Collégialité, mode d'emploi

Autor(en): **Guyaz, Jacques**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **29 (1992)**

Heft 1078

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1021823

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Pour acheter mieux 200e exercice

(*yj*) A la mi-mars 1992, vingt-six ans après son lancement, *J'Achète mieux* en est à sa 200e livraison. Bimestriel jusqu'en 1982, paraissant dix fois l'an depuis lors, «l'organe officiel de la Fédération romande des consommatrices» est devenu «l'actualité des consommateurs romands» en 1984. D'emblée, ce journal sans publicité a connu un succès sans pareil: le nº 1, paru en janvier 1966, comptait une vingtaine de pages et fut prudemment tiré à 2000 exemplaires, épuisés en quelques semaines; le nº 100 sortait il y a tout juste dix ans, sur 40 pages et à 52 500 exemplaires. Et voilà le nº 200, avec 44 pages et un tirage qui a un peu fléchi dernièrement mais reste très respectable (45 400 exemplaires).

Parallèlement, le prix de l'abonnement a bien sûr augmenté: de dix francs dans les premières années, il a passé à vingt francs avec la quasi-mensualisation, pour atteindre 25 francs en 1985, 30 francs en 1987 et 35 francs en 1991, soit une progression nettement plus rapide que celle de l'indice des prix à la consommation au cours de la dernière décennie. Cet écart surprenant s'explique par le fait que le journal paie les autres activités de la FRC, avant tout ses bureaux de consultation installés dans huit villes de Suisse romande, en plus de la permanence installée à Genève.

Outre l'essor chiffré de *J'Achète mieux*, il faudrait pouvoir quantifier les innombrables services qu'il rend à ses lecteurs au fur et à mesure des tests comparatifs sur les produits et les prestations de services, des études de marché (faites du point de vue de l'acheteur et non du vendeur pour une fois), des informations et prises de position sur les lois et règlements intéressant les consommateurs. Pour ne rien dire des conseils pratiques, toujours appréciés bien sûr, malgré l'effort qu'ils impliquent, notamment quand il s'agit d'économies d'énergie domestique ou «tout simplement» d'écologie au quotidien.

Ce que nous enseigne *J'Achète mieux*, le plus gros tirage des journaux sans pub, c'est en fait une nouvelle forme de civisme, celle dont la société de consommation massive tend à nous détourner parce qu'elle n'y voit même pas son intérêt à long terme. Les citoyens-consommateurs romands ne peuvent, eux, ignorer où sont leurs droits et leurs responsabilités: *J'Achète mieux* les leur rappelle fidèlement, sur le ton tranquille qui convient. Pas de leçons données ni de petits faits ou forfaits montés en scandales comme à la télévision. Tout juste une pointe d'ennui à force de sobriété didactique, mais beaucoup d'intelligence dans l'analyse des cas particuliers qui signalent une vraie question, et autant de respect pour les lecteurs qui apprennent leur métier de consommateurs — le seul pour lequel il n'existe pas d'autre formation que sur le terrain, en l'occurrence sur le marché, lieu de tous les affrontements ou accords entre concurrents, lieu aussi de toutes les inégalités entre offrants et demandeurs. ■

J'Achète mieux, case postale, 1002, Lausanne

Collégialité, mode d'emploi

(*jg*) Une réponse fort modérée du Conseil d'Etat vaudois à un député qui intervenait sur le respect — ou plutôt le non-respect — du principe de collégialité dans les exécutifs nous a conduit à nous interroger sur cette notion qui fait partie des vaches sacrées de la politique suisse. Le Conseil d'Etat indique dans sa réponse que *«le principe de collégialité, en tant que concept, n'est nulle part expressément énoncé — et pourrait-il l'être ?»* On peut se demander si cette notion, dans l'acception qu'elle a chez nous, a la moindre signification. La tradition politique française est complètement différente de la nôtre. On se souvient de la fameuse apostrophe de Jean-Pierre Chevènement: *«Un ministre, ça ferme sa gueule ou ça démissionne»*. Il exprimait ainsi deux évidentes banalités, tout d'abord la nécessité de respecter le secret des délibérations et ensuite le devoir de solidarité avec les collègues du gouvernement. Ces principes sont vrais dans tous les pays du monde. Par comparaison, il est évident que le Conseil fédéral n'est pas un organe collégial au vu des prises de position publiques où ses membres savent faire sentir, même de façon feutrée, leurs différences.

En fait, le cœur de la collégialité serait, toujours selon le texte du Conseil d'Etat vaudois, *«une forme d'organisation d'un groupe investi d'une fonction dirigeante, dans lequel plusieurs personnes de même rang se trouvant dans la même position juridique prennent collectivement des décisions»*. A ce titre, la Loi vaudoise sur les communes, en donnant un poids particulier au syndic, exclut toute notion de collégialité, pourtant constamment utilisée. Et dans les cas où le président n'est que le premier parmi ses pairs, sa fonction lui donne tout de même un poids supplémentaire dans les interventions publiques de même qu'un avantage tactique comme président de séance.

Au fond, la collégialité fonctionne surtout comme référence idéologique. Elle signifie que la règle est celle du consensus, du juste milieu. Le rapport du gouvernement vaudois utilise le terme «équilibré», on pourrait aussi bien dire «mou». On est collégial quand on parvient à un accord sans voter. On l'est un peu moins s'il y a une majorité et une minorité. La collégialité n'est pas un principe de fonctionnement. Ce n'est qu'une autre façon de parler de l'art helvétique du compromis qui permet notamment à des exécutifs où siègent des membres de différents courants politiques de pouvoir fonctionner. Mais comme le précise le Conseil d'Etat, la collégialité ne peut être codifiée, car il faudrait alors prévoir des sanctions. Or la seule sanction admissible pour un élu dans ce domaine doit venir du peuple, au moment de la prochaine élection.

Nous ajouterons que, jusqu'à maintenant, les électeurs n'ont que rarement «puni» les magistrats «coupables» d'avoir rompu la collégialité. En fait, ces cas de rupture sont souvent le reflet d'une position trop inconfortable que le membre d'un exécutif mis en minorité ne peut assumer. Dans un système où le pouvoir exécutif est partagé, la majorité, par son attitude intransigeante, peut aussi être tenue pour responsable d'une rupture de collégialité. ■

Examen téléphonique

Le 156 est aussi un numéro qui permet de préparer des examens. Les candidats au brevet de technicien en publicité en langue allemande peuvent tester leurs connaissances en répondant aux questions concernant les médias, la production et l'étude du marché, selon le système du questionnaire à choix multiple. ■