

Procès-verbal de l'Assemblée des délégués
DE
L'Union suisse des Sociétés de consommation
tenue à Berne, le 19 Juin 1892

LES ACHATS EN COMMUN

PAR

L'UNION SUISSE DES SOCIÉTÉS DE CONSOMMATION

RAPPORT

présenté par M. J.-Fr. Schär
régent à l'Ecole réale supérieure de Bâle

A

L'ASSEMBLÉE DES DÉLÉGUÉS
DE L'UNION SUISSE DES SOCIÉTÉS DE CONSOMMATION
tenue à Berne, le 19 Juin.

GENÈVE

IMPRIMERIE J. STUDER, ROND-POINT DE PLAINPALAIS, 3

1892

436

Procès-verbal de l'Assemblée des délégués

DE

L'Union suisse des Sociétés de consommation

tenue à Berne, le 19 Juin 1892

LES ACHATS EN COMMUN

PAR

L'UNION SUISSE DES SOCIÉTÉS DE CONSOMMATION

RAPPORT

présenté par **M. J.-Fr. Schär**

régent à l'Ecole réale supérieure de Bâle

A

L'ASSEMBLÉE DES DÉLÉGUÉS

DE L'UNION SUISSE DES SOCIÉTÉS DE CONSOMMATION

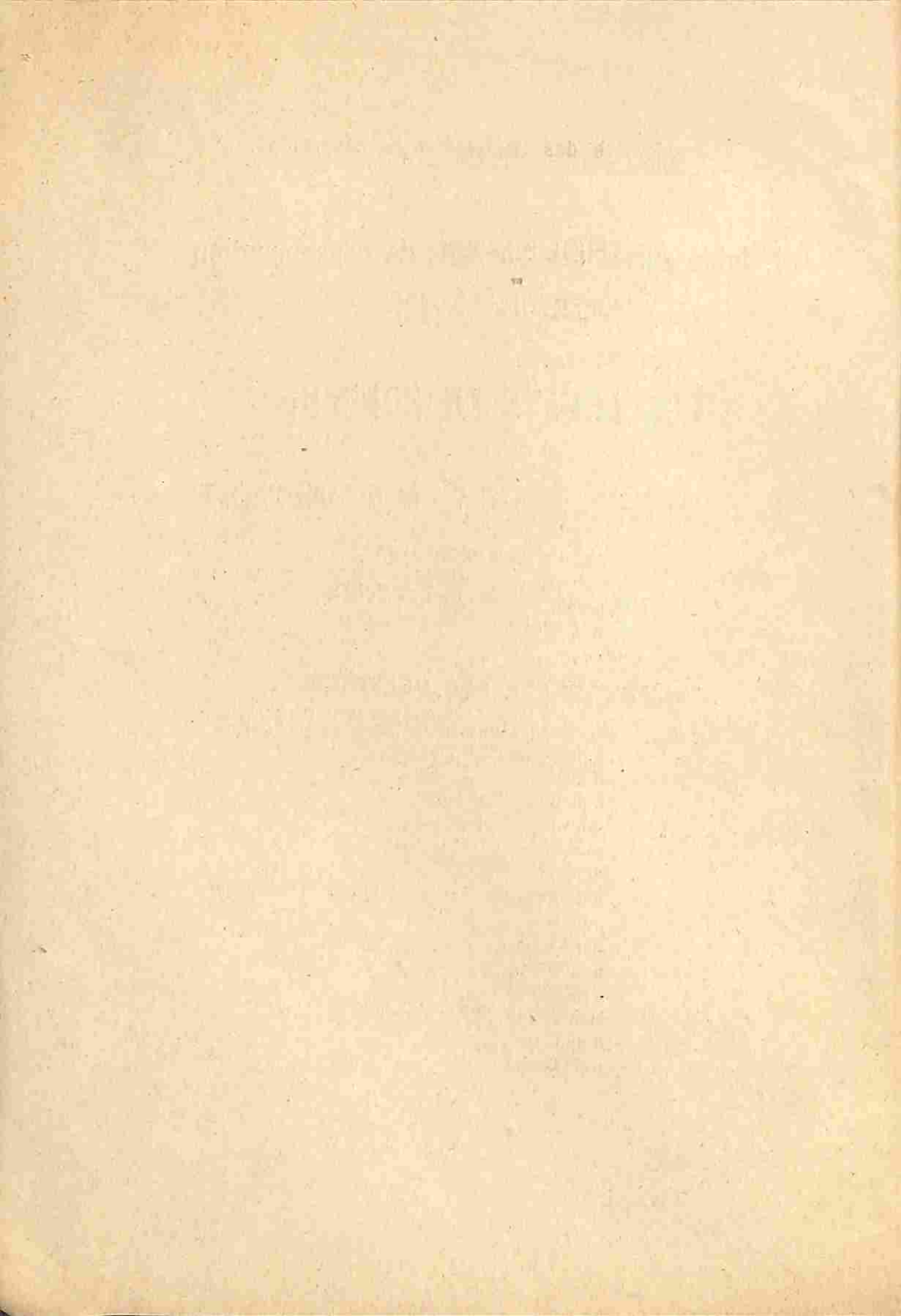
tenue à Berne, le 19 Juin.

GENÈVE

IMPRIMERIE J. STUDER, ROND-POINT DE PLAINPALAIS, 3

1892

436



PROCÈS-VERBAL
DE L'ASSEMBLÉE ORDINAIRE DES DÉLÉGUÉS

*tenuë à l'hôtel de la Cigogne, à Berne,
le 19 juin 1892.*

Sont présents, du Comité central : MM. STADELMANN, SCHÄR,
BOERLIN et GASS.

Les sociétés suivantes affiliées à l'Union sont représentées :

1. Konsumverein de **Sood-Adlisweil**.
2. Arbeiterverein de **Töss**.
3. Lebensmittelverein de **Zürich**.
4. Konsumgenossenschaft de **Berne**.
5. Société de consommation de **Moutier**.
6. Allgem. Konsumverein de **Zurich**.
7. Konsumverein de **Balsthal**.
8. Konsumverein d'**Olten**.
9. Konsumverein de **Schönenwerth**.
10. Allgem. Konsumverein de **Bâle**.
11. Allgem. Konsumverein de **Niederschönthal**.
12. Allgem. Konsumverein de **Herisau**.
13. Konsumverein de **Trogen et environs**.
14. Konsumverein de **Buchs**.
15. Konsumverein d'**Ebnat**.
16. Konsumverein de **Flawyl**.
17. Konsumverein de **St-Gall**.
18. Arbeiter-Konsumverein de **Rorschach**.
19. Konsumverein de **Coire**.
20. Konsumverein de **Baden**.

