

Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (1979)

Heft: 488

Artikel: Votations du 18 février : les sept géants mondiaux de la cigarette et le droit sacré du fumeur à fumer

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1016365>

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: 29.01.2026

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

Les sept géants mondiaux de la cigarette et le droit sacré du fumeur à fumer

Le refrain est désormais archi-connu : pas touche aux libertés individuelles, gare aux places de travail, alerte aux impôts nouveaux ! Le Centre d'Information et de Public Relations (CIPR), chargé en première ligne par l'industrie suisse de la cigarette (1), de plaider sa cause avant la votation sur l'initiative visant à interdire la publicité pour les produits engendrant la dépendance (2), a coulé son argumentation dans un moule fait au feu de tous les derniers grands scrutins fédéraux. On lance ainsi en vrac dans le débat le droit sacré du fumeur à fumer s'il en a envie, les milliers de personnes employées dans les entreprises de production et de distribution, les millions de francs suisses du produit de l'imposition du tabac affectés à l'AVS/AI. Aux citoyennes et aux citoyens de faire la part des choses, si c'est possible !

Oligopole international

Quelques jours avant la consultation populaire, il manquait toujours un coup de projecteur sur le rôle de la publicité dans le maintien des positions de force économiques. Et pourtant, quel meilleur exemple que le marché mondial du tabac pour défricher cette question ? En fait, un tel éclairage donne à un vote favorable à l'initiative sa vraie dimension politique, de lutte contre un pouvoir économique aux conséquences malsaines, non pas d'abord pour les poumons des fumeurs, mais en première ligne pour l'évolution du tiers monde et la maîtrise de l'économie.

Et là, il faut revenir à quelques faits.

Le marché mondial du tabac est un exemple typique d'oligopole : sept entreprises — British American Tobacco (BAT), Imperial Tobacco Company, Philipp Morris, R.-J. Reynolds, Gulf and Western, le groupe Rupert-

Rembrandt-Rothmans et American Brands — produisent directement 39% du total mondial de cigarettes (celles-ci représentent environ 90% de tous les produits du tabac) ; le reste de la production se répartit entre d'autres firmes privées (11%), des monopoles d'Etat de pays développés à économie de marché (17%) et les sociétés d'Etat des pays socialistes d'Europe de l'Est (33%). Par des accords de licences, de ventes ou de coproduction, notamment avec des monopoles d'Etat de l'Est et de l'Ouest, l'influence des sept géants dépasse en réalité de loin les 39% mentionnés.

La "résistible" ascension des conglomérats

Cette centralisation du pouvoir n'a fait que s'intensifier ces dernières décennies : à travers le jeu chatoyant des étiquettes, le fumeur est aux prises avec un nombre de plus en plus restreint de "tentateurs" ! Dans le dernier numéro de "Forum Développement", un économiste de la CNUCED (Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement), Frederick Clairmonte, raconte la "résistible ascension" des "conglomérats transnationaux du tabac" (CTT) :

"La création, en 1890, de l'American Tobacco Company (ATC), sous la présidence de J.B. Duke, a préparé l'avènement du conglomérat transnational moderne du tabac. En 1890 déjà, l'ATC contrôlait aux Etats-Unis 89% du marché de la cigarette, situation qui devait demeurer à peu près stable jusqu'en 1911, date de la dissolution de la société. En 1909, 250 firmes avaient été absorbées. Créateur de l'ATC et premier président du conseil d'administration de la BAT, J.B. Duke (1857-1925) avait rapidement saisi l'importance de l'intégration verticale telle qu'inaugurée par Standard Oil : "Si John D. Rockefeller peut faire ce qu'il

fait pour le pétrole, pourquoi ne pourrais-je pas en faire autant avec le tabac ?" disait-il. Il ne parvint pas à absorber l'industrie britannique du tabac mais l'accord, en septembre 1902, entre l'ATC et l'Imperial se révéla une stratégie plus judicieuse puisqu'il allait donner naissance à la BAT. Les bases de l'oligopole mondial du tabac étaient jetées. Tout au long de ces septante dernières années, les CTT n'ont fait qu'acquérir, pour asseoir leur pouvoir, trois des éléments essentiels et complémentaires du marché, la technologie industrielle, les sources de financement, et les techniques perfectionnées de persuasion du consommateur (de contrôle idéologique) dites techniques de commercialisation".

