Zeitschrift: Revue économique franco-suisse

Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France

Band: 64 (1984)

Heft: 2

Artikel: L'image des multinationales dans la presse française : un janus à deux visages

Autor: Institut de recherche et d'information sur les multinationales (I.R.M)

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-887327

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

L'image des multinationales dans la presse française : un janus à deux visages

Dans une étude réalisée en 1974 (1), Jacques Attali parle de « rôle essentiel joué par les multinationales dans l'économie internationale des dernières années et plus particulièrement dans la crise actuelle » précisant que « les entreprises multinationales sont ainsi les formes organisationnelles les plus modernes et les plus adaptées à l'évolution du capitalisme des pays développés ».

Cette enquête sur l'opinion européenne face aux multinationales a toutefois montré qu'en 1974, ces entreprises sont encore regardées d'un « mauvais œil » par le public. Le phénomène en lui-même est devenu certes plus familier, mais il reste entouré, semble-t-il, d'une opacité qui lui porte préjudice.

Les multinationales peuvent être les moteurs du système économique et, en ce sens, apparaître comme des agents économiques modernes et efficaces.

Elles n'en demeurent pas moins ces monstres insaisissables doués d'une puissance financière et politique qui les place au même rang que certains états.

Aujourd'hui, le principe de leur existence ne semble plus remis en cause : le débat idéologique s'est estompé au profit de l'étude de leurs activités. Telle est une des conclusions de l'enquête menée pour l'I.R.M. par Jean-Marie Cotteret, Agrégé des Facultés de Droit, Professeur au département de Science Politique de la Sorbonne et Directeur du Centre de Recherche sur l'Information et la Communication (C.R.I.C.), Gérard Ayache et Juliette Dux (2) que commentent les Professeurs Duverger et Bourricaud. Un travail sans précédent en France, et qui est un peu une « première » dans l'histoire de l'étude sur les multinationales. Pour mieux comprendre comment était perçu le phénomène multinational en France, Jean-Marie Cotteret a choisi de s'intéresser à ceux qui reflètent l'opinion publique : les organes de presse. Et il a « épluché » sur trois années de référence (1976, 1979, 1982) la grande presse quotidienne et hebdomadaire française : Le Figaro, Le Monde, Le Matin, Libération, Le Point, L'Express et le Nouvel Observateur. 700 000 mots ont ainsi été traités par un ordinateur, et les auteurs ont étudié les multinationales sous trois angles différents : l'évolution des volumes lexicaux par type d'activité et par journal, l'image des multinationales dans les différents organes de presse et les secteurs d'activités auxquels s'intéresse la presse en France.

L'évolution des volumes lexicaux

L'étude du vocabulaire utilisé par chaque organe de presse montre que sans aucun doute, les multinationales sont un phénomène complexe. Preuve en est la multitude de termes génériques employés par la presse pour les désigner : firme, société, entreprise, multinationale, transnationale, étrangère, ou même américaine... Autant de termes différents pour désigner une même réalité. En s'y intéressant, Jean-Marie Cotteret et ses collaborateurs aboutissent aux conclusions suivantes :

- Par rapport à 1976, on parle davantage des multinationales en 1982. Mais le principe même de leur existence ne semble plus être au cœur du débat. C'est par le biais de leurs activités économiques qu'est désormais abordée la question des multinationales.
- Parmi les quotidiens, c'est Le Monde qui semble être le plus prolixe sur les multinationales et, parmi les hebdomadaires, c'est Le Nouvel Observateur qui s'y intéresse le plus.
- Les articles « sectoriels », c'est-à-dire

(1) L'opinion européenne face aux multinationales, Jacques Attali, Dietrich Kebshull, Georges Péninou, Manfred Holthus, P.U.F., 1977, (Fr.) ; Gower, 1977, (Ang.). Cette étude a été réalisée à l'initiative du C.E.E.I.M. auquel succède aujourd'hui l'I.R.M.

(2) L'image des multinationales en France (dans la presse et l'opinion publique), sous la direction de Jean-Marie Cotteret. Commentaires des Professeurs M. Duverger et F. Bourricaud, P.U.F./I.R.M., collection « Perspective Multinationale », 1984, (Fr.).

concernant les secteurs d'activité économique, ont occupé peu à peu le devant de la scène et constituent aujourd'hui la presque totalité du discours sur les multinationales. Leur importance croissante laisse à penser que la façon de percevoir le phénomène a changé.

