Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (1968)

Heft: 101

Artikel: Une discussion intéressante dans le Bulletin d'entreprise des Editions Rencontre sur les rapports entre le Capital et le Travail

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1008349

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: 12.07.2025

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

La presse suisse va-t-elle passer sous la dépendance économique des Etats-Unis ?

C'est une vérité première : le lecteur d'un journal ne paie, quand il acquitte son abonnement ou achète son numéro, que le prix du papier; les annonceurs lui offrent le reste, c'est-à-dire la composition typographique et l'invention rédactionnelle. Selon les cas, la publicité fournit les deux tiers, voire les trois quarts des recettes totales (on sait que les journaux sans publicité sont rarissimes).
A partir de ce constat surgit la discussion; elle est classique : la publicité aliène-t-elle la liberté des journalistes ? La réponse n'est pas tranchée comme oui ou non. Certes, il y a des sujets tabous. Par exemple, et cela coule de source, la publicité elle-même. Les journalistes ne la scient pas plus que les branches des arbres quand ils s'y asseyent. Ainsi les propositions du professeur Keller qui souhaite l'introduction d'un impôt sur la publicité ne trouvent guère d'échos imprimés ou illustrés. Difficile aussi d'écrire ce qui pourrait déplaire de manière directe et personnelle à un gros annonceur (voir certains procès récents où il était question dans les débats d'Innovation ou des Coopératives). En revanche, il n'y a pas d'interdit si l'information possède un caractère très général, quand bien même elle heurterait les intérêts de certains annonceurs : les résultats d'une enquête médicale sur la nocuité de la cigarette passeront le filtre de l'autocensure. La liberté d'expression peut dépendre aussi du talent : il n'est pas impossible pour un critique compétent de dire qu'un film est mauvais en dépit d'une pleine page d'annonces.
Tels sont les termes d'une discussion ordinaire. Ils ne servent ici que de toile de fond.

Rapports de force

Il est plus utile, plutôt que de discuter abstraitement, de poser le problème en termes variables de rapports de forces. Ainsi le journal qui domine une région est fort face à des annonceurs locaux qui ne disposent pas d'autres canaux publicitaires (par exemple, les salles de cinéma). Mais sa position est plus faible face à de gros annonceurs, qui peuvent choisir leurs supports (journaux illustrés, TV, prospectus, etc...).
De même un journal est fort devant la multiplicité des annonceurs; un seul client ne peut faire la loi; la diversité des intérêts commerciaux exige une sorte de neutralité, qui garantit une certaine indépendance. Toutefois l'annonceur isolé devient de plus en plus rare. Il confie à une agence le soin d'organiser sa campagne de propagande. Ainsi l'agence s'impose comme un intermédiaire essentiel entre le journal et le client soucieux de réclame. C'est une tierce puissance.
Aussi il devient important de savoir qui contrôle les distributrices de gros contrats, puisqu'elles sont, elles, en position de force par rapport aux journaux les plus solides. C'est pourquoi l'étude que la Wirtschaftsrevue (novembre 1968) a consacrée aux agences américaines est d'un intérêt exceptionnel. Nous renvoyons les lecteurs qui voudraient entrer dans le détail à l'article même, et nous nous contentons ici d'en commenter les grandes lignes (se référer aussi à la récente étude de base, sur le même sujet, d'« Opera mundi » et aux données que publie le journal « Schweizer Reklame », notamment, sur les agences suisses, le numéro 11, novembre 1968).

L'implantation américaine

M. Henri Schwamm qui est l'auteur de cet article relève d'abord que, sur les vingt plus grandes agences qui opèrent en Europe, treize sont d'origine américaine ou contrôlées par les Américains. Sur la base de chiffres déjà anciens (1966), il estime que le 80 % du montant des contrats exécutés par ces vingt agences a passé entre leurs mains; au premier rang, des firmes comme J. Walter Thompson (J.W.T.) ou McCann-Erickson qui, chacune, ont réalisé en Europe un chiffre d'affaires qu'elles aiment à publier d'environ cent millions de dollars. C'est en Europe même que plusieurs de ces sociétés américaines réalisent l'essentiel de leurs opérations totales. Les raisons de ce succès sont faciles à définir. Les agences américaines se sont greffées sur l'expansion européenne; elles débarquaient avec de solides atouts, ayant eu dans leur jeu les contrats des grandes marques américaines qui, en même temps, investissaient abondamment en Europe. Les sociétés américaines de production ont d'emblée visé l'ensemble du marché européen; on sait qu'elles ont compris avant les Européens les avantages qu'offrait l'unification économique; or les agences de publicité européennes, issues du commerce local, n'avaient pas la dimension internationale; elles ne savaient pas offrir des services multinationaux aux grandes sociétés américaines; elles savaient encore moins offrir aux industriels européens les moyens de pénétrer, avec une publicité dynamique, sur le marché américain.
Les agences américaines offraient l'un et l'autre. Elles maîtrisaient le marché national des Etats-Unis et elles pensaient européen; et quoi de plus facile, dans un pays où elles ne voulaient pas s'installer directement, que de trouver un correspondant, c'est-à-dire un sous-traitant, trop heureux de se brancher sur leur réseau.

