

LA FÉDÉRATION HORLOGÈRE • SUISSE •

ORGANE de la CHAMBRE SUISSE DE L'HORLOGERIE, des CHAMBRES DE COMMERCE, des BUREAUX DE CONTROLE, des ASSOCIATIONS PATRONALES de l'INFORMATION HORLOGÈRE SUISSE et de la FIDUCIAIRE HORLOGÈRE SUISSE (Fidhor)

ABONNEMENTS :	Un an	Six mois
Suisse	Fr. 14.05	Fr. 7.05
Union postale	» 25.—	» 13.—
Majoration pour abonnement par la poste		
Compte de chèques postaux IV b 425		

Paraissant le Mercredi et le Samedi à La Chaux-de-Fonds

LES CONSULATS SUISSES A L'ETRANGER REÇOIVENT LE JOURNAL.

Annonces: Publicitas, S A. suisse de Publicité, 21, rue Léopold Robert, La Chaux-de-Fonds. — Succursales et agences en Suisse et à l'étranger

ANNONCES
suisse 30 centimes, offres et demandes de places 20 centimes la ligne, étrangères 35 centimes la ligne.
Les annonces se paient d'avance.

La Publicité collective

I.

Ses principes généraux et son application en Suisse.

1. Généralités.

L'état actuel des affaires, la lutte pour les marchés ont donné à la publicité un rôle de premier plan. Aussi est-elle devenue un art dont il faut se servir avec discernement, si l'on ne veut pas gaspiller les moyens financiers qu'on lui consacre et si l'on désire tenir tête à la concurrence.

À côté de la publicité individuelle, on a vu s'affirmer de plus en plus une forme nouvelle de la réclame, soit la publicité collective, qui ne tend pas à augmenter la vente des marchandises ou des services d'une certaine entreprise, mais à introduire dans la clientèle visée des idées en faveur de l'usage de certains produits ou de l'adoption de certaines habitudes. La publicité collective s'adresse ainsi généralement à la masse du public et revêt un caractère éducatif plus ou moins désintéressé, qui représente sa plus grande force. Le public est, en effet, plus accessible à une réclame qui ne prône pas les services ou produits d'une certaine maison, mais ceux de tout un groupe de producteurs ou de commerçants; ceci ne veut pas dire qu'une telle publicité ne profite pas aux maisons prises individuellement. Cependant, la subordination de l'intérêt particulier à l'intérêt général, dans la publicité collective, est un principe en dehors duquel il n'y a pas de succès à espérer.

Les transformations qui s'opèrent dans les habitudes de consommation, les changements de mode, etc., favorisent plus ou moins certains produits au détriment d'autres. Il se trouve donc que non seulement une marque doit lutter contre une autre, mais que certains groupes d'industries s'affrontent. De cet état de choses est né le besoin d'une attaque et d'une défense collectives.

Nous constatons que la forme publicitaire à laquelle est consacrée cette étude est utilisée pour favoriser:

- la vente de certains produits,
- l'usage de certains services,
- l'adoption de certaines habitudes.

Les promoteurs de ces 3 sortes de campagnes sont respectivement:

- les producteurs et commerçants organisés, soit sur le plan international, soit national, régional ou local;
- les administrations publiques, les banques, sociétés d'assurance et organisations vendant des services, et en dernier lieu
- des associations diverses, soit le plus souvent pour la défense d'intérêts économiques généraux, prévoyance sociale, etc. Mentionnons dans cet ordre d'idées la campagne éducative en faveur de la bonne publicité que la Fédération Romande de Publicité compte organiser prochainement.

On peut encore grouper les possibilités d'application de la publicité collective en les considérant d'un autre point de vue. Nous aurons:

- 1) action dans le pays même,
- 2) à l'étranger.

C'est sous la première de ces deux formes que les campagnes de publicité collective sont les plus connues. Elles sont cependant aussi employées à l'étranger, car c'est précisément dans un domaine où il faut compter avec la concurrence la plus forte que l'action collective est la plus indiquée.

La publicité collective, à l'extérieur, a pris, jusqu'ici, surtout la forme d'une propagande industrielle et économique générale en faveur de certaines industries nationales dans leur ensemble auprès des consommateurs considérés comme intermédiaires possibles pour la revente. Les expositions, revues d'exportations, livres d'adresses, etc., en sont les moyens d'expression. Mentionnons ici une forme supérieure de la publicité collective que l'on peut appeler « propagande économique » que ses visées soient internes ou externes. On connaît, en Suisse, à ce titre le mouvement de la « Semaine suisse »; les pays étrangers possèdent également des organisations analogues: citons l'Empire Marketing Board qui a pour but de faire connaître les produits de l'Empire britannique et dont l'activité est extrêmement variée.

2. Organisation des campagnes de publicité collective.

La variété des applications de la publicité collective est telle que nous nous bornerons à étudier l'organisation des campagnes ayant pour but de favoriser la consommation de certains produits.

Plus encore qu'à l'organisation de la publicité individuelle, l'étude du marché, de la psychologie du consommateur, etc., est nécessaire à celle de la propagande collective. Il est en effet impossible d'obtenir des résultats utiles sans cette étude préalable; de plus, le consommateur est tellement sollicité qu'il convient d'éviter de sa part une réaction défensive qui irait à fin contraire.

Comme pour la réclame particulière, il faut que la publicité collective puisse s'appuyer sur une organisation de vente rationnelle. Il faut que le produit qu'on tend à pousser soit obtainable partout en bonnes qualités, si possible standardisées. Ceci est nécessaire pour éviter que certains producteurs profitent plus que d'autres. L'expérience montre qu'une action concentrée ne réussit que si la majorité des fournisseurs de produits en question adhère au plan établi, car personne ne désire faire des frais pour des « outsiders » ne participant pas aux dépenses. Une campagne réussit donc d'autant mieux que tous les groupes intéressés à la production et à la vente des marchandises prennent part au mouvement.

La réussite d'une action collective dépend, avant tout, de l'accueil que lui fera le public. Il est évident que toute publicité heurte des intérêts contraires, mais il faut éviter autant que possible de provoquer des mécontentements inutiles. On peut facilement se faire un associé du public en donnant à l'offensive entreprise un caractère d'intérêt général. C'est ainsi qu'ont procédé les fabricants de savon américains qui, au début de leur campagne, ont créé

(Voir suite page 3).

L'œuvre de réorganisation devant l'opinion publique

On écrit à la P. S. M. des milieux informés de l'industrie horlogère:

À l'heure où certaines personnalités politiques se sont emparées de la question, dans un but qui n'est peut-être pas toujours celui d'apporter un plan nouveau et efficace, il nous a paru utile de connaître l'opinion des principaux intéressés. Voici ce que les milieux compétents nous exposent:

Certes, dans son ensemble, la situation de notre industrie est sérieuse; vouloir le dissimuler serait non seulement vain, mais témoignerait d'un manque de courage et de loyauté. Le mal est connu. Travailler pour réparer, pour empêcher l'extension du mal, suivre un plan raisonné, faire preuve de sang-froid, de maîtrise de soi et de discipline, voilà le chemin.

Echauffer l'opinion, jeter la confusion, le désordre dans les esprits, voilà l'erreur.

Nous ne voulons pas de polémique.

Nous n'avons que faire des pessimistes, des défaitistes et des démagogues. Aujourd'hui, comme toujours, le mot d'ordre doit être: la lutte pour l'intérêt général, le devoir envers le pays.

Examinons d'abord comment se présente la situation économique actuelle!