- 1979 semble être, sous l'effet du deuxième choc pétrolier, le tournant dans l'évolution de l'image des multinationales : banalisation et démystification sont les mots-clé.
- En 1982, l'informatique et l'électronique mobilisent l'intérêt de la presse : l'image de ces industries est associée à des notions plus positives.

L'image des sociétés multinationales dans la presse

Le Monde : un discours institutionnel

L'évolution de l'image des multinationales dans Le Monde est assez complexe. En effet, en 1982, elle n'a pas perdu toute la coloration négative qu'elle avait en 1976. Mais entre ces deux dates, la perception du phénomène a évolué. En 1976, elle est avant tout d'ordre politique et moral. Les multinationales sont un instrument de la domination américaine, elles sont « impérialistes ». Ce sont des entreprises « dangereuses », « indisciplinées », « corrompues ». En revanche, à partir de 1979, les considérations d'ordre économique commencent à devenir plus importantes pour, en 1982, monopoliser l'attention du quotidien. Cette évolution traduit sans doute l'effet de banalisation du phénomène. Le Monde désormais loue la capacité des multinationales à se préserver des effets les plus désagréables de la crise, et remarque qu'elles peuvent être « salutaires » et créer des emplois. S'il reste toujours en arrière-plan un aspect négatif de l'image (« leur stratégie nous échappe »), il n'est plus dominant en tant que tel.

Il faut remarquer que Le Monde présente une information qui n'est jamais sélective. Tous les sujets d'actualité sont abordés, la tribune est ouverte aussi bien aux accusations qu'à la défense. De plus, Le Monde accorde une place importante à tout l'aspect institutionnel ou officiel du phénomène. Il rend ainsi régulièrement compte des activités de l'O.N.U., de l'O.C.D.E.... On y trouve également le classement des entreprises multinationales établi par la revue américaine Fortune...

Le Figaro : un discours légitimiste

La perception qu'a Le Figaro des multinationales est beaucoup plus simple. C'est l'aspect économique qui focalise l'attention de ce quotidien au cours de ces six années. Il y est démontré que les entreprises multinationales sont un rouage essentiel de l'économie mondiale : « pour les grands groupes, la seule solution possible est l'investissement à l'étranger ». Le quotidien déplore que les multinationales à forte participation et à direction françaises soient si peu nombreuses. Une telle attitude permet au Figaro d'éviter de juger les pratiques des multinationales, particulièrement en 1976. S'il admet qu'elles ont parfois des pratiques regrettables, il insiste davantage sur les mesures prises contre elles, et sur la moralisation possible. Le Figaro accorde ainsi beaucoup d'attention à l'adoption par l'O.C.D.E. d'un code de bonne conduite des multinationales.

La dimension idéologico-politique du phénomène ne semble pas intéresser Le Figaro. Le ton adopté à l'égard des États-Unis est d'ailleurs significatif. Il est peu question entre 1976 et 1982 de leur politique dans les pays du Tiers Monde, et s'ils sont critiqués, c'est surtout dans un esprit nationaliste. Le Figaro déplore par exemple « le trop grand nombre d'investissements étrangers en Alsace – parce que « les centres de décision demeurent placés à l'extérieur ». Cette tendance à privilégier l'aspect économique se manifeste dans le fait même que Le Figaro consacre plus d'attention aux multinationales en étudiant les secteurs d'activité économique auxquels elles sont liées.

LIBÉRATION : un discours polémique

En dépit d'une certaine banalisation du phénomène à partir de 1982, l'image des multinationales dans Libération est très négative. Le discours de ce quotidien est pour le moins polémique : « les multinationales suisses sucent le sang des pays... elles façonnent les dictatures militaires ou fascisantes... ». Le thème du scandale y est très important. Tous les journaux de l'époque font une large part à l'affaire Lockheed en 1976, mais Libération se distingue en utilisant l'occasion pour mettre en question les multinationales dans leur ensemble.

Il faut souligner aussi qu'en 1976 les arguments avancés par le quotidien sont, dans l'ensemble, anti-américains. Pour Libération, les multinationales sont un instrument-clef de la politique des États-Unis dans le monde. Ce fait joue beaucoup dans sa perception des multinationales et contribue à renforcer leur image négative.

En 1982, le rôle des entreprises multinationales dans la perpétuation de l'impérialisme américain a disparu ou tout au moins n'est pas dénoncé en tant que tel. Le rapport entre pays industrialisés et pays du Tiers Monde s'efface dans les colonnes de Libération, l'accent étant mis davantage sur leur puissance économique.