Entre les CTT, la "coexistence pacifique"

Si baisse il y a du nombre des emplois dans l'industrie du tabac, ce n'est pas à la victoire des ennemis de la publicité qu'on le doit, mais à l'intense automatisation qui y règne et à l'avènement d'une concentration gigantesque de la production au sein d'énormes entreprises : une machine peut aujourd'hui produire 5000 cigarettes à bout filtre par minute (la Molins Mark 9-5) alors qu'au début du siècle elle n'en produisait que 500 (la Bonsack). Nul doute que la tendance à la diminution du nombre de postes de travail ne s'accentue encore dans les dix années à venir.

prend bien sûr les formes multiples qu'impliquent des accords classiques de domination du marché : "échanges et ventes de marque, allocations de zones commerciales d'influence, actions concertées lorsque des intérêts communs paraissent menacés par des organismes nationaux de contrôle, des gouvernants ou des rivaux". Nul doute que les Bons Templiers helvétiques devaient savoir à quoi ils s'attaquaient : en Suisse, les neuf entreprises de la cigarette ont nom British American Tobacco, Burrus, Fabriques de Tabac Réunies,

Imperial Tobacco, Laurens, Reemtsma, Reynolds, Rinsoz et Ormond, Sullana...

La consolidation et l'élargissement des zones d'influence commerciales des CTT passent par des investissements publicitaires d'une ampleur qui laisse songeur sur l'efficacité de moyens éventuels de contre-propagande : "Les dépenses globales de publicité tournent autour de 1,8 milliards de dollars. Le record sur ce plan a été atteint à l'occasion du lancement d'une marque — Real de R.J. Reynolds — avec un budget promotionnel de 50 à 60 millions de dollars". Mais Frederick Clairmonte nous avertit que ces chiffres, plus ou moins officiels, sont loin en dessous de la réalité. Ils laissent entre autres dans l'ombre les pots de vin versés pour se gagner des complicités dans les milieux politiques. Pour ne citer qu'un seul exemple : "La firme R.J. Reynolds a versé en cinq ans, de 1970 à 1975, 19 millions de dollars en remises illicites ; elle a également reconnu avoir utilisé des fonds pour appuyer des candidatures au Congrès américain et à la présidence des Etats-Unis entre 1968 et 1973". Des candidats certainement disposés à voter ou à proposer des législations favorables à l'industrie du tabac...

Ponction de capitaux nationaux

Il ne fait cependant aucun doute que les conglomérats du tabac, pour accroître leur entreprise, ne jouent pas seulement du phénomène d'accoutumance propre aux produits qu'ils commercialisent, c'est tout un système d'accointances financières et industrielles qui est en jeu à l'échelle mondiale (voir — encadré ci-contre — la rapidité avec laquelle les CTT se "diversifient"). A l'origine, la puissance économique des CTT repose sur leurs liens étroits avec le monde bancaire américain et britannique. Mais leur influence dominante se perpétue selon des règles relativement simples à comprendre : si les pays producteurs sont incapables

Cachez-moi le goudron !

La bonne volonté des fabricants de cigarettes n'est pas sans limite. On s'en doutait. Et voici un exemple récent.

Après une demi-douzaine d'années de combats retadaires, l'industrie a dû accepter l'an dernier une certaine limitation de la publicité pour le tabac. Ce que M. Tschudi avait en vain appuyé quand le projet émanait des professeurs de médecine préventive, M. Hürlimann peut le faire passer grâce aux Jeunes Bons Templiers.

Le nouvel article 420 de l'Ordonnance sur les Denrées alimentaires prescrit notamment que, d'ici le 15 novembre 1980, "chaque paquet de cigarettes destiné à être remis au consommateur doit porter l'indication net-

tement visible et lisible de la teneur de la fumée en nicotine et en goudrons".

