

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 34 (1997)
Heft: 1301

Artikel: L'union fait la force, pour autant qu'il y ait des adversaires
Autor: Savary, Géraldine
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1015118>

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>

L'union fait la force, pour autant qu'il y ait des adversaires

À l'heure où les patrons rechignent à signer les conventions collectives, préférant négocier des accords internes avec le personnel de l'entreprise, les syndicats de la branche des médias décident de s'unir pour n'en former plus qu'un.

DANS LE MONDE des médias, alors que les savoir-faire et les compétences se transforment, les syndicats qui défendent la branche restent corporatistes. Des employés travaillent alors sans être au bénéfice d'une convention collective, parce que les conventions traditionnelles ne couvrent plus la spécificité ou la polyvalence des activités professionnelles.

Les trous contractuels caractéristiques de nombre de ces professions, l'expérience positive d'IGMedien, le syndicat allemand des médias, ont poussé les divers syndicats à unir leurs forces. Une association «Syndicat des médias» a été constituée au début de l'année et un projet précis sera soumis en juin à la discussion et à l'approbation de tous les membres. Ce nouveau syndicat abritera toutes les professions de la branche des médias: typos, relieurs, expédition, journalistes, libraires, publicitaires, graphistes, etc..

Un nouveau syndicat unitaire

On parlera désormais d'une branche – celle des médias – subdivisée en plusieurs secteurs professionnels. Ces secteurs seront tous représentés au comité central du syndicat unitaire. Cependant les secteurs seront indépendants les uns des autres, ainsi que les politiques de négociation entre partenaires sociaux.

Ce nouveau syndicat sera plus fort pour défendre des employés de la branche peu ou pas couverts par une convention collective de force obligatoire, il permettra aussi de créer des stratégies plus solides avec les journalistes qui pèsent d'un poids plus fort auprès des employeurs.

Demeurent plusieurs questions: d'une part, comment des syndicats de culture et de tradition différentes vont-ils coexister? La légendaire combativité de certains syndicats, tels le syndicat du livre et du papier, va-t-elle s'émousser si elle s'exprime dans une structure certes unitaire, mais plus lourde, avec d'autres représentants syndicaux préférant la négociation à la confrontation?

D'autre part, quelle sera la position du patronat? On se souvient qu'en 1995 Edipresse avait quitté l'association patronale, ASAG/VISCOM, refusant tout dialogue avec le syndicat

(voir DP 1279). Alors que nombre de patrons tiennent au partenariat, certaines entreprises font cavalier seul, refusent de signer une convention collective et pratiquent le dumping salarial. L'impact du futur syndicat des médias dépendra alors en grande partie de la force de l'association des employeurs. Pour que le nouveau syndicat unitaire puisse défendre toute la branche, il faut qu'il ait un interlocuteur représentant véritablement le patronat, ou que les employeurs créent eux aussi une association unitaire, par exemple une association de la presse.^{gs}

POLITIQUE ÉCONOMIQUE

Le modèle hollandais

«**I**L N'Y A PAS de miracle économique hollandais» annonce d'emblée un haut fonctionnaire du Ministère de l'économie à un parterre de journalistes helvétiques venus s'informer des raisons du succès des Pays-Bas: un million d'emplois créés en 13 ans et une croissance annuelle moyenne de 2,7% au cours des trois dernières années (*Basler Zeitung*, 5 mai 1997).

Avant de s'enthousiasmer pour un modèle qui affiche des résultats impressionnants, il faut d'abord se remettre en mémoire la situation de départ. La Hollande connaît alors une quote-part de l'État au produit intérieur brut élevé (61%), une pression fiscale lourde (55%), un déficit public important (6% du PI), un taux d'inactifs au bénéfice de l'aide sociale exceptionnellement haut. Bref, peu de points communs avec la Suisse.

C'est à cette situation que le gouvernement hollandais de centre gauche réagit. En accord avec les partenaires sociaux, il décide de geler le salaire minimum, de réduire de 3% les salaires des fonctionnaires et de diminuer les impôts, de manière à maintenir le pouvoir d'achat. Par ailleurs les hausses de salaire sont strictement indexées à la croissance de productivité. Un effort particulier est fait en faveur des salariés sans qualification et des chômeurs de longue durée: pour inciter les employeurs à les embaucher, le gouvernement réduit les charges sociales pour ces catégories de salariés. *jd*