

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** 23 (1986)  
**Heft:** 842

**Artikel:** On ne fabrique (presque) plus, on vend  
**Autor:** Jaggi, Yvette  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1023143>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 31.01.2025

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

# Domaine Public DP

842

J.A. 1000 Lausanne 1 27 novembre 1986  
Hebdomadaire romand  
Vingt-quatrième année

## On ne fabrique (presque) plus, on vend

Toujours attentif aux faits significatifs, Beat Kappeler, secrétaire de l'Union syndicale suisse, relevait récemment (Bund, 6.11.86) que la holding horlogère SMH dépense 300 millions pour la publicité en faveur des montres, dont la vente lui rapporte environ 800 millions de francs (au prix de gros).

Sachant que les marges commerciales font encore une fois 800 millions, on constate que les frais de promotion et de vente représentent 69% du chiffre d'affaires en magasin. Reste un petit tiers, soit 500 millions, sur lequel il faut payer les matières premières et autres fournitures, les frais de recherche et de développement, les charges d'intérêt et l'amortissement des installations, les impôts et les dividendes, sans oublier les salaires, - qu'on serait effectivement près d'omettre, tant le travail semble devenu une composante mineure du coût total de production.

On en est là : à force de rationaliser les processus et les techniques, à force de transformer usines et ateliers en lieux de travail préprogrammé et télécontrôlé, à force d'automatiser tout ce qui peut l'être (et cela fait chaque jour des gestes et des opérations supplémentaires), on modifie progressivement la structure des coûts : la rémunération du capital investi (sous forme de machines, équipements etc.) l'emporte sur celle du travail, lequel disparaît de l'atelier pour se retrouver, en partie seulement et différent, dans les bureaux, les laboratoires, les salles de commande et les locaux d'ordinateurs.

Si donc le travail ne disparaît pas de l'industrie, il s'y distribue autrement. Et cela se reflète dans les prix de revient. Comme se reflète, dans les coûts d'ensemble, le poids toujours plus grand pris par les activités tertiaires et commerciales, accomplies ou non sur le lieu de fabrication.

En général, les opérations de promotion et de vente - celles dont la part domine dans le prix final des produits grand public - se déroulent le plus près possible des grands centres de consommation. La Swatch sort bien des usines ETA à Granges/SO, mais la promotion est faite à Zurich, à Paris, à New-York, là où se vendent les montres.

Sur le lieu de la production, les Swatch ne laissent que des frais de fabrication réduits par la rationalisation au niveau des coûts enregistrés en Extrême-Orient, - où, sauf au Japon, les salaires sont nettement moins élevés qu'en Suisse. Et dans notre pays, qui représente moins de dix pour-cent du total des ventes, la Swatch laisse un chiffre d'affaires (au détail) d'environ 25 millions de francs, soit un montant probablement à peine supérieur aux frais de promotion pour toutes les montres SMH.

Selon les dernières estimations des professionnels pour 1985 (cf DP 831), les investissements publicitaires nets faits en Suisse, tous média confondus mais sans les foires-expositions, ont dépassé les 3,5 milliards de francs, soit 1,5% du PNB ou 2,5% de la consommation privée. Par rapport à 1982, ils ont augmenté de 9%, tandis que cette dernière avançait de 5% seulement.

Les frais de promotion et de commercialisation dévorent donc une proportion grandissante du prix final des produits. La Swatch représente sans doute un cas extrême, avec la part accordée par ses créateurs au style et à la mode. Mais cette fameuse montre-gadget, prête à changer mais aussi faite pour durer, signale l'aboutissement d'une évolution que connaissent déjà les produits de grande consommation, et plus particulièrement les articles de marque.

(suite au verso)

## La gauche entre espoir et pragmatisme

■ (wl) La gauche a-t-elle du plomb dans l'aile ? Les débats sur l'avenir du syndicalisme dans notre pays, les discussions sur le profil du PSS au-delà des élections de 87 semblent être provoqués par des bouleversements économiques inédits, mettant en cause les espoirs de la gauche politique et économique. La lecture d'une thèse sur Max Weber (1897 - 1974) et son influence sur l'Union syndicale suisse nous enseigne que la gauche a toujours dû vivre tiraillée entre le réalisme et l'espoir.

