

Zeitschrift: Revue syndicale suisse : organe de l'Union syndicale suisse
Herausgeber: Union syndicale suisse
Band: 25 (1933)
Heft: 11

Artikel: La capacité d'achat comme moyen de lutte syndicale
Autor: Neumann, Hans
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-383934>

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: 23.01.2026

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

dire qu'ils avaient élaboré autre chose que l'initiative vilainement calomniée peu de temps auparavant. Ce qui est plus grave, c'est la différence qu'il y a dans la durée de l'application.

Que faut-il faire de l'initiative? Le Comité d'action de la classe ouvrière et la communauté d'action nationale pour la défense économique ont demandé aux signataires, l'autorisation de retirer l'initiative par des décisions majoritaires concordantes. Au Parlement, on a cru que l'on ferait usage de cette possibilité de retrait après l'adoption du programme financier. Jusqu'à maintenant ces comités n'ont pas encore pris de décision officielle à ce sujet.

Nous tenons cependant à dire ici même que toute la question *n'est pas encore définitivement liquidée*. Le projet de contribution de crise n'est pas encore terminé. Il manque encore les dispositions d'exécution, dont la discussion aura encore diverses questions à trancher, comme la fixation des déductions pour charge de famille en ce qui concerne l'impôt sur le revenu. De plus, personne ne sait actuellement si le programme financier suffira ou si dans 4 ans ou même avant, il ne faudra pas songer à de nouvelles mesures pour combattre la crise et ses effets. C'est pourquoi, on a été d'avis, au Palais également, de remettre à plus tard la question de l'initiative qui n'a même pas encore été discutée par le Conseil national ni par le Conseil des Etats, et à l'égard de laquelle le Conseil fédéral ne s'est pas prononcé officiellement, et d'attendre d'avoir un meilleur aperçu sur l'état futur de la politique financière. Néanmoins, l'auteur de ces lignes est personnellement d'avis qu'il n'y a pas de raison de retirer l'initiative en faveur de l'impôt de crise. Attendons pour le moment ce que seront les dispositions d'exécution de la contribution fédérale de crise et le cours que va prendre la crise.

La capacité d'achat comme moyen de lutte syndicale.

Par *Hans Neumann*.

Les ouvriers boulangers et confiseurs de Zurich mènent depuis longtemps un mouvement tenace pour supprimer l'obligation indigne à leurs avis, d'être logés et nourris par les soins des patrons. Cette lutte intéresse d'autres syndicats que les milieux ouvriers directement en cause, cela surtout du fait que la tactique adoptée dans cette lutte, bien qu'elle ne soit pas absolument nouvelle, est trop peu connue quant à son importance. Nous entendons par là: *l'utilisation de la capacité d'achat de la classe ouvrière comme moyen de lutte syndicale*. Nous donnons à titre d'exemple un bref aperçu de la tactique suivie par les syndicats des boulangers et des confiseurs de Zurich. La Société des maîtres con-

fiseurs de Zurich a refusé d'améliorer, en quoi que ce soit, les conditions de travail pires que celles en vigueur au moyen âge. Sous peine de subir une peine conventionnelle, les membres furent obligés de s'engager à ne conclure aucune entente avec les ouvriers. Il y eut des mesures de représailles, etc. Les ouvriers ne voulurent pas subir le joug de leurs exploiteurs et prirent les mesures nécessaires pour leur défense. Le fait que les patrons boulangers avaient créé une garde jaune de briseurs de grève, de peu d'importance, il est vrai, et qu'il existe parmi eux une quantité de petites entreprises à moitié occupées, sans ouvrier (appelées « éleveurs d'apprentis »), une grève offrait peu de chance de succès. L'attaque et la lutte dirigées contre chaque entreprise ne laissaient entrevoir que peu de succès, car la Société des maîtres boulangers dispose d'un important fonds de lutte et rembourse en partie à ses membres les dommages subis. De par la pratique actuellement en cours au point de vue juridique, et pour d'autres raisons encore, il ne pouvait être question d'une action de boycottage. Par contre, les ouvriers adoptèrent une tactique, qui présente les avantages d'un boycott, qui est plus efficace et offre moins de danger au point de vue légal.

