

Extrait du La Révolution en Charentaises

<http://larevolutionencharentaises.com/spip.php?article27>

Boycotter les entreprises "voyous"

- Techniques de lutte du révolutionnaire en charentaises -



Date de mise en ligne : vendredi 21 avril 2006

Copyright © La Révolution en Charentaises - Tous droits réservés

Frapper droit dans les roubignoles des multinationales en allant faire ses courses.

L'impressionnante puissance des multinationales repose sur nous - les consommateurs - ou plutôt sur l'argent que nous leur filons en achetant leurs produits. Considérons nous comme des sponsors et agissons comme tels en soutenant les entreprises qui font avancer nos idées (commerce équitable, agriculture biologique, etc.) et en refusant de donner des fonds aux autres. Vous sous cet angle, tout prend un tour plus rationnel. Que répondriez-vous à un type qui vous interpellerait dans la rue en vous disant : "Eh mec ! T'as pas 50Euros à m'filer pour que j'me fasse du fric sur le dos d'une petite Vietnamiennne de 6 ans ? Allez, sois cool, en échange j'te donne une paire de baskets toute neuve !" Vous lui mettriez sans doute votre poing sur la gueule avant de l'amener chez les flics. Même chose si on vous proposait de déclencher une marée noire, de flinguer la biodiversité à coups d'OGM, ou de jeter des milliers de travailleurs à la rue pour faire grimper le cours d'une action. Et pourtant, quand il s'agit d'une multinationale on la ferme et on paye. Sponsoriser des pollueurs, des assassins (meurtres de syndicalistes dans des pays du Tiers-monde) et les salauds en tous genres ne nous pose aucun problème éthique.



Bien sûr, on peut toujours se dire que les multinationales présentent les choses sous un jour plus flatteur et que nous sommes victimes de leurs campagnes de communication. Mais l'immense majorité des Français a continué à consommer des produits Danone en sachant pertinemment que cette entreprise venait de licencier 663 personnes malgré un bénéfice plus de 716 millions d'euro (4,7 milliards de francs) et une progression des ventes de 7% (plus de chiffres disponibles sur www.jeboycottedanone.com). Pourquoi ? Vraisemblablement parce qu'ils avaient le sentiment que leur consommation personnelle n'allait pas faire la différence. Pourtant, si les ventes de Danone avaient baissé de 50%, l'entreprise y aurait sans doute réfléchi à deux fois avant d'effectuer de nouveaux licenciements boursiers.

Il faut donc frapper là où ça fait mal, droit dans les roubignoles des multinationales, c'est-à-dire leurs ventes. Pour que les boycotts soient efficaces, il est important :

- ▶ 1) d'informer sur ce qui est reproché à l'entreprise
- ▶ 2) de clairement identifier l'entreprise cible et les différentes filiales du groupe auquel elle appartient
- ▶ 3) de dire ce qu'on attend de cette entreprise pour que le boycott prenne fin
- ▶ 4) d'inciter un maximum de personnes à pratiquer le boycott en leur fournissant des exemples d'initiatives réussies. C'est là que ça devient difficile de trouver des exemples français. Il faut donc aller voir ailleurs. Même ça n'est pas tout jeune, on peut toujours souligner la performance des Indiens, qui ont réussi à faire plier l'empire britannique pour gagner leur indépendance en boycottant les produits anglais et en ayant recours à la désobéissance civile. On peut aussi faire remarquer que suite à un boycott de grande ampleur aux Etats-Unis, on ne trouve pour ainsi dire plus que des boîtes de thon pêché avec des méthodes inoffensives pour les dauphins (estampillées du logo "dolphin safe"). Pour plus d'information sur le boycott, jetez un oeil sur les liens.