En lisant la biographie que Marcela Hohl a consacrée à Max Weber (1) - figure centrale de la politique de gauche dans les années 30 à 60 - on se pose constamment la question : comment l'espoir a-t-il survécu ? Objecteur de conscience à la fin de la première guerre mondiale, le jeune Max Weber s'est peu à peu converti en partisan d'une armée suisse forte à la veille de la seconde. Economiste de l'USS de 1926 à 1940, il soutint l'idée d'une nationalisation des industries - clés pour devenir de

1952 à 53 le seul membre socialiste d'un Conseil fédéral bourgeois - à une époque où tout le monde prêchait le sermon du "moins d'Etat". A la suite de l'échec de "son" projet de nouveau régime financier en votation populaire, il démissionna pour ajouter encore six ans à la douzaine d'années de Conseil national qui avaient précédé son élection au gouvernement. Weber incarne pratiquement cinquante ans de petites bagarres et de grands conflits à l'intérieur des organisations syndicales et du parti socialiste. Cinquante ans caractérisés par la mutation allant de la lutte des classes à l'intégration politique et économique du mouvement ouvrier en Suisse. Cependant il était convaincu que le programme de Winterthour (1959), "réaliste" et "pragmatique" n'avait en rien trahi les grands espoirs du socialisme.

Comment garder son identité ! Max Weber avait compris que la gauche, au XX<sup>e</sup> siècle, si elle pouvait bien l'influencer, ne ferait jamais à elle seule l'histoire en Suisse. Ce réalisme, qui accepte que ce soient les utopies du socialisme qui s'adaptent aux changements de la société capitaliste plutôt que l'inverse, n'a cependant pas empêché Weber de croire à l'idée d'une société plus humaine, plus égalitaire, plus juste. Sa foi - mélange éclectique typiquement suisse d'éléments chrétiens, marxistes et libéraux - était immuable.

Pragmatisme et utopie : s'adapter aux situations réelles d'une part et mettre en valeur l'idée constante d'un autre arrangement avec les réalités de l'autre. Ces deux tendances du socialisme peuvent être conciliées dans l'action et la fidélité de l'engagement. C'est la leçon de Max Weber. Elle est toujours actuelle.

(1) Non, il ne s'agit pas du sociologue allemand (1864-1920), auteur d'*Economie et société* et de *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* (ndlr.) Marcela Hohl : *Die wirtschaftspolitischen Vorstellungen von Max Weber und sein Einfluss auf die Tätigkeit des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes*. Thèse de doctorat de St. Gall. Ruegger, Chur, 1983.

(cjp) Le saviez-vous ? Le canton des Grisons fait partie d'un ensemble qui s'appelle ARGE ALP, abréviation pour Communauté de travail des pays alpins, qui regroupe également l'Etat libre de Bavière, la Région autonome de Bolzen et du Tyrol du Sud, la Région lombarde, le Pays de Salzbourg, celui du Tyrol, la Province autonome du Trentin et le Vorarlberg, en bref des régions de trois pays.

Constituée au début des années 70, la Communauté de travail des pays alpins a pour but de chercher à résoudre en commun des problèmes qui se posent de la même manière dans toutes les régions concernées des Alpes moyennes. Elle a en outre contribué à la constitution d'organismes similaires pour les Alpes orientales et pour les Alpes occidentales. Trois cantons romands (VS, VD et GE) participent à cette dernière organisation.

### LA POLITIQUE "ETRANGERE" DES GRISONS

La Communauté de travail des Alpes moyennes est dirigée par une conférence des chefs de gouvernement, dont le président du Conseil d'Etat des Grisons. Cinq commissions (transports, développement des régions alpines, culture, santé et politique de la santé, économie) facilitent la coordination des efforts. Un guide commun pour le développement et la sauvegarde des régions alpines a été adopté.

Le canton des Grisons (165'000 habitants) est le plus petit Etat membre de cette communauté au sein de laquelle il ne semble pas y avoir de problèmes de majorité et de minorité. Cela est peut-être dû au fait d'activités encore assez réduites.

L'intérêt d'une telle collaboration internationale réside dans la mise en place, sans grand bruit, d'organes de collaboration entre des régions appartenant à différents pays, sans intervention des Etats centraux. C'est une des formes de la construction européenne qui mérite de retenir l'attention.

#### On ne fabrique (presque) plus, on vend

(suite)

Une évolution irréversible, dont on sait qu'elle modifie profondément les conditions de l'action syndicale; les foules ouvrières, organisées depuis des décennies, font place à des travailleurs "tertiarisés", dispersés, souvent bien payés pour graisser les rouages de l'économie en aval de la production; pour faire tout ce boulot d'intermédiaire que les marxistes considèrent comme improductif, et qui coûte désormais davantage que la production.

YJ