Zeitschrift: Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française

Herausgeber: Le messager suisse

Band: 33 (1987)

Heft: 1

Rubrik: Économie

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: 09.07.2025

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

ECONOMIE

La Swissair " alémanisée " ? les chiffres le contredisent

Désireux de casser les reins à un préjugé tenace (et non entièrement infondé), celui de l'identité exclusivement alémanique de Swissair, le directeur romand de la compagnie aérienne nationale, André Clemmer, a tenu à présenter son impact économique en Suisse romande. Les chiffres fournis par la direction romande à l'occasion d'une rencontre sur sol français, à Reims, fin novembre, entre la filiale de Swissair, CTA (Compagnie de transports aériens), la direction du groupe Mumm (client de Swissair depuis 1954) et la presse romande sont éloquents.

Qui l'eut imaginé ? En 1985, Swissair a acheté pour 30 millions de francs de marchandises en Suisse romande, en plus des quelque 30 millions de francs de redevances versés à l'Etat de Genève. Les régions ne sont pas oubliées : toujours en 1985, ce ne sont pas moins de 86 000 grandes et petites bouteilles de vin vaudois et valaisans, 60 tonnes de Gruyère, qui ont été consommés sur les vols Swissair. De l'eau de vie de poire (valaisanne) pour un million de francs y ont été avalés à 10 000 m d'altitude. De 1983 à 1986, quelque 400 000 montres Swatch ont été vendues. Et 4 000 quotidiens romands circulent chaque jour sur les vols Swissair (soit 20 tonnes de papier par mois). Et après la gastronomie lémanique, Swissair offre depuis le 1er septembre (en Europe) des spécialités tessinoises.

Contribution à la Romandie, mais surtout au canton de Genève, notamment avec son service hôtelier, dont la production correspond à celle qu'aurait un hôtel de 2 000 lits. Inauguré en 1959, il produisait 1 000 repas par jour avec 45 employés. En 1986, 320 employés " sortent " 6 000 à 8 000 repas par jour, de l'assiette de caviar des premières au " lunch-box " en passant par le plateau hors-d'œuvre - viande - dessert des deuxièmes, les plats casher, végétariens ou macrobiotiques. En 1985, le service hôtelier de Genève a préparé en moyenne 210 000 repas par mois. L'ensemble du secteur hôtelier de Swissair - services hôteliers Zurich et à Karachi (Pakistan) prépare 24 500 repas par jour et emploie 1 580 personnes, soit environ 9 % du total du personnel de Swissair.

Swissair et Champagne (Mumm) : Un tandem vieux de trente deux ans

Fondée en 1931, la Swissair est la première compagnie européenne à engager des hôtesses de l'air en 1934. Celles-ci servaient aux 14 passagers du Douglas DC-2 des sandwiches, du bouillon et du thé ou du café. C'était l'aventure, les passagers des pionniers. Une année après l'ouverture de la classe touriste en Europe et au Moyen-Orient, en 1953, Swissair passe un accord avec la Maison G.H. Mumm à Reims. 204 bouteilles de Champagne sont placées à bord : le début d'une longue et exclusive collaboration. Un citoyen suisse devait renforcer ces liens, le Tessinois Marzio Snozzi. Entré comme stagiaire chez Mumm, il devait y rester 35 ans et achever sa carrière comme directeur général.

La Suisse est le 4e importateur de Champagne Mumm (460 000 cols en 1985, après les Etats-Unis (2,5 millions de cols en 1985), la Grande-Bretagne, et la RFA, a précisé le directeur des établissements Mumm à Reims, Paul Coureau à l'occasion d'une rencontre entre un gros consommateur, la Swissair et sa filliale CTA (Compagnie de transports aériens), la presse romande et la direction du Groupe Mumm. La Suisse participe pour 11,5 % du marché exportateur. En revanche, les deux tiers de la production de Champagne est consommée... en France.

De 1954 à 1986, Swissair a servi six millions de cols de champagne, a précisé André Clemmer, directeur pour la Suisse romande. En 1985, les passagers Swissair ont consommé 811 000 litres de champagne du Groupe Mumm. A noter que la Swissair transporte 75 % de clients étrangers. Or, si tous ses vins blancs sont suisses, comme la fameuse Cure d'Atalens, par exemple, un tiers des vins rouges servis à bord sont français.