21. Konsumverein de **Turgi et environs.**
22. Konsumverein d'**Arbon.**
23. Aktien-Konsumverein de **Bischofszell.**
24. Société coopérative suisse de consommation de **Genève.**
25. Arbeiter-Konsumverein de **Wald.**
26. Konsumverein de **Biberist.**

En tout, 26 sociétés représentées par 37 délégués, plus 7 autres membres de sociétés affiliées.

DÉLIBÉRATION

I. — M. le président Stadelmann, de Bâle, salue l'assemblée et explique la cause du retard qu'a subi cette année la convocation. Les questionnaires envoyés aux sociétés en vue de dresser la statistique des marchandises consommées dans l'Union, sont rentrés en partie si lentement, qu'il n'a pas été possible de préparer le rapport sur cet objet plus tôt.

II. — Le procès-verbal de la dernière réunion ayant été imprimé et distribué, l'assemblée décide de le considérer comme lu et en vote l'adoption.

III. — Le rapport de gestion du Comité central et les comptes de l'exercice 1891 ont été également transmis aux sociétés sous forme d'impression. Les comptes accusent une *Recette* de fr. 1887 45, une *Dépense* de fr. 1317 45, et un *solde en caisse* de fr. 570. La société de Zurich les a vérifiés et en propose l'approbation. Adopté sans discussion.

IV. — *Statistique des marchandises consommées.* — M. le Docteur en droit Oscar Schär présente sur cet objet le rapport qu'il avait été chargé par le Comité central de rédiger.

En tout, 25 Sociétés appartenant à l'Union ont rempli et retourné le questionnaire. Quelques-unes des réponses étaient tellement imparfaites qu'elles n'ont pu être utilisées. D'autres se sont trouvées être partiellement incomplètes et, de plus, conçues sur un plan autre que celui indiqué. Enfin, dans plusieurs cas, on a dû constater des erreurs manifestes. Le tableau qui a été établi d'après cet ensemble de documents ne saurait donc être considéré comme complet ni comme tout à fait exact. Il n'en renferme pas moins des données d'une valeur qu'on ne peut méconnaître, et nous renseigne dans une mesure très appréciable sur les prix auxquels la plupart des Sociétés

achètent et sur ceux auxquels elles revendent. Ces prix varient grandement d'une société à l'autre; les écarts qu'on a relevés sous ce rapport sont même de nature à provoquer l'étonnement, car ils ne s'expliquent complètement ni par des variations dans la qualité de l'article, ni par la diversité des époques où les achats ont eu lieu. On a pu constater qu'à la même date, telle société payait la même marchandise 20, 30 et 50 et même davantage pour cent plus cher que telle autre! Dans les prix de vente, les écarts ne sont guère moindres. M. le rapporteur a établi un tableau comparatif (ci-joint) pour 24 de ces articles. En le parcourant attentivement, on ne peut se défendre de l'impression que bon nombre de sociétés sont plus ou moins exploitées par leurs fournisseurs, d'où la conclusion toute naturelle qu'une Agence centrale pour les achats en commun rendrait de grands services.

V. — *Achats en commun.* — M. J.-F. Schär senior présente à son tour, au nom du Comité central, un rapport basé sur celui qui vient d'être lu et qui a pour but d'examiner la possibilité d'organiser les achats en commun (voir ce rapport ci-après). Il conclut par la proposition suivante:

L'Assemblée générale des délégués de l'Union suisse des Sociétés de consommation décide en principe l'organisation des achats en commun.

Elle délègue au Comité central le soin d'exécuter dorés et déjà la présente décision en nommant un secrétaire qui sera chargé d'effectuer ces achats sous la direction et sous la surveillance du Comité.

Elle accorde au Comité tous pouvoirs pour choisir ce secrétaire, fixer la participation des Sociétés aux dépenses à prévoir, régler tous les détails de l'organisation des achats. Ces pouvoirs resteront en force jusqu'à la prochaine assemblée générale.

Les délégués présents s'engagent à user de leur influence auprès de leurs Sociétés respectives pour obtenir l'appui énergique de celles-ci en faveur du Comité central dans l'exécution de la décision prise, et plus tard leur participation aux achats collectifs par l'intermédiaire de l'Agence.

M. le président annonce que le Comité central a l'intention de faire imprimer le procès-verbal de la présente séance, ainsi que le rapport sur les achats en commun, et d'adresser ces deux documents à toutes les sociétés de l'Union. Sur le désir qu'en exprime la société de Fontainemelon, il est décidé qu'il en sera fait une traduction française.

La discussion étant déclarée ouverte, MM. Steiner, Furrer et Etter, de Lucerne, Gass, de Bâle, Keller, d'Olten, Wintsch, de Zurich, le président et le rapporteur prennent successivement la parole. Tous les orateurs se déclarent d'accord en principe avec les conclusions

du Comité central; les opinions ne diffèrent que sur le mode de rémunération du secrétaire.

M. *Steiner* (Lucerne) trouve le mode suggéré trop instable; il ne veut pas d'une commission prélevée sur les achats et propose que toutes les sociétés de l'Union contribuent au salaire du secrétaire, même celles qui n'achèteraient pas par son intermédiaire.

M. *Gass* (Bâle) trouve la proposition du préopinant un peu risquée et préférerait un système mixte, soit un traitement fixe combiné avec un courtage d'achat.

M. *Etter* (Lucerne) partage cette dernière manière de voir et désire que le Comité central examine la question de savoir si la participation des sociétés aux frais de l'Agence ne pourrait pas être calculée d'après le chiffre des membres.

M. *Keller* (Olten) se prononce dans le même sens que M. *Gass* et insiste pour qu'on s'en remette, pour la première année, à ce que décidera le Comité central.

M. *Wintsch* (Zurich) voudrait que l'on fit au secrétaire une bonne position afin de l'intéresser à la réussite de l'Agence; il est donc pour un traitement fixe, plus une provision qu'on ne réclamerait qu'à celles des sociétés qui achèteront. Quant à en demander une aux fournisseurs, il y est opposé.

M. le président *Stadelmann* combat la proposition de M. *Steiner* et fait observer que les conclusions du rapporteur laissent le Comité central libre, s'il le juge opportun, de prendre en considération les divers vœux qui viennent d'être exprimés. L'acceptation de la motion de M. *Etter* entraînerait la nécessité de contributions extraordinaires.

Le rapporteur reprend la parole pour apprécier à nouveau les conclusions du Comité.

