

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 42 (2005)
Heft: 1658

Artikel: OGM : commercialisation agressive
Autor: Escher, Gérard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1013641>

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>

Commercialisation agressive

Monsanto, tout comme Syngenta en Suisse, délaisse l'Europe, trop restrictive, pour concentrer aux Etats-Unis ses ventes de produits à base de soja transgénique.

Il y a près de dix ans, en 1996, Monsanto, géant chimique américain (producteur jadis de l'agent orange), mettait sur le marché les premières semences de soja transgénique. C'était un soja résistant à l'herbicide maison, le *roundup*. En annonçant sa conversion au tout-à-l'OGM, Monsanto allait révolutionner l'agriculture et encaisser des royalties chaque fois qu'un paysan plantait une graine transgénique. Six ans après, le pari semblait perdu: en 2002, les pertes de Monsanto s'élevaient à 1,7 milliard de dollars. L'avenir était encore plus sombre, au vu de la résistance robuste et durable de l'Europe aux aliments transgéniques.

Croissance vertigineuse

Aujourd'hui, le bénéfice des produits OGM de la maison est de 600 millions de dollars, sur un chiffre d'affaires de près de deux milliards. L'action Monsanto a doublé en une année et tous les indicateurs de croissance sont au vert vif.

La première raison de ce succès est la décision de concentrer les ventes sur les Etats-Unis, où déjà 90% du soja planté est transgénique. Si les Américains sont plus technophiles que la vieille Europe, l'acceptation des produits OGM semble surtout provenir du fait que la plupart des consommateurs ignorent qu'ils en absorbent quotidiennement; en effet, il n'y a pas aux Etats-Unis de label ou d'indications sur ces produits.

Une deuxième raison du succès commercial de Monsanto est le durcissement de la lutte

contre le piratage. Monsanto fait signer aux fermiers un contrat dans lequel ils s'engagent à ne pas replanter les semences transgéniques qu'ils auraient obtenues. Si le fermier procède à ces copies pirates - pratique admise dans l'agriculture conventionnelle et qui ressort chez nous du «privilege de l'agriculteur» - Monsanto porte plainte systématiquement. Une centaine de procès contre des fermiers ont déjà eu lieu. Monsanto semble plus laxiste face au piratage dans les pays du Sud, comme le Brésil, où les plantations au noir de soja transgénique ont été tolérées et ont mis le gouvernement devant le fait accompli.

Une autre raison de la santé de Monsanto, c'est l'investissement massif dans la recherche. Aujourd'hui, Monsanto tra-

vaille sur des plantes transgéniques aux traits modifiés multiples. Il s'agit en somme de plantes à la fois résistantes à un ravageur et à un herbicide, voire encore à la composition nutritionnelle modifiée. Ces graines se vendront chères. Monsanto a toujours gardé le secret sur ces recherches, on l'a même soupçonnée de bâcler les études de biosécurité (notamment dans l'affaire du coton Bt). Pour l'anecdote, rien que la facture annuelle d'électricité du bâtiment de recherche au quartier général de Monsanto est actuellement de quatre millions de dollars. C'est probablement plus que l'entier de la recherche publique suisse en termes de plantes OGM. On y développe aujourd'hui du blé, du maïs et du soja résistants au sel, à la sécheresse et au froid.

Pour le froid, l'objectif n'est pas de nourrir les Népalais, mais de permettre aux fermiers canadiens de cultiver du soja plutôt que du colza, qui rapporte plus.

Quant à notre géant à nous, Syngenta, il se porte bien aussi, avec une hausse vigoureuse des ventes, surtout en Amérique du Nord. Les produits OGM représentent 3% de son chiffre d'affaires, mais déjà près du cinquième de la division semences. A en juger les présentations publiques sur Internet, la stratégie Syngenta est plus différenciée que celle de Monsanto: tout à l'OGM aux USA, très pédagogique en France (avec un livre blanc sur la biotechnologie), et motus sur les plantes transgéniques en Suisse. *ge*

Business 2.0, septembre 2005

Le Tunnel routier du Gothard a 25 ans

Gianfranco Helbling, directeur de l'hebdomadaire tessinois *area*, dans un éditorial consacré au 25ème anniversaire du tunnel routier évoque l'espoir d'un rapprochement entre le Tessin et le reste de la Suisse né au moment de l'ouverture du tunnel. Toutefois il conclut, un peu amèrement, «quand il n'y a pas de bouchons, il est vrai que personnes et marchandises voyagent plus vite, accroissant les échanges commerciaux à l'avantage de l'économie du canton. Mais vraiment le Tessin est-il plus proche du reste de la Confédération? On ne dirait pas. Le Tessin continue de vivre dans un monde à part, à l'écart des débats qui se déroulent de l'autre côté du Gothard, tourné sur soi-même. J'en veux pour preuve la focalisation de la radio et de la télévision tessinoises sur les questions régionales, tout le contraire de l'attention qu'elles portaient autrefois aux questions nationales. Il faudra s'en souvenir dans les discours que l'on prononcera au moment de l'inauguration du tunnel de base dans une dizaine d'années.»

area, n°35, 2 septembre 2005 (traduit par *md*)
www.area7.ch