

Oui à l'initiative

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **23 (1986)**

Heft 820

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1022878>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Oui à l'initiative

L'ambiance n'est pas à la fête chez les partisans de l'énergie nucléaire. Tchernobyl n'est pas un bon point pour leur image de marque de progrès et de sécurité. Sur la défensive, ils cherchent à minimiser l'événement. A les entendre, leurs adversaires profiteraient lâchement de l'occasion pour discréditer cette forme d'énergie, en tablant sur les frayeurs irrationnelles de l'opinion.

Notons en passant que les experts de l'économie électrique sont mal inspirés de se prévaloir de la raison, eux qui préconisent le développement forcé de l'offre énergétique à l'encontre de toute logique économique et écologique; leur pari stupide, qui

prend la forme d'une fuite en avant, ne prend en compte ni la mobilisation de capitaux considérables, ni l'épuisement des ressources naturelles, ni l'impact à long terme de cette technologie.

Dès lors les adversaires du nucléaire auraient tort de se gêner. L'hésitation des organisations écologiques quant à la ligne de conduite à adopter face au projet de Kaiseraugst n'est plus de mise. La catastrophe de Tchernobyl a créé les conditions favorables au lancement immédiat d'une nouvelle initiative populaire. A condition toutefois d'éviter l'écueil temporel: s'il est tentant d'utiliser une conjoncture particulière pour faire avancer une cause, il faut trouver les moyens de faire durer l'élan tout au long du processus de décision. A défaut, l'événement fondateur s'estompe dans les mémoires et le bénéfice escompté ne se réalise pas. Voir à cet égard le scandale de Chiasso et la votation de l'ini-

tiative sur les banques. Il est donc essentiel d'agir vite et de créer un rapport de force favorable. Le Conseil fédéral ne pourrait pas faire traîner une initiative populaire qui parviendrait à récolter 300 000 signatures en six mois.

Empêcher la construction de Kaiseraugst, c'est une chose. Mais il faut également mettre en place les moyens d'une politique d'économies qui rende superflu tout nouveau projet de centrale. Sans quoi les électriciens reviendront à la charge, forts de l'évolution de la demande à la hausse.

Enfin, il s'agit de durer jusqu'à l'échéance de la votation, donc de gérer l'initiative par une campagne d'information judicieuse entre le moment de son dépôt et celui de la campagne référendaire. Sans compter à priori sur un deuxième Tchernobyl. A nos imaginations.

AUTOGESTION

Mais oui, ça peut marcher

Ce printemps des magazines chics vaut autant pour la Suisse romande que pour la Suisse alémanique. Le numéro zéro de «Leader», du groupe Frey («Weltwoche, Bilanz», etc.) avait été annoncé dans DP 805. La conception de ce magazine pour jeunes cadres branchés a complètement changé avec le numéro un, qui propose entre autres surprises un article sur les entreprises autogérées en Suisse.

L'autogestion, idéologie ringarde et dépassée? non-sens économique? Pas le moins du monde si l'on en juge par les résultats de l'agence de voyages SSR qui réalise avec ses quelques 200 collaborateurs un chiffre d'affaires annuel de 80 millions de francs. Il y a aujourd'hui en Suisse 400 de ces entreprises alternatives occupant 3000 personnes pour un chiffre d'affaires total de 300 millions.

Ces chiffres proviennent d'un séminaire qui s'est tenu au début du printemps à Nidau. L'auteur de l'article, Willy Bär a participé dans le passé à une expérience d'autogestion. Il peut donc mesurer l'évolution de ces entreprises qui tendent à une meilleure professionnalisation. On n'accepte plus pêle-mêle toutes les bonnes volontés, les autogestionnaires d'aujourd'hui veulent du personnel compétent, parfois d'un tel niveau qu'il devient difficile de trouver des candidats.

La traditionnelle rotation des tâches, sympathique mais préjudiciable à la productivité a fait place à une répartition du travail. Les cadres et les travailleurs de ces entreprises sont souvent des gens d'âge moyen qui cherchent une voie médiane entre les vieux idéaux et les réalités du présent. Les systèmes de rétribution ont également changé: il n'y a plus d'«auto-exploitation» comme autrefois et l'on tend à se rapprocher des normes salariales existant dans les différentes branches d'activité.

Cette étude apporte donc la preuve que l'autogestion peut être une formule viable si elle accepte de

s'ancrer dans la réalité du présent. L'auteur conclut en citant une définition de Matthias Horx: «La qualité, c'est le radicalisme devenu adulte»... Tout un programme.

ÉCHOS DES MÉDIAS

L'hebdomadaire de gauche alémanique *Wochenzeitung* parvient en 1985 à équilibrer ses comptes pour la seconde année consécutive. Malgré cela, les pertes des deux premiers exercices (170 000 francs) représentent encore une lourde charge. C'est en vue de gagner de nouveaux lecteurs que notre confrère lance une campagne publicitaire dans les voitures des transports publics de sept villes suisses.

* * *

Les comptes 1985 du groupe Ringier ont de quoi faire rêver les éditeurs des petits journaux et même des plus grands: 11,4 millions de bénéfice net, soit une augmentation de 55,4% par rapport à l'exercice précédent.