Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1982)
Heft: 659

Artikel: Le beurre et l'argent du beurre
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1013287

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: 15.07.2025

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

J. A. 1000 Lausanne 1

Hebdomadaire romand
N° 659 11 novembre 1982
Vingtième année

Rédacteur responsable:
Laurent Bonnard

Le numéro: 1 franc
Abonnement
pour une année: 52 francs

Administration, rédaction:
1002 Lausanne, case 2612
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1
Tél. 021/22 69 10
CCP 10-155 27

Imprimerie des Arts et Métiers SA

Ont collaboré à ce numéro:
François Brutsch
André Gavillet
Yvette Jaggi
Pierre Lehmann
Charles-F. Pochon
Victor Ruffy

Points de vue:
Jeanlouis Cornuz
Alain Rossel

659

Domaine public

Le beurre et l'argent du beurre

Il y a plus de quinze ans, dans les colonnes de «Domaine Public», Henri Galland défendait l'idée du «don commercialisé». Que cachait cette formule, curieuse comme un titre de roman de gare? Une subvention ou un don sont attribués à fonds perdu. La générosité de l'Etat qui subventionne, ou celle du donateur qui accorde une largesse, est épuisée en une fois, par le geste même.

La subvention maintient les cours, malgré la surproduction; le don permet à un pays pauvre de se procurer des denrées qu'il n'est pas en mesure d'acheter. C'est peut-être beaucoup, mais c'est tout.

L'idée du «don commercialisé» était la réponse à une question, souvent posée: comment empêcher la générosité de s'épuiser en une opération unique. Le désir d'innover était renforcé par une observation: les dons à des pays du tiers monde sont parfois gaspillés, parfois détournés et réintroduits, au profit de seuls «maffiateurs», dans un circuit commercialisé. D'où la conclusion: mieux vaut dès lors commercialiser sous certaines conditions, contrôlables, et sous l'égide de l'Etat!

Le schéma proposé était le suivant.

L'Etat rachète, au cours normal, des surplus à ses producteurs nationaux. Puis il les écoule en les offrant à un pays tiers, pauvre. Mais il exige que ce produit soit, non pas remis gratuitement aux consommateurs, comme une distribution charitable, mais commercialisé et vendu, bien évidemment à des prix en rapport avec le pouvoir d'achat national.

Cette exigence risque, évidemment, de priver les plus démunis de ce pays tiers de toute possibilité de consommation.

D'où l'obligation, pour le pays bénéficiaire, d'affecter le revenu des ventes à des actions qui intéressent directement son développement et les catégories les plus pauvres de sa population: équipement agricole, sanitaire, etc. Cette action-là, en un deuxième temps, peut être mise sur pied avec la collaboration du pays donateur. En quelque sorte, des aides en ricochets.

Les avantages évidents de la formule proposée peuvent être résumés ainsi: le don n'épuise pas ses effets d'un seul coup; au lieu d'être un soutien à la consommation, il est transformé par la commercialisation-sous-condition en un soutien à l'investissement; il contraint les couches les moins démunies d'un pays pauvre de participer, par leur consommation même, au développement national.

Certes, les objections à de tels projets avaient surgi. Comment ne pas tomber sous le coup de règles qui s'efforcent, contre le dumping, d'assainir le commerce international? Un Etat (bénéficiaire) acceptera-t-il à la fois de se soumettre à des exigences sur l'affectation de ses dépenses, tout en jouant le jeu, sans abus et sans corruption, de la commercialisation?

Ce long rappel, évoquant une idée dont nous n'avions jamais vu le prolongement concret, pour dire la surprise de découvrir, en faveur de l'Union soviétique, une première application pratique de l'idée du «don commercialisé».

Les surplus de beurre français, qui chargent la politique agricole communautaire, seront vendus, bradés, à la moitié du cours d'achat, et en dessous de tout cours mondial. Mais l'Etat soviétique les réintroduira, au prix de vente national, dans son circuit de distribution; il touchera donc à son tour une subvention, qu'il affectera à ce que bon lui semble.

On est donc bien loin des sanctions économiques! Le «don commercialisé», nous disait-on, n'est pas possible. Preuve du contraire ou plus exactement preuve par la caricature. On préférerait la preuve par l'image et l'exemple... authentique.