

## LA LEÇON DE CHEZ RENAULT...

La crise de la Régie Renault est symbolique en ce sens qu'elle met en évidence d'une façon accessible à tout le monde les tares de notre économie, continences des conceptions de nos dirigeants, de nos techniciens et, disons-le, parce que c'est la vérité, conséquences aussi de l'attitude des ouvriers qui laissent faire et n'ont qu'un souci: partager les profits avec leurs adversaires de classe sans se soucier du propre avenir de leur entreprise.

La Régie Renault a réalisé depuis sa fondation d'énormes bénéfices qui se chiffrent par centaines de millions, tout en donnant dans l'ensemble les salaires les plus élevés. Tous les conflits qui se sont produits entre la direction et le personnel ont tourné autour du partage des profits. D'autre part, la rémunération du personnel qui va du directeur au manoeuvre le plus léger est entièrement hiérarchisée, ce qui assure la part du lion aux techniciens, aux cadres et aux dirigeants.

Un métallurgiste de la région parisienne donnait la note exacte lors de la grève de juin 1960: *«On me fait marcher pour obtenir 200.000 francs d'augmentation et à moi une aumône»*.

Mais la crise de la Régie Renault, qui au surplus est celle de toutes les entreprises, ne vient pas exclusivement de là. Elle est d'une autre nature. Et si elle prend la forme du renvoi de plusieurs milliers d'ouvriers, c'est qu'elle a des causes bien plus profondes qui n'ont rien de commun avec les démêlés sordides entre la direction et le personnel au sujet des primes et des heures supplémentaires.

On en trouve la preuve dans le conflit de juin 1960 qui a opposé les chefs des entreprises protégées ou nationalisées à leur personnel. Je relève quelques passages de la lettre du directeur des usines Berliet adressée aux délégués des ouvriers. Il faut rappeler ici que Berliet est une réplique de Renault à Lyon. Je cite: *«...Le principe de l'augmentation hiérarchisée des salaires constamment affirmée par toutes les organisations syndicales est en opposition formelle avec votre proposition»*. (Il s'agit d'une augmentation horaire uniforme de 15 francs demandée par les syndicats C.G.T. et C.F.T.C.)...

Et plus loin: *«...Le véritable problème est celui du pouvoir d'achat, car ce qu'il faut comparer, ce sont les revenus mensuels... Nous avons nous-mêmes constamment affirmé que: toutes revalorisations des salaires supposent des ressources nouvelles; toutes ressources nouvelles supposent des ventes accrues; pour accroître les ventes, il faut accroître la production»*. La direction donne ensuite la liste des décisions prises qui, si j'en crois les journaux, ont été acceptées par les ouvriers et qui se résument ainsi: augmentation en rémunération 3% ; augmentation d'horaire de 45 à 47h.30; total par le jeu des cumuls 9,9 %.

Et voilà! toute la thèse des constructeurs d'autos est là. Qu'a-t-on fait? On a investi, on a rationalisé, on a construit de nouvelles usines, on a autofinancé, on a tourné à plein rendement, on a augmenté la vitesse de fabrication; tout cela au maximum. La demande était insatiable et les voitures se vendaient comme des petits pains; mais, on ne s'est pas inquiété si la clientèle n'était pas limitée, si le marché n'allait pas, un jour ou l'autre être saturé. On ne s'est pas posé cette question cependant très simple: pour accroître les ventes, ne faut-il pas aussi accroître le nombre des acheteurs? Et le terme fatidique est arrivé: il n'y a plus d'acheteurs. Et la crise est là, menaçante. Et l'on croit la résoudre comme aux temps maudits des siècles passés, en jetant des milliers d'ouvriers à la rue.

Le pouvoir d'achat est mis en cause. Mais sait-on ce que c'est que le pouvoir d'achat? A ce sujet a-t-on tenu compte de cette vérité qui joue comme un postulat: le pouvoir d'achat nominal de la population ne peut ni augmenter, ni baisser, la seule chose possible c'est une modification dans sa répartition. Ce qui importe, c'est le pouvoir d'achat de l'argent; autrement dit, c'est de savoir combien on peut acheter avec son argent. Il va de soi qu'avec le même revenu, on peut acheter moins quand les prix sont plus élevés et davantage quand les prix sont plus bas. Et pour que les prix baissent, au sens absolu du terme bien entendu, il faut

que la production augmente dans le seul cadre de la productivité, c'est-à-dire sans augmentation du prix de revient, ce qui, précisément, est possible grâce à la science et à la technique.

La Régie Renault, comme d'ailleurs toutes les entreprises, ne connaît pas ou tout au moins ne veut pas connaître cette loi de l'économie qui exige que la baisse des coûts de production entraîne une baisse parallèle des prix à la consommation. Son principe, c'est de vendre, au prix le plus haut possible, tous les bénéfices et les profits, quelle que soit leur origine, restant à l'entreprise. Avec de telles pratiques, on ne crée pas de pouvoir d'achat, on ne peut que le déplacer; et ce déplacement n'avantage que la clientèle aisée qui est déjà servie. La crise Renault est là.

Dans le journal «*L'Aurore*» le «*Rayon Z*» dramatise en faisant de cette crise une nouvelle «*affaire Dreyfus*», car on sait que M. Dreyfus est le directeur des usines Renault. Parmi les arguments avancés par *L'Aurore*, il en est un qui est de taille; je cite: «*Il faudra que la Régie résiste à l'invasion des milliards américains de Ford, l'aîné actuel de la ligne, le Napoléon de l'industrie automobile, lancée par des chefs d'industrie qui n'ont peut-être pas très bien compris que leur manière de concevoir la liberté d'entreprise conduisait tout droit à de nouvelles nationalisations*».

Or, comment ces milliardaires chefs d'entreprises - jusqu'à maintenant, à ma connaissance - comprennent-ils le jeu économique de la libre entreprise? C'est très simple: augmenter la vitesse de production en utilisant toutes les ressources de la mécanisation; accepter de donner de hauts salaires et, en même temps - et c'est là tout le secret de leur réussite - baisser au maximum également les prix de vente sans se préoccuper de la sacro-sainte loi de l'offre et de la demande. Ford, précisément, se contente de un dollar de bénéfice par voiture. C'est en multipliant les voitures qu'il multiplie les dollars. Et c'est possible en les mettant à la portée de tous.

Quant à nos centrales syndicales, elles accepteront très bien que ce soit par le débauchage de milliers de travailleurs que soient maintenus les avantages acquis par des années de lutte, au seul bénéfice du personnel non congédié. On est loin de la grève de six mois des métallos américains.

**Jean FONTAINE.**

-----