La réorganisation horlogère, entend-on dire, où en voyez-vous les résultats? À cette question, nous répondrons: le premier horloger qui, patiemment penché sur son établi, usa des années de sa vie à chercher le grand problème dont la solution a fait la gloire du Jura suisse, cet horloger a-t-il clamé son découragement à tous les vents, chaque fois qu'un échec lui faisait juger la partie perdue? A-t-il appelé ses voisins à son secours? Il a simplement persévéré, continuant lentement un travail de patience et ses essais tenaces et successifs.

Le pays horloger qui descend de cet homme-là, doit à sa mémoire de ne pas faillir à l'exemple que lui a légué le passé. Il se doit de ne pas mentir à sa propre réputation. Il se doit de tenir tête à la crise aujourd'hui, comme ses prédécesseurs l'ont fait avant lui.

Seulement, pour notre siècle, la patience est un bien vieux mot. Personne n'a plus le temps d'attendre et personne ne sait plus être patient. Il faut, coûte que coûte, que tout aille vite. Mais, de même qu'une montre ne saurait prendre un temps de galop par le fait qu'elle appartient à un homme pressé, de même rien ne peut se précipiter dans l'évolution d'une réorganisation industrielle.

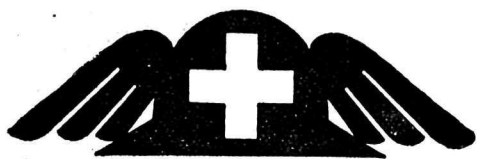
On me traitera sans doute de phraseur. Ça n'a aucune espèce d'importance. On me dira, avec raison certes, qu'en attendant, le mal est grave. Le chômage est là. Le peuple souffre. Tout cela est vrai. Je répondrai que les lois économiques ne se laissent pas violer. Et j'ai la conviction d'avoir raison.

Les hommes dévoués et désintéressés qui sont à la tête de cette réorganisation, ne récoltent guère pour l'instant que des critiques en guise de remerciements et d'encouragement. Mais ils ont pour eux le sentiment de faire leur devoir et de travailler pour le bien général.

Et ceux-là précisément qui formulent les observations les plus acerbes seraient vraisemblablement fort embarrassés, si on venait les prier de bien vouloir monter eux-mêmes à la brèche pour rechercher la solution d'un problème économique aussi compliqué et aussi vaste.

C'est un péché vis-à-vis de la population horlogère dans son ensemble que de donner au public l'impression que ceux qui travaillent à la réorganisation sont des gens qui n'ont pas de ligne de conduite.

BUREAU FIDUCIAIRE ET COMMERCIAL
GEORGES FAESSLI 225
 Licencié ès-sciences com. et écon. - Expert comptable diplômé A.S.E.
 Rue du Bassin 4 NEUCHÂTEL Téléphone 12.90
 CONSEILS EN MATIÈRE FISCALE ET FINANCIÈRE
 COMPTABILITÉS, EXPERTISES, STATISTIQUES
 ORGANISATIONS COMMERCIALES ET INDUSTRIELLES - ASSURANCES



FOIRE SUISSE BALE 1931 11-21 AVRIL

Participez à la Foire pour
 augmenter vos ventes · étendre vos débouchés
 renforcer votre publicité

DELAÏ D'INSCRIPTION: 15 JANVIER

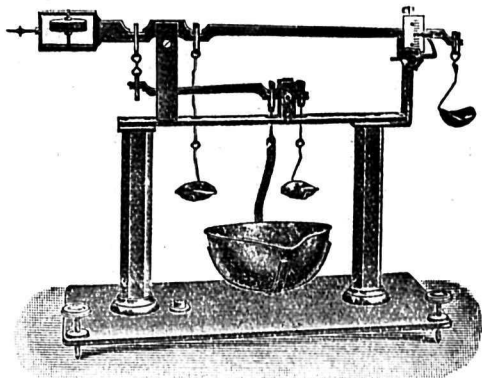
VINCE WATCH
G. STUDER, Grenchen
 Montres et mouvements, cyl. et ancre,
 de 5¹/₄ à 10¹/₂ lig. 250

Filières en saphir et diamant. Meules en saphir, limes
 saphir et rubis. Outils en diamant de tous genres.
 Retailage, réparations. Pierres boussoles saphir,
 rubis, vermeil, agate, pour compteurs élect., etc.
 Pierres de grand'moyennes. Tous genres de pierres
 d'après modèle. Meules « India » et « Aloxite », etc.
 Filières en acier à tirer. 321-2 U
 Pierres d'horlogerie rebuts pour exportation.

Antoine VOGEL, Pieterlen (près Bienne)

W. WOLF, ING., Machines-Outils, ZURICH
Balance à compter 20321

Plus
 d'erreurs
 ni ennuis
 en
 comptant
 vos
 pièces
 fabriquées
 en séries
 avec la
 balance
 à compter.
 Nom-
 breuses
 références.



ESPAGNE

Commerçant suisse établi en Espagne demande
 représentation fabriques suisses de boîtes chromé
 et plaqué.

Offres sous chiffre P 2368 C à Publicitas La
 Chaux-de-Fonds.

Atelier bien organisé

entreprendrait creusages de glaces, gouttes et ba-
 lanciers, en grandes séries. Qualités courante et ordi-
 naire. Prix avantageux.

Faites un essai.

Offres sous chiffre P 2380 C à Publicitas La
 Chaux-de-Fonds.

Fabrique de boîtes du Jura cherche comme

commanditaire ou associé

un fabricant d'horlogerie, pouvant lui réserver la
 fabrication de ses boîtes métal. Affaire intéressante
 pour maison sérieuse.

S'adresser sous chiffre N 23340 U à Publicitas
 Bienne.

Ancienne et importante fabrique

ayant outillage moderne

faisant **ses propres ébauches** depuis 5¹/₄ à 17 lignes
 en qualité courante et soignée (36 calibres) et possédant

Organisation de VENTE mondiale

désire entrer en pourparlers avec d'autres fabriques ou
 comptoirs sérieux en vue de rationaliser son exploitation.

Faire offres s. chiffre P 2403 C à Publicitas Chaux-de-Fonds.

WATCH MANUFACTURERS

Old established wholesale English house desire
 regular supply of reliable cylinder and lever move-
 ments, and watches.

Keen prices essential.

Quotations and specifications in English to Box
 P 2382 C à Publicitas La Chaux-de-Fonds.

MAISON ANGLAISE

demande offres pour pièces cylindre et ancre, métal,
 argent et or, cal. 5¹/₄ à 19 lig.

Faire offres avec dernier prix à

„The Founain Watch Co“
Minerva Palace, Chaux-de-Fonds.

Paiement comptant. 2397

FABRICANT sérieux et bien organisé

avec 17 ouvriers, demande à entrer en relations
 d'affaires, pour commencement de l'année, pour li-
 vraison ou terminage de mouvements, dans les genres
 sous mentionnés:

8³/₄ lig. 18/12, 8³/₄ lig. 15 1/2/12, 7³/₄, 5 1/4, 4 1/4 lig.
 Peseux, 3³/₄ lig. Fontainemelon.

Echantillons à disposition. Travail soigné.

Faire offres sous chiffre P 2379 C à Publicitas
 La Chaux-de-Fonds.

SÉNÉGAL

Pour Dakar on cherche un

rhabilleur

sachant graver.

