

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1984)  
**Heft:** 716

**Artikel:** Démocratie à la Denner : de brique et de toc  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1016789>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 29.03.2025

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

éviter une sous-enchère débridée sur le dos des travailleurs, serait un pas de plus vers un nouveau désordre économique international. Si la Suisse évoquait, pour justifier une dérogation en faveur d'ETA, l'«intérêt national» et «les circonstances particulièrement graves», elle ne manquerait pas seulement de pudeur; elle porterait un rude coup à sa propre crédibilité et à celle d'une harmonisation des conditions de travail à l'échelle mondiale.

## DÉMOCRATIE À LA DENNER

### De brique et de toc

Décidément, Karl Schveri se prend de plus en plus pour Gottlieb Duttweiler. Comme l'ancien patron-fondateur de la Migros, l'actuel directeur de la maison Denner a le goût de la politique, et ressent le besoin d'en faire, sans même passer par un parti, tout au plus en s'appuyant sur des organisations économiques existantes. Chez M. Schveri, le recours à la démocratie directe n'est que le prolongement politique d'actions juridiques et commerciales menées à grand fracas de recours et d'annonces, telles: affaires immobilières (Interswiss, Inter-globe, Agemit) dans la fin des années soixante, boycott des brasseurs en 1970, vente de vitamines C en libre-service dès 1973, remise d'obligations de caisse en 1974, création de la fondation pour un «ombudsman» des consommateurs helvétiques en 1977, distribution de «bons de tabac» depuis plusieurs années, etc.

Au total, une jolie liste de luttes menées, au nom des chers consommateurs, contre les monopoles, et surtout contre les cartels et les pratiques commerciales restrictives en tous genres, qui subsistent dans les secteurs fortement cartellisés: bière, tabac, parfums notamment. A chaque fois, on retrouve la préoccupation du «discounter», type Leclerc en France, obsédé par les taux de renchérissement, les prix imposés, les prix de détail «gonflés» par divers prélèvements douaniers ou para-fiscaux.

Sur le plan politique, on retrouve la maison Denner derrière le référendum de 1968 contre la loi sur l'imposition du tabac; 51,8% des votants lui ont donné tort. Une très maigre majorité que l'on retrouve en décembre 1975, à la suite d'un nouveau référendum inspiré par Denner, cette fois contre la fameuse «loi chocolat», également attaquée par les organisations de consommateurs.

Denner a eu moins de chances avec ses initiatives: celle qui voulait encourager la construction de logements n'a recueilli que 29% des suffrages le 5 mars 1972, mais a ouvert la voie à un contre-projet sur lequel se fonde depuis lors la politique fédérale en la matière. Il faut dire que tous les partis soutenaient le contre-projet, et que Denner avait dû créer un simple comité d'action, auquel d'ailleurs le conseiller national Helmut Hubacher avait adhéré à la surprise générale. Quant à l'initiative lancée par Denner pour «lutter contre le renchérissement», elle fut déposée en mars 1974 munie de quelque 60 000 signatures, puis discrètement retirée en mai 1976 après que le Conseil fédéral ait promis un article conjoncturel plus efficace (et que la situation économique ait changé!).

#### INITIATIVES: DE LA CONSTRUCTION À LA CONSOMMATION

En apparence pas trop échaudée par ces précédents peu encourageants, Denner vient de lancer coup sur coup deux initiatives populaires, respectivement «pour une protection des exploitations paysannes et contre les fabriques d'animaux» et «pour la protection des consommateurs». Dans les deux cas, le titre, grandiose, recouvre des objectifs plus concrets et des préoccupations plus immédiates: Denner, la maison à succursales multiples qui fait désormais partie du club très fermé des distributeurs milliardaires (en chiffres d'affaires), s'offre le luxe de lutter contre «les gros», contre les accapareurs et autres intermédiaires susceptibles de fausser la concurrence sur le marché des produits de consommation courante.

Pour ce combat de longue haleine, Denner semble mieux dotée en matériel (y compris en «matériel

humain» pour la récolte, rémunérée, de signatures) qu'en crédibilité; comme la Migros, comme Coop, la maison Denner ne résiste pas à la tentation de mélanger les rôles, faisant à la fois dans la promotion des ventes et la défense de la clientèle.

#### RETOMBÉES PUBLICITAIRES

N'empêche qu'à chacune de ses actions politico-commerciales à grand spectacle, Denner, comme les autres, encaisse un joli succès de notoriété publicitaire, au prix d'une campagne fort peu onéreuse. Quelques pages d'annonces sans illustration, quelques frais de (toujours mauvaise) traduction en français, quelques factures d'imprimerie, et le reste vient tout seul, offert par la presse en pages rédactionnelles ou par la Confédération en rapports et arrêts. Jolie manipulation.

Avec en prime, et toujours à chaque fois, la possibilité d'égratigner les organisations économiques «officielles»: les agriculteurs affiliés à l'Union suisse des paysans (et non à la dissidente Union des producteurs suisses) ont reçu l'ordre de ne pas signer «l'initiative Denner» (en fait lancée par la VKMB, correspondante alémanique de l'UPS) en faveur des petits paysans (cf. DP 669 et 697). Et voilà que les organisations de consommatrices en sont réduites à s'opposer — à juste titre mais quand même — à la nouvelle initiative de Karl Schveri «pour la protection des consommateurs».

Tout le monde sait que la politique agricole ne se réduit pas à la lutte contre les fabriques d'animaux, ni la défense des consommateurs à la disparition des prix imposés pour le tabac ou la bière. Tout le monde apparemment, sauf la Chancellerie fédérale: elle examine les textes des initiatives populaires avant leur lancement, mais elle n'en contrôle pas l'intitulé. Les initiants peuvent de toute évidence choisir impunément les étiquettes les plus pompeuses. Reste à savoir si l'exercice de la démocratie directe peut s'accommoder d'une telle tromperie (sur la marchandise).