Zeitschrift: Revue syndicale suisse : organe de l'Union syndicale suisse
Herausgeber: Union syndicale suisse
Band: 31 (1939)
Heft: 1

Artikel: Cartels et accords à caractère de cartels dans l'économie suisse
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-384168

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: 20.07.2025

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

Cartels et accords à caractère de cartels dans l'économie suisse.

Dans notre numéro de novembre 1937, nous avons publié le résumé de la première partie de l'enquête effectuée par la commission d'étude des prix du Département fédéral de l'économie publique relative au développement des cartels et des accords à caractère de cartels dans l'économie suisse. Le IIe fascicule de cette enquête vient de paraître *. Il s'étend aux industries des produits alimentaires, boissons et tabac, du vêtement et de la confection, du cuir, du caoutchouc, du linoléum et des produits similaires. Nous allons tenter de donner un aperçu succinct de cette intéressante publication. En ce qui concerne la définition du cartel et de la cartellisation, nous renvoyons nos lecteurs au numéro mentionné plus haut de la « Revue Syndicale ».

4me partie: Industries des produits alimentaires, boissons et tabac (sans la production naturelle).

a) Meunerie.

1° L'« *Union des meuniers suisses et les cartels régionaux de meunerie* ». Cette organisation groupe une centaine de moulins, soit environ le tiers des 330 moulins de commerce qui assurent le 68 % de la mouture de la farine et de la semoule. Les moulins de moins grande importance constituent l'« Association suisse des moulins petits et moyens », qui ne saurait être considérée comme organisation à caractère de cartel. L'entreprise dissidente la plus considérable est sans contredit la « Minoterie coopérative des sociétés suisses de consommation », associée à la « Neumühle » de Berne et au « Moulin coopératif de Rivaz ».

L'« Union des meuniers suisses » (U. M. S.) n'est pas en mesure d'intervenir directement dans les conditions de production et de vente de ses sociétaires. Par contre, 7 groupements régionaux ont un caractère de cartel. Il faut d'ailleurs distinguer entre les associations qui recourent au contingentement et celles qui se contentent de simples accords de prix. Les cartels des prix, ou encore ceux réglant les prix et les conditions de vente, ne sont pas en mesure de régulariser les prix d'une manière durable. Les associations de la Suisse romande, celle des meuniers de l'Oberland st-gallois et des Grisons (plus Glaris) ne recourent pas au contin-

* 19e publication de la commission d'étude des prix du Département fédéral de l'économie publique. Edition du Département fédéral de l'économie publique. Berne 1938.

gentement et se bornent à réglementer les prix et les conditions de vente. Les autres associations appliquent, en outre, le contingentement en répartissant les contingents entre leurs membres. Lorsqu'ils dépassent le contingent qui leur a été attribué les sociétaires paient une taxe à l'association à laquelle ils appartiennent. Du point de vue du cartel, il semble que le contingentement joue sans heurt.

2° *L'organisation des moulins à blé dur.* Ces moulins ne disposent que d'une organisation assez peu rigide. Parmi les organisations régionales seule l'« Association des moulins à blé dur de la Suisse orientale » a contingenté fortement les ventes de ses sociétaires. Les dépassements de contingentements sont frappés de fortes pénalités. L'association fixe également les prix minima considérés comme obligatoires pour la semoule de cuisine et la semoule servant à la préparation des pâtes alimentaires.

3° « *Association suisse des moulins à façon.* » Cette organisation fixe des salaires de mouture uniforme. Ces prix devant être obligatoirement respectés par les sociétaires, l'association a donc le caractère d'un cartel. La façon dont les prix sont observés varie d'une région à l'autre; aux dires de l'association, elle est notamment influencée par la concurrence des minoteries coopératives.

4° L'« *Union suisse des moulins agricoles* » groupe les moulins agricoles et les sociétés coopératives de meunerie de la Suisse romande, qui effectuent la mouture des blés de leurs membres, producteurs agricoles. L'Union ne règle ni les prix ni les conditions de vente; toutefois, elle cherche néanmoins à empêcher que les prix ne tombent pas au-dessous d'un certain minimum. Nous ne sommes donc pas en présence d'un cartel.

b) Boulangerie et pâtisserie, fabrication des pâtes alimentaires, des biscuits, de la confiserie et du chocolat.