Le cas suisse

Les publicistes américains ont compris très vite les avantages et les inconvénients du particularisme suisse. Avantages fiscaux : on installait donc en Suisse une société de financement des agences européennes, qui assurait, du même coup, la coordination. Inconvénients : multiplicité des langues nationales, journaux à faible tirage, etc., on négligeait par conséquent le marché suisse.
Aujourd'hui, il n'en va plus de même. On est sur place, alors, tant qu'à faire, pourquoi mépriser les millions suisses ? La Suisse dépense plus d'un milliard en publicité diverse, et nombreuses sont les entreprises suisses qui travaillent à l'échelle internationale.

A partir de 1967

M. Schwamm situe en 1967 le tournant. Implantation directe de Young et Rubicam qui a racheté son correspondant, la société Sandmeier à Berne; de McCann Erickson qui a ouvert un bureau à Genève et à Zürich.
Pour 1967, est attribué aux firmes américaines, le 10 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des agences suisses. Elles ont révélé récemment, c'est de notoriété publique, leur dynamisme en offrant aux PTT de prendre en régie la publication de l'annuaire téléphonique qu'elles auraient truffé d'annonces. On sait que la réaction des éditeurs de journaux suisses fut immédiate et efficace puisque les PTT déclinèrent cette offre.
Il est dans la nature des choses de prévoir que la part des agences américaines ira en augmentant, puisqu'elles seules sont en mesure d'offrir aux entreprises mondiales des contrats qui ignorent les difficultés de frontières nationales : à elles, la publicité pour les voitures, les appareils ménagers, l'essence, etc.
Or les journaux locaux, quotidiens et illustrés, ont besoin de cette publicité-là. Face aux annonceurs des grandes marques, ils ne sont pas en position de force; ils le seront moins encore face à des agences étrangères qui centraliseront la publicité et qui seront décidées à jouer efficace sans tenir compte des contingences locales.

Conséquences

L'intrusion américaine aura d'innombrables effets sur la concentration des moyens d'information; la stratégie des maisons de publicité consistera à examiner la qualité du support et non à faire plaisir à quelque feuille ou gazette riche de traditions, mais en mal de ventes.
Mais les plus grands journaux, quoique favorisés, seront placés dans un état de dépendance accru. En temps ordinaire, cela pourrait être sans dommages; l'agence de publicité ne s'occupe pas de la cuisine d'un journal; mais en période de tension, qu'elle soit de nature commerciale ou politique, ce rapport de forces inégal entre qui tient les contrats des grandes marques et qui en dépend pourrait être une menace pour l'indépendance de la presse.
Nous disions au début de cet article : les annonceurs paient un journal, et c'est une discussion classique de savoir si, payant, ils commandent un peu.
Avec l'intrusion des agences de publicité américaines, la discussion va prendre un tour nouveau et actuel.

Une discussion intéressante dans le Bulletin d'entreprise des Editions Rencontre sur les rapports entre le Capital et le Travail