LE MATIN : un discours social

En 1976, Le Matin n'existait pas. En 1982, on y trouvait peu d'articles de fond sur les multinationales. En revanche, en 1979, ce journal accordait une place relativement importante au phénomène. Il y donnait une image des multinationales assez proche de celle des autres quotidiens. Sa vision de l'activité économique des entreprises était assez positive, comme dans Le Monde et Le Figaro à la même époque. Mais son originalité, par rapport à ses confrères, réside dans la dimension sociale qu'il attribuait au phénomène multinational. Il semblait ainsi préoccupé par le problème du syndicalisme à l'intérieur des firmes multinationales.

LES HEBDOMADAIRES : un discours événementiel

Dans l'ensemble, les hebdomadaires ne s'intéressent pas beaucoup au phénomène multinational en tant que tel, mais plutôt à « l'événement ». Chaque année, le point de vue de l'un ou de plusieurs d'entre eux a été dominant. Ainsi, en 1976, Le Nouvel Observateur et L'Express se sont particulièrement intéressés aux multinationales. Cette année-là, le premier consacre un long article au sociologue et député suisse Jean Ziegler à l'occasion de la sortie de son livre « Une Suisse au-dessus de tout soupçon » et dénonce avant tout les activités financières abusives des multinationales. Il en donne une image très négative, prenant en compte surtout leurs pratiques frauduleuses et abusives.

L'Express, lui, s'intéresse particulièrement aux multinationales sous l'angle des relations internationales, et notamment des rapports entre pays développés et en voie de développement. Son discours est très critique. Même si parfois apparaît l'idée que les multinationales pourraient jouer un rôle positif dans le contexte international, il est surtout question de leurs abus de pouvoir et de la nécessité d'y mettre un frein.

A partir de 1979, le discours tenu par les hebdomadaires sur les multinationales est très bref. C'est Le Point qui s'intéresse le plus à la multinationalisation. Il le fait pour rendre compte d'un changement significatif qui est la « délocalisation » du phénomène : les multinationales ne sont plus uniquement américaines. On peut ainsi relever dans les colonnes de ce magazine des titres comme : « les multinationales françaises, cela existe ». Dans l'ensem-

ble, en 1979, l'image des entreprises multinationales a perdu l'aspect négatif qu'elle avait en 1976 dans Le Nouvel Observateur et l'Express.

En 1982, L'Express accorde une place importante aux multinationales pour rendre compte de leur « banalisation » : « les multinationales sont là, mais fondues dans le paysage... Elles suscitent moins d'appréhension. Les états se sont habitués à les considérer comme des partenaires précieuses plus que comme des rivales dangereuses ». Les multinationales semblent être admises et même reconnues.

Ainsi, les hebdomadaires, dans leur ensemble, suivent la tendance de la presse en général. D'une image négative en 1976, ils passent en 1982 à une image plutôt ambivalente qui oscille entre une reconnaissance de l'efficacité des multinationales et la crainte de leur pouvoir. Par ailleurs, il faut noter que le discours tenu par les hebdomadaires est toujours fondé sur des exemples précis. C'est en ce sens qu'il se veut une photographie de la réalité.

Comment la presse relate les activités des multinationales

L'étude des articles génériques a montré l'évolution de l'image des multinationales dans chacun des organes de presse choisis. Celle des articles sectoriels, année par année, permet d'en préciser les grandes lignes. En 1976 comme en 1979 et en 1982, le jugement de la presse sur le phénomène multinational est lié au secteur d'activité économique qui prédomine.

1976 : condamnation

En 1976, la presse dans son ensemble condamne les multinationales. Leur puissance est sans cesse dénoncée, car elle ouvre la voie à tous les abus. Le pouvoir financier de ces géantes en fait un instrument d'exploitation et de domination des pays en voie de développement. Les multinationales ne sont que la marque d'un impérialisme contemporain aux couleurs américaines. Ce sont des entreprises « profiteuses » et calculatrices. En effet, à cette date, ce sont les entreprises du secteur pétrolier qui occupent le cœur de l'actualité. L'image des multinationales reflète donc celle des compagnies pétrolières, et les journaux, dans leur quasi-totalité, à l'exception du Figaro, donnent une image négative de l'activité pétrolière et de tout ce qui s'y rapporte.

1979 : démystification

En 1979, si la presse soulève le problème de l'ingérence des multinationales dans les pays du Tiers Monde, elle entreprend par ailleurs une démystification du phénomène multinational. Les multinationales ne sont plus ces monstres d'autrefois. En tant qu'agents économiques, elles ne sont plus accusées de pratiques illicites. La thématique de l'abus disparaît pour faire place à celle du volontarisme et de la combativité. L'européanisation des multinationales fait partie de la banalisation du phénomène et de la démystification. Cette modification est étroitement liée à un secteur particulier, l'automobile.