1° L'« *Association suisse des maîtres - boulangers - pâtissiers* » groupe 6000 membres en chiffre rond. L'activité du groupement embrasse l'ensemble des intérêts professionnels de la boulangerie (conditions de travail, prix, organisation, salaires, questions professionnelles générales, formation professionnelle, assistance, etc.). Toutefois, l'essentiel de l'activité de l'association, le prix de vente du pain et, le cas échéant, des produits de la petite boulangerie, sont fixés par les sections et les associations cantonales. Seule la vente de la farine est réglementée pour l'ensemble du territoire de la Confédération. En droit, le « livre d'achat » est la forme écrite du contrat de vente de la farine, prévue par l'article 16 C. O. Les autres conditions sont arrêtées par des accords régionaux conclus entre meuniers et boulangers et que l'on nomme conventions ou contrats de « communauté d'intérêt ». Les prix du pain étant aujourd'hui fixés par la Confédération, le livre d'achat n'a plus la même importance qu'autrefois.

2° L'« *Union suisse des confiseurs-pâtissiers* ». Cette organisation ne connaît que des accords à caractère de cartel. Une commission des prix établit les prix normaux. L'association a mis sur pied une société coopérative d'achat qui a pour but de « concentrer la puissance d'achat des sociétaires » et de leur permettre de mieux lutter contre la concurrence.

3° L'« *Union suisse des fabricants de biscuits et de confiserie* » tente de lutter contre les prix de vente irrationnels. En ce qui concerne la confiserie, il existe une convention des prix dont l'application laisse beaucoup à désirer. Nous sommes bien en présence d'un cartel mais dont l'efficacité est très limitée. Une convention biscuitière réglemente les prix et les conditions de vente. Mais ce tarif minimum n'a jamais été respecté d'une manière satisfaisante. Comme dans la confiserie, il ne s'agit que d'une convention cartellaire à effet limité. La concurrence dissidente est par ailleurs considérable (Migros, Uni-prix, sociétés de consommation, boulangers).

4° « *Union suisse des fabricants de pâtes alimentaires.* » Cette organisation n'a pas réglementé les prix. De cartel fortement organisé qu'elle était autrefois, elle est devenue une organisation à caractère de cartel. Les membres sont liés par un accord à bien plaire sans dispositions pénales. Par contre, les conditions de vente font l'objet d'un règlement dont les dispositions sont impératives.

Actuellement, cependant, la situation est telle que l'intervention des pouvoirs publics, dans le domaine des prix, confère à leur réglementation le caractère coercitif de dispositions cartellaires. Après la dévaluation, l'Office de contrôle des prix du Département de l'économie publique a fixé des prix de fabrique maxima que les producteurs considèrent, en revanche, comme minima. De même, les rabais maxima que les fabricants sont autorisés à accorder, ont été également fixés.

5° *Industrie du chocolat.* La « Chambre syndicale des fabricants suisses de chocolat », à laquelle sont affiliés la plupart des producteurs, constitue une organisation assez libre qui a pour tâche de défendre les intérêts de l'industrie chocolatière. Par contre, la « Convention chocolatière », constituée par un certain nombre de membres de la Chambre syndicale, a davantage d'importance. Ses conditions de vente et son tarif commun minimum lui confèrent un caractère très marqué de cartel des prix et des conditions. La première réglementation des prix date du début du siècle. Les prescriptions de la convention actuellement en vigueur sont sauvegardées par un système d'amendes conventionnelles très sévères. Les ententes de la convention chocolatière peuvent être considérées comme des mieux respectées en dépit d'une dissidence importante.

c) Boucherie, charcuterie, industrie des conserves, fabrication des graisses et huiles comestibles et de la choucroute.

1° L'« *Union suisse des maîtres bouchers* » n'a pas un caractère de cartel. Par contre, les prix, mais exclusivement pour les viandes et produits de charcuterie les plus courants, sont fixés par les associations locales ou cantonales. L'Union publie chaque mois une statistique dans le « Journal suisse des bouchers et charcutiers » qui s'étend à 550 boucheries affiliées. Il ne s'agit pas de la publication de prix normaux mais uniquement de mercuriales. Toutefois, d'une manière générale, l'organisation exerce une influence considérable sur la formation des prix. Les conditions de vente sont réglées localement. En résumé, on peut dire que la boucherie est une branche cartellisée par localité et pour la vente de certains articles seulement.