Nous avions, dans un numéro récent, signalé que le « Rond-Point », organe de liaison des collaborateurs des éditions Rencontre, avait sur l'initiative de M. André Estoppey, correcteur, ouvert une discussion sur l'intéressement des ouvriers et employés à l'entreprise. Nous avions publié le texte de M. de Muralt, qui évoquait ses projets d'il y a vingt ans quand il reprit l'Imprimerie Jaunin et sa déception quand il ne put pas associer à son aventure les trois ouvriers et l'unique employé qui en constituaient alors le personnel.
Pour nous, c'était le sens de notre commentaire, il y avait deux problèmes différents : celui de l'association totale d'ouvriers, d'employés, de dirigeants dans une entreprise à eux tous commune, c'est-à-dire dans une coopérative de production et celui du droit des travailleurs sur l'autofinancement d'une entreprise.
Dans le numéro d'octobre, la discussion est relancée. Nous l'avons trouvée d'un intérêt exceptionnel. Tout d'abord parce qu'elle se déroule à l'échelle internationale. La section française CGT des Editions Rencontre intervient, sur un ton d'une grande fermeté marxiste.
M. P. de Muralt réplique. Sa réponse représente un grand pas en avant : il reconnaît sans ambiguïté le droit des travailleurs sur l'enrichissement d'une entreprise, obtenu par autofinancement. Il y a peu de patrons qui tiennent, aujourd'hui, un tel langage.
Cette discussion se révèle donc à la fois théorique et concrète; théorique parce qu'on en est encore au niveau des principes, mais concrète parce qu'elle concerne (directeur ou employés) des hommes et des femmes qui sont engagés dans la vie économique et qui parlent à partir de leur situation dans l'entreprise. Voici donc les deux points de vue, que nous citons ci-dessous successivement.

I. La CGT contre la mystification du travail associé au capital

« ... M. de Muralt procède par abstraction. D'abord, il fait de l'entreprise une entité suprême, socialement désincarnée : c'est la « Maison » (un symbole). Ensuite, il place à côté le Capital (les comptes en banques), les dirigeants, et les employés; chacun devant respectivement se dévouer à ce nouveau Dieu : la Maison.
» Mais « la Maison » n'est pas autre chose que le capital-argent (compte en banque) tel qu'il s'est transformé, par l'acte de l'achat, en moyens de pro-

duction (machines, locaux, fournitures) et en force de travail (salariés). C'est le capital-argent réalisé.

» De ce fait s'écroulent tous les échafaudages théoriques de M. de Muralt, parce que la question de la propriété prend son ambiguïté. Les seuls propriétaires de « la Maison » ou, si l'on préfère, de l'entreprise, sont les possesseurs du capital-argent initial (car en ce monde, on ne possède que ce que l'on paie) et sont les seuls à être véritablement intéressés à sa prospérité parce qu'elle est leur propre prospérité.

» Les choses deviennent donc très simples : nous avons des gens qui possèdent le capital-argent; ils en consacrent une partie à l'achat de machines, locaux, etc., et l'autre en salaires. Ces salaires permettent à des hommes et à des femmes de vivre, en échange de quoi ils s'engagent à produire, par leur travail, des marchandises (des livres par exemple) qui, une fois vendues, restitueront à nos capitalistes du début leur ancien capital plus les bénéfices. Nous voyons d'abord que la formule de l'association du Capital et du Travail est tout simplement vide de sens parce qu'en aucun cas nous nous trouvons en présence d'une association, mais d'une mise en valeur du Capital par le Travail.

» Par contre, si nous la comprenons comme une association des actionnaires (capitalistes) et des travailleurs, nous avons alors affaire à une véritable hypocrisie consciente ou non, dans la mesure où les travailleurs dont, comme nous l'avons vu, la force de travail n'est qu'une partie réalisée du Capital (salaires), loin d'être les associés des actionnaires, sont en fait utilisés par eux, en fonction de leurs seuls besoins. Dans le langage mystifié des économistes, il faudrait donc dire, non pas une association mais une utilisation du Travail par le Capital. La confusion initiale sur la propriété n'avait de sens que pour cacher cette conclusion. En même temps, dans la mesure où toutes ces bonnes paroles devaient tout de même déboucher sur quelque chose, les protagonistes de la participation ont non seulement inventé l'intéressement aux bénéfices mais encore « l'accession à la propriété », reconnaissant par là que les travailleurs n'étaient en rien possédants et n'avaient **de fait** aucun « droit » sur l'entreprise. Ainsi dès l'instant qu'ils veulent concrétiser leurs propres idées, ils commencent par les rendre caduques.

» L'accession à la propriété, dont la forme proposée le plus couramment est la distribution d'actions, devrait en principe permettre à chacun d'accéder au Capital; autrement dit, nous vivrions dans une société où tout le monde serait plus ou moins capitaliste ! L'absurdité de cette idée est telle qu'il est inutile d'insister.

» Il va sans dire que partout où l'on a voulu l'appliquer, principalement en Allemagne et aux USA, elle n'a changé en rien la condition salariale.