Faire offres à E. Friedrich, 38, Place de la
 Gare, Fribourg. 16461 F

On cherche, pour entrée à convenir,

Technicien-Horloger

de première force, intelligent, homme d'ini-
 tiative, parfaitement au courant de la fa-
 brication la plus soignée, très habile
 de ses doigts, capable d'assumer avec
 succès les charges d'un poste central dans
 grande manufacture d'horlogerie. On don-
 nera la préférence à technicien diplômé âgé
 d'au moins 30 ans. Participation aux bé-
 néfices non exclue.

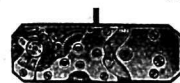
Ecrire de manière détaillée en joignant
 copies de certificats et si possible copie de
 certificat psychotechnique, sous chiffre
 B 23366 U à Publicitas Bienne.

Fd. & Ad. DROZ

Parc 91

La Chaux-de-Fonds

livrent avantageusement
 mouvements baguette
 qualité extra soignée



7,25 x 22,5 mm

25-1 C

PÉCAUT Frères

BIENNE

livrent **baguettes**
 3¹/₄, 3³/₄, et 4¹/₄ mm,
 en qualité soignée.

Standard-Machines

Bienne 466-1 U

48, rue des Abattoirs

Téléphone 26.14

Machines en tous genres
 pour toutes industries.
 Neuves et d'occasion.

Achat et Vente.

Fabricant de montres de-
 mande

associé

avec apport de capitaux et
 connaissances techniques.
 Affaire sérieuse demandant
 extension immédiate.

Offres s. chiffre P 2409 C
 à Publicitas Chaux-de-Fonds.

Espagne

Fabricants Suisses désireux de travailler le mar-
 ché espagnol, trouveraient représentant bien intro-
 duit auprès de la clientèle de gros.

Références de premier ordre à disposition.

Offres sous chiffre P 2393 C à Publicitas La
 Chaux-de-Fonds.

Terminages

cyl. movts. baguettes et en toutes grandeurs sont
 recherchés. Travail lucratif.

Offres sous chiffre P 2386 C à Publicitas Chaux-
 de-Fonds.

Le travail de réorganisation se scinde en deux éléments distincts; le système des conventions qui vient à échéance, puis le contingentement du chablonnage.

Dans un prochain article, nous examinerons ce qui a été fait dans chacun de ces deux domaines et ce qui reste à faire.

La situation financière de la Suisse

II.

La situation financière des C. F. F. intéresse au plus haut point les finances fédérales, car si la dernière décade une amélioration réelle s'est produite, l'année 1930 accuse une situation visiblement détériorée. Pour les 10 premiers mois, le total des recettes a fléchi de 9 5/8 millions sur la période correspondante de 1929, alors que les dépenses augmentent de plus de 9 1/2 millions. On calcule à une trentaine de millions la perte annuelle qu'occasionne au réseau fédéral la concurrence de l'automobile.

En 1929, la situation financière de presque tous les cantons, sauf celle de Neuchâtel, s'est de nouveau fortement améliorée. Les recettes de l'ensemble des cantons ont atteint 646 millions contre 602 1/2 millions en 1928 et seulement 225 5/8 millions en 1913. Dans quelques cantons, ils sont encore l'exception, on a déjà pu songer à réduire certaines classes d'impôts.

Quant aux dépenses, elles se sont également accrues parallèlement à l'avance des recettes. Elles ont atteint 630 3/4 millions contre 590 millions en 1928 et 223 3/4 en 1913. L'excédent des recettes sur les dépenses ressort donc à 15 1/2 millions, en chiffre rond, contre 12 1/2 millions en 1928. Rappelons à ce sujet qu'en 1913, comme encore en 1926, les dépenses l'emportaient assez fortement sur les recettes.

Le montant des dettes cantonales, qui s'élevaient en 1913 à 819 millions de francs, atteignent, en 1929, 1,617 millions; les intérêts de cette dette ont passé de 30 millions en 1913 à 83 1/2 millions en 1929.

Pour les finances communales, l'étude comparative de 8 principales villes suisses démontre que de sérieux progrès ont été accomplis, puisque toutes ces villes bouclent leurs comptes avec des excédents de recettes plus ou moins importants, grâce à la politique de conversion pratiquée depuis 1930.

Les recettes et les dépenses de ces villes, en 1913 et 1929, s'établissent comme suit:

	Recettes		Dépenses	
	1913	1929	1913	1929
	(en millions de francs)			
Bâle	20,48	64,16	20,92	59,83
Berne	5,03	19,67	4,92	19,56
Genève	13,37	16,01	13,18	15,87
Lausanne	7,13	14,69	6,63	14,46
Neuchâtel	3,11	6,57	3,03	6,57
St. Gall	4,08	16,12	4,13	16,09
Schaffhouse	1,39	5,58	1,59	5,56
Zurich	24,84	66,14	24,50	61,44

Voici, à titre d'indication, le montant de la dette de ces villes, pour les années 1913 et 1929:

	Dette consolidée		Dette flottante	
	1913	1929	1913	1929
	(en milliers de francs)			
Bâle	94,135	135,565	55	900
Berne	44,843	105,761	731	1,260
Genève	59,356	98,793	9,650	2,000
Lausanne	58,356	72,962	—	3,500
Neuchâtel	21,483	34,150	339	2,179
St. Gall	27,452	46,022	1,957	4,609
Schaffhouse	10,000	13,000	87	1,225
Zurich	134,479	151,652	2,271	37,112

En terminant son étude, la Société de Banque Suisse résume comme suit son impression:

1. Dans son ensemble, la situation financière de la Suisse continue à être satisfaisante, grâce au gros effort fiscal réalisé par le peuple suisse pendant et après la guerre.
2. L'état économique très satisfaisant traversé par notre pays depuis 1914 — la crise de 1920 à 1923 exceptée — s'est traduit par une très forte progression des recettes douanières, ce qui a facilité le redressement de notre ménage financier; si la crise s'aggrave, il faut en envisager le recul, ce qui serait gros de conséquences.
3. L'accroissement continu des dépenses (personnel, subventions, etc.) menace sérieusement l'équilibre budgétaire et il est grandement temps de veiller à leur réduction systématique. Il faut en tout cas supprimer toute nouvelle dépense improductive.
4. A notre avis, il serait actuellement difficile — si non impossible — de trouver de nouvelles ressources fiscales, la charge des impôts, directs et

indirects, devant être supportée par le peuple suisse étant déjà beaucoup trop lourde.

5. La dette publique suisse (Confédération, Cantons, Communes) est encore très élevée. Son amortissement s'impose, mais il nous semble exagéré de vouloir faire supporter à la génération actuelle la totalité des frais nécessités par la guerre et l'après-guerre.

6. L'universalité du budget est enfin conquise, ce qui est un réel progrès.

Espérons que nos autorités fédérales trouveront auprès de nos Chambres fédérales et du peuple suisse tout entier l'appui qu'elles mériteront si elles poursuivent une réelle politique d'économie secondée d'une saine politique d'amortissement.

Nous vivons actuellement en période de dépression. Mais, avec des mesures énergiques et de la prudence, jointes à une sage confiance, on arrivera à surmonter la crise.

La prospérité n'est pas un mirage, à condition de ne pas la baser uniquement sur le crédit.

Nous nous rallions donc à ce qu'une éminente personnalité politique disait récemment, en pleine crise ministérielle, la « prospérité signifie: travail, persévérance, conscience, ordre et courage ».

Nous ajouterons peut-être — en pensant à beaucoup de ceux qui l'ont oublié: esprit de famille et goût de l'épargne.

C'est dans ces conditions — et dans ces conditions seulement — que nous irons vers des jours meilleurs!

La Publicité collective

Ses principes généraux et son application en Suisse.

