

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 24 (1987)
Heft: 852

Artikel: Surveillance et inspectorat : polices privées transnationales
Autor: Miserez, Marc-André
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1019494>

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: 30.03.2025

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

Polices privées transnationales

■ (mam) Question : quelle est la plus grosse entreprise privée genevoise ? Elle est à chercher dans le secteur tertiaire bien entendu, mais il ne s'agit ni d'une banque ni d'une compagnie d'assurances. La Société générale de surveillance (SGS) n'est pas non plus une police privée du type Securitas bien que ses activités s'en rapprochent un peu.

La SGS fait, comme son nom l'indique, de (bonnes) affaires dans le domaine de la surveillance ou de l'"inspectorate", comme on dit en français. De quoi s'agit-il ? Selon la formule "un flic dans chaque port" (voir DP 782), les entreprises de surveillance se chargent de vérifier la bonne exécution des contrats de vente entre partenaires de pays différents.

Un pouvoir immense

Concrètement, imaginons une société suisse qui achète des magnétoscopes à Hong-Kong. Les surveillants vont s'assurer que les appareils sont fabriqués selon les normes helvétiques, en effectuant des tests sur des échantillons. Ils vont également se charger du contrôle du chargement, du respect des prescriptions légales, douanières et contractuelles, etc. (1). Le pouvoir d'une société comme la SGS est immense : si le technicien ne délivre pas un certificat de conformité, le fournisseur ne pourra pas toucher sa lettre de crédit, avec à la clé une éventuelle annulation de contrat.

Encore l'exemple des magnétoscopes est-il simple ; imaginons les multiples contrôles que nécessitent la vente et l'installation d'une usine clé en mains. L'histoire de l'industrialisation du tiers monde fourmille d'exemples où des projets ont échoué à cause d'une mauvaise surveillance technique. Plus une usine est complexe et plus nombreuses sont les possibilités d'erreur ou de tricherie. En somme, la surveillance ou l'inspectorate n'auraient pas leur raison d'être si les partenaires commerciaux étaient toujours honnêtes et scrupuleux, un peu comme le sport

qui pourrait se passer d'arbitres si tout le monde était fair-play.

Spécialité helvétique

Activité hautement spécialisée, discrète voire confidentielle, transnationale par vocation, l'inspectorate nécessite toutes les vertus que l'on prête généralement au label helvétique.

De fait, la SGS occupe sur son marché une solide position de leader : classée parmi les 40 plus grandes firmes suisses, elle emploie aujourd'hui près de 20 000 personnes dont environ 300 au siège de Genève, les autres réparties dans plus de 130 sociétés affiliées et une centaine de laboratoires, le tout dans 140 pays. Son chiffre d'affaires pour l'exercice 85 a dépassé le milliard et demi (+ 31 % par rapport à l'année précédente). Ces données ont été rendues publiques il y a un peu moins d'un an lorsque, le mardi 6 juin 86, les dirigeants de la société ont invité pour la première fois les journalistes à une conférence de presse, désormais annuelle, brisant ainsi une longue tradition de silence. Rappelons encore que l'actionnaire majoritaire est l'UBS avec 12 % du capital et que le conseil d'administration est présidé par Philippe de Weck.

La SGS représente donc en quelque sorte un "passage obligé", pour reprendre l'expression du responsable du secteur transports d'une grande compagnie suisse d'assurances qui se plaignait, il y a un peu plus d'un an, de cette situation "parfois irritante et peu souhaitable dans une économie de marché". Sa puissance est telle qu'elle traite souvent directement avec les Etats : elle s'occupe

actuellement de la surveillance des importations de plus de 20 pays, dont le Mexique, la Bolivie, le Guatemala et une quinzaine de pays africains.

L'ascension fulgurante d'une "petite soeur"

Depuis 1986 toutefois, la montée spectaculaire d'une autre société battant également pavillon helvétique semble de nature à redistribuer quelque peu les rôles. Fondée en 1927 en Allemagne, Inspectorate International SA, basée aujourd'hui à Neuchâtel, connaît, depuis son rachat par le financier suisse Werner K. Rey, une expansion impressionnante. Classée au 371^e rang des entreprises suisses par la *Schweizerische Handelszeitung* en 1986, elle a réalisé en 85 un chiffre d'affaires de 150 millions. Début 86, elle absorbe deux sociétés, l'une suisse, l'autre américaine, ce qui fait passer le nombre de ses collaborateurs de 1200 à 3300. En mai, elle émet 125 000 actions au porteur, le succès est immédiat. Vendue 1000 francs, l'action Inspectorate est cotée 3390 francs en janvier 87. En 86 toujours, la société rachète encore un groupe allemand, un américain et un britannique, ce qui porte l'estimation de son chiffre d'affaires consolidé pour l'année dernière à 440 millions. Les prévisions pour 87 franchissent allègrement la barre du milliard. Inspectorate occupe aujourd'hui 4500 collaborateurs dans 50 pays.

Transfuge de la SGS, Heinz Doering, administrateur - délégué, explique : "cette expansion était indispensable, nous nous occupons d'un domaine où l'on ne peut pas survivre sans avoir une dimension mondiale. Maintenant, nous allons pouvoir ralentir notre rythme, d'autant qu'il n'y a plus beaucoup de sociétés intéressantes à racheter". Nécessité donc de diversifier, qu'Inspectorate a compris depuis longtemps, puisque 2/3 seulement de ses activités sont comparables à celles de la SGS. C'est ainsi qu'elle réalise 20 % de son chiffre d'affaires dans le travail intérimaire hautement spécialisé. 18 000 techniciens aptes à surveiller les grands chantiers internationaux sont recensés dans son fichier. Elle gère également

Vingt balles par jour pour se vendre

quatre écoles de formation d'opérateurs d'usines et traite avec la Banque mondiale qui finance des cours de formation dans le cadre d'une politique de transfert Nord - Sud du savoir-faire. Enfin elle s'attaque au secteur des banques de données et de la gestion informatique transnationale, à l'énergie, aux transports fluviaux et à la surveillance électronique des immeubles.