M. *Steiner* déclare retirer sa motion.

La proposition du Comité central est alors mise aux voix et adoptée à l'appel nominal à l'unanimité de 37 délégués présents.

VI. — *Revision partielle de Statuts* (art. 2). — M. le président *Stadelmann* déclare, au nom du Comité central, que celui-ci ne voit pas de motifs suffisants à cette revision et qu'il ne saurait la recommander. Une augmentation dans le chiffre des délégués occasionnerait une augmentation de frais qui ne serait pas bien accueillie par les petites sociétés. D'ailleurs, si l'on voulait modifier le nombre des voix auxquelles les sociétés ont droit, il y aurait lieu de modifier également les cotisations qu'on exige d'elles.

M. *Handschin* (Niederschönthal), auteur de la proposition de revision, dit que les petites sociétés tiennent à pouvoir envoyer deux

délégués, dussent même ces délégués n'avoir droit qu'à une voix entre eux deux.

M. *Gass* parle contre la revision et fait observer que les membres du Comité central qui ne sont pas régulièrement délégués n'ont dans l'Assemblée que voix consultative.

M. *Etter* (Lucerne) appuie au contraire la proposition de M. *Handschin*, mais se montre en même temps disposé à augmenter le nombre des délégués des grandes sociétés. Il propose de reviser également l'art. 3 des Statuts, afin de mettre le montant des cotisations en rapport avec le chiffre des délégués.

M. le président *Stadelmann* déclare que l'Assemblée d'aujourd'hui ne saurait valablement prendre une décision quant à la revision de l'art. 3 (cotisations).

M. *Wintsch* (Zurich) se prononce à la fois contre la motion *Handschin* et contre la motion *Etter*. Il propose d'écarter la revision des Statuts.

A la votation, 2 voix seulement se prononcent en faveur de la revision, laquelle est rejetée à la grande majorité.

VII. — *Propositions individuelles des Sociétés.* — Il n'en a été présenté aucune.

VIII. — La société de Bâle est de nouveau proposée comme *vorort* de l'Union pour l'année qui s'ouvre. M. le président *Stadelmann* déclare que Bâle est disposé à accepter encore une fois cette tâche, afin de mener à bout l'œuvre de l'organisation des achats en commun, mais il demande qu'on veuille bien faire un autre choix pour l'exercice qui suivra. Sur quoi Bâle est à l'unanimité désigné comme *vorort* pour l'année 1892-93.

IX. — La société de Lucerne est chargée de la vérification des comptes pour l'exercice 1892.

X. — On propose comme localité de la prochaine assemblée Baden, Olten et Bâle. Baden est choisi par 26 voix.

La séance est levée à 2 heures.

Certifié conforme :

Le président : C. STADELMANN.

Le secrétaire : CHR. GASS.

Rapport de M. J.-Fr. Schär

SUR

LES ACHATS EN COMMUN

présenté à l'Assemblée des délégués.

MONSIEUR LE PRÉSIDENT ET MESSIEURS,

Dans l'assemblée des délégués tenue à Lucerne l'année dernière, vous avez voté l'élaboration d'une statistique des marchandises consommées par nos sociétés, comme une mesure préparatoire à l'**organisation d'un système d'achats en commun.**

Les résultats de cette enquête, à laquelle le Comité central a consacré ses soins pendant l'année écoulée, vous ont été communiqués par le précédent orateur¹. Permettez-moi maintenant d'en déduire les conclusions pratiques et de vous exposer de quelle façon les achats en commun pourraient être organisés.

Dès la fondation de notre Ligue, les achats collectifs furent signalés comme l'une des tâches principales que nous devions nous proposer. La perspective de ces achats a été le motif déterminant de l'entrée d'un grand nombre de sociétés coopératives dans l'Union. Vous voudrez bien excuser le Comité central d'être resté deux années avant de vous soumettre des propositions fermes. Sans parler de la question du tarif des douanes suisses qui nous a tant préoccupés durant cette période, il importait avant tout d'obtenir des sociétés associées, par le moyen d'un

1. Les résultats essentiels du travail de M. le Dr en droit Oscar Schär sur la statistique des marchandises se trouvent consignés au procès-verbal imprimé. Le tableau ci-joint résume les particularités les plus saillantes mises au jour par l'enquête.

questionnaire, une idée exacte de leur organisation interne, de leurs statuts et règlements, mode de comptabilité, système d'opérations, mouvement d'affaires, bénéfices, nombre des membres, etc. ; ensuite, de venir en aide, par des conseils ou des indications, aux sociétés nouvellement formées ou à celles en voie de réorganisation. Il nous sera bien permis de constater que, sous ce rapport, notre Union a déjà produit plus d'un résultat encourageant.

C'est seulement aujourd'hui que nous sommes en possession d'une base solide qui nous permet de faire un pas décisif en avant. Nous avons appris à nous connaître, nous avons établi entre nous une confiance réciproque, nous avons pu nous rendre compte de la force considérable dont nous disposons si nous voulons nous tenir pour solidaires les uns des autres et marcher du même pas vers un même but. Nous en sommes arrivés à la conviction que le moment est venu, pour nos sociétés, de faire cause commune entre elles si elles ne veulent pas rester en arrière de leur époque. Plus la puissance du capital se concentre, au point d'englober, dans le réseau de ses spéculations préparées de longue main, jusqu'aux articles de première nécessité ; — plus les *rings*, les syndicats et autres combinaisons représentant des intérêts privés tendent à régenter ou à supprimer la libre concurrence d'autrefois, — et plus les sociétés coopératives doivent élever la voix et faire retentir aux oreilles des petits et des faibles ce cri d'alarme : « Serrez vos rangs et concentrez vos forces ! »

Il est vrai que chacune de nos sociétés de consommation constitue déjà en elle-même une manifestation de ce sentiment de solidarité. Les attaques dirigées contre ces sociétés et contre les hommes placés à leur tête prouvent précisément la grande utilité de ces associations, utilité qui ne se borne pas à fournir au consommateur de bonnes denrées à bon compte, mais qui consiste en outre en ceci, que la coopération agit comme un régulateur des prix et comme un frein aux agissements des intermédiaires.

Reconnaissons-le toutefois : ces associations essentiellement locales et limitées ne suffisent plus. Nous avons vu surgir au milieu de nous des sociétés par actions armées de capitaux puissants, et visant à étendre leur cercle d'opération sur le pays tout entier. En face de cette concentration des capitaux, en face aussi de la guerre que les intérêts qui s'estiment lésés nous ont déclarée, tout partisan réfléchi de l'action coopérative doit forcément arriver à cette conclusion que **livrées à leurs seules forces, les sociétés ne sont pas en état de lutter ; elles ont besoin d'un solide point d'appui, et elles ne le trouveront que dans une organisation col-**

lective, — celle que leur offre « l'Union suisse des sociétés de consommation ».