De fait, la plupart des paquets mis en vente ainsi que les annonces et affiches publicitaires indiquent déjà la teneur en nicotine et en "condensat".

C'est que M. Corbat et le lobby cigarettier n'aiment pas le mot de goudron : cela fait sale, vilain, tout juste bon à mettre sous les roues, les pieds et les crottes de chien. Condensat, en revanche, cela vous a un bon air rassurant, scientifique, presque épuré.

Le calcul des cigarettiers est simple : après avoir parlé de condensat pendant deux ans, ils auront créé un usage et des emballages qu'on ne pourra plus changer, et le Service fédéral de l'Hygiène publique n'aura qu'à entériner le fait accompli, de guerre lasse.

Il paraît que le truc échouera, et que Berne ne cédera pas. Qui fumera (encore) verra.

Pas tout son tabac dans la même blague

Depuis que le terrain législatif et fiscal se dérobe sous leurs pieds, les fabricants de cigarettes cherchent à sauter au-delà de leur propre ombre de fumée, et à multiplier leurs activités et intérêts en dehors du tabac.

La plupart ont choisi le terrain sûr de l'industrie alimentaire, à l'instar de l'American Tobacco, installée depuis une dizaine d'années dans la viande et les biscuits de la Sunshine Co, ou de Reynolds (Camel, Salem, Winston) qui fait dans la banane et la conserve de fruits et légumes Del Monte ; sans compter la plus grande entreprise mondiale de fret conteneurisé et deux entreprises pétrolières. Impérial Tobacco domine, lui, le marché du poulet, des œufs et des dindes en Grande-Bretagne.

La brasserie intéressée également : Philip

Morris (Brunette, Marlboro, Muratti, Merit) possède la très importante société Miller Brewing Co, et Reemtsma (HB, Ernte 23, Stuyvesant) détient la majorité du capital de la plus grande société brassicole ouest-allemande (DUB-Dortmunder) et de nombreuses entreprises de moindre importance. Plus originale, la politique de British-American BAT (Mary Long, Pall Mall, Kool, Lucky Strike) l'a conduite à s'intéresser au secteur cosmétique, avec des prises de participation majoritaires notamment chez Yardley et Germaine Monteil.

Quant à nos fabricants suisses, ils préparent aussi leur diversification : Rinsoz & Ormond a pris en 1976 une participation de 49% dans Samvaz SA, fabrique de matériel de coffrage, brides de fixation et de bois lamellé collé. Burrus, toujours mystérieusement familiale (malgré la Société Anonyme), s'intéresserait de près à la confiserie française, rien moins qu'aux dragées Martial.

Les sept géants mondiaux de la cigarette et le droit sacré du fumeur à fumer

bles de développer un secteur de transformation nationale du tabac en cigarettes, c'est la présence des succursales des CTT qui les empêche; succursales payées pourtant par les capitaux mobilisés dans les pays pauvres. Le mécanisme: "Les transnationales mobilisent les capitaux des pays en voie de développement, notamment en Amérique latine, pour les besoins de leurs activités. Le rachat d'entreprises nationales se fait souvent par l'intermédiaire des structures bancaires transnationales ainsi que des banques nationales. On estime ainsi que 90% des investissements des CTT en Amérique latine ont été financés à l'aide de ponctions opérées sur les capitaux nationaux par l'intermédiaire des structures bancaires transnationales. Exemple extrême, celui d'une succursale de la BAT en Asie, la Ceylon Tobacco Company qui, selon un observateur, n'aurait procédé à aucun apport de capitaux étrangers dans ce pays depuis 1938".

Pieds et poings liés

Dans un tel contexte, le rapport des forces est clair: "Les pays en développement fournissent 55% de la récolte mondiale de tabac en feuilles, au travers de circuits complètement dépendants de l'étranger; leurs exportations de produits transformés sont pratiquement inexistantes; ils n'ont pas le moindre mot à dire sur la conception, le rendement ou l'amélioration des machines; l'ensemble de leurs recettes provenant de l'industrie du tabac repose presque exclusivement sur la demande du marché et sur les décisions commerciales prises par les CTT".

