

Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (1976)

Heft: 348

Artikel: Après les attaques du Groupe de travail tiers monde Nestlé contrôle son image de marque

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1023555>

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: 31.01.2026

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

Après les attaques du Groupe de travail tiers monde Nestlé contrôle son image de marque

Le procès qui oppose Nestlé au Groupe de travail tiers monde devant des tribunaux bernois est, on le sait, au point mort en attendant de nouvelles audiences au long desquelles les parties en présence pourront faire valoir leurs arguments sur le fond du problème, du moins on ose l'espérer.

En attendant, le débat se poursuit outre-Sarine. Le Groupe de travail tiers monde « tourne » dans des réunions avec son film « Flaschenkinder » qui lui permet d'engager le dialogue avec des assemblées diverses.

Nestlé, de son côté, ne reste pas inactif non plus. Témoin l'altercation, par personnes interposées, de Wohlen.

Le Filmklub de Wohlen décidait, il y a quelques semaines, d'inviter le Groupe de travail tiers monde (avec son film) et un représentant de Nestlé pour préserver l'équilibre de la soirée. Refus catégorique de Nestlé qui envoie, dans le même temps, deux lettres à Wohlen, la première à un industriel pour l'assurer qu'elle est prête à organiser seule une confé-

rence (sur la nutrition des bébés, ou sur le procès lui-même) dans une salle de la ville, la seconde à un autre personnage bien considéré pour lui demander comment il est possible que la paroisse prête sa salle pour la projection d'un film aussi diffamatoire que « Flaschenkinder »... Aux dernières nouvelles, le président de la paroisse était de plus en plus réticent à l'idée que la réunion se tienne à l'endroit prévu.

Tout ce remue-ménage inquiète, à n'en pas douter, les spécialistes des relations publiques de la multinationale helvétique, qui se montrent moins sûrs de leur fait que les responsables de l'entreprise, prompts, à chaque occasion, à minimiser l'action de clarification menée par le Groupe de travail tiers monde.

La conséquence de cette inquiétude : la commande à un institut de sondage d'une enquête sur l'image de marque de Nestlé en Suisse après les retombées des premières audiences du procès. Ci-dessous, le canevas de ce questionnaire. Révélateur !

Suivons les questions destinées, selon la formule, « à toutes les ménagères », à travers quelques étapes significatives des préoccupations de la multinationale helvétique. Les lecteurs de DP rendraient certainement service à Nestlé en répondant eux-mêmes à ce questionnaire...

La conversation commence, comme il se doit, sur un ton presque badin. La « ménagère » est mise en présence d'une liste de neuf sujets. Question : La presse, la radio et la télévision fournissent des informations sur tels et tels sujets ; je vais vous montrer une liste de différents thèmes ; veuillez me dire quels sont les thèmes dont vous avez entendu parler, beaucoup, peu ou pas du tout au

cours de ces derniers mois. Les thèmes valent la citation ; dans l'ordre donc : Education des enfants — Protection de l'environnement — Maladies dans les pays en voie de développement — Puissance des entreprises multinationales — Alimentation des nourrissons dans les pays en voie de développement — Problèmes de drogue chez les jeunes — Hôpital de la forêt vierge de Lambarene — Prévoyance vieillesse en Suisse — Protection des consommateurs.

Si le sujet est réceptif, on continue tout de suite avec : Qu'avez-vous entendu, lu ou vu concernant l'alimentation des nourrissons dans les pays en voie de développement ?

Mais si la « ménagère » semble tout ignorer de la controverse, on insiste : Au cours de ces derniers mois, avez-vous lu dans la presse, vu à la télévision ou entendu dire à la radio quelque chose sur des entreprises qui vendent du lait en poudre pour nourrissons dans les pays en voie de développement ? (Au passage, les spécialistes de Nestlé apprécieront donc l'objectivité et l'impact respectifs des moyens de communication de masse...) Et l'on poursuit sur cette lancée : Qu'avez-vous lu, vu ou entendu à ce sujet ? Puis : Quelles entreprises ont été citées à ce propos ?

Le grand jeu

Voilà pour le préambule ! L'enquêteur sort alors le grand jeu, avec suffisamment de prudence cependant, pour ne pas trahir le commanditaire : Voici une liste d'entreprises ; veuillez citer la ou les sociétés qui ont été mentionnées à ce propos. Là aussi, la citation complète des firmes énumérées s'impose : Galactina — Milupa — Cow and Gate — Guigoz — Unilever — Wander — Nestlé — Hipp — Gerber — Hoffmann-La Roche — Sandoz.

Le nom ayant été lâché, foin alors de toute prudence : Des reproches sont faits à la maison Nestlé en rapport avec la vente du lait en poudre pour nourrissons dans les pays en voie de développement ; pouvez-vous me dire, encore une fois, de quels reproches il s'agit ? Quelle est votre opinion personnelle concernant ces reproches ? (suit la question classique qui permet de classer ces « reproches » par ordre d'importance).

Il s'agit maintenant d'établir les responsabilités : Pouvez-vous me dire qui fait ces reproches à Nestlé ? (Le dépouillement de l'enquête permettra, à n'en pas douter, d'apprécier la publicité que la multinationale helvétique a faite au Groupe de travail tiers monde en l'assignant en justice...)

