Consommation

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **38 (2001)**

Heft 1474

PDF erstellt am: **08.08.2024**

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

Peu de transparence des prix dans les établissements bancaires

L'Ordonnance sur les prix (OIP) oblige les banques à afficher clairement les prix de leurs prestations. Elle prévoit, entre autres, l'obligation d'indiquer les prix pour l'ouverture et la tenue d'un compte, pour l'utilisation de cartes bancaires et pour le change de monnaies étrangères. La Fédération des consommateurs a réalisé une enquête afin de savoir ce qui se cachait derrière les opulentes vitrines de nos institutions bancaires. Résultat, publié par le journal *J'achète mieux*: le secret des coffres-forts est mieux défendu que la clarté des informations.

Selon les conclusions de l'enquête, il n'y a pratiquement aucune indication sur les vitrines des banques sur les comptes salaires ou les cartes bancaires. Seul 3,8 % des établissements visités rendent ces services visibles de l'extérieur. On constate un intérêt plus marqué pour les taux de change puisque 30 % des établissements affichent des informations pour qui veut changer son argent. Toutefois, presque 40 % d'entre eux sont défaillants et ne répondent pas à l'exigence légale d'indiquer sans ambiguïté que les cours sont variables. Pire, dénonce la Fédération des consommateurs, 96 % des établissements bancaires ne donnent aucune indication sur les frais liés à l'achat de monnaie alors qu'ils en ont l'obligation légale!

L'accès à l'information, la transparence des prix, le droit à pouvoir choisir librement un prestataire de services sont des revendications majeures

Passons les portes des institutions bancaires. Là, règne calme, luxe et discrétion. Selon, l'OIP, les indications de prix doivent être accessibles à l'endroit où se trouve normalement le client, c'est-à-dire à l'entrée, dans le hall, vers le guichet ou encore sur d'éventuels affichages. C'est pourtant facile à installer: la nouvelle mode bancaire a introduit une file d'attente unique qui permettrait aisément d'agrémenter le parcours de renseignements et d'informations utiles au client. Or, il ressort de l'enquête que ces indications ne sont disponibles que dans la moitié des banques visitées. Et l'accessibilité à ces informations est insatisfaisante (manque de lisibilité, des panneaux d'affichage peu mis en évidence, etc.). La probabilité d'arriver à lire le prix d'une prestation en se rendant dans une banque au hasard est d'un peu plus d'une chance sur trois. Si l'on doit néanmoins donner quelques bonnes notes à nos institutions bancaires: l'UBS arrive en tête. Les informations sont plus nombreuses, plus visibles et plus faciles à consulter qu'ailleurs. Elle est talonnée par la Banque Migros et le Crédit suisse.

L'accès à l'information, la transparence des prix, le droit des consommateurs à pouvoir choisir librement ses prestataires de services sont des revendications importantes. A la suite de la pression des consommateurs, une Ordonnance sur les prix a permis de répondre à ces exigences. Les banques, tout comme les grandes surfaces, n'ont pas à sortir de ce cadre légal. *gs*

Source: *J'achète mieux*, nº 293, juin 2001.

Cyclisme et argent

Quand vendre, c'est assainir

Le cyclisme, comme tout sport et probablement toute activité humaine, a besoin d'argent pour exister. On vient d'apprendre que la Fondation Arc-en-Ciel de l'Union Cycliste Internationale a attribué à la société IMG-Suisse, dirigée par Marc Biver, l'organisation du Tour de Romandie pour la décennie 2002-2011. Les partisans de l'ancien organisateur Daniel Perroud sont évidemment déçus et le font savoir. Rappelons pour mémoire que la Fondation du cyclisme romand reste seule propriétaire de la course. C'est elle qui a cédé ses droits à la Fondation Arc-en-Ciel. Faut-il faire un dessin?

Saisissons l'occasion pour signaler le rapport annuel 2000 de «Swiss Cycling» (Fédération cycliste suisse), dont l'assemblée des délégués a eu lieu à Mosnang (SG) au début de mai. Pour mémoire, elle a 20 000 membres, dont 2617 coureurs et 306 officiels ayant une licence dans une des catégories comprenant la route, le cyclocross, la piste, le cycle balle, le cyclisme artistique, BMX et trial. Les comptes, puisque nous parlons «argent», sont moins brillants. Au début de l'année passée, il y avait un découvert de près de trois millions de francs au bilan. Heureusement, des mesures d'assainissement ont permis de le réduire à un peu plus d'un million au 31 décembre 2000. Ce résultat a été atteint grâce à la prolongation du contrat du Tour de Suisse avec ce même IMG qui vient d'obtenir le droit d'organisation du Tour de Romandie.

«Swiss Cycling» pense assainir sa situation financière dans des délais raisonnables. Mais pour cela il faut de l'argent, toujours de l'argent, encore de l'argent. *cfp*