2° « *Association suisse des fabricants de charcuterie.* » Cette organisation peut fixer des prix qui doivent être observés par tous les membres; toutefois, ils ne sont valables que pendant une durée limitée. En fait, l'association s'est bornée, jusqu'à présent, à fixer des prix normaux pour le jambon en boîte seulement. La concurrence des entreprises dissidentes est très vive.

3° L'« *Union des fabriques suisses de conserves* ». Parmi les membres de cette organisation seules les fabriques de Lenzbourg et de Rorschach ont conclu un accord en vue de fixer les prix et les conditions de vente.

4° *Industrie des graisses et huiles alimentaires.* Jusqu'en 1933 les producteurs étaient groupés uniquement par l'« Union suisse des fabricants de margarine et graisses comestibles » à laquelle s'étaient affiliées les deux fabriques fondées en Suisse pendant la guerre sur une initiative étrangère. Les rapports de certaines fabriques, membres de l'organisation, avec le trust international des graisses et des savons aboutit à des difficultés et à la démission de quelques fabriques qui constituèrent l'« Union suisse des fabricants hors trust de graisse ». En accord avec les principaux acheteurs, l'« Union des fabricants de margarine et graisses comestibles » fixe périodiquement les prix de l'huile, soit le prix de vente de la fabrique au grossiste ainsi que le prix payé par le détaillant et le consommateur. Nous sommes donc en face d'un cartel des prix, qui, sans formalisme apparent, fonctionne d'une manière très satisfaisante. Les conventions réglementant les prix des graisses comestibles non additionnées de margarine et des margarines fonctionnent en dehors des limites de l'organisation et groupe même des membres de l'« Union des fabricants hors trust » ainsi que d'autres entreprises; elle a un caractère d'accord à bien plaire. Quant à l'« Union des fabricants hors trust », elle ne peut pas être considérée comme un cartel proprement dit, bien que ses membres aient partie liée avec une coalition industrielle

de ce genre, du fait des conventions réglementant les prix des graisses comestibles et des margarines.

5° L'« *Union des fabricants suisses de choucroute* » fixe des prix obligatoires auxquels les membres sont toutefois autorisés à se soustraire lorsqu'ils se heurtent à la concurrence des dissidents, qui sont nombreux. L'organisation tente également de déterminer les conditions de vente.

d) Industrie des boissons.

1° *Brasseries.* Il existe dans la brasserie deux organisations nationales distinctes dont les tâches sont respectivement délimitées: l'« Association des brasseries suisses » et la « Société suisse des brasseurs ». La première est une association exclusivement patronale. La seconde traite toutes les questions économiques qui intéressent la branche, en particulier les rapports entre l'industrie de brasserie et la clientèle. La convention des brasseries suisses réglemente les prix et la qualité de la bière, les conditions de livraison et de concurrence, assure le « respect de la clientèle » (ancienne convention dite de la « protection de la clientèle »), les rapports avec la « Société suisse des cafetiers ». Les conventions qui font règle aujourd'hui pour assurer la protection de la clientèle, constituent le prolongement d'anciens accords similaires. Selon ces dispositions les cafetiers sont obligés, aujourd'hui encore, de vendre la bière des brasseries dont ils étaient clients en mars 1916. Les nouveaux débits sont soumis au régime de la libre concurrence. Mais aussitôt que le nouveau débit a choisi son fournisseur, il lui demeure acquis en vertu de cette convention. L'autorisation de changer de fournisseur n'est accordée que sous certaines conditions.

La convention assurant le respect de la clientèle ne constitue pas, à vrai dire, un accord de contingentement, bien qu'elle en ait le caractère; elle se borne à assurer aux brasseries un certain effectif de clients mais non pas un chiffre d'affaires déterminé, exprimé en valeur absolue ou en pour-cent du total des ventes. Les brasseries ne disposent donc pas de districts déterminés mais uniquement d'une clientèle fixe qui peut habiter des localités ne se trouvant pas toutes dans un rayon déterminé. On tend, afin de limiter les frais de transport, à fixer à chaque brasserie un rayon rationnellement déterminé. Toutefois, jusqu'à présent, les efforts faits dans cette direction n'ont pas encore donné des résultats très encourageants.

