

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Band: 13 (1933)
Heft: 6

Artikel: Le marché des machines dans le Sud-Est de la France
Autor: Chabloz, Cyril
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-889226>

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: 22.11.2024

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

LE MARCHÉ DES MACHINES DANS LE SUD-EST DE LA FRANCE

L'industrie mécanique suisse a pu maintenir en partie ses positions d'avant-guerre dans le Sud-Est de la France. Les fournitures de machines suisses s'effectuent en France dans des conditions relativement favorables par rapport à d'autres industries dont les importations sont entravées par des mesures de restriction. Cet heureux résultat est dû à l'esprit de conciliation dont s'inspire la réglementation des échanges franco-suisses, ainsi qu'aux qualités des produits d'une industrie qui a atteint en Suisse un haut degré de perfectionnement et de spécialisation; n'était le prix de revient élevé de ces machines provenant de la cherté de la main-d'œuvre en Suisse et des frais de transport, l'industrie mécanique suisse serait à même d'augmenter ses ventes sur le marché du Sud-Est de la France. Le facteur de la main-d'œuvre entre, toutefois, pour une part moins importante que celui de la matière dans le coût des machines de grandes dimensions; dans l'industrie de la petite mécanique, au contraire, le facteur de la main-d'œuvre influe fortement sur le prix de revient et ce désavantage n'est que partiellement compensé par le rendement qualitatif de l'ouvrier suisse de cette industrie, supérieur à celui de l'ouvrier français.

L'industrie suisse a toujours voué une attention particulière à la qualité de ses produits; c'est ce qui en fait toute la valeur et le slogan « Produits suisses, produits de qualité » dont on a pu abuser au point de vue publicité, n'en demeure pas moins une vérité incontestable.

A Marseille, l'industrie des huiles, les savonne-

ries et raffineries utilisent des machines à vapeur et leurs accessoires, tels que chaudières, brûleurs au mazout, grilles de foyers, tuyauterie, etc... Toutefois, les possibilités de vente pour l'industrie mécanique suisse sont minimes en raison des frais de transport et de montage qui grèvent trop lourdement les prix de revient de ces produits.

Par contre, les instruments de mesure s'adaptant à ces installations peuvent trouver acquéreurs; ce sont, entre autres, les compteurs, manomètres, etc... Les instruments de même nature ont également des chances d'être écoulés dans l'industrie de la meunerie.

La capacité d'absorption du marché envisagé pour les appareils d'économie ménagère est à souligner. Il s'agit de cuisinières (articles bon marché), de fourneaux, boilers, chauffe-bains, aspirateurs, cireuses, différents appareils de nettoyage, fers à repasser, appareils frigorifiques, machines à laver, etc..., ainsi que leurs accessoires.

Certaines différences existant dans le train de vie mené en Suisse et en France, les classes de consommateurs accessibles en France à ces articles sont plus restreintes qu'en Suisse et leurs besoins plus limités. Néanmoins, il y a là un magnifique champ d'expansion commerciale, car le marché n'est nullement saturé.

Cyril CHABLOZ,

Secrétaire adjoint

*de la Section Marseillaise
de la Chambre de Commerce Suisse
en France.*

LE DÉPÔT DE MARQUES DE FABRIQUE OU DE COMMERCE

Grâce au concours de MM. Gentizon et Wild, ingénieurs-conseils, nous publions ci-dessous une intéressante note sur le sujet précité, qui fait suite à l'étude du « Dépôt des Modèles Industriels » reproduite dans le dernier numéro de notre revue, page 107.

Des la plus haute antiquité, l'on a fait usage de marques destinées à désigner des articles ou des produits quelconques afin de les distinguer les uns des autres. L'on retrouve encore sur les poteries romaines des signes distinctifs qui ne sont autre que l'estampille de l'artisan. Le musée de Naples renferme des amphores portant l'inscription suivante : « *Liquanem optimum M. Volusi* » et qui étaient destinées à contenir des liqueurs fabriquées par un liquoriste nommé Volusi. Cette marque était accompagnée d'un certain nombre de traits variant suivant la qualité du produit tout comme de nos jours, un nombre plus ou moins grand d'étoiles sert à désigner la qualité d'une fine Champagne.

Actuellement en France, les marques de fabrique sont placées sous le régime de la loi du 23 février 1857, modifiée et complétée par les lois des 3 mai 1890 et 26 juin 1920.

D'après la loi de 1857, la marque de fabrique

ou de commerce est facultative. Sont considérées comme marques de fabrique et de commerce : les noms sous une forme distinctive, les dénominations, emblèmes, empreintes, timbres, cachets, vignettes, reliefs, lettres, chiffres, enveloppes et tous autres signes servant à distinguer les produits d'une fabrique ou les objets d'un commerce.

La propriété d'une marque de fabrique ou de commerce appartient à celui qui en fait usage le premier, mais il n'en peut revendiquer l'exclusivité qu'après en avoir effectué le dépôt. Cette exclusivité peut être revendiquée pour une première période de 15 ans renouvelable ensuite pour le même laps de temps, c'est-à-dire de 15 ans en 15 ans.

Avant d'effectuer l'enregistrement d'une marque de fabrique, le déposant doit s'assurer par des recherches préalables que la marque qu'il vient de créer est nouvelle, c'est-à-dire exempte d'antériorité. Ces recherches effectuées avant de procéder à l'enregistrement, aident à établir la bonne foi du déposant en cas de contestation.

Les ressortissants suisses possédant en France des établissements industriels ou de commerce jouissent, pour les produits de leurs établissements du bénéfice de la loi de 1857, en remplis-