» Construite sur de telles bases, la théorie de l'association du Capital et du Travail ne pouvait répondre aux questions les plus simples, les plus naturelles, que ses propres formules ne pouvaient manquer de poser. Si la participation n'est pas un vain mot, elle doit être une participation dans la gestion, mais que devient dans ce cas l'autorité du chef de l'entreprise ? De même, si les salariés ont des droits sur les bénéfices, quelles garanties de contrôle auront-ils sur les comptes de l'entreprise ? Nous pourrions continuer...

» Ces questions, nous sommes loin d'être les premiers à les formuler. Pourtant jusqu'à présent elles n'ont reçu aucune réponse qui vaille d'être retenue. Peut-être est-ce là le but de la commission paritaire proposée par M. de Muralt ? C'est ne pas voir que toute la discussion tourne autour de l'opportunité de cette commission.

» Le problème de l'association du Capital et du Travail n'est pas seulement économique mais aussi, et peut-être avant tout, politique, dans la mesure où il pose la question de la pratique syndicale dans les termes : participation **ou** revendication ? Si ce que nous avons écrit est exact, nous avons toutes les raisons de craindre que le syndicalisme, en abandonnant l'action revendicative, c'est-à-dire sa fonction traditionnelle de défense des intérêts élémentaires des salariés, n'échange son droit d'aînesse contre un plat de lentilles. Quoi qu'il en soit, et jusqu'à ce que l'on puisse nous prouver le contraire, nous nous en tiendrons là.

» Au nom de la Section CGT
des Editions Rencontre-Constellation
23, rue du Cherche-Midi, Paris VIe
Monique MANCINI. »

II. M. de Muralt : oui, au droit de participer à l'autofinancement

Après avoir précisé que sa première prise de position avait été écrite en avril, donc avant mai, M. de Muralt déclare :

« Je suis d'accord avec vous en ceci

que je ne crois pas à l'association du Capital et du Travail; dans le contexte de notre système juridique, une telle association est tout simplement utopique; dans la mesure où elle peut être utilisée — consciemment ou non — pour voiler les vraies conditions du progrès social, elle constitue même une notion dangereuse;

» que — comme vous — je pense que la revendication à l'échelon professionnel, national, désormais même européen, est la seule arme vraiment efficace à la disposition des salariés; j'ajouterai qu'une entreprise vraiment progressiste n'a pas à en prendre ombrage puisqu'elle lui épargne de se mettre en état d'infériorité concurrentielle, par des initiatives isolées; dans la mesure où elles n'optent pas pour une action révolutionnaire, les grandes centrales syndicales sont — grâce aux possibilités d'études dont elles disposent — mieux à même que bien des chefs d'entreprises de déterminer si une revendication est supportable par l'économie, donc réaliste (de même un médecin ne prescrira pas un remède dont les effets secondaires peuvent être dangereux !). Comme de leur côté, les chefs d'entreprises sont organisés en associations susceptibles de leur fournir une meilleure information, je crois donc au progrès par la revendication, la négociation et les contrats collectifs.

» Mon appel à une large discussion dans le sein de Rencontre avait, entre autres, pour objectif d'éviter que ne se créent à l'avenir des situations de routine justifiant une revendication propre à notre entreprise;

» je suis d'accord avec vous enfin sur ceci que la « participation » restera éternellement un vain mot tant qu'elle ne débouchera pas sur une participation à la gestion, une organisation. Celle-ci est-elle possible ? Est-elle souhaitable ? Peut-elle — sans diminuer dangereusement les facultés de réaction rapide d'une entreprise face à la concurrence — dépasser le stade d'un simple droit de regard dans la comptabilité ?

» Dans une Maison d'édition — ce qualificatif vous permettra-t-il d'accepter cette expression « mythologique » ? — où l'on sait le risque qu'entraîne toute décision de publier, une telle participation à la gestion doit-elle impliquer un droit d'initiative ou, à défaut, de veto, en matière de choix littéraire ? Et, dans l'affirmative, en imaginant des situations extrêmes, comment concilier ce droit avec la liberté de la presse ?

» Toutes ces questions, nous devons bien nous les poser, en tant que direction. Pourquoi donc ne pas nous les poser avec les représentants des quelque mille salariés qui sont Rencontre et à qui — puisque les législations de nos pays n'en disposent pas autrement — l'équité (et non quelque nébuleuse philanthropie) nous conduit à reconnaître sur l'entreprise des droits moraux qu'un jour peut-être les structures juridiques viendront consacrer.