La fédération instigatrice du mouvement (F. C. T. A.) conclut des contrats collectifs uniformes avec une demi-douzaine de maisons importantes, parmi lesquelles la coopérative de consommation. Ces contrats réalisent les revendications les plus importantes des ouvriers, comme le droit d'association, la suppression de l'obligation d'avoir la chambre et la pension chez le patron, la réglementation de la durée du travail, les salaires hebdomadaires, les vacances, etc. Le syndicat conféra de ce fait aux maisons signataires le droit de mentionner dans leurs vitrines, sur leurs emballages, sur leurs autos ou encore dans le journal, à titre de réclame, le signe de production, ou, comme on les appelle en Amérique et en Angleterre, leurs *labels*. Le syndicat fit une active propagande et recommanda à la classe ouvrière organisée de ne se servir qu'auprès des boulangeries et pâtisseries ayant signé les contrats, c'est-à-dire auprès des maisons qui par leur marque de production prouvent qu'elles ont adopté des conditions de travail humaines. Par des manifestes, des annonces dans les journaux, des articles de la presse, des milliers de papillons affichés, des cortèges aux flambeaux qui devaient aider à populariser le mot d'ordre de la classe ouvrière, par des entretiens personnels, de brefs discours dans les assemblées de syndicats et du parti, le mot d'ordre lancé par le cartel syndical de Zurich et le Parti socialiste de la ville de Zurich fut répandu parmi tous les ouvriers.

Ne serait-ce pas tout naturel que les 25,000 ouvriers organisés de Zurich, qui avec leurs familles représentent une capacité de consommation respectable, fassent preuve de solidarité à l'égard de leurs camarades qui doivent vivre dans des conditions misé-

rables, et plutôt que de donner leur argent, gagné avec tant de peine, aux maîtres boulangers exploitateurs, c'est-à-dire leurs adversaires, fassent profiter de leur capacité de consommation les employeurs qui font preuve d'humanité? Les vieilles habitudes, la commodité, « l'incompréhension des masses » ont empêché jusqu'ici les ouvriers boulangers de réussir. Néanmoins, on est parvenu jusqu'à présent à augmenter le nombre des maisons signataires de contrats et à les développer dans une large mesure, à accroître leur production au détriment des maîtres boulangers affiliés à la société. La statistique de la Coopérative de consommation (société d'alimentation de Zurich) sur la production permet de s'en convaincre. Le mot d'ordre fut répandu parmi les acheteurs à la fin de l'automne 1931. La fabrication des pains de table et des petits pains a été:

en 1929	899,114 kg
» 1930	1,000,934 kg
» 1931	1,349,018 kg
» 1932	1,773,361 kg

Le chiffre d'affaires des confiseries augmenta de 47 % en 1932. La forte augmentation du chiffre d'affaires exprimé ci-dessus n'est nullement due à une réduction quelconque des prix ou à des avantages touchant la qualité de la marchandise. Elle est pour une bonne partie, le résultat de la lutte contre les boulangers.

Grâce à l'augmentation de la production des maisons signataires de contrats, il a été possible de placer un nombre important d'ouvriers à des conditions fort raisonnables.

Malgré ce succès, la pression est encore insuffisante pour pousser la Société des maîtres boulangers à faire des concessions. Pour diverses raisons, la chose en elle-même n'est pas désirable, du fait qu'il s'agit pour l'acheteur de changer pour toujours de fournisseur et de s'approvisionner auprès d'une boulangerie accordant des conditions humaines à ses employés. Si dans ces conditions défavorables (trahison des groupes dissidents des syndicats jaunes et des communistes) le mouvement devait se terminer avec plus ou moins de succès, ce serait faire erreur que de juger inefficace la tactique suivie.