Le profil de popularité

On peut entrer plus avant dans le vif du sujet : la popularité de Nestlé. Les questions qui suivent doivent, certainement, permettre de déterminer

l'accent des prochaines campagnes de propagande organisées par des experts en relations publiques. L'enquêteur attaque sans détour : J'aimerais maintenant connaître votre opinion sur la maison Nestlé.

Pensez d'abord à la maison Nestlé en général : Nestlé est une entreprise qui est (n'est pas) consciente de ses responsabilités — Nestlé vend des produits de bonne (mauvaise) qualité — Nestlé est une entreprise en laquelle on a (n'a pas) confiance.

Pensez maintenant à la maison Nestlé dans les pays en voie de développement : Les méthodes de vente de Nestlé dans les pays en voie de développement sont (ne sont pas) sérieuses — Nestlé agit de manière responsable (irresponsable) dans les pays en voie de développement — Nestlé apporte une contribution importante au développement de ces pays (exploite ces pays) — Nestlé vend dans les pays en voie de développement des produits de qualité irréprochable (de qualité douceuse) — Nestlé aide (n'aide pas) les populations des pays en voie de développement à résoudre leurs problèmes alimentaires.

Alerte au chiffre d'affaires

Tout cela nuira-t-il au chiffre d'affaires de la multinationale : Comme vous le savez peut-être, Nestlé vend de nombreux produits différents, dont certains aussi portent d'autres marques ; face aux reproches faits, on peut réagir de manière différente, en se disant soit « on ne devrait plus acheter aucun produit de la maison Nestlé », soit « on ne devrait plus acheter certains produits de la maison Nestlé », soit « il faut continuer à acheter les produits de la maison Nestlé exactement comme on l'a fait jusqu'à présent » ; quelle est votre opinion ? qu'en est-il dans votre cas ? quelle sera votre attitude à l'avenir ?

Des attaques qui portent

Les dernières questions prouvent que les accusations portées par le Groupe de travail tiers monde ont été enregistrées ; elles se retrouvent

sans exception au chapitre plus général de « l'alimentation des nourrissons dans les pays en voie de développement » :

Je vous lis quelques phrases, veuillez me dire, pour chacune d'elles, dans quelle mesure vous êtes d'accord :

— Le personnel féminin utilisé par Nestlé dans les pays en voie de développement s'efforce de son mieux d'expliquer aux jeunes mères la bonne façon de préparer le lait en poudre pour nourrissons.

— Bien qu'elle fabrique du lait en poudre pour nourrissons, la maison Nestlé recommande aux mères des pays en voie de développement d'allaiter elles-mêmes leurs bébés.

— Sans Nestlé et d'autres maisons, la mortalité des nourrissons serait plus élevée dans les pays en voie de développement.

— Le lait en poudre pour nourrissons n'est pas nécessaire dans les pays en voie de développement, car ces mères ont suffisamment de lait pour allaiter elles-mêmes leurs bébés.

— Etant donné que les laits en poudre pour nourrissons sont chers, les mères des pays en voie de développement préparent les biberons avec des dosages insuffisants.

Enfin, dernière question, celle qui situe l'enquête tout entière : Avez-vous des enfants de moins de trois ans ?

Crise de croissance

Depuis près de deux ans, le Parti socialiste genevois fait montre d'un dynamisme efficace. Il améliore du reste régulièrement ses positions lors des élections. Il s'est implanté avec succès dans plusieurs communes suburbaines où une nouvelle vague de militants anime la vie politique locale. Son capital de sympathie dans de larges couches de la population est évident.

Mais voilà que de vieux démons refont surface : ces succès aiguisent les appétits. La constitution de groupes à l'intérieur du parti ne reflète pas tellement des clivages politiques que l'ambition obstinée de certains dans la course aux honneurs.

L'offensive du GTS

Au cours de la campagne pour les élections nationales déjà, le GTS (Groupement des travailleurs socialistes) avait réussi à faire publier par le parti un journal vantant les qualités de ses seuls candidats, qualifiés eux, d'authentiques travailleurs.

Que le GTS cherche à affirmer une présence socialiste au sein des entreprises, c'est chose normale et intéressante. Mais que les méthodes utilisées concourent à empoisonner les relations à l'inté-

rieur du Parti socialiste, pour l'éventuel bénéfice personnel d'une minorité, voilà qui est tirer à côté de la cible.

Avant-goût électoral

Autre signe peu réjouissant : l'opinion a appris, il y a deux mois déjà, que le candidat socialiste à la présidence du Grand Conseil genevois était désigné ; dernièrement, on a pu lire dans la presse que le choix était modifié. La clef du problème ? Les élections cantonales de 1977 ! André Chavanne, depuis seize ans à la tête du Département de l'instruction publique, va peut-être se retirer ; et là aussi les ambitions se déchaînent. Qu'il y ait conflit de personnes, vifs débats, rien que de très courant. Mais utiliser largement en public ces divisions qui font la joie des chroniqueurs politiques, c'est dépasser la mesure.

De nombreux militants qui comprennent leur engagement de manière plus positive, et dont l'activité a permis le renouveau du PSG, ne manqueront pas de venir en « masse » au prochain congrès pour prouver, en s'opposant à la mainmise d'une minorité sur l'appareil du parti, que les socialistes genevois ont digéré leur crise de croissance.