La convention passée par la « Société des brasseurs suisses » avec la « Société suisse des cafetiers » assure à ces derniers un prix minimum pour la vente de la bière (25 ct. les 3 dcl. actuellement) en ce sens que le Syndicat des brasseurs suspend la livraison aux gâcheurs aussi longtemps qu'ils ne respectent pas les prix minima

de la vente au détail, qui sont d'ailleurs fixés par la Société suisse des cafetiers après entente avec les brasseurs.

Les « contrats de bière » sont des accords passés entre une brasserie et un cafetier. Lorsqu'une brasserie accorde un prêt ou une caution à un cafetier elle peut l'obliger à acheter sa bière exclusivement. C'est une précaution rendue nécessaire par le fait qu'il n'est pas certain que la convention des brasseurs (ou principe du respect de la clientèle), qui court de trois en trois ans, soit renouvelée. A l'heure actuelle, 58 brasseries font partie de l'Association suisse des brasseurs. Il existe, en outre, quelques petites brasseries dissidentes, mais qui respectent les prix. Le mouvement de concentration que l'on constate dans l'industrie de la bière n'est pas dû au cartel mais simplement au fait que les grandes entreprises ont la tendance à en acheter de petites pour réduire la concurrence. Toutes les violations de la convention entraînent des amendes conventionnelles. La surveillance et l'application de la convention sont réglées d'une manière détaillée. Nous sommes en face d'un cartel solidement organisé et très efficace. Il est né des abus de la concurrence.

2° *Eaux minérales.* L'« Association suisse des sources d'eau minérales » groupe les propriétaires des sources. Ce groupement fixe des prix minima pour la vente des eaux minérales prises à la source. Ces prix n'ont pas toujours été respectés. Il est intéressant de souligner que les brasseries sont financièrement intéressées aux sources. Le commerce est entre les mains de l'« Association suisse des grossistes en eau minérale ». L'achat en commun des eaux de table et médicinales étrangères permet à l'association de les obtenir à des prix minima. Le groupement jouit d'une situation de monopole dans le commerce des eaux de table de provenance étrangère. Les violations de la convention sont frappées d'amendes.

3° *Le cidre doux.* Hormis quelques rares exceptions, les producteurs de cidre doux en Suisse sont affiliés à la « Fruit-Union suisse, département de la cidrerie ». Les 40 membres affiliés produisent environ le 95 % de la production industrielle de cidre doux du pays destiné à la vente. Nous sommes en présence d'un accord cartellaire nettement caractérisé (réglementation des prix et des débouchés). Les violations des dispositions entraînent des peines conventionnelles.

4° *Liqueurs et spiritueux.* La « Société suisse des liquoristes » groupe non seulement les vendeurs mais encore les distillateurs et les fabricants de liqueurs et sirops. Actuellement, la réglementation des prix ne concerne que les liqueurs de provenance étrangère et des spécialités se rapprochant des articles de marque et dont les prix sont également fixés par les fabricants étrangers. Il existe aussi des conventions locales en vue de réglementer les prix; mais elles ne prévoient pas de sanctions. Jusqu'à aujour-

d'hui tous les efforts en vue d'une réglementation générale des prix ont échoué.

5° *La fabrication du vinaigre.* L'« Union suisse des fabricants de vinaigre fermenté » constitue un cartel de prix et de conditions de vente prévoyant des amendes conventionnelles. Le cartel dispose d'un droit de contrôle très étendu. La convention qui lie les membres de l'Union, tente de réglementer la production sans contingentement en interdisant aux membres de favoriser, soit financièrement, soit par les conseils de leur expérience, la fondation de toute nouvelle entreprise.

e) Industrie du tabac.

1° *Fabrication des cigares et des « bouts ».* L'« Union des fabricants de cigares de la Suisse centrale » (UCIFA) a pour but de réglementer les prix et les conditions de vente. La dissidence joue un grand rôle puisqu'il n'y a guère que les membres de l'UCIFA qui fassent partie d'une organisation cartellaire. Quoi qu'il en soit, nous assistons à des efforts convergents en vue d'établir une réglementation générale des prix et des poids en Suisse.