La grève des acheteurs.

Il faudrait que la question de l'utilisation de la capacité de consommation comme moyen de lutte syndicale fasse l'objet d'un examen général sérieux. Rappelons à ce propos les grandes actions de boycott qui furent dirigées avec succès contre la fabrique d'amidon de riz Rémy, la fabrique de tabac d'Ormond, le trust des chocolats Peter, Cailler, Kohler, etc. Ces mouvements ont prouvé qu'en tant que consommateur l'ouvrier est une grande force. Ne pourrait-on pas faire un usage plus systématique et plus fréquent de cette puissance?

Dans son application, la grève des acheteurs contre une ou plusieurs maisons ne se borne pas nécessairement à la branche alimentaire. Elle peut être appliquée sur une très large base également dans les branches d'industrie qui travaillent pour la consommation, et elles sont la majorité.

Oui, il est parfaitement possible, grâce à une action des consommateurs d'influencer, de soutenir efficacement des mouvements syndicaux dans diverses industries de marchandises terminées. Ce procédé aura tout particulièrement une grande valeur lorsque les événements s'opposent au déclenchement d'une grève. La méthode de grève des acheteurs ne peut se faire schématiquement et ne peut pas être employée très souvent; d'une part, parce que lors de la réussite d'une action les effets sur les entreprises visées sont durables et les ruinent parfois, et peuvent encore se faire sentir après qu'une entente soit intervenue. Les expériences faites lors de boycotts précédents, ont démontré que très souvent les entreprises visées furent anéanties ou périllement du fait que leurs clients cherchèrent d'autres fournisseurs au cours de la lutte. Ces effets pratiques d'une telle intensité engageront davantage les adversaires à faire des concessions. Bien plus, ils prendront garde de ne pas avoir à soutenir de lutte.

Sans les conditions psychologiques nécessaires, une lutte de ce genre n'a aucune chance de réussite. On parviendra tout au plus à mobiliser les acheteurs lorsque les patrons auront une attitude particulièrement arrogante à l'égard de revendications justifiées, lorsqu'ils useront de représailles, de lock-out, bref en un mot, lorsqu'on aura l'impression que les patrons sont dans leur tort. Une tactique plus importante qu'une action passagère de la part des acheteurs pour faire admettre certaines revendications syndicales, ou pour se défendre contre les attaques des patrons, consiste à bouleverser pour toujours la capacité d'achat et de lui donner une autre forme.

Dans d'autres pays, en particulier en Amérique, on fait très souvent usage des « labels » du syndicat dans les luttes comme celle des boulanger de Zurich. Les patrons qui accordent des conditions de travail raisonnables à leurs ouvriers et qui les sanctionnent par un contrat conclu avec le syndicat, sont autorisés à faire usage de la marque de protection du syndicat. Ce dernier fait une très forte propagande pour encourager la population à acheter uniquement des produits pourvus du « label ». Divers journaux français impriment le « label » en manchette ou en tête, ou encore, ils les appliquent de différentes manières sur la marchandise, soit imprimé ou collé ou en utilisant comme réclame des faveurs des patrons signataires du contrat. Cette tactique appliquée intelligemment et basée sur une vaste échelle peut, sans aucun doute, avoir beaucoup de succès. Si actuellement ce n'est pas encore tout à fait le cas, cela provient de *ce que les ouvriers sont encore trop peu conscients de leur puissance en tant*

que consommateurs. L'ouvrier est exploité de la façon la plus directe lorsqu'il vend son travail. C'est pourquoi, ce qui importe avant tout, c'est d'obtenir le plus possible de sa part du rendement du travail. De plus, dans ce cas, on lutte plus ou moins chacun pour soi, tandis que dans la lutte basée sur la capacité d'achat, il s'agit pour la plus grande partie des ouvriers, d'un témoignage de solidarité, dans lequel il n'est pas question d'intérêts matériels directs. A ce propos, l'indifférence et les habitudes déjà sont des entraves que l'on ne surmonte que difficilement. Mais malgré cela, ne pourrait-on pas arriver à convaincre les ouvriers de ne plus acheter de marchandises auprès des entreprises combattues, plus particulièrement lorsque d'autres magasins analogues sont à leur disposition?