Il suffit de jeter un regard sur les chiffres du tableau des marchandises consommées que nous joignons ici, pour être persuadé de cette vérité, et pour sentir que l'activité collective que nous appelons de nos vœux doit se porter sur les *achats en commun*. Permettez-moi de vous démontrer la convenance ou plutôt la nécessité absolue de ces achats.

I. Il ressort des renseignements recueillis par le Comité central et soumis à un examen comparatif par M. le Dr Schär, ce fait-ci : les prix payés pour un seul et même article, à la même époque, varient extrêmement d'une société à l'autre, au point de présenter *des différences de 20, 30 et jusqu'à 50 pour cent*. N'est-ce pas la preuve que la concurrence dans l'offre n'est point ce qu'elle devrait être ; que plusieurs sociétés sont rançonnées par leurs fournisseurs ; que les gérants ou administrateurs de ces sociétés n'ont pas les connaissances ou les aptitudes requises pour soigner convenablement les intérêts qui leur sont confiés ? A cela se joint, chez beaucoup de ces gérants, une certaine tendance à s'en remettre à un fournisseur choisi une fois pour toutes, et qui, ainsi assuré de la préférence, en profite pour exploiter la confiance qu'on lui a imprudemment accordée. Des achats collectifs et une agence centrale d'approvisionnement obviennent à ce fâcheux état de choses, et mettraient à la portée de toutes les sociétés associées, même des plus petites, les avantages qu'un petit nombre d'entre elles seulement tirent de leur importance, de l'expérience ou de l'énergie de leurs directeurs.

II. Du moment que les achats en commun seront la règle, **chaque société, petite ou grande, jouira en fait des mêmes avantages, des mêmes faveurs que les fabricants ou les négociants en gros accordent aux grands acheteurs**. Il est dans la nature des choses qu'une multitude de frais et de surcharges disparaîtront par le fait de la concentration des commandes, des livraisons, expéditions, mesures de contrôle, paiements, etc., etc., et que les prix de revient pourront être établis beaucoup plus bas que maintenant. A plus forte raison sera-ce le cas lorsque notre agence centrale sera en position d'entrer en rapports avec les producteurs même de certains articles. Lorsque nous en viendrons à passer des marchés directs avec des fabricants de savon, d'amidon, de soude, de chicorée, etc., de façon à leur prendre la majeure partie de leur

production ; lorsque ces fabricants se verront ainsi assurés (sans aucun risque de perte pour eux puisque nous payons comptant) d'un débouché constant, il est bien évident que, dans ces conditions-là, nous obtiendrons des baisses de prix et des garanties de qualité exceptionnelles et considérables. Ces conventions avec les usiniers pourraient éventuellement préparer les voies à la fabrication par nous-mêmes de tel ou tel article, et si MM. les meuniers et les boulangers s'avisent de nous *boycoter*, ils ne feront que nous mettre dans la nécessité d'entreprendre la meunerie pour notre propre compte.

De ce qui précède, il ressort que les achats en commun ne sont pas seulement utiles aux petites sociétés, mais que les grandes, avec leurs achats considérables, y trouveront aussi de sérieux avantages.

III. La possibilité d'acheter à meilleur compte permettra à nos sociétés de vendre à leur tour meilleur marché. On peut voir par le tableau que nous publions que le prix de *vente* du même article varie beaucoup d'une société à l'autre. Il y a des écarts de 20, 30 et même 50 pour cent. Ces différences proviennent moins du désir de faire de gros bénéfices que du fait que, dans bien des cas, la société a payé ses marchandises infiniment trop cher. Une des conséquences des achats faits en commun sera d'introduire dans nos prix de détail, pour ce qui concerne les articles les plus importants, une certaine uniformité, une sorte de niveau normal, et ce sera l'ensemble des sociétaires qui en bénéficiera. Par le fait de l'action qu'exerce d'une manière générale, sur les prix, la concurrence des associations coopératives, ce ne sont pas seulement les 40,000 membres de notre union qui se ressentiront en bien de notre intervention, ce sera aussi, quoique d'une façon moins directe, la masse des consommateurs à petite bourse.

Les achats en commun ont par conséquent, au plus haut degré, une portée sociale et économique.

IV. A l'achat collectif des denrées se rattache nécessairement, selon nous, *le contrôle de ces marchandises au point de vue de la qualité*. En supposant, comme le bon sens l'indique, que la direction de l'agence centrale ne pourra être confiée qu'à des personnes d'expérience, nous entendons en outre que ces personnes auront pour s'éclairer la ressource des analyses chimiques et des expertises spéciales. On peut par conséquent être assuré que l'existence de l'agence centrale aura sur la qualité des livrai-

sons une influence décisive. L'étude du relevé statistique nous a laissé l'impression que nos sociétés n'attachaient pas toutes à cette question de *qualité* une importance égale, et que sous ce rapport quelques-unes s'en laissaient imposer. La confusion, le laisser-aller qui règnent souvent dans la désignation d'un seul et même article (la farine, par exemple, dont on compte 25 variétés distinctes ou prétendues telles), le penchant des fabricants à multiplier les étiquettes et les marques pour un même produit, contribuent aussi beaucoup à rendre la comparaison difficile et à compliquer le contrôle. Si, par le moyen de l'agence centrale, nous pouvons arriver à introduire plus d'unité dans ce domaine et plus d'accord entre les désignations en usage, nous aurons grandement éclairci la question et accru les chances d'être bien servis.

L'organisation d'une agence centrale et l'examen consciencieux de la qualité qui en sera la conséquence, assureront à toutes les Sociétés de bonnes marchandises et les mettront à l'abri des falsifications.

V. *Les achats au moment favorable.* Les cours d'un grand nombre d'articles, tels que les cafés, le pétrole, les huiles, les vins, le sucre, la farine, fluctuent considérablement. A certaines époques, ils sont beaucoup meilleur marché qu'à d'autres. Savoir saisir ces moments favorables pour opérer est l'affaire des maisons de gros. Mais une agence centrale comme la nôtre devra et pourra, elle aussi, en profiter. Il y a sans doute, dans la manière dont les prix se comportent, des facteurs qui échappent aux prévisions humaines. Toutefois, il y a moyen dans une grande mesure d'utiliser pour faire ses achats les conjectures propices, en suivant attentivement la marche des cours, les avis sur les récoltes, les relevés de la consommation, etc. L'agence centrale tiendra les sociétés au courant sous ce rapport.