2° *Fabrication des cigarettes.* L'« Association suisse des fabricants de cigarettes » a mis sur pied une convention groupant toutes les entreprises fabriquant à la machine. La « Convention des cigarettes » constitue une réglementation extrêmement détaillée des prix et des conditions de vente (prix de fabrique et de vente minima, conditions de livraison et de paiement, rabais, emballages, réclame). L'observation de la réglementation, assurée par des dispositions pénales très strictes, est satisfaisante. Grâce à son organisation complète, l'Association jouit théoriquement d'un monopole quasi-absolu dont l'exploitation, toutefois, est pratiquement limitée par des charges fiscales considérables. En vertu d'une convention, les « grossistes reconnus » sont tenus d'observer les prix fixés par l'association des fabricants de cigarettes qui réglemente les prix de gros, alors que la « Fédération suisse du tabac » s'occupe surtout des prix de détail.

3° *Fabrication du tabac à fumer* (tabac à pipe). L'« Association des fabricants de tabac à fumer » est un cartel qui fixe les prix et les conditions de vente. La réglementation cartellaire porte surtout sur les articles bon marché et de grande consommation, qui représentent une partie importante du chiffre d'affaires de l'industriel. Les violations de l'entente sont frappées de peines conventionnelles sévères.

4° La « *Fédération suisse du tabac* », qui groupe les fabricants et les commerçants, constitue une association de sauvegarde destinée à protéger les prix de détail. Le but essentiel de la fédération est de contrôler l'application des prix de détail fixés pour la vente des produits manufacturés. L'association ne réglemente pas les prix de gros. Elle tente, en outre, d'empêcher l'appro-

visionnement des gâcheurs en produits de tabac. Etant donné le grand nombre des débits de tabac, il n'est pas facile de contrôler les prix. Le contrôle se limite presque exclusivement aux villes.

Nous sommes donc en présence d'un cartel d'un type spécial disposant d'une organisation très complète. C'est une sorte d'organisation faîtière, destinée à empêcher l'approvisionnement des négociants indésirables ou boycottés en recourant aux moyens les plus perfectionnés de la technique moderne des cartels. Nous avons affaire à un cartel de livraison, d'approvisionnement et de contrôle. Si la procédure du cartel n'est pas toujours efficace, le fait en est dû aux circonstances particulières inhérentes à la branche du tabac. Le débit de tabac est devenu, en quelque sorte, le refuge de certains déshérités de l'existence. L'encombrement de la branche est devenu évident. L'association cherche à permettre aux individus de ressources modestes de se protéger mutuellement contre une diminution de leurs recettes et, partant, de leur niveau d'existence. Il semble que le rapport des magasins de détail et les revenus des négociants en tabacs soient devenus très précaires ensuite des charges fiscales élevées et de l'encombrement de la branche.

5me partie: Industrie du vêtement et de la confection.

1° *Commerce de gros et de détail des produits textiles.* Le commerce de gros est organisé dans l'« Association suisse des maisons de gros de la branche textile » qui groupe toutes les entreprises importantes de la branche. Les réglementations de prix ne sont qu'exceptionnelles. L'association a conclu un accord avec deux fabricants de coton fixant, pour certaines sortes d'étoffes, des prix de gros que les grossistes sont tenus d'observer. Les prix de vente ont été fixés pour un certain nombre d'articles de coton imprimé. Il s'agit d'ententes libres jouant selon les nécessités de la conjoncture. Des sanctions ne sont pas prévues.

Il existe encore des articles de marque dont les prix sont fixés par les fabricants; d'une manière générale, ces articles ne sont livrés qu'aux maisons qui se sont engagées à respecter les prix de gros et de détail fixés. La Société suisse des commerçants de la branche textile établit des prix courants et engage ses membres à calculer rationnellement leurs prix de vente et, de cette manière, les réglemente dans une certaine mesure. Il existe encore un certain nombre de sociétés et coopératives d'achat groupées librement pour l'achat en commun et pour procéder à des échanges de vue sur les prix de détail.

2° *Mercerie et bonneterie.* Bornons-nous à mentionner en passant l'existence d'un « Syndicat international des fabricants de boutons à pression » qui a unifié les prix de vente. Par contre, les prix des boutons et des garnitures pour vêtements ne sont pas

réglementés dans le commerce de gros. Nous assistons toutefois à une concentration dans la fabrication des fermetures-éclairs.