(Suite de la page I.)

un « institut de la propreté », avec l'appui d'associations humanitaires, d'hygiène, etc. en faveur de la propreté... pour vendre plus de savon.

Qu'en est-il de la question délicate du *financement des campagnes publicitaires collectives*? Il y a lieu de dire d'emblée que, sans plan de financement rationnel, et une contribution équitable de tous les intéressés, une action concertée est privée de bases solides. Le financement peut s'opérer de différentes façons. On constitue, en général, un fonds, géré par un comité de propagande et alimenté soit par des versements globaux au prorata de la production ou du chiffre d'affaires, soit par cotisations annuelles, soit encore par des revenus affectés spécialement à ce but. C'est de cette manière qu'ont été financées les campagnes pour la montre suisse. Dans ce cas, les fonds provenaient du collage de timbres sur les factures faites à des horlogers suisses.

Les actions publicitaires collectives doivent être organisées d'une façon aussi rationnelle et systématique que les actions individuelles. La collaboration de spécialistes en la matière est indispensable pour éviter des erreurs. Les moyens d'exécution sont identiques à ceux qu'utilise la réclame habituelle: annonces, prospectus, affiches, films, etc. Il convient d'observer toutefois les exigences particulières à l'action collective, spécialement la subordination des intérêts particuliers à l'intérêt général. D'autre part, la publicité collective de, par sa nature, peut recourir à des moyens interdits à d'autres genres, dans le domaine de l'utilité publique notamment.

On reproche souvent à la publicité collective, d'une part, d'augmenter par trop les frais des commerçants, d'autre part, de favoriser des outsiders qui ne participent pas financièrement aux campagnes. On oublie, en ce faisant, qu'elle permet aux commerçants de soutenir à bon compte la lutte, non contre des produits similaires aux leurs, mais contre des produits nouveaux qui tendent à envahir le marché et que les participants à une campagne ont des armes contre les outsiders, si ceux-ci ne sont pas trop nombreux. Des renseignements que nous possédons sur les actions abandonnées montrent que les échecs sont dus presque toujours à un manque de collaboration entre les intéressés.

Quels sont les résultats de ces actions? Les limites de cet exposé ne nous permettent pas de citer des chiffres. Bornons-nous à affirmer que si la

publicité collective ne rendait pas, on l'aurait déjà abandonnée en Europe aussi bien qu'en Amérique. Or, nous voyons les associations ayant fait les plus gros sacrifices dans ce sens renouveler leurs campagnes d'année en année. Ceci est une preuve indiscutable du bénéfice qu'elles en retirent.

A. Masnata,

Directeur de l'Office suisse d'Expansion commerciale, Lausanne.

Chronique scientifique

Laboratoire de recherches horlogères Neuchâtel.

L'assemblée générale de l'Association du Laboratoire de Recherches Horlogères de Neuchâtel, aura lieu jeudi 15 janvier 1931 à 15 heures à l'Auditoire de Physique de l'Université de Neuchâtel.

Ordre du jour:

1. Procès-verbal. Feuilles de présence.
2. Rapport du Directeur du Laboratoire.
3. Rapport du caissier et des vérificateurs des comptes.
4. Discussion de ces différents rapports.
5. Budget pour 1932.
6. Nomination du Comité pour la période 1931-34.
7. Nomination des vérificateurs des comptes.
8. Divers.
9. Conférence de Monsieur Jaquero.

La contrebande de diamants et le nouveau tarif aux Etats-Unis

La situation s'est maintenant beaucoup améliorée.

Sous le nouveau tarif, les bijoutiers-joailliers des Etats-Unis sont en excellente position pour lutter avec les bijoutiers-joailliers étrangers dans leur commerce avec les Américains de passage. Le fait qu'un droit de 20 % était appliqué autrefois aux diamants non taillés, fut un excellent argument, que les vendeurs des magasins de bijouterie-joaillerie ne se firent pas faute de servir aux visiteurs américains.

Mais le tarif américain a maintenant été réduit à 10 % alors qu'une taxe de luxe de 6 % est appliquée en France. Ainsi avec le tarif actuel, il ne reste qu'une différence de 4 % avec les taxes payées en France. Les bijoutiers-joailliers français sont, d'une manière générale, reconnus comme les plus habiles du monde pour réussir des ventes individuelles, et d'immenses sommes ont été dépensées par les Américains à l'étranger, spécialement à Paris, pour des achats de bijoux et de joyaux qui profitent maintenant aux marchands établis aux Etats-Unis.

Le visiteur américain à Paris, a souvent acheté des bijoux et payé la taxe de luxe de 6 % pour se trouver ensuite dans l'obligation de payer à son retour aux Etats-Unis le droit de 80 % appliqué à la bijouterie finie. La tentation de faire de la contrebande était, par conséquent, très grande. Une autre méthode communément appliquée est pour l'acheteur de faire envoyer ses achats directement au paquebot, car la taxe de luxe de 6 % n'est pas perçue sur les marchandises destinées à l'exportation; ou bien il peut acheter de la bijouterie dans une maison de confiance à l'étranger et la faire envoyer à une maison de confiance en Amérique; la taxe de luxe, en procédant de cette manière, est évitée et les pierres peuvent être expédiées séparément et montées aux Etats-Unis. Ceci rend possible une économie importante sur les droits frappant la bijouterie finie et montée.

La situation concernant les pays frontières est encore très sérieuse; quiconque passe la frontière, venant du Canada, par exemple, est autorisé à importer avec lui en franchise de droits des marchandises pour une valeur de 100 dollars; or, si l'on considère que 7,500,000 automobiles environ allèrent au Canada l'année dernière on se rend compte que les possibilités de contrebande sont énormes. Les mêmes possibilités existent à la frontière mexicaine. La situation cependant s'améliore et le nouveau tarif y est pour beaucoup. Les amendes ont été augmentées. Une personne qui est attrapée sur le fait au moment où elle cherche à importer des bijoux en contrebande est maintenant obligée de payer le droit de 80 %, plus un droit additionnel de 100 %. Les bijoutiers américains et les agents du Gouvernement n'ont jamais été aussi vigilants qu'ils ne le sont aujourd'hui.

La situation sans doute pourrait encore être améliorée, écrit le « National Jeweler » de Chicago, à qui nous empruntons ces lignes, si les bijoutiers eux-

JURA WATCH Co., Delémont (Swiss)

Manufacture de Montres Roskopf soignées et à bon marché pour tous pays.

La plus grande production en savonnets électro et dorées, simple et garanti à l'acide.

Spécialité pour l'Amérique du Nord, l'Amérique du Sud, l'Angleterre et les Colonies, la Chine

Montres portefeuilles 19-26 lignes.

Articles courant et de précision.

Continuellement des nouveautés.

Immense choix en Bracelets de dames et hommes fantaisie à bon marché.

114-1 J

Lépins et savonnets ancre et montres-bracelets plaqué or laminé, 5 et 10 ans.

Messieurs les Fabricants d'horlogerie

exigez le

Chromage Strohl

plaquage garanti
qui a fait ses preuves.

Vous n'avez pas intérêt

d'obtenir une qualité inférieure
résultant d'offres par trop bon marché
ou de procédés mal étudiés.

**Seules les boîtes et pendulettes avec
forte couche très dure et homogène
peuvent satisfaire vos clients à la longue**

Notre installation agrandie avec 2000 litres
de bains nous permettra de vous servir
à très bref délai et à des prix avantageux.

A. STROHL & C^{ie}, BIENNE

Téléphone 2377.

6, Chemin de la Champagne.