Je crois avoir suffisamment démontré l'opportunité ou, pour mieux dire, la nécessité des achats en commun. Il convient maintenant de dire un mot des **difficultés** que rencontrera l'exécution de notre projet.

Ces difficultés sont de diverse nature.

En premier lieu, la circonstance que les qualités sont désignées différemment selon les endroits, et que souvent le choix qui en est fait par les gérants de sociétés leur est dicté par habitudes ou préférences locales. Ensuite, chez bon nombre de consommateurs, la conviction (qui n'est dans bien des cas qu'un

préjugé) que la source où ils ont l'habitude de s'approvisionner est la seule bonne. Il ne faut pas nous dissimuler qu'au début l'agence centrale aura de la peine à persuader et à contenter tout le monde.

Il y a encore le fait du plus ou moins grand éloignement des sociétés, d'où résulteront des différences dans les frais de voiture et partant dans les prix de revient ; la question de savoir s'il convient de tirer tel article d'Italie plutôt que d'Autriche, de France plutôt que d'Allemagne ; s'il vaut mieux l'importer par la voie de Romanshorn que par celle de Buchs, de Bâle ou de Genève. Autant de problèmes dont la solution exigera de la part de tous les associés persévérance, patience et bon vouloir. Notre agence centrale et nos sociétés auront-elles cette patience et ce bon vouloir ? Un essai malheureux ne risquera-t-il pas de provoquer la retraite de la société mécontente ?

Il y aura encore les lacunes et les imperfections des sociétés elles-mêmes, dont la lenteur ou l'indécision laisseront échapper les moments favorables aux achats, ou qui mettront de la négligence dans leur correspondance avec l'agence. Enfin, chez telle ou telle de ces sociétés, la répugnance à rompre avec un fournisseur auquel elle est depuis longtemps habituée. Mais ce sont là des obstacles dont aucun n'est insurmontable. La patience, l'énergie, des égards et une confiance réciproques finiront par en avoir raison.

Passons à un autre côté de la question.

Comment les achats en commun doivent-ils être organisés ?

Suivant moi, il y a trois manières de s'y prendre.

- a) Par la création d'un magasin central appartenant à l'Union, laquelle, en la personne de son Comité central, achèterait directement et ferait les expéditions aux sociétés.
- b) Par des achats que ferait une des grandes sociétés pour le compte des autres.
- c) Par l'établissement d'une agence centrale impliquant la création d'un emploi de secrétaire salarié, lequel fonctionnerait comme intermédiaire entre les fournisseurs et les diverses sociétés prises individuellement.

Examinons ces trois solutions :

A) **Le magasin central.** — Le but final que nous devons nous proposer est de donner à l'Union suisse des Sociétés de consommation la position de négociant de gros, la mettre à même d'acheter, d'emmagasiner ses achats dans un ou plusieurs locaux centraux, pour ensuite les rétrocéder aux sociétés suivant leurs besoins, éventuellement enfin, de créer et d'exploiter des ateliers ou des usines qui lui appartiendront en propre. Ne perdons jamais de vue cette grande et belle perspective. Toutefois si la réalisation d'un pareil projet ne doit point être considérée comme chimérique, elle m'apparaît pour le moment comme trop difficile et trop lente.

En effet, pour arriver à cette réalisation, nous aurions tout d'abord à constituer une association légalement et financièrement responsable, pourvue de plus d'un capital considérable. Telle qu'elle existe aujourd'hui, l'Union suisse est une société libre, ne possédant pas la personnalité juridique et ne disposant d'aucun capital ; elle ne saurait dès lors, au point de vue légal, ni acquérir des droits ni contracter des engagements. Ce n'est que lorsque chacune des sociétés unies aura obtenu de l'assemblée générale de ses membres l'autorisation formelle de s'inscrire comme membre de l'Association centrale à créer et de souscrire sa part du capital requis, que nous serons légalement et financièrement en mesure d'ouvrir un magasin central.

Resterait, il est vrai, pour couper court à ces lenteurs, la ressource de nos souscriptions individuelles, mais ce moyen nous paraît dangereux : ce serait risquer d'ouvrir la voie à une compagnie par actions animée d'un esprit de lucre.

Revenant à l'idée d'avoir des *sociétés* pour actionnaires, je vous laisse à apprécier par vous-mêmes, Messieurs, ce qu'il nous faudrait de temps pour élaborer convenablement les statuts de cette association centrale, et pour obtenir les souscriptions d'un nombre suffisant de sociétés coopératives?... — Des années probablement... Puis nous aurions à nous pourvoir de tout un personnel d'employés, à trouver des locaux, etc., tout cela sans même avoir la certitude que les services de l'agence, une fois organisée sur un aussi grand pied, seraient utilisés.. Un autre risque à courir serait que les marchandises achetées nous restassent sur les bras, faute d'amateurs...

Il en sera tout autrement si nous commençons les opérations petit à petit.

B) **Achats effectués par l'entremise d'une ou plusieurs sociétés pour le compte des autres.**

L'idée a été mise en avant de diviser la Suisse en régions ou

zones, dont chacune aurait à sa tête une société coopérative chargée d'acheter pour les associations de son ressort¹. Mais on peut se demander tout d'abord si les comités directeurs de ces centres régionaux seraient disposés à accepter pareille tâche, avec les responsabilités qu'elle comporte? ensuite, s'ils consentiraient à le faire gratuitement? Pour moi ce dernier point ne saurait être tranché que dans le sens négatif. La société désignée comme centre régional devra nécessairement, suivant ma manière de voir, traiter la chose comme une simple *affaire* et se faire payer ses services. Mais alors n'en résultera-t-il pas l'impression que, dans les achats collectifs, les petites sociétés ont à payer un tribut aux sociétés plus importantes? De là, pour les premières, une sorte d'état de dépendance vis-à-vis des secondes. Sans compter que le champ du débouché va se trouver par là morcelé et réduit. La puissance que nous procure notre union serait affaiblie par ce fait que les divers centres régionaux se présenteraient désormais simultanément sur le marché comme acheteurs, — dès lors dans la position de concurrents, et le but essentiel des achats collectifs serait manqué. Il convient donc de laisser cette solution de côté.

C) Organisation d'une Agence centrale et unique, soit Secrétariat, à laquelle seraient confiés l'exécution et le contrôle des achats en commun.