3° *Soie à coudre, fil à tricoter et à coudre.* En ce qui concerne la soie à coudre des ententes réglementant les prix et les conditions de vente ont été conclues entre les diverses organisations existantes. En ce qui concerne le fil à tricoter et pour ouvrages à l'aiguille une convention oblige les clients des fabriques à respecter les conditions de vente et de livraison de même que les prix courants établis par les fabricants. A Zurich, le « concern » de vente (Agence centrale, S. A.) des grands producteurs anglais couvre les $^2/_3$ des besoins du pays en fil à coudre. Il exerce donc une influence prépondérante sur les prix étant donné que les autres fournisseurs ont pris l'habitude de régler leurs prix sur ceux des marques anglaises.

4° *Fabrication de la ouate.* L'« Union suisse des fabricants de ouate » a mis en vigueur depuis plusieurs années une convention fixant les prix courants pour la ouate industrielles. Ses prescriptions ont un caractère obligatoire. La cartellisation donne de bons résultats.

5° *Fabrication de tissus élastiques.* L'« Association suisse des fabricants de tissus élastiques » ne connaît pas de réglementation, si ce n'est pour une spécialité seulement, les lisses de tricotage, qui ne représente qu'une minime partie de la production. Un accord spécial réglemente les prix et contingente, avec sanctions, la vente de cet article. Les dissidents sont nombreux.

6° *Plumes et duvets.* Les membres de l'« Association des manufactures suisses de plumes et de duvets » se réunissent occasionnellement pour discuter les prix de quelques qualités supérieures.

7° *Ateliers de tailleurs et maisons de couture.* L'association et le syndicat suisses des maîtres tailleurs établissent des prix normaux qui varient d'une localité ou d'une région à l'autre. Ces prix sont censés être des minima; pratiquement ils sont devenus peu à peu des maxima sous la pression des nombreux dissidents qui vendent au-dessous des prix et qui sont suivis même par les ateliers syndiqués.

En ce qui concerne les *uniformes d'officiers*, un accord à bien plaire a été conclu en 1937 entre les trois fabriques les plus importantes qui assument à elles seules les $^2/_3$ de la fabrication suisse. Cet accord prescrit des prix minima normaux pour les pièces les plus courantes. En ce qui concerne les *uniformes civils*, les administrations publiques fixent les normes en matière de prix. Le « Syndicat des industriels en vêtements pour hommes et garçons » a unifié les conditions de livraison et de paiement, mais sans régler, toutefois, les conditions de prix et de vente. Il n'existe pas davantage de réglementation des prix dans la branche de la confection pour dames et messieurs et dans l'industrie de la lingerie.

8° *Fabrication des chapeaux et casquettes.* La « Société suisse des fabricants de chapeaux et casquettes » fixe, selon la saison, les prix de vente minima pour certaines qualités-types de chapeaux de dames et de chapeaux de paille pour homes. L'association a unifié les conditions de vente et de livraison. La convention fonctionne d'une manière satisfaisante. L'« Union suisse des fabricants de casquettes d'uniformes » impose à ses membres des prix obligatoires minima. Le « Syndicat argovien des fabricants de tresse pour la chapellerie » a unifié, par des dispositions impératives, les éléments du calcul des prix. La formation des prix est donc réglementée. L'organisation a promulgué des conditions de vente et de paiement obligatoires pour les membres. Elle a, en outre, la faculté de fixer des prix minima pour la vente des articles en série, des articles standardisés et des stocks.

10° *Autres branches connexes.* L'« Association suisse des fabricants de couvertures en laine et mi-laine » fixe des prix minima pour certaines qualités. Elle a promulgué des conditions obligatoires de paiement et de livraison. Dans le domaine de l'industrie du blanchissage existent, dans certaines grandes villes, des accords entre les magasins de la branche. L'« Association suisse des teintureries et lavages chimiques » impose à ses membres des listes de prix minima.

6me partie: Industrie du cuir, du caoutchouc, du linoléum et des produits similaires.

a) Cuir.

1° *Tannerie.* Les peaux s'achètent à des ventes aux enchères organisées périodiquement par les coopératives régionales pour l'utilisation des peaux créées par l'« Union suisse des maîtres bouchers ». Les enchères ainsi que les conditions de vente sont réglementées par des accords conclus entre ces coopératives et l'« Union des propriétaires de tanneries suisses », dont la « société commerciale » joue le rôle d'acheteur en gros. Acheteurs et vendeurs s'opposent donc en deux groupes fortement organisés. D'une manière générale, les prix obéissent aux fluctuations du marché mondial. Les tanneries n'ont réglementé entre elles ni les conditions de vente ni les prix. Une décision prise l'an dernier par l'association se borne à déterminer les conditions de paiement. Pour autant qu'il s'agit de livraisons à l'administration militaire, elles sont réglées par les normes qu'elle a convenues avec l'association des tanneries. Les maîtres selliers paient les prix normaux arrêtés par les accords.