Ressorts

pour petites montres depuis 2 3/4"
pour montres de poche
pour montres 8 jours

INSTALLATION ULTRA-MODERNE

FABRIQUE DE RESSORTS

PAUL DUBOIS, CORGÉMONT

Fabrique ELECTION

L'Administration de la Masse en faillite de Fabrique Election offre à vendre l'actif de l'entreprise en bloc ou séparément.

Cet actif comprend: immeubles, machines pour la fabrication des ébauches, atelier de mécanique, atelier pour la fabrication du porte-échappement, stock, etc.

Adresser les offres à l'Office des Faillites de La Chaux-de-Fonds.

Fabrique d'horlogerie terminant la montre cherche

employé supérieur

sérieux et débrouillard, capable de diriger la partie commerciale, excellent calculateur, connaissances approfondies des langues allemande et française et si possible de l'anglais. Préférence est donnée à suisse allemand.

Il s'agit d'un poste stable et bien rétribué et seules les personnes disposant des capacités précitées seront prises en considération. Inutile de faire offres sans preuves d'expérience.

Offres détaillées avec photo, copies de certificats et prétentions sont à adresser sous chiffre P 2004 C à Publicitas Chaux-de-Fonds.

Représentation

Maison spécialisée dans la fabrication des mouvements ancre, depuis 4 1/4 à 13 lig., cherche représentant sérieux et actif et bien introduit auprès des Grossistes. Les offres faites par des Maisons s'occupant d'achats et ventes seront prises en considération.

Adresser offres sous chiffre P 2009 C à Publicitas Chaux-de-Fonds.

FABRIQUES D'HORLOGERIE

Représentant bien introduit depuis nombreuses années, auprès grossistes de Belgique, acceptera bonne représentation exclusive, à la commission.

Sera ces jours en Suisse.

Offres en indiquant les détails des genres fabriqués, à adresser sous chiffre P 2005 C à Publicitas Chaux-de-Fonds.

Grand comptant

Tous lots de montres, mouvements ou boîtes sont achetés.

Offres uniquement avec prix et détails à adresser sous chiffre P 2002 C à Publicitas Chaux-de-Fonds.

Termineurs

cherchent remontage Roskopf et cylindre. - Travail soigneux. Prompte livraison. En demandant les prix vous ferez une bonne affaire.

Faire offres sous chiffre P 2001 C à Publicitas La Chaux-de-Fonds.

Suis acheteur de mouvements seuls

en 4 3/4, 5 1/4, 5 3/4 et 6 3/4 lignes ancre, 15 et 17 pierres.

Offres avec dernier prix sous chiffre O 80020 X à Publicitas Genève.

EBAUCHE

15 lig. ancre, vue ou mi-vue préférence, est cherchée pour créer une spécialité.

Faire offres sous chiffre P 2420 C à Publicitas Chaux-de-Fonds.

Pierristes

Je suis à même de fournir préparages rouge, rosé, saphir et grenat, percé grand, tourné et biseauté, à prix avantageux.

Ecrire sous chiffre P 1536 P à Publicitas, La Chaux-de-Fonds.

Compteurs

Les fabriques d'ébauches qui peuvent fournir des ébauches pour montres compteurs sont priées de faire leurs offres sous chiffre O 23343 U à Publicitas Bienne.

Fabr. de préparages

demande du cassage grenats, rubis et saphirs à arrondir à la machine.

Préparages tourné rond

Travail soigné et à façon. Offres sous chiffre 2537 à Publicitas Lugano.



DORAGE

MOUVEMENTS et ROUES

SCHEIBENSTOCK

7, Coulouvrenière

GENÈVE

Téléphone 45.473

Exécution soignée. — Références 1^{er} ordre.

1487-1 X

mêmes, d'un bout à l'autre du pays, assistaient le Gouvernement et les agences protectrices, en donnant la chasse aux contrebandiers.

Le bijoutier est souvent à même d'obtenir des informations précieuses de ceux qui ont acheté des bijoux à l'étranger et les ont importé en contrebande, car ceux-ci seront souvent tentés de lui rendre visite pour le prier d'évaluer leurs pierres précieuses ou de réparer les bijoux. Le bijoutier connaît la situation locale de façon approfondie ensuite d'une longue expérience; il connaît quels sont les gens qui peuvent avoir été à même d'acheter de la bijouterie à l'étranger et il connaît également la nature de leurs achats. Il donnait des informations de ce genre à son association, ce serait une affaire très simple que de découvrir et de punir les délinquants; et le bijoutier en même temps serait protégé; les Autorités considèrent de telles informations comme strictement confidentielles et ne livreront pas le nom des bijoutiers qui les assistent.

Réd. — Le morale de l'histoire, c'est que les droits de douane absolument prohibitifs dont sont frappés les bijoux à l'entrée aux U. S. A., incitent les honnêtes américains à la contrebande et que, pour lutter contre cette plaie, en sollicite les non moins honnêtes commerçants de la branche bijouterie à faire de la délation!

Informations

Avis.

On est prié de se renseigner avant d'entrer en relations avec la maison:

Wulf Lewin, Varsovie et Wilno.

— Les créanciers de la maison

A. Goldfarb, Berlin,

sont priés de nous envoyer le relevé de leur compte en double, afin que nous puissions sauvegarder leurs intérêts.

L'Information Horlogère Suisse

La Chaux-de-Fonds. Rue Léopold Robert 42.

Renseignements confidentiels.

La Chambre suisse de l'horlogerie tient à disposition des intéressés le *Rapport spécial No. 11* sur le Brésil, provenant de la Légation de Suisse à Rio de Janeiro et consacré aux industries, aux mines, aux finances, aux assurances, etc., chapitres qui n'ont pas été publiés par les « Informations économiques » édités par l'Office suisse d'expansion commerciale, Zurich et Lausanne.

Prière de joindre une enveloppe affranchie pour la réponse.

A cette occasion, nous signalons aux intéressés que ledit Office a fait un tirage à part des « Informations Economiques », Nos. 44, 45, 46 et 47, Année 1930, contenant le rapport spécial de la Légation de Suisse au Brésil, No. 4, Série B, qui est en vente auprès de cet office, Bellefontaine, Lausanne, au prix de 1 franc. Cette édition constitue le complément des informations confidentielles ci-dessus signalées.

Registre du commerce

Raisons sociales.

Enregistrements:

23/12/30. — *Louis Evard* (de Chévard et St. Martin), fabrication et commerce d'horlogerie soignée et joaillerie, Rue des Abattoirs 16, Bienne.

18/12/30. — *Daniel Charpillot Frère et Cie*, soc. n. coll. (Daniel et Arnold Ch., de Bévillard, Werner Gilauer, de Ruf, les deux premiers sign. indiv.), fabrication de pignons en tous genres, Bévillard.

Faillites.

Ouvertures de faillites:

17/12/30. — *Russbach-Hänni, Georges*, industriel, Court.

Délai pour productions: 30 janvier 1931.

Assemblée des créanciers: 9 janvier 1931.

12-17/12/30. — *Braunschweig, Lucien, Braunschweig, Georges, Braunschweig, Paul*

tous trois administrateurs de la Société Anonyme Les Fils de L. Braunschweig, Fabrique Election, La Chaux-de-Fonds.

Assemblée des créanciers: 9 janvier 1931.

Délai pour productions: 31 janvier 1931.

19/12/30. — *Junod, Alfred-Ulysse*, (succession républicaine), fabricant d'horlogerie, Joux-Perret 9, La Chaux-de-Fonds.

Liquidation sommaire: art. 231 LP.