Cette diversification n'est pas un signe d'assèchement du marché de l'inspection : si la "petite" a grandi, la "grande" (SGS) continue à se porter comme un charme. Le marché s'est étendu et continue de croître. Selon les prévisions, il sera dominé dans les années nonante par une demi-douzaine d'entreprises dont deux suisses.

Neutralité oblige ?

Notre neutralité est-elle un atout pour ce type de sociétés, qui jouent les arbitres internationaux, comme le déclare Heinz Doering ? Certes, Werner K. Rey est citoyen helvétique - il avait défrayé la chronique dans les années septante en achetant Bally pour la revendre aussitôt et il a de gros intérêts dans les ateliers de construction mécaniques de Vevey - mais il réside à Londres et il aurait très bien pu s'installer ailleurs ... Il semble qu'une fois son choix arrêté sur l'Helvétie, le grand patron se soit laissé convaincre par la politique très active de prospection économique du canton de Neuchâtel. Le succès d'Inspectorate prouve que les entreprises "haut de gamme" peuvent survivre hors du triangle d'or.

(1) Cet exemple, ainsi que la plupart des données fournies dans cet article, est extrait d'un dossier publié dans l'édition de janvier 87 de la lettre d'information CH + 6 (voir DP 820). Adresse utile : CP 48, 1261 Trélex.

■ (y) L'an dernier, les dépenses publicitaires, tous supports confondus, ont atteint en Suisse le montant de 3 786 millions de francs. Cela veut dire 590 francs par client potentiel (15 à 79 ans selon les normes les plus généreuses). Tout de même une satisfaction pour ces "prospects" de penser que les promoteurs de vente en tout genre consacrent près de Fr. 21.- par jour, dimanche compris, sous forme d'annonces, de spots, d'affiches, de prospectus, etc. pour les / nous séduire.

La Suisse reste le paradis du support presse : comme en Allemagne, elle recueille les 4/5 de la manne publicitaire, contre un peu plus de la moitié en France ou aux USA par exemple. L'an dernier, les pages d'annonces commerciales ont moins augmenté (+ 2,7 %) que les offres d'emplois (+ 25,5 %). Depuis l'automne dernier, le *Tages Anzeiger* paraît à nouveau avec son supplément bihebdomadaire *Emplois* de plus de 100 pages, épaisseur jamais revue depuis la dernière surchauffe des années 1972/73. Les magazines se portent bien aussi : par rapport à 1985, *l'Hebdo* a fait 319 pages de pub supplémentaires et *l'Illustré* 129 pages. Quand on pense pub, on pense avant tout télévision. Strictement limités dans leur durée quotidienne (prolongée de 20 à 23 minutes par jour depuis novembre 1985), les blocs de spots offraient en 1986 un temps total de 7 100 minutes, ce qui a entraîné une fois de plus une forte réduction des souscriptions qui s'étaient élevées à 11 000 minutes environ. La demande reste d'autant plus forte que la publicité télévisée sur les programmes SSR (555 millions), et via satellite (55 millions), représente la plus

DEPENSES PUBLICITAIRES 1986 (estimation)

	Mios fr.	%
Presse	1950	+ 8,5
Journaux	1480	+ 9,5
Magazines	230	+ 7,5
Pub spécialisées	240	+ 3
Cinéma	21	+ 6
Télévision	175	+ 17
Télétexte	1.5	+ 50
Radios locales	35	+ 15
Publicité extérieure	251	+ 10
Annuaire d'adresses	63	+ 2
Publicité directe	1290	+ 3
Total	3786	+ 7

Source : *Neue Zürcher Zeitung* 10.2.1987

Tableau illustrant l'article de Bruno Widmer, associé Advico SA, Gockhausen, qui présente périodiquement l'évolution des dépenses publicitaires en Suisse (cf. *NZZ* 3.3.81, 17.2.82, 11.2.83, 29.8.86, 13.2.85).

faible proportion des dépenses publicitaires au monde.

La Suisse est aussi le seul pays où la publicité extérieure, c'est-à-dire l'affichage, grève davantage les budgets publicitaires que la télévision. Cela s'explique par les limites imposées à cette dernière, et aussi par une spécialisation traditionnelle, tant au niveau de la création (il n'y a pas seulement Leupin ou Erni), que des arts graphiques.

A noter enfin la toute petite tranche que se taillent les nouveaux médias dans le gâteau publicitaire helvétique : les radios locales ont capté l'an dernier 35 millions de francs et le télétexte à peine 1,5 million, les deux principalement en Suisse alémanique.

UBS : QUELS INTERETS ?

■ A la suite du lancement du référendum contre le projet de l'UBS à Genève (voir DP 850), réaction du syndicat maison, par la voix de son organe *L'employé de banque suisse* (15.2.87) :

L'Association suisse des employés de banque (ASEB) a été profondément choquée d'apprendre par la presse que le président de sa section genevoise

était membre du comité qui a lancé un référendum contre le projet de construction du centre administratif de l'UBS à Genève. Bien que membre à titre personnel de ce comité, la direction centrale (sic) de l'ASEB a demandé au comité genevois de l'informer rapidement sur les dispositions qu'il a prises pour régler une situation contraire aux intérêts des employés de banque qu'elle défend.

On aurait aimé plus de précisions sur la conformité de ce projet aux intérêts des employés de banque