris est aussi en vente au prix de 25 fr. pour les membres et 35 fr. pour les non-membres de l'Association. Les tables des matières de ces deux remarquables ouvrages peuvent être demandées au Secrétariat de l'Association internationale des ponts et charpentes, dont le siège est à l'Ecole polytechnique fédérale, à Zurich.

Psycho-Dynamik der Reklame, von F.-M. Feller. Mit 6 ganzseitigen Tafeln und zahlreichen Textbildern. 360 Seiten. In Ganzleinen 15 Fr. — Verlag A. Francke A. G., Berne. 1932.

La publicité est la terre d'élection des « faiseurs » et c'est ce qui, bien injustement d'ailleurs, la déconsidère aux yeux de tant de gens. Et, pour comble de disgrâce, beaucoup parmi les innombrables ouvrages qui en traitent ne sont que des ramassis de préjugés, de truismes et de poncifs servis dans un style à rebuter les gens les moins dégoutés. Or, voici un ouvrage qui fait une heureuse diversion à tant de pauvretés, car il abonde en idées neuves, en analyses subtiles des causes qui déterminent, dans l'inconscient, le goût ou l'aversion du public pour telle chose ou tel acte. M. Feller, qui est docteur en médecine et docteur en philosophie, a tiré de la « psychanalyse » appliquée à la publicité, des méthodes originales de réclame dont le succès commercial a consacré la pertinence. Qu'il y ait, par ci, par là, dans son ouvrage, quelques traits outrés, pas mal de paradoxes et que le « cochon qui sommeille » dans tout lecteur y soit assez complaisamment sollicité, nous ne le contestons pas et, sans aller jusqu'à dire que ce soit ce qui en fait le charme, nous n'aurons pas la naïveté de le reprocher à un disciple de Freud. Quoi qu'il en soit, cet ouvrage est fécond en enseignements fort utiles, non seulement pour ceux qui s'occupent de publicité, mais pour tous ceux qui ont quelque chose à vendre, à offrir ou simplement à persuader, ou encore qui désirent s'amuser à dévoiler les mobiles, si souvent invouables, qui inspirent l'humanité. Précisons qu'il est écrit en un allemand très facilement compréhensible, même pour ceux qui sont peu familiarisés avec la langue de Goethe.

Voici un résumé de la table des matières : I. Teil : Zur Einführung. — II. Teil : Bewusstes und Unbewusstes in der Werbewirkung. — III. Teil : Beispiele aus der Praxis. — IV. Teil : Probleme der Beeinflussung.

Voir page 8 des feuilles bleues le communiqué de l'Office suisse de placement.