Délai pour productions: 13 janvier 1931.

Etat de collocation:

Failli: *Seigneur Marc*, horlogerie, Neuveville.

Failli: *Cattin Paul*, polissage d'acier, Grenchen.

Délai pour action en opposition: 6 janvier 1930.

Clôture de faillite:

19/12/30. — *Boillat-Kurth, Edouard*, termineur, Reconvilier.

Concordats.

Délibération sur l'homologation du concordat:

6/1/31. — *Hauser et Fils, Formosa Watch Co.*, manufacture d'horlogerie, Rue Léopold Robert 42, La Chaux-de-Fonds.

10/1/30. — *S. A. Haas et Co.*, Muralto.

Homologation du concordat:

12/12/30. — *Favre frères*, fabrique d'horlogerie, Cormoret.

A nos abonnés

Nous informons nos abonnés que les remboursements pour le montant de l'abonnement 1930 ont été remis à la poste. Ils voudront bien leur réserver bon accueil.

L'Administration du Journal.

COTES

à janvier 1931

Métaux précieux

Argent fin en grenailles fr. 83.— le kilo.
Or fin, pour monteurs de boîtes > 3500.— >
> laminé, pour doreurs > 3575.— >
Platine > 7.50 le gr.

Pour platine fourni par les clients, majoration de fr. 2.— dès le 24 décembre 1930.

Cours du Diamant-Boart:

Prix au comptant en Bourse pour quantités de 3—5000 carats.

Qualités ordinaires par carat Fr. 7,40—7,80
Grain fermé, petit roulé » 7,90—8,50
Boart Brésil » 8,90—9,30
Eclats » 6,50—7.—

Tendances: Stable sans grandes transactions.
Cours communiqués par J.-K. Smit & Zonen, Amsterdam. Agent: S. H. Kahl, Diamants, Genève.

Contrôle fédéral des boîtes de montres d'or, d'argent et de platine

Poinçonnement du mois de Décembre.

Bureaux	Boîtes platine		Boîtes de montres or		Boîtes de montres argent		Totaux Déo.		Totaux Janv.-Déo.	
	1929	1930	1929	1930	1929	1930	1929	1930	1929	1930
1. Bienne	—	6	1.566	924	14.321	17.586	15.887	14.516	233.733	167.292
2. Chx-de-Fds	132	146	43.711	29.137	2.587	1.714	46.430	30.997	939.339	558.033
3. Delémont	—	—	—	—	6.476	2.975	6.476	2.975	68.629	62.607
4. Fleurier	—	—	613	421	1.094	957	1.707	1.378	62.422	28.199
5. Genève	263	128	7.777	3.945	11.114	4.049	19.154	8.122	239.744	152.169
6. Grenchen	—	—	596	621	13.332	9.507	13.928	10.128	191.127	139.067
7. Locle	6	3	5.250	2.279	7.895	2.281	13.151	4.563	193.686	103.974
8. Neuchâtel	10	5	416	352	361	12	787	369	13.859	4.734
9. Noirmont	—	—	1.500	1.130	6.793	2.705	8.293	3.835	112.687	78.955
10. Porrentruy	—	—	—	—	6.524	2.826	6.524	2.826	85.017	56.612
11. St-Imier	—	1	2.700	2.072	6.518	3.385	9.218	5.458	150.496	108.753
12. Schaffhouse	—	—	12	66	1.710	291	1.722	357	23.463	12.495
13. Tramelan	—	—	3.763	3.572	5.033	3.674	8.796	7.246	200.029	120.697
Total	411	289	67.904	44.519*	83.758	47.962	152.073	92.770	2.514.231	1.593.584
Différence — 1930 —	—	122	—	23.385	—	35.796	—	59.303	—	920.647
» + 1930 —	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

* Dont 1.118 boîtes or bas à titres contremarquées.

Boîtes or et bijouterie, Cote No 3 en vigueur dès le 7 juin 1929.

	Comptant		A terme	
	31 déc.	2 janv.	31 déc.	2 janv.
London	31 déc.	2 janv.	31 déc.	2 janv.
(Ces prix s'entendent par tonne anglaise de 1016 kg. en £ stg.)				
Aluminium intér.	85	85	—	—
» export.	85	85	—	—
Antimoine	46-46.10/	46-46.10/	—	—
Cuivre	45.9 4 1/2	45.18/9	46.9/4 1/2	45.16/3
» settl. price	46.10/	46	—	—
» électrolytiq.	49.10-49.15/	48.15-49.10/	—	—
» best. selected	48 49 5/	47.5/-48.10/	—	—
» wire bars	49.15	49.10/	—	—
Etain anglais	118-119	118-119	—	—
» étranger	116 11/3	116.11/3	118.1/3	118.1/3
» settl. price	116.10/	116.10/	—	—
» Straits	120.10/	120.10/	—	—
Nickel intérieur	170	170	—	—
» exportation	175	175	—	—
Plomb anglais	16.5/	15 15/	—	—
» étranger	15	14.5/	14 15	14.7 6
» settl. price	15	14.5/	—	—
Zinc	13.15/	13.6/3	13.18/9	13.16/3
» settl. price	13.15/	13.7/6	—	—

Paris 30 déc. 31 déc. 2 janv. 3 janv.
(Ces prix s'entendent en francs français par kg. 1000/1000)

Nitrate d'argent	219	216	216	216
Argent	305	300	300	300
Or	17.500	17.500	17.500	17.500
Platine	34.000	34.000	34.000	34.000
» iridié 25 %	78.000	78.000	78.000	78.000
Iridium	200.000	200.000	200.000	200.000
(en francs français par gramme).				
Chlorure de platine	15.—	15.—	15.—	15.—
Platinite	17,45	17,45	17,45	17,45
Chlorure d'or	9,25	9,25	9,25	9,25

London 30 déc. 31 déc. 2 janv. 3 janv.
(Ces prix s'entendent par once troy (31 gr. 103) 1000/1000).

Or (shill.)	85 1/8	85 1/8	85 1/8	—
Palladium (Lstg.)	7 3/4	7 3/4	7 3/4	—
Platine (shill.)	135	135	135	—
(par once standard 925/1000 en pence).				
Argent en barres	14 1/2	14 1/10	14 1/2	—
New-York	30 déc.	31 déc.	2 janv.	3 janv.
(Ces prix s'entendent en cents par once de 31 gr. 103).				
Argent en barres	30 3/4	31 1/8	31 1/4	30 7/8

Escompte et change.