Votre Comité central considère cette dernière solution comme la seule applicable en l'état actuel des choses. Permettez-moi donc de vous exposer avec quelques détails comment je conçois le rôle réservé à ce secrétariat. Je dois vous faire observer que les idées que je vais avoir l'honneur de vous soumettre me sont entièrement personnelles; elles ne préjugent en rien l'élaboration de règles par le Comité central.

Le Secrétaire serait choisi par le Comité central. Comme on ne peut prévoir à l'avance l'étendue de la besogne qui lui incombera, ni fixer par conséquent le chiffre de la rémunération à lui attribuer, ses fonctions ne sauraient être envisagées comme constituant doré et déjà une *vocation*, dans le sens qu'on attache à ce mot. Elles m'apparaissent, pour le moment, comme une *occupation accessoire* à confier à un homme connaissant les affaires, lequel

1. Par exemple les zones suivantes : I. Cantons romands avec Genève pour centre. — II. Suisse septentrionale et centrale; centre : Bâle. — III. Zurich et district environnant; centre : le *Lebensmittelverein* de Zurich. — IV. Suisse orientale; centre : *Konsumverein* de St-Gall.

s'en acquitterait sous la responsabilité et sous le contrôle du Comité central. Le rôle de cet employé serait celui d'un courtier, avec cette différence toutefois que ce courtier *représenterait et soignerait uniquement les intérêts des sociétés coopératives. C'est entre ses mains que viendraient se concentrer, d'une part les offres des fournisseurs, d'autre part les demandes, soit ordres d'achat, des sociétés affiliées à l'Union.*

Les fonctions du secrétariat consisteraient donc en ceci :

1° Déterminer, d'après les données fournies par la statistique que nous avons élaborée, et aussi d'après les désirs que viendraient à exprimer les sociétés, quels sont les articles susceptibles de donner lieu à des achats en commun. Il va de soi qu'on ne commencerait qu'avec un petit nombre d'articles, et qu'on se guiderait sur l'expérience acquise pour en étendre le cercle. Je m'abstiens d'indiquer dès à présent ces articles, attendu que, sur ce point, les opinions varient.

2° Le Secrétaire donnerait connaissance par lettre aux fabricants ou vendeurs d'un article donné, du but que nous nous proposons, il formulerait les conditions auxquelles nous entendons être servis, il provoquerait de la sorte parmi ces fournisseurs une concurrence qui se manifesterait par l'envoi régulier, à l'agence, de prix-courants ; il pourrait, au besoin, pour se mieux renseigner, recourir à des visites personnelles sur les lieux de production. De toute manière, il accumulerait ainsi au profit de nos sociétés des informations d'une grande valeur.

3° Il transmettrait régulièrement (une fois par semaine, par exemple) aux sociétés, les renseignements qu'il aurait recueillis, sous la forme d'une circulaire ou bulletin périodique.

4° Les sociétés qui voudraient utiliser notre organisation enverraient leurs commandes non pas aux fournisseurs, mais à notre secrétaire, et ce serait l'affaire de celui-ci de transmettre ces commandes à qui de droit ; étant d'ailleurs bien entendu qu'en cela faisant il ne se laisserait guider que par des considérations purement commerciales. Le tout sous la surveillance du Comité central.

5° Dans la plupart des cas, l'intervention du Secrétaire se bornerait à ce que je viens d'indiquer, car l'envoi de la marchandise et le paiement de la facture s'effectueraient directement entre le fournisseur et la société. Il pourra toutefois y avoir des exceptions à cette règle, par exemple pour des marchandises à tirer de l'étranger par masses plus ou moins considérables. Dans

ce cas-là, il y aura probablement avantage à ce que la répartition entre les diverses sociétés s'effectue par l'entremise de l'agence.

6° Une tâche très importante qui incomberait nécessairement au secrétariat serait l'inspection de la marchandise au point de vue de la qualité. Dans les cas où les connaissances techniques de notre employé ne suffiraient pas, il se ferait aider par des experts, chimistes ou autres.

C'est chose bien connue que plus d'un fournisseur ne sait pas résister à la tentation de se rattraper du prix sur la qualité, en livrant un article inférieur à l'échantillon. Il y a là une chance de tours de passe-passe, de *trucs*, que nous devons prévoir et à laquelle il faut parer. Ce sera encore l'affaire de notre agence centrale, à la condition que les sociétés lui fassent passer des échantillons tirés aussitôt à la réception de la marchandise. Cette action de l'agence sur la qualité est à nos yeux tout aussi importante que celle qu'elle pourra exercer sur les prix.

Une autre forme du contrôle à exercer par l'agence pourrait consister dans l'envoi de la facture originale non pas à la société qui a donné l'ordre, mais à notre Secrétaire, afin que celui-ci pût l'examiner et s'assurer que toutes les stipulations convenues ont été observées par le fournisseur.

Les réclamations éventuelles des sociétés devraient également passer par l'agence, et les fournisseurs auraient à prendre l'engagement d'accepter l'agence comme le *fondé de pouvoirs* de chaque société individuellement, et, autant que possible, de considérer la localité où serait établie cette agence comme le domicile juridique de l'acheteur.

7° Ce serait encore au Secrétaire à saisir, pour acheter, ces *bons moments* dont j'ai parlé tout à l'heure, et pour cela, à se tenir au courant des cours, des cotes, etc.

8° Une question qui se pose est celle des moyens financiers. Dans le plan que je viens d'esquisser, il ne serait pas nécessaire que l'agence possédât par elle-même aucun capital. La société acheteuse se trouvant directement engagée vis-à-vis du fournisseur, l'agence centrale n'encourrait ni responsabilité pécuniaire ni risque d'aucun genre.

Reste la question des frais qu'entraîneraient la création et l'entretien de cette agence, tels qu'émoluments du secrétaire, loyer d'un local, impressions, ports de lettres, analyses, expertises, etc. Les cotisations statutaires que nos sociétés versent actuellement à l'Union ne suffiraient pas pour les couvrir, et c'est là,

d'ailleurs, une dépense qu'il ne serait pas juste de mettre à la charge de la caisse centrale, attendu qu'il est fort possible que des sociétés, tout en étant affiliées à l'Union, ne fassent pas usage de l'agence pour leurs achats, alors même qu'elles bénéficieraient de la publication du bulletin. Il faudra donc chercher ailleurs une autre source de revenus. Cette source nous l'avons sous la main. Elle consisterait à prélever sur chaque affaire effectuée par l'entremise de l'agence, une petite commission. Il serait entendu, par exemple, qu'on ferait payer à chacune des parties intéressées (le fournisseur et la société acheteuse) le $\frac{1}{2}\%$ sur le montant de la facture. Avec un chiffre d'affaires tant soit peu respectable, ce $\frac{1}{2}\%$ devrait suffire. En tout cas un taux pareil ne saurait être considéré comme onéreux quand on songe à l'économie de 10, 20 et 30 pour cent que les sociétés pourraient peut-être réaliser sur les prix qu'elles paient actuellement !