» Cette discussion — je le répète — ne peut s'ouvrir qui si nous bénéficions — parallèlement à celles des salariés Rencontre, et si possible à travers eux — des suggestions et mises en garde des grandes centrales syndicales intéressées à notre profession.

» Il n'y aura jamais à Rencontre, dans la mesure où cela dépendra de la direction, de « syndicat-maison » qui — en nous privant de toute ouverture sur l'extérieur — constituerait une dangereuse absurdité.

» Vous avez pris position pour la revendication et contre toute discussion paritaire. Mes précisions vous feront-elles changer d'avis ? Je l'espère, mais puis vous assurer dès maintenant que — dans la négative — nous restons prêts à collaborer activement avec une section syndicale dont la création au lendemain des événements de mai nous a paru heureuse, même si son action est destinée à rester exclusivement revendicative.

» Dans l'affirmative, sachez qu'à mes yeux le premier point à l'ordre du jour de nos premières discussions ne sera pas d'examiner si les collaborateurs de Rencontre à tous les niveaux ont un droit sur l'enrichissement de la maison par son autofinancement — cela me paraît admis d'emblée de part et d'autre, mais s'il est possible de le concrétiser sans nous mettre en état d'infériorité sur le plan concurrentiel, ce dont les adversaires, avoués ou non, du progrès social ne manqueraient pas de tirer argument.

» En conclusion :

» **Non,** au droit théorique, en réalité à l'obligation de participer à une aventure collective dont les risques ne sont pas à la mesure d'un budget individuel.

» **Oui,** si possible, à la mise en œuvre du droit de chacun à participer à l'autofinancement de l'ensemble.

» Pierre B. de Muralt
directeur général »

De notre point de vue

La CGT a tort de ne voir l'accession à la propriété que sous la forme de distribution d'actions, destinée à faire de chaque travailleur un « petit capitaliste ». Ce pancapitalisme-là, il est vrai, ne change en rien la condition des salariés; l'exemple des Etats-Unis est de ce point de vue probant.

Le pouvoir économique des salariés ne peut pas, assurément, être individuel : j'ai une action, tu as une action, j'ai deux actions, etc. A ce niveau-là, celui de la propriété d'un titre, ne s'obtient qu'une certaine sécurité matérielle, exactement proportionnelle au patrimoine acquis.

Le pouvoir ne surgit qu'au niveau collectif. L'ensemble des titres rassemblés (actions ou obligations ou créances), venus non d'une seule entreprise, mais des entreprises (industrielles, commerciales, bancaires) et qui seraient propriété des travailleurs, représentant leur part de l'accroissement du patrimoine, l'ensemble de ces propriétés individuelles ne devient une force que regroupé dans un fonds de placement. Il importe que les salariés puissent intervenir collectivement dans la politique d'investissement nationale. Ainsi pourront être soustraits à la spéculation de larges secteurs, au premier rang desquels il faut citer le logement. D'autres domaines, moins primordiaux, pourront être, au moins, influencés.

La revendication ouvrière a donc deux dimensions; l'une individuelle : recherche de propriété, sécurité; l'autre collective : pouvoir économique et intervention dans la politique d'investissement nationale.

Mais il sera bientôt nécessaire que l'Union syndicale suisse réponde à ces questions qui fusent de divers côtés. Dans la « Tribune de Lausanne » (25.10.1968), M. Hubler, secrétaire des groupements patronaux vaudois, déclarait que « les salariés pourraient réclamer la gestion des caisses de retraite ».

Droit sur l'autofinancement, gestion des caisses de pensions, toutes ces formules impliquent que l'instrument syndical soit mis en place. Certes, la FOMH vient de décider de constituer une commission d'étude. Mais ce n'est pas encore le pas décisif.

A défaut, les patrons larges d'idées se diront que le partenaire déclare forfait.

P.S. — M. de Muralt s'inquiète prioritairement de savoir si la reconnaissance de droits nouveaux aux salariés affaiblirait la position concurrentielle de l'entreprise. En principe, ce ne peut être le cas : les titres obtenus par les salariés sont garantis par le patrimoine d'une société; ils n'entraînent donc pas une hausse des prix de revient, mais, au bilan, les actifs accrus de l'entreprise en expansion peuvent être contrebalancés par des passifs, qui sont les titres accordés aux travailleurs. Ce n'est certes pas sans importance, mais l'effet sur la capacité concurrentielle n'est pas direct.