Suisse: Taux d'escompte 2 1/2 0/0
» » avance s/nantissement 3 1/2 0/0

	Parité	Escompte		Demande	Offre
		en francs suisses %	%		
France	100 Frs	20.155	2 1/2	20,18	20 30
Gr. Bretagne	1 Liv. st.	25.22	3	25,—	25,035
U. S. A.	1 Dollar	5.18	2	5,13	5 16
Canada	1 Dollar	5.18	—	5,125	5,17
Belgique	100 Belga	72.06	2 1/2	71,90	72,15
Italie	100 Lires	27.27	5 1/2	26,88	27,05
Espagne	100 Pesetas	100.—	6	54 —	55,—
Portugal	100 Escudos	560.—	7 1/2	22,80	23,30
Hollande	100 Florins	208.32	3	207,25	207,65
Indes néerl.	100 Guilders	208.32	—	206,62	208,20
Allemagne	100 Reichsmk	123.45	5	122,60	122,80
Dantzig	100 D.Gulden	100.88	5	100,30	100,40
Autriche	100 Schilling	72.93	5	72,40	72,70
Hongrie	100 Pengö	90.64	5 1/2	90,—	90,25
Tchécoslov.	100 Cour.	15.33	4	15,28	15,31
Esthonie	100 Cour.	139.—	7	136,65	137,45
Lettonie	100 Lats	100.—	6	98,80	99,30
Lithuanie	100 Lits	51.80	6-7	51,04	51,84
Russie	100 Tchervon.	2666.—	8	26 8,—	2650,—
Suède	100 Cr. sk.	138.89	3 1/2	137,70	138, 0
Norvège	100 Cr. sk.	138.89	4 1/2	137,60	137,85
Danemark	100 Cr. sk.	138.89	3 1/2	137,60	137,86
Finlande	100 Markka	13.05	6	12,90	13,—
Yougoslavie	100 Zloty	58.14	7 1/2	57,65	57,85
Pologne	100 Dinars	100.—	5 1/2	9,12	9,13
Albanie	100 Francos	100.—	9	—	—
Grèce	100 Drachmes	6.72	9	6,65	6,80
Bulgarie	100 Leva	3.74	10	3,70	3,80
Roumanie	100 Lei	3.10	9	3,05	3,07
Turquie	100 Livres t.	2278.40	—	242,60	243,—
Egypte	100 Livres eg.	2592.—	—	256,57	2567,07
Afrique Sud	1 Liv. st.	25.22	5 1/2	24,90	25,10
Australie	1 Liv. st.	25.22	5-7	22,80	23,10
Argentine	100 Pesos	220.—	7	168,—	173,—
Bresil	100 Milreis	165.—	—	47,—	52,—
Chili	100 Pesos	63.—	7	62,—	64,—
Uruguay	100 Pesos	536.—	—	377,—	379,—
Colombie	100 Pesos	504.—	—	496,12	498,12
Pérou	100 Soles pér.	207.50	7	153,—	155,—
Equateur	100 Sucres	103.60	—	101,—	103,—
Bolivie	100 Bolivianos	189.16	—	135,—	186,90
Vénézuéla	100 Bolivars	100.—	—	92,—	93,—
Mexique	100 Pesos	258.32	—	231,—	232,—
Philippines	100 Pesos	258.—	—	249,—	251,—
Indes brit.	100 Roupies	189.16	5	183,—	188,—
Chine	100 Taels	—	—	176 15	178 15
Japon	100 Yens	258.33	5.11	252,—	257,—

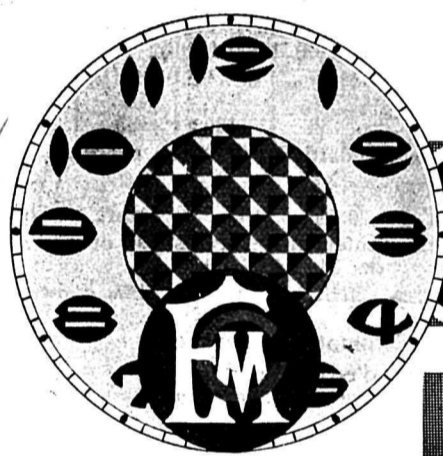
EBAUCHES DE QUALITÉ

Précises - Robustes - Interchangeables

Fabrique d'Ebauches de Peseux S.A.

PESEUX (Ct de Neuchâtel)

TELEPHONE 71.53



FABRIQUE DE CADRANS

METALLIQUES BIENNE

FABRIQUE DE CADRANS MÉTAL
FROIDEVAUX+CIE
NIDAU-BIENNE

Décolletages et Taillages pour l'Horlogerie
FERNAND ALLIMANN
Téléph. 135 Moutier (Suisse) Téléph. 135

Spécialités :

BARILLETS
ARBRES DE BARILLETS

à tous degrés d'avancement.

Tiges garnies, Taillage de couronnes,
rochets, renvois, etc. 115-1 J

Polissage et Finissage de boîtes métal et argent

Dorage — Argentage — Nickelage

Dorage garanti à l'acide. - Dorage et Décoration de cabinets pour pen-
dulettes, portefeuilles, etc. - Vieil argent patines diverses.

Adressez-vous à

Prix avantageux

LÉON PERRIN, FLEURIER

Maison fondée en 1917

3281 N

Téléphone 146

Mouvements baguette

3 et 4 1/4" Eta, 3 3/4" Fontainemelon, 4 1/4" Peseux, 4 1/2" A.S.,
ainsi que tous mouvements ronds et forme, de 4 3/4 à 9 3/4 lig.
en qualité soignée sont fournis par

BENOIT FRÈRES

Téléphone 22.735

LA CHAUX-DE-FONDS

Rue du Parc 128

FABRIQUES D'ÉBAUCHES



SCHILD FRÈRES & Co.
GRENCHEN (SUISSE)

DERNIÈRES CRÉATIONS:

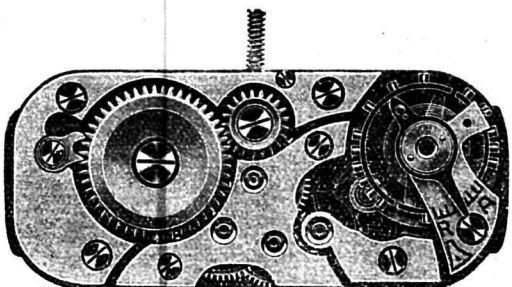
BAGUETTE 10 X 23 m/m

Echapp. 8 3/4 lig.



coins arrondis

GRANDEUR NATURELLE
Cal. 651



BAGUETTE 7²⁵ X 22⁵⁰ m/m



d'une interchangeabilité absolue

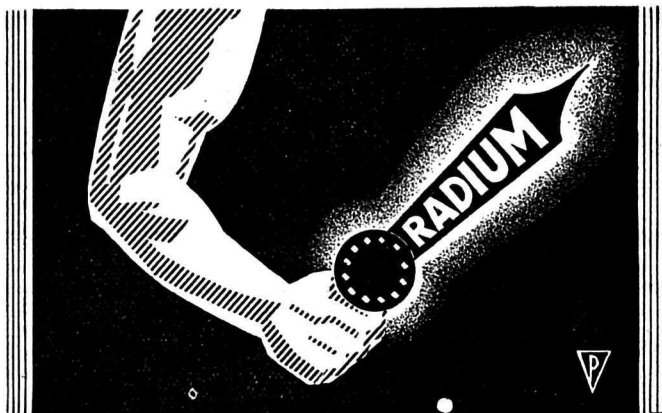


Mouvement fait
complètement en nickel

Cal. 610
GRANDEUR NATURELLE

135 Sn

Cal. 610
GRANDEUR NATURELLE



une arme puissante...

qui vous sera utile dans la lutte commerciale, c'est notre marque de fabrique qui est devenue synonyme de qualité.

Les maisons d'horlogerie les plus sérieuses nous confient leurs „posages“ parce que l'expérience a démontré que notre radium donnait entière satisfaction à la clientèle, même lorsqu'il était soumis aux épreuves les plus dures.

Votre ennemi, ce n'est pas la concurrence, mais les réclamations de vos acheteurs. Ne livrez donc que ce qui se fait de mieux, et adressez-vous à



L. MONNIER & Co
LA CHAUX-DE-FONDS
Tél. 14.38 Tourelles 38

GENÈVE

Charmilles 10 Tél. 23.628

69-1 C Représentants pour la Suisse des Matières lumineuses

MERZ & BENTELI, BUMPLITZ

DIAMANTS BRUTS

pour tous usages industriels.