Ce sont en effet les multinationales de l'automobile qui mobilisent l'intérêt de la presse en 1979. Mais leur image est très différente de celles du pétrole. Tous les organes de presse s'accordent pour reconnaître, sinon la tentative, du moins la nécessité, d'élaborer un projet européen dans le secteur de l'automobile. Les multinationales sont alors investies d'un rôle économique et même politique de premier plan : la construction de l'Europe. Enfin, la parole est donnée aux multinationales par la voix de leurs dirigeants. Une « personnalisation » qui met en évidence la banalisation du phénomène et contribue au changement de point de vue qui marque l'année 1979.

1982 : attraction... répulsion

En 1982, ce sont les multinationales de l'informatique et de l'électronique qui font souvent « la une » des journaux. Comme c'était d'ailleurs le cas dans l'automobile, les multinationales de ce secteur sont perçues avant tout par la presse comme des marques. Le terme « multinationales » est d'ailleurs dans l'ensemble peu employé. Les mots « firme », « groupe », « société » ou « entreprise » s'y substituent.

L'image des multinationales en 1982 est donc assez complexe. Les multinationales fascinent. Mais cette fascination est assez ambiguë, car s'y mêlent à la fois admiration et reconnaissance, et rancune et dépit. Il faut noter en 1982 l'apparition du mot « crise » parmi les expressions les plus fréquemment utilisées, qui traduit le contexte dans lequel est envisagé le phénomène multinational. De même le mot « emploi » est mentionné beaucoup plus souvent. En tant qu'agents économiques, les multinationales sont d'abord présentées comme des entreprises génératrices d'emplois. Cette caractéristique n'apparaissait pas de façon aussi nette en 1976 et en 1979. Enfin, la dimension stratégique des activités des multinationales est également très présente en 1982. Leur capacité à surmonter la crise attire. Mais par ailleurs, la connotation péjorative issue de leur gigantisme et de leur puissance resurgit comme une tache indélébile.

Alors, que peut-on conclure de tous ces éléments ? Pour Eneko Landaburu, Directeur de l'I.R.M., « ce n'est pas encore je t'aime moi non plus, écriture moderne du « vas je ne te hais point », mais à coup sûr déjà la fin de l'hostilité, peut-être même le début d'une raisonnable cordialité ». En posant sur le phénomène des multinationales un œil de plus en plus « clinique » et de moins en moins critique, la presse française a, ces dernières années, cessé d'y voir le monstre tentaculaire qui s'apprêtait à ravager l'indépendance politique du pays et la conscience morale des individus qui l'habitent. Elle reconnaît aujourd'hui à ces entreprises un certain nombre de mérites. Et si certaines critiques demeurent, elles tiennent moins à la multinationalité qu'à des caractéristiques de taille, par exemple, qui peuvent aussi bien être le fait d'entités purement nationales.

Jean-Marie Cotteret et ses collaborateurs soulignent néanmoins que la presse française continue à s'interroger sur le contrôle des multinationales et sur le danger qu'elles peuvent représenter. On les perçoit comme partie intégrante du paysage national, mais on attend d'elles, plus encore que des autres entreprises, la preuve de leur aptitude à faire face aux difficultés économiques actuelles.

La Suisse vous propose les agréments d'une escale à Zurich ou Genève.

Joignez le plaisir à la rapidité en ralliant votre destination via la Suisse. (A Genève ou Zurich, la correspondance est généralement accessible en moins d'une heure.)

Survoler des sommets de 4000 mètres aux neiges éternelles est une expérience qui vous incitera peut-être à vous attarder en Suisse.

Ne serait-ce que quelques heures. Ou même une journée entière.

Notre brochure "Rendez-vous avec la Suisse" vous offre des forfaits incluant Genève, Zurich, Bâle, Berne, Lausanne et Lucerne.

Les prix débutent à 41 francs suisses pour une nuit en chambre double avec petit déjeuner et un ensemble de prestations comprenant par exemple une visite guidée de la ville, l'accès gratuit aux transports publics pendant 24 heures, et des billets d'entrée à tarifs réduits pour différents spectacles.

Gageons que dans ces conditions, votre séjour vous paraîtra bien court.

Excellente occasion de mettre à profit le vol retour pour faire plus ample connaissance avec la Suisse.

swissair

First class.
Business class.
Economy class.
Sur le réseau mondial.
Dans tous les avions.

GGK