2° *Fabrication des courroies de transmission.* L'« Association des fabricants suisses de courroies de transmission » a fixé des prix minima obligatoires. Elle détermine les prix de vente aux revendeurs et aux consommateurs. Certains consommateurs importants

bénéficient de prix inférieurs à ceux des consommateurs ordinaires. Des sanctions ne sont pas prévues. Les innovations techniques ont fortement réduit la demande en courroies de transmission. Nous sommes donc en présence d'une surproduction.

3° *Commerce du cuir.* Contrairement au commerce d'importation, qui ne connaît pas de réglementation des prix, le commerce de gros et de mi-gros a conclu des accords cartellaires. L'« Union suisse des marchands de cuir » a conclu un accord avec les tanneries les plus importantes. Elle s'engage à prendre une certaine proportion de la production, alors que les tanneries sont obligées de mettre à disposition de l'Union une partie déterminée de leur fabrication. C'est sur la base de cet accord que sont fixés les prix, obligatoires pour les membres. Ces prix concernent la revente de certaines qualités de cuir fort. Etant donné que l'Union groupe la presque totalité des marchands de cuir l'efficacité du cartel est considérable. Les conditions de paiement sont également normalisées.

4° *La sellerie.* Diverses sections de l'« Union suisse des maîtres selliers et tapissiers » ont établi des prix normaux qui ne sont toutefois pas strictement respectés. L'« Association des grossistes fournisseurs des maîtres tapissiers-décorateurs » a établi des prix courants et des prix normaux pour quelques catégories d'articles. Les prix et les conditions sont obligatoires pour les membres. L'association a conclu avec une partie des fournisseurs une convention réglementant les prix et qui assure, en outre, certains avantages aux sociétaires. En contre-partie, les membres s'engagent à acheter chaque année une quantité déterminée de la production indigène.

5° *Fabrication des chaussures.* Dans cette branche règne une concurrence effrénée. Ces derniers temps, les organisations compétentes ont tenté de fixer des prix minima pour certains articles standardisés. Toutefois, l'application de ces dispositions s'est avérée si difficile qu'elles ont été abandonnées.

6° *Cordonnerie.* Le 90 % des cordonniers se consacrent aux travaux de réparation. La « Société suisse des maîtres cordonniers » a fixé un tarif, mais qui ne prévoit pas de sanctions. Il est assez peu respecté, le nombre des dissidents étant considérable. L'« Association suisse des ateliers mécaniques de réparation de chaussures », qui groupe aussi les ateliers mécaniques de ressemelages, cherche à mettre sur pied un tarif dont les taux seraient, naturellement, inférieurs à ceux du tarif des maîtres cordonniers.

b) Caoutchouc.

1° *Les articles en caoutchouc, sans les bandages pneumatiques.* Nous sommes en présence de divers syndicats. Une convention a été passée entre les fabriques suisses de caoutchouc et l'« Asso-

ciation du commerce du caoutchouc » pour la vente des tuyaux d'arrosage à haute pression. Les fabricants s'engagent à ne livrer cet article qu'aux grossistes exclusivement. La liste des prix courants est protégée par des sanctions.

2° *Bandages pneumatiques.* Dans ce domaine, les transactions sont régies par des conventions internationales. Le commerce américain est organisé dans la « Rubber Exportation Association » (REA) qui fixe régulièrement les prix à l'exportation. Les produits anglais Dunlop règlent leurs prix sur ceux de la REA, ce que font également la plus grande partie des producteurs européens. En Suisse, ce sont donc surtout les prix de la REA qui sont déterminants. L'industrie indigène a pris un développement considérable. Il s'agit surtout de deux maisons qui ont passé entre elles une convention qui règle les conditions de vente. Les prix courants, qui avaient été fixés pendant un certain temps, sont redevenus libres.

c) Tapis, linoléums.