- Outils diamants -

BOART-CARBONE-ECLATS

- Roses 3 faces -

Pointes pour creusures, Sablonneux, Burins, Esquilles, Black River, Brazil, Congo roulé pour charger les meules.

J. K. SMIT & ZONEN, Amsterdam

Agent:

S. H. KAHL, Diamants, GENÈVE,
12, Bd. du Théâtre 1217-1 X

Mouvements ancre et cylindre

11,8mm (5 1/4 lig.), 12,4mm (5 1/2 lig.)

14,6mm (6 1/2 lig.), 15,2mm (6 3/4 lig.)

19,7mm (8 3/4 lig.), 20,3mm (9 lignes)

Mouvements baguettes, 3 1/4 et 4 1/2 lignes.

Montres finies en or, argent et plaqué.

G. FROIDEVAUX, La Chaux-de-Fonds,

D.-P. Bourquin, 19. — Téléphone 26.02.

28-1 C

PAVILLONS WATCH Co.

25, Avenue du Mail Genève Avenue du Mail, 25

MOUVEMENTS et MONTRES

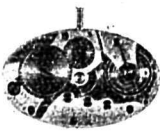
6 1/2 lig.



Baguette 2 1/2'''



5 1/2 lig.



avec et sans poinçons de Genève, or et platine

TIGES DE REMONTOIRS

d'après plans ou modèles

Livraisons

rapides



Qualité

soignée

Manufacture de Fournitures d'Horlogerie

L'AZURÉA, Célestin Konrad

Moutier (Suisse) 109-1 J



Installations de dépoussiérage pour tours à polir, lapidaires.

Aspiration des vapeurs de bains de chromage,
de dorage et autres. 837

Aspiration de fumées, d'exhalaisons.

Se recommande, Téléphone 23.74

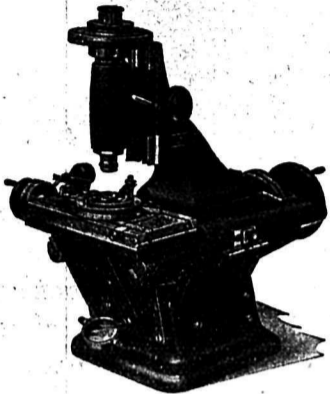
ALFRED RUEFLI, Ventilations, BIENNE
Excellentes références. Route de Boujean 52a



Une salle pour vos conférences
et un excellent repas

au

Buffet
J. Widmer
Bienne



Machine à mesurer et pointer N° 0

Modèle N° 2a, capacité 300/200 mm.
" N° 2, " 200/200 "
" N° 1, " 100/100 "
" N° 0, " 70/50 "

HENRI HAUSER S.A.

Fabrique de Machines de précision

BIENNE 4

Téléphone 49.22

SPÉCIALITÉS: 319-1 U

**Machines à mesurer
et pointer de haute précision**

Perceuses sensibles de précision
Modèles I et II, capacités 2 et 4 mm.
à 1 et plusieurs arbres.

Machines d'ébauches modernes

Machines à sortir de précision de tous systèmes

Fabrique „ALPA” livre le ressort de qualité



**FERNAND ETIENNE
BIENNE**



Kloosweg 2

Maison fondée en 1888

Téléphone 28.89

367 U

Téléphone 28.89

Fil d'acier anglais

Qualités supérieures pour vis, tiges, arbres,
pignons, axes, etc.

Etirage précis. Bonne production.
Trempe et revenu parfaits.

GRANDS STOCKS

COURVOISIER & Co.

Bienne

Téléphone: 33.38

Bureau d'Ingénieur-Conseil

(spécialiste en horlogerie et petite mécanique)

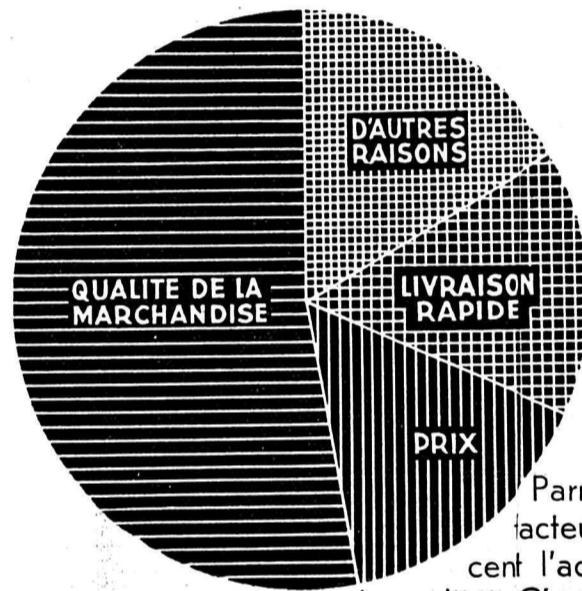
LAUSANNE **A. Bugnion** **GENÈVE**
2, Grand-Pont 20, rue de la Cité

Dépôts en Suisse et à l'étranger de brevets d'invention, mar-
ques de fabrique et de commerce, dessins et modèles industriels.
Expertises sur la valeur des brevets d'invention.

Examens sur la qualité des montres et études pour améliorer
leur fabrication. Etablissements de calibres. Mise au point d'inven-
tions et constructions de modèles.

Etudes sur la rationalisation des ateliers, psychotechnie.

Monsieur Bugnion se rend régulièrement dans les cantons de
Neuchâtel et Berne; rendez-vous sur demande. 1633-2 X



Parmi les différents facteurs qui influencent l'acheteur citons: „la qualité”. C'est le plus important, car c'est lui qui vous dirigera dans le choix de votre fournisseur. Vous gagnerez la confiance de votre clientèle en utilisant le radium „Météore”, dont la richesse de sa matière lumineuse peut répondre aux exigences les plus difficiles.

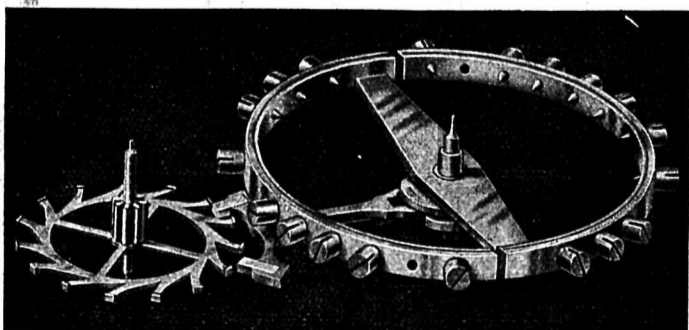


MARQUE DÉPOSÉE

RADIO CHIMIE
Météore S.A.

BIENNE

HOFFMANN & Co., Chézard (Neuchâtel)



PIVOTAGES

en tous genres. grandeur et qualité.

DECOLLETAGES

toutes pièces et tous métaux.

Assortiments pivotés, balanciers réglés. 41-1 C

Articles d'exportation.

Prix avantageux.

Organisation scientifique.

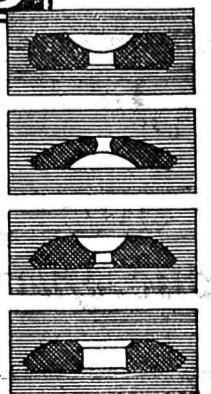
G. Staellos Bienne

GSB

Téléphone 35'06

fabrique de PIERRES fines
pour l'HORLOGERIE et
SERTISSAGES en tous
genres. Grande production.
Qualité soignée
et bon courant

RUBIS, SAPHIR & GRENAT
PIERRES BLEUES



Demandez
prix-courant