Cette commission serait payée à la caisse centrale, et c'est d'après ce qu'elle aurait produit, que le Comité central déterminerait la part *fixe* des émoluments du Secrétaire.

Entre autres points de détail, il y aurait à examiner si la maison (fabricant ou négociant) qui a fait à l'agence des offres que celle-ci estime avantageuses et dignes d'être signalées à l'attention des sociétés, doit être *nommée* dans le prix-courant ou non ? Etant donné le secret professionnel, je serais d'avis de ne *point indiquer de noms* dans nos circulaires imprimées. Il est bien évident que certains fournisseurs ne consentiront à nous faire des conditions exceptionnelles qu'à la condition que leurs concurrents ou leurs autres clients n'en sauront rien. Outre cela, désigner nominativement des maisons comme travaillant avec des sociétés coopératives, serait les exposer à être *boycotées* par nos adversaires. En tous cas, nous ne devrions jamais publier le nom d'aucun fournisseur sans sa permission.

Il y aurait aussi à trouver le moyen de prévenir certains procédés abusifs vis-à-vis de l'agence centrale, comme par exemple lorsqu'une société, après avoir recouru à notre Secrétaire pour un premier achat, traiterait ensuite directement avec le fournisseur pour les achats suivants, afin d'épargner le $\frac{1}{2}\%$. Quoique j'aie le sentiment que de semblables manières de faire ne se présenteraient que très rarement ou même jamais, attendu qu'en agissant ainsi la société perdrait l'avantage du contrôle exercé par l'agence, je crois cependant qu'il conviendrait de stipuler que les sociétés devront la commission sur *toutes* les affaires qu'elles seront dans le cas de traiter avec des fournisseurs dont le nom et les conditions leur auront été fournies

par l'agence. La même condition pourrait être imposée aux fournisseurs.

Il ne faut pas se dissimuler que nous aurons des expériences à faire et des difficultés non encore prévues peut-être, à surmonter. De là, nécessité de laisser au Comité central une certaine latitude de mouvements et la faculté, suivant les cas, d'établir de nouvelles règles ou de modifier les anciennes. C'est pourquoi, dans le présent exposé, je m'en suis tenu autant que possible aux grandes lignes.

En résumé, il nous a paru que l'organisation qui vient de vous être esquissée était réalisable, et réalisable sans risque, sans capital et même sans trop de grands frais, tout en étant hautement avantageuse à nos sociétés.

L'empressement des concurrents, la façon dont ils rivalisent entre eux d'offres de concessions et de facilités, constitue déjà un facteur très important pour la réussite de notre combinaison. Quand chaque fournisseur saura que ce n'est qu'au prix des plus sérieux efforts pour nous satisfaire qu'il peut espérer obtenir notre pratique, et quand la concurrence exercera ses effets sans être aucunement limitée par les circonstances locales, alors les sociétés de consommation sentiront toute la portée du service que nous leur aurons rendu. En tout cas, les sociétés qui jouiront de l'avantage de recevoir chaque mois ou chaque semaine nos renseignements complets et sûrs sur l'état des différents marchés, se trouveront, vis à vis du commerce, dans une position incomparablement plus avantageuse que ce n'est le cas aujourd'hui. Bref, nous créons, en l'agence centrale, une institution qui ne peut manquer d'être féconde en résultats utiles, à la condition que, de leur côté, les sociétés veuillent bien faire preuve, à l'égard du Comité central, de patience, de persévérance et de bonne volonté.

Après tout, n'avons-nous pas déjà sous les yeux des exemples de succès dans des entreprises analogues à celle-ci? En face de quelles difficultés l'Association des hôteliers de la Suisse ne s'est-elle pas trouvée quand il s'est agi pour elle de concilier toutes les opinions et tous les intérêts particuliers représentés dans son sein?... Et pourtant cette association a parfaitement su organiser des achats collectifs de vins que tous ses adhérents reconnaissent maintenant leur être très avantageux. Or ne sommes-nous pas mieux placés que les aubergistes? Nos associations ont un caractère d'utilité publique; nous n'avons pas à nous occuper de trouver du crédit, attendu que, financièrement parlant, chaque

société de consommation est autrement plus solide sur ses jambes que la moyenne des maisons de commerce, et que notre crédit est pour ainsi dire illimité. Les fabricants peuvent traiter avec nous sans faire entrer en ligne de compte, dans leurs calculs, ni les chances de non-paiement ni les pertes d'intérêt.

La main à l'œuvre donc, Messieurs! à une œuvre destinée à faire progresser la coopération suisse, à une œuvre qui contient en germe une organisation destinée à rendre service non pas seulement aux quarante mille membres de nos sociétés, mais encore à tous ceux qui, dans notre patrie, sont obligés de gagner leur pain à la sueur de leur front.

Je conclus en vous proposant, au nom du Comité central, l'adoption de la résolution suivante :

L'Assemblée générale des délégués de l'Union suisse des sociétés de consommation décide en principe l'organisation des achats en commun.

Elle délègue au Comité central le soin d'exécuter et déjà la présente décision en nommant un Secrétaire qui sera chargé d'effectuer ces achats sous la direction et sous la surveillance du Comité.

Elle accorde au Comité tous pouvoirs pour choisir ce Secrétaire, fixer la participation des sociétés aux dépenses à prévoir, régler tous les détails de l'organisation des achats. Ces pouvoirs resteront en force jusqu'à la prochaine assemblée générale.

Les délégués présents s'engagent à user de leur influence auprès de leurs Sociétés respectives pour obtenir l'appui énergique de celles-ci en faveur du Comité central dans l'exécution de la décision prise, et plus tard leur participation aux achats collectifs par l'intermédiaire de l'Agence.

ATION

Représentant 24.000 membres,

te.