Le vote de ce week-end peut paraître dérisoire face à la puissance des maîtres du tabac. Il peut cependant être l'occasion du refus de

voir se poursuivre l'expansion d'une économie mondiale du tabac façonnée par la domination d'une poignée de conglomérats, sociétés géantes dont l'épicentre est aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Afrique du Sud et qu'on retrouve à toutes les étapes de la production et de la commercialisation, sociétés géantes qui, grâce aux subventions croisées, touchent aujourd'hui à tous les grands secteurs industriels modernes, aux transports, aux services, aux marchés de l'alimentation, aux plantations.

1) Voir la page de "publi-informations économiques" rédigée par le CIPR/Genève et parue dans l'édition de "La Suisse" du dimanche 11 février: "L'industrie suisse de la cigarette: des emplois, des impôts utiles, une remarquable percée à l'étranger". Les Bons Templiers menacent-ils l'équilibre économique de la presse? Ce dimanche-là, en tout cas pas: le CIPR, dominé financièrement par Sonor SA, reçoit mandat de plaider la cause des industriels du tabac, et il choisit de faire campagne sur une page de "La Suisse" (Sonor SA); coup double.
2) Dans "Le Monde" du 7 février dernier, un dossier rédigé hors de la controverse helvétique: "Le tabagisme, fléau culturel et social" (par le docteur Escoffier-Lambotte).

PROTECTION EFFICACE DE LA MATERNITÉ

Mme D., enceinte et fonctionnaire

Initiative populaire pour une protection efficace de la maternité: (...) "La Confédération doit instituer une protection étendue contre le licenciement pour toute la durée de la grossesse, du congé de maternité et du congé parental, avec la garantie des droits acquis découlant des rapports de travail".

La voix au bout du fil était angoissée: elle me suppliait de renoncer à toute tentative de lui

faire rendre justice; elle s'excusait surtout, à plusieurs reprises, pour le temps qu'elle m'avait fait perdre. Elle me répétait que ce qui comptait était sa grossesse, qu'elle n'avait pas d'énergie pour se défendre, qu'elle voulait éviter, pour son enfant, toutes les contrariétés qu'entraînerait un conflit avec son supérieur. Elle me redisait son espoir de retrouver un emploi d'ici un an ou deux à la Confédération. Pour ne pas compromettre ses chances, elle voulait laisser une bonne impression... Ce qu'elle ne disait pas, c'est combien elle craignait qu'on lui reproche d'avoir alerté les syndicats, de faire leur jeu.

Mes sentiments étaient confus: un mélange de colère impuissante et de tristesse; je ne pus m'empêcher de lui dire que l'enfant qu'elle portait avait besoin de parents forts et confiants en eux-mêmes; avant de raccrocher, elle me demanda encore de lui pardonner sa faiblesse.

L'enfant de Mme D. doit avoir aujourd'hui 16 mois environ. J'ai encore en mémoire les deux entretiens que j'ai eu avec sa mère et j'y pense d'autant plus souvent, depuis un an, que je participe au lancement de l'initiative populaire "pour une protection efficace de la maternité".

Mme D., à l'époque encore adolescente, était entrée au service de la Confédération pendant la haute conjoncture. Ce n'est pas seulement le manque de personnel qualifié, mais aussi sa bonne volonté et son goût du travail bien fait qui lui permirent d'accéder à un poste de secrétaire, malgré son manque de formation professionnelle. Elle se sentit jusqu'au dernier jour une dette de reconnaissance envers ses supérieurs directs qui, à ses yeux, lui avaient "donné sa chance". Avec le temps, elle était devenue fonctionnaire: un honneur dont elle voulait se montrer digne.

Au début de 1977, celle qui allait devenir Mme D. quelques semaines plus tard, se rendit compte qu'elle était enceinte. Averti on ne sait comment, M. Z. son supérieur direct, prit