Sur les vols de ligne, l'alcool est aujourd'hui remis gratuitement. Faut-il faire descendre le champagne dans la " rue ", se demandait Rolf Kressig, directeur de CTA, soit dans les charters à destination de Palma, des Canaries, ou de la Grèce ? Un type de vol où les frais sont calculés au plus juste. " Sans doute, qui ne serait pas heureux de se voir offrir une petite bouteille de champagne pour fêter le départ, même si les célèbres petites bulles devaient majorer le prix du billet de 10 francs ", a souri Maurice Cense, directeur des exportations Mumm.

Emploi : les verrous sautent

Un accord historique vient d'être signé en Suisse, entre le groupe horloger ETA et la FTMH (syndicat de la métallurgie et de l'horlogerie), au sujet de l'aménagement du temps de travail. Il prévoit de donner la priorité à la réduction du temps de travail sur les hausses de salaires, et introduit de nouveaux horaires de travail par équipes, permettant aux usines du groupe de tourner pendant 24 heures sur 24 et sept jours sur sept. Une des dispositions les plus originales de cet accord concerne la création d'équipes du week-end, qui travailleraient trente heures par semaine réparties en trois jours, dimanche inclus.

Cette nouvelle organisation du travail est rendue nécessaire par l'évolution de la technologie, et pour assurer la position concurrentielle de l'industrie horlogère suisse face à la concurrence asiatique. Les usines de Marin du groupe ETA-SMH sont pratiquement les seules en Suisse à fabriquer des circuits électroniques intégrés de technologie avancée. Leur spécialité est la fabrication de circuit " sur mesure " dans les plus brefs délais. Or, ce genre de fabrication n'est concurrentielle que si les usines tournent pendant 24 heures tous les jours de l'année.

Le syndicat a parfaitement compris qu'une nouvelle formule d'aménagement du temps de travail était nécessaire pour préserver l'avenir et les emplois de l'horlogerie suisse. Pour l'heure, l'accord FTMH-ETA est bloqué par Berne, car il ne respecte pas certains points de la loi fédérale sur le travail concernant le repos dominical. On peut comprendre l'attitude de l'administration, car il n'est pas en son pouvoir de déroger à la loi. Mais on peut souhaiter que cette dernière soit modernisée rapidement.

La souplesse dans les salaires, les conditions d'embauche et l'aménagement du travail, constituent une des clés essentielles de la compétitivité des entreprises ; c'est donc la meilleure garantie pour l'emploi. A l'inverse, la défense rigide des structures existantes, l'exigence de conditions de travail identiques pour tous constituent une des principales sources de chômage, comme on peut l'observer dans certains pays européens. Les observateurs reconnaissent que la faiblesse du chômage en Suisse provient dans une large mesure de la " décentralisation " des relations entre employeurs et salariés, qui permet de négocier des accords de travail tenant largement compte de la situation particulière des entreprises et des intérêts des salariés. Rappelons à ce propos le large développement des horaires " à la carte " et du travail à temps partiel dans notre pays.

L'accord entre la FTMH et le groupe ETA illustre à l'extrême cette heureuse caractéristique de la Suisse. Cet accord démontre qu'il est possible d'aménager de manière souple l'organisation de la production d'une entreprise, sans pour autant remettre en cause les droits et les intérêts des salariés ni les acquis sociaux. L'aménagement de l'horaire de travail n'exclut nullement de solides garanties quant à la durée totale du travail, les salaires, le choix des horaires, etc.

Ce n'est sans doute pas un hasard si les syndicats se montrent particulièrement ouverts et modernes dans l'horlogerie : la FTMH a vécu douloureusement la crise de la branche et ne peut que s'associer de manière pragmatique à son redressement. Il reste à espérer que cet exemple fera école et que des " verrous " sauteront dans d'autres branches, notamment dans le commerce de détail ou dans certains services publics, où les heures d'ouverture au public pourraient être aménagées à l'avantage de tous, salariés, consommateurs et entreprises.

Jean-Luc Lederry