NOMBRE DES SOCIÉTÉS QUI		RIX DE REVENTE PAR UNITÉ				Bénéfice réalisé sur l'article en %		Quantité consommée dans une année
		PLUS BAS		LE PLUS ÉLEVÉ				
		tiennent l'article	désirent les achats en commun	r.	Ct.	Fr.	Ct.	
23	4/10	-	40	—	20	5	65	166,540 paq.
10	2/10	-	20	—	50	25	100	11,557 »
19	4/10	-	60	—	80	13	55	24,419 kil.
16	4/10	19	10	2	80	9	40	29,425 »
24	9/10	19	—	3	80	5	37	96,711 »
24	7/10	-	60	1	—	10	73	140,991 »
22	5/10	-	10	—	20	17	76	248,246 »
18	2/10	-	50	—	60	16	43	46,172 »
20	2/10	-	30	—	40	14	64	30,563 »
20	4/10	-	-	-	-	-	-	68,665 »
13	2/10	1	60	2	20	12	41	26,870 »
21	4/10	-	40	—	70	17	57	24,724 »
23	1/10	-	50	1	—	7	80	222,590 »
17	5/10	-	25	—	33	13	71	1,202,170 »
23	6/10	-	40	—	65	7	41	48,771 »
20	2/10	-	80	1	30	4	46	16,836 »
23	6/10	-	90	1	70	11	79	112,817 »
19	4/10	-	66	—	90	16	60	85,133 »
		-	34	—	70			
24	4/10	-	28	—	80	5	115	126,530 »
24	9/11	-	58	—	70	8	39	441,976 »
24	8/11	-	65	—	80	12	40	190,199 »
9	5/11	-	64	—	90	8	38	33,268 »
22	9/11	-	52	—	64	9	30	355,138 »
6	1/10	-	40	—	70	33	73	415,211 lit.

UNION SUISSE DES SOCIÉTÉS DE CONSOMMATION

Relevé des marchandises consommées en 1891 par un groupe de Sociétés comprenant 24.000 membres,

avec les différents prix pratiqués à l'achat et à la revente.

NOMBRE DES SOCIÉTÉS QUI tiennent l'article	désirent les achats en commun	ARTICLES	UNITÉ	PRIX DE FACTURE PAR 100 UNITÉS						PRIX DE REVIENT PAR UNITÉ				PRIX DE REVENTE PAR UNITÉ				Bénéfice réalisé sur l'article en %		Quantité consommée dans une année
				LE PLUS BAS			LE PLUS ÉLEVÉ			LE PLUS BAS		LE PLUS ÉLEVÉ		LE PLUS BAS		LE PLUS ÉLEVÉ		le plus faible	le plus élevé	
				Date	Fr.	Ct.	Date	Fr.	Ct.	Fr.	Ct.	Fr.	Ct.	Fr.	Ct.	Fr.	Ct.	Fr.	Ct.	
23	4/10	Allumettes phosphoriques	paq ^{ts}	19 janvier	8	—	—	45	—	8	—	45	—	—	10	—	20	5	65	166,540 paq.
10	2/10	» suédoises	»	9 janvier	13	—	—	25	—	12	85	25	—	—	20	—	50	25	100	41,557 »
19	4/10	Amidon de riz (en vrac)	kilos	24 juin	49	—	mars	60	—	49	20	60	—	—	60	—	80	13	55	24,419 kil.
16	4/10	Beurre fondu	»	22 avril	171	—	5 février	235	—	170	—	235	—	—	10	2	80	9	40	29,425 »
24	9/10	Café vert	»	5 octobre	179	—	—	302	—	180	20	296	—	—	—	3	80	5	37	96,741 »
24	7/10	Chicorée	»	26 août	43	—	mars	76	—	43	—	76	—	—	60	1	—	10	73	140,991 »
22	5/10	Cristaux de soude	»	10 janvier	7	—	—	12	50	7	14	12	50	—	10	—	20	17	76	248,246 »
18	2/10	Grus d'avoine	»	avril	36	—	janvier	49	—	36	—	49	—	—	50	—	60	16	43	46,172 »
20	2/10	Haricots blancs	»	janvier	21	50	—	30	—	21	80	30	—	—	30	—	40	14	64	30,563 »
20	4/10	Huile de sésame	»	2 novembre	70	—	novembre	138	—	80	—	138	—	—	—	—	—	—	—	68,665 »
13	2/10	Lard fumé	»	—	125	—	—	180	—	130	—	180	—	—	60	2	20	12	41	26,870 »
21	4/10	Orge moyenne	»	février	25	—	19 novembre	52	—	27	—	52	81	—	40	—	70	17	57	24,724 »
23	1/10	Pâtes alimentaires (s ^s œufs)	»	—	42	—	—	62	—	41	—	62	25	—	50	1	—	7	80	222,590 »
17	5/10	Pétrole d'Amérique	»	1 décembre	41	25	5 janvier	23	75	15	97	24	20	—	25	—	33	13	71	1,202,170 »
23	6/10	Pois entiers	»	novembre	30	50	15 janvier	58	—	30	—	58	—	—	40	—	65	7	41	48,771 »
20	2/10	Pomme pelées	»	18 décembre	54	—	20 avril	105	—	65	12	105	—	—	80	1	30	4	46	16,836 »
23	6/10	Saindoux	»	—	63	50	—	103	—	74	50	103	—	—	90	1	70	11	79	112,817 »
19	4/10	Savon marbré	»	mars	45	50	—	73	—	45	50	73	—	—	66	—	90	16	60	85,133 »
24	4/10	Semoule	»	15 janvier	24	50	—	53	—	23	—	53	—	—	34	—	70	5	115	126,530 »
24	9/11	Sucre blanc en pain	»	25 novembre	36	75	—	61	—	46	—	61	—	—	58	—	70	8	39	441,976 »
24	8/11	» » coupé régulier	»	—	46	—	—	67	50	54	—	67	—	—	65	—	80	12	40	190,199 »
9	5/11	» tamisé	»	2 septembre	51	—	—	80	—	51	77	80	—	—	64	—	90	8	38	33,268 »
22	9/11	» pilé	»	1 décembre	34	75	—	55	—	45	75	55	—	—	52	—	64	9	30	355,138 »
6	1/10	Vin (Italie) rouge	litres	25 juin	29	50	6 mai	50	—	29	—	49	—	—	40	—	70	33	73	415,211 lit.

AVIS

Le Comité central de l'**Union suisse des Sociétés de consommation** a décidé l'envoi de la présente brochure, non seulement aux quarante-cinq sociétés constituant l'Union, mais aussi à toutes celles qui n'en font pas encore partie. Il espère que la perspective des **ACHATS EN COMMUN**, avec les avantages qui en découlent, décidera ces dernières à entrer dans l'association.

Les Sociétés qui désireraient recevoir d'autres exemplaires de la brochure sont invitées à les demander à la *Société coopérative suisse de consommation*, à Genève, chargée de la distribution.

Pour être admis dans l'Union, s'adresser à M. **J.-Fr. Schär**, *président du Comité central*, à Bâle.

(Adresse : **Allgemeiner Konsumverein**, Bâle).

Genève, août 1892.