1° *Tapis de laine.* Dans le domaine de la fabrication les prix ne sont pas réglés. Par contre, l'« Association suisse des marchands de tapis » a tenté d'unifier les prix ou tout au moins les éléments de leur calcul en accord avec les fabricants. Malgré l'absence de toute sanction, ces efforts ont eu des résultats satisfaisants.

2° *Tapis de coco.* En 1918, les fabriques de la branche ont constitué une « Union des fabricants suisses de tapis de coco » afin d'unifier les prix, qualités et conditions de vente, de contingenter les débouchés et d'acheter en commun les matières premières. Le syndicat a ouvert deux comptoirs de vente par lesquels passent obligatoirement toutes les transactions des sociétaires. Des amendes conventionnelles sont prévues lors de la violation de cet accord.

3° *Tapis en linoléum.* Les fabriques sont affiliées à deux grands cartels internationaux. La « Linoleum & Floorcloth Manufacturers association », Londres, qui groupe les fabriques anglaises, et la « Linoléum-Union continentale », qui groupe les fabriques du continent, entre autres celle de Giubiasco. Ces deux associations déterminent les prix de fabrique, y compris ceux de Giubiasco. En Suisse, les fabricants ne vendent que par l'intermédiaire du « Syndicat suisse des marchands de linoléum ». Les producteurs ne vendent donc qu'aux membres de l'association, dont les prix de vente sont protégés internationalement par l'industrie elle-même, en ce sens que les fabriques s'engagent à n'offrir leurs marchandises aux membres du syndicat qu'aux prix et conditions arrêtés. Les relations entre le syndicat et la fabrique de Giubiasco sont réglées par un accord à bien plaire, qui attribue à Giubiasco le 80 % des livraisons de linoléum incrusté acheté par les membres. Le solde de 20 % est réparti entre les fabriques

étrangères. Le syndicat fixe les prix et conditions de vente. Les prix courants en vigueur sont obligatoires. Les conditions de paiement et de livraison sont également réglementées.

4° *Sols en caoutchouc.* Les trois fabriques suisses ont conclu un accord réglementant les prix et dont les dispositions sont impératives. Toute la vente passe par le commerce de gros. Les prix de détail sont également déterminés. Les violations de la convention ne font pas l'objet de sanctions.

La loi norvégienne sur l'assurance-vieillesse.

Par *Ernest Pfleging.*

Les efforts et les commentaires dont l'aide aux vieux travailleurs fait l'objet depuis tant d'années dans notre pays, ne laissent pas de rendre aussi intéressantes que nécessaires des comparaisons avec la situation de la prévoyance et de l'assurance-vieillesse dans les autres pays. Comme on le sait, dans un certain nombre d'Etats européens la prévoyance-vieillesse est réglementée par des textes législatifs. La réglementation en application en Norvège est d'autant plus remarquable qu'elle est de date récente et qu'elle est l'œuvre d'un gouvernement ouvrier dont l'assurance-vieillesse a été l'un des premiers points du programme de développement des institutions sociales. En 1923, le parlement norvégien avait accepté une loi prévoyant la mise sur pied de l'assurance-vieillesse mais elle n'est jamais entrée en application. Ce n'était donc pas une tâche facile pour le gouvernement ouvrier de Nygaardsvold, étant donné l'équilibre des forces et la majorité bourgeoise qu'il fallait convaincre, que de faire accepter ce nouveau texte de loi que d'aucuns considéraient comme révolutionnaire. La loi du 16 juillet 1936 n'en est pas moins un compromis; ses dispositions ne répondent pas entièrement aux revendications du parti ouvrier et des syndicats. Quoi qu'il en soit, elle n'en constitue pas moins un progrès social immense, étant donné qu'à l'heure actuelle le nombre des personnes ayant atteint l'âge de 70 ans atteint 160,000 dont l'immense majorité n'ont pas d'économies suffisantes pour vivre ou ne sont pas au bénéfice d'une pension.

Pour le moment la loi norvégienne sur l'assurance-vieillesse ne s'applique qu'aux ressortissants norvégiens. Elle peut être, en principe, appliquée aux étrangers par voie de concordat, c'est-à-dire dans la mesure où les Etats étrangers accordent la réciprocité. Le droit à la pension est atteint avec la 70e année d'âge révolue lorsque le recourant a passé la moitié de sa vie au moins (à partir de la 16e année) dans le pays (en tout cas les cinq dernières années). Des exceptions peuvent être consenties.