Ce serait là un signe regrettable d'indiscipline et de manque de solidarité ou, pour mieux dire, un manque d'éducation. L'ensemble du peuple doit considérer des actions de ce genre, comme étant de son ressort. Les ouvriers ont très bien su concevoir l'utilité des grèves et des lock-outs, ils savent punir celui qui faillit à l'esprit de solidarité, ils pourraient donc fort bien prendre conscience de ce nouveau devoir qui consiste, pour la classe ouvrière organisée, à s'engager fermement à ne plus rien acheter auprès des commerçants adversaires. Un tel mot d'ordre des fédérations syndicales ne devrait pas seulement être publié par la presse syndicale et celle du parti, mais les sections des fédérations devraient également veiller à ce qu'il soit observé. La discipline des acheteurs ne s'acquerra pas d'elle-même. Là aussi, il faudrait une certaine éducation et un certain contrôle.

On pourrait réfuter que par le système des « labels » on encourage la création de nouveaux magasins et que rien ne garantit que les conditions de travail admises seront respectées à la longue. On parera dans une certaine mesure à cette éventualité en établissant des contrats de travail à long terme, en infligeant des punitions conventionnelles en cas d'infraction, en exigeant des patrons qu'ils n'engagent que des ouvriers organisés. De plus, il est convenu que lors de l'expiration du contrat ou en cas d'infractions répétées, le droit aux labels est supprimé.

Quoi qu'il en soit, le maintien des positions conquises est avant tout toujours une question de puissance. En général, le patron ne se souvient de ses engagements qu'aussi longtemps qu'il y est forcé. Il faut reconnaître néanmoins que les entreprises privées ne seront pas encouragées avec beaucoup d'enthousiasme, même lorsqu'il s'agit d'une mesure de tactique.

Au service de l'économie collective.

Ce qui presse le plus, c'est de répandre le plus possible les entreprises coopératives. Des coopératives de production ou des coopératives de consommation bien dirigées, suffisamment ren-

forcées et sous l'influence des syndicats peuvent être de précieux remparts dans les mouvements syndicaux ou dans les arts et métiers. Elles forment de plus le noyau de l'économie collective. Nous ne devrions pas reconnaître « en principe » seulement ces entreprises modestes peut-être nous appartenant, bien plus, nous devrions les soutenir sérieusement, d'une manière pratique. Les 200,000 ouvriers organisés et leurs familles en Suisse représentent une puissance de consommation très forte qui jusqu'à présent n'a encore jamais été mise au service de nos tâches syndicales. On compte sur le bulletin de vote ou sur un renversement politique, donc sur des moyens essentiellement politiques, pour instituer définitivement une économie socialiste. Et, l'on oublie de faire usage des possibilités les plus tangibles dont nous disposons dans le domaine économique. Abstraction faite de ce que nous sommes encore loin de détenir la puissance politique, il est dangereux d'entretenir parmi les ouvriers, l'illusion que le fait seul d'être à la tête du pouvoir politique doit permettre la réalisation de l'économie collective. Les expériences de la Russie prouvent que la domination de l'appareil gouvernemental ne peut remplacer l'édification d'une économie socialiste par le développement organique. Plus il y a déjà d'éléments d'économie collective dans l'économie, et plus l'expérience et la pensée d'une collectivité sont répandues, plus les mesures de socialisation seront étendues. Un extrémisme, qui ne met pas à profit les possibilités qu'offrent les coopératives, est un extrémisme raté, car il n'atteint pas son but final. *Il faut absolument que nous déployons plus d'activité pour le développement de nos entreprises d'économie collective.*

