

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 34 (1997)
Heft: 1322

Titelseiten

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: 30.01.2025

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

DOMAINE PUBLIC DP

JAA 1002 Lausanne

27 novembre 1997 - n° 1322
Hebdomadaire romand
Trente-quatrième année

Mais qui sont les marionnettistes?

QUI RACHÈTE QUI, qui fusionne avec qui, qui OPAt, qui qui? L'information économique aujourd'hui ressemble à l'illustration d'un chapitre marxiste sur la concentration du capitalisme.

Même une coopérative comme Migros, qui jouit d'une image forte et bien identifiée, entre dans cette invitation à la valse. Globus avait racheté Innovation avant d'être racheté par Migros. Bien évidemment il est affirmé qu'il ne faut pas confondre Dupond et Dupont, que chaque société conserve et son autonomie et, comme on aime à dire, sa culture d'entreprise. Mais si rien n'était destiné à changer, pourquoi investir tant de millions? Il y a bel et bien transfert de pouvoir. Il apparaît quand on pose la question simple: qui nomme (ou démet) les responsables et qui dicte leur cahier des charges?

Lorsqu'une marque est clairement connotée, la holding qui en détient plusieurs peut jouer de cette diversité. Beaucoup croient boire, en eau minérale, italien avec San Pellegrino; ils ont même l'illusion que les restaurants et les pizzerias tenus par des transalpins proposent volontiers ce produit par solidarité nationale. Perrier, paraît-il, est français comme le champagne. Mais tous deux sont Nestlé.

On connaît les justifications de ces regroupements: ouverture des marchés, changement d'échelle, masse critique. On souligne que les commissions de la concurrence, nationale, américaine, européenne veillent à empêcher toute situation de monopole (encore que ce ne fut pas évident pour la construction aéronautique et la fusion Boeing Mac Douglas). Il n'y a pas confidentialisme. Les rapports de gestion des groupes mentionnent les participations.

Mais le grand public, le plus souvent, ignore les rapports réels. La législation devrait exiger que l'étiquette permette

La législation devrait exiger que l'étiquette permette d'identifier le groupe majoritaire ou propriétaire.

C'est aussi important que les composants du produit

d'identifier le groupe majoritaire ou propriétaire. C'est aussi important que les composants du produit. L'économie requiert des rapports clairs et non des écrans multiples. Les consommateurs disposent d'un pouvoir accru sur l'image des sociétés. Des investisseurs institutionnels

(caisses de pension) exigent de plus en plus que les placements tiennent compte de critères éthiques. Les syndicats doivent pouvoir remonter jusqu'au pouvoir réel.

Il n'y a pas de rapports humains sains, y compris au chapitre essentiel de l'économie, si l'on ne joue pas à visage découvert.

AG