Zeitschrift: Les intérêts de nos régions : bulletin de l'Association pour la défense des intérêts jurassiens

Herausgeber: Association pour la défense des intérêts jurassiens

Band: 50 (1979)

Heft: 6: Mosaïque de l'ADIJ

Artikel: Economie : en marge d'un anniversaire : la Fédération romande des consommatrices a 20 ans

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-824645

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 03.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

PJ4

LES INTÉRÊTS DE NOS RÉGIONS

BULLETIN DE L'ASSOCIATION
POUR LA DÉFENSE DES INTÉRÊTS DU JURA
Chambre d'économie et d'utilité publique

Cinquantième année
Paraît une fois par mois
Nº 6 Juin 1979

SOMMAIRE

I. Economie : La Fédération romande des consommatrices a 20 ans : « Le prix n'est pas seul en jeu » (149) ; **II. Sauvegarde du patrimoine :** La rénovation du toit de bardeaux de la ferme qui abritera le futur Musée rural jurassien aux Genevez (150) — Inauguration de la forge rénovée de Corcelles, extraits de presse (153) ; **III. Environnement :** Arrêtez le massacre des arbres (159) ; **IV. Trafic ferroviaire :** Petite histoire des locomotives : « La Flèche du Jura » (161) ; **Chronique économique :** Coûts de la santé (164).

I. Economie

En marge d'un anniversaire : la Fédération romande des consommatrices a 20 ans

Le prix n'est pas seul en jeu

Décidément il y a plusieurs façons de défendre les consommateurs, nous en avons fait plus d'une fois l'expérience.

Ainsi certains vont prétendant que le consommateur ne doit avoir qu'une seule préoccupation : acheter en toute circonstance au prix le plus bas, autrement dit, préférer à toute autre considération son petit intérêt matériel. Cette simplification nous paraît dangereuse à plus d'un titre.

Précisons d'abord qu'à notre point de vue, personne n'a à dicter aux consommateurs leur ligne de conduite. C'est leur affaire, s'ils veulent acheter cher ou bon marché, en Suisse ou à l'étranger, dans une coopérative ou dans un magasin de luxe ; cela dépend de leurs besoins, de leurs goûts et des responsabilités qu'ils entendent assumer ; nul ne peut prendre ces décisions à leur place.

Que nous ayons tous intérêt à trouver des marchandises avantageuses, nul ne le nie mais cette course au prix bas ne doit pas devenir obsessionnelle, car d'autres critères peuvent aussi être envisagés. En effet l'uniformisation du comportement des consommateurs, les portant toujours vers le prix le plus bas entraînerait une série de conséquences qui pourraient être fâcheuses et dont nous voyons déjà les signes précurseurs autour de nous.

Tout d'abord si les consommateurs ont l'obsession du bon marché, les entreprises seront incitées à se faire une guerre sans merci sur les prix et cela par n'importe quel moyen : ventes à prix d'appel sur un nombre très limité — et par conséquent tout de suite épuisé — d'articles, ventes au-dessous du prix de revient, fluctuations continuelles des prix obligeant les consommateurs à courir d'un endroit à l'autre pour découvrir que si le lundi le produit X est plus cher ici que là, le vendredi la situation se trouve inversée, bref qu'on ne peut se fier à rien.

Rechercher systématiquement le prix le plus bas, c'est d'autre part se mettre à la merci des distributeurs qui croient dès lors connaître le seul argument qu'entendent leurs clients. La baisse de prix tant recherchée servira donc à dissimuler une baisse de poids ou de qualité, un changement de conditionnement, l'écoulement de stocks invendus, ou même

interdits dans d'autres pays à cause d'une législation plus sévère, ou tout simplement une hausse de prix à l'unité. Ne considérant que le prix, le consommateur va tout avaler sans sourciller. Pour une ou deux personnes qui soupçonneront un piège, combien y en aura-t-il qui tomberont dans les panneaux les plus grossiers ?

La guerre des prix de plus ne peut aboutir qu'à une baisse générale de qualité ; si pour vendre il faut sans cesse rogner sur les coûts, le fabricant va être tenté d'employer du matériel léger. Cette course au prix bas va donc à l'encontre de tout effort tendant à limiter le gaspillage des matières premières en offrant des appareils plus durables.

Elle exerce de plus une terrible pression sur les salaires. Est-il si surprenant, dans ce contexte, que les vendeuses soient particulièrement mal payées ? Est-il si étonnant que l'on importe des vêtements d'Extrême-Orient, que les usines suisses se transportent au-delà de nos frontières, que les petits magasins ferment leurs portes ?

Tout cela dira-t-on peut-être, ne regarde pas les consommateurs. Ils veulent du bon marché, parce que cela les arrange, quelles qu'en soient les conséquences pour les autres. Mais ces conséquences ne vont-elles pas leur retomber sur le nez à plus ou moins longue échéance ? Ne sont-ils pas partenaires des autres groupes économiques au sein de la collectivité ?

Un bon exemple en est le thème de ce numéro qui est le bois. Nous l'abordons sous deux aspects : le marché du bois en général et les achats de bois par des particuliers. Dans les deux cas la course au prix bas peut réserver des déconvenues : on importe aujourd'hui des bois plus avantageux que ceux qui sont produits chez nous, ce qui a pour conséquence que nos forêts ne sont pas assez exploitées et que certaines communes qui tiraient une partie de leurs ressources de leurs forêts connaissent des difficultés financières. D'autre part quand on fait des transformations dans sa maison à l'aide de bois, quand on se fait un meuble ou qu'on en achète un, la qualité et la durabilité du bois ne sont-elles pas tout aussi importantes, sinon plus, que son prix ? Intérêt immédiat ou intérêt à plus long terme, il faut choisir.

La FRC a toujours considéré qu'il était malsain de pousser les consommateurs dans la voie d'un égoïsme à courte vue, qu'il fallait au contraire les éclairer sur les conséquences, même lointaines, de leur comportement, qu'il fallait leur faire comprendre le rôle primordial qu'ils jouaient dans l'économie et par conséquent l'ampleur de leurs responsabilités.

Tiré de « J'achète mieux »
Editorial N° 81 - mai/juin 1979

II. Sauvegarde du patrimoine

La rénovation du toit de bardeaux de la ferme qui abritera le futur Musée rural jurassien aux Genevez

Durant l'été 1978, la première étape de la rénovation de la ferme du Musée rural jurassien a été réalisée : consolidation des murs et reconstruction d'un pan du toit. Dernière toiture en bardeaux du Jura, elle a été refaite par un artisan neuchâtelois, M. Denis Sauser, de La Chaux-du-Milieu. Plusieurs Juras-