Les luttes syndicales menées en faveur du rendement du travail et l'action politique doivent être complétées en dépensant le revenu en faveur des entreprises d'économie collective. Aucune crise économique ne nous empêchera de faire cela. Au contraire, l'incapacité de l'économie capitaliste, satisfaire les besoins humains les plus élémentaires, sont des faits si évidents même pour ceux qui ne sont pas socialistes, que nous avons actuellement tout en main pour faire une excellente propagande en faveur des entreprises d'économie collective. Nous ne devons pas nous attarder à critiquer l'ordre économique actuel et nous contenter d'une vague espérance qu'une transformation radicale à venir nous permettra d'atteindre nos buts d'un jour à l'autre. L'économie collective doit être plus qu'un désir pour les ouvriers. Si nous tenons sérieusement à dépasser l'économie capitaliste, il est de notre devoir d'agir énergiquement et conséquemment. Le fait d'utiliser la capacité d'achat des ouvriers comme moyen de lutte syndicale et pour encourager nos entreprises d'économie collective peut devenir d'une très grande importance pour notre mouvement. La classe ouvrière se voit aujourd'hui acculée à la défensive. C'est ici qu'elle devrait mettre le moyen de lutte qu'elle détient au service de ses tâches actuelles et futures.

Les pionniers du mouvement.

Pour mener les luttes syndicales à l'aide du boycott et des marques de protection, il ne faut pas que seule la fédération directement intéressée s'en occupe. Les autres fédérations interviendront également, en particulier en collaborant à la propagande. Des actions de ce genre ne seront couronnées de succès que si elles sont guidées par la solidarité et la discipline de toute la classe ouvrière et même d'autres milieux encore de la population. C'est pourquoi il semble indiqué que ce soit l'Union syndicale de concert avec la fédération qui est à la tête du mouvement, qui se fassent les pionniers de mouvements de ce genre. Il faudra également créer une *marque de protection unique et bien suggestive*.

Il reste à savoir si cette marque de protection devrait être accordée par le syndicat même, ou s'il ne serait pas préférable de former une instance établie sur une très large base. Nous songeons en première ligne à la «Ligue sociale des acheteurs» qui au point de vue organisation est plutôt faible, mais qui n'a pas été sans remporter de succès en influençant les acheteurs et qui autrefois déjà à prêter main forte dans les luttes syndicales. Il est certain que d'autres organisations encore entreraient en ligne de compte, lesquelles ne nous sont pas affiliées, mais que nous pourrions gagner à notre cause dans des cas concrets. L'idée de faire bénéficier de son revenu seulement les entreprises dont les conditions de travail sont réglementées, et d'éviter les maisons qui exploitent leur personnel, rencontrera certainement de la sympathie dans de larges couches de la population.

Un nouveau socialisme en marche.

Par *Henri Lasserre*, Toronto (Canada).

Au moment où le socialisme européen, entraîné par la douloureuse expérience de la «Sozial-Democratie» allemande, se sent profondément atteint dans ses fondements mêmes, et se demande de quel côté il doit se tourner pour se reconstruire une philosophie plus solide, il est certainement d'un intérêt très actuel de voir s'édifier, dans un pays encore tout jeune, imbu jusqu'ici de l'individualisme le plus pur, un parti politique au programme nettement socialiste, mais d'un socialisme nouveau, où ne se reconnaîtraient ni le socialisme révolutionnaire ou syndicaliste inspiré de Karl Marx, ni le socialisme réformiste et opportuniste des «modérés». Aurait-on cru, il y a deux ans encore, il y a seulement un an, que le Canada, cette citadelle du conservatisme et du capitalisme, ce pays où le succès matériel de l'individu a, plus que nulle part ailleurs peut-être (sauf aux Etats-Unis), été considéré comme le premier des devoirs et la plus grande des vertus, verrait soudain des milliers et des milliers des siens, sur-