Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 43 (2006)
Heft: 1696

Artikel: Les consommateurs suisses à la peine
Autor: Jaggi, Yvette
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1009077

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: 15.07.2025

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

Domaine Public

domainepublic.ch

Les consommateurs suisses à la peine

Vingt-cinq ans après leur entrée dans la Constitution fédérale, les consommateurs suisses ne doivent toujours compter que sur eux-mêmes et leurs associations, pour améliorer leur position sur le marché.

Nouvelle présidente de la Fédération romande des consommateurs (FRC), l'ancienne conseillère d'Etat neuchâteloise Monika Dusong parle clair: la loi suisse protège mal le consommateur, sensé être le bénéficiaire privilégié d'un système de régulation spontanée appelé marché, et de la concurrence qui y régnerait.

La socialiste Monika Dusong n'est pas seule à dénoncer un recul général dans la cause des consommateurs. L'automne dernier, l'avocat et professeur lausannois Laurent Moreillon démissionnait de la présidence de la Commission fédérale de la consommation, instance consultative dont les milieux économiques font tout «pour qu'elle devienne une organisation d'opérette»; economiesuisse notamment ne manque pas une occasion de dénoncer tantôt l'inutilité de la Commission, tantôt sa propension à se saisir de sujets trop brûlants, tels l'endettement des jeunes, le droit de révocation des contrats, la responsabilité du fournisseur à l'égard du produit.

Pour succéder à Laurent Moreillon, le Conseil fédéral a désigné Melchior Ehrler, ancien directeur de l'Union suisse des paysans et conseiller national argovien, non-réélu en 2003. Il vient de renoncer à retourner sous la Coupole pour y remplacer Doris Leuthard et pourra donc reprendre les rênes d'une Commission encore affaiblie par plus de six mois de vacance présidentielle et par un changement de secrétariat.

Le squelettique Bureau fédéral de la consommation (quatre personnes) a depuis avril dernier un nouveau chef en la personne de Jean-Marc Vögele, un proche de Joseph Deiss; il succède à Monique Pichonnaz Oggier, partie à la retraite après neuf ans d'efforts méritoires pour faire valoir l'avis des consommateurs au sein d'une administration fédérale plus sensible aux intérêts des producteurs, vendeurs et prestataires qu'à ceux des consommateurs de biens et de services.

De fait, l'administration reflète fidèlement les options gouvernementales. Pour preuve: le 21 décembre dernier, le Conseil fédéral renonçait à réviser la loi fédérale du 5 octobre 1990 sur l'information des consommatrices et des consommateurs.

(yj) Suite de l'article à la page 6

JAA 1002 Lausanne
Annoncer les rectifications d'adresses

Sommaire

Le droit de la tutelle change de face et se personnalise.
page 2

Genève doit mettre fin au dualisme stérile entre ville et canton pour se transformer en région.
page 3

Les vieux médicaments marchent souvent mieux que les nouveaux, à la barbe du marketing des pharmas.
page 4

La responsabilité des entreprises partage Romands et Alémaniques.
page 7

Le musée des Beaux-Arts à Lausanne est une opportunité qu'il ne faut pas manquer.
page 8

Swissmetal

L'assemblée générale a approuvé à une très forte majorité le bilan du conseil d'administration. Elle a en revanche ignoré jusqu'à la caricature les critiques des salariés.

Edito page 3

7 juillet 2006
Domaine Public nº 1696
Depuis quarante-deux ans,
un regard différent sur l'actualité

Consommateurs

La procédure de consultation ayant fait apparaître «de fortes divergences de points de vue, il ne serait pas possible d'aboutir à un consensus sur le sujet». En clair: les milieux économiques se sont opposés avec succès au renforcement des dispositions d'une loi dont le faible lobby des consommateurs n'est pas parvenu à relever le niveau d'exigence, pourtant minimal.

Décidément, on est loin du 14 juin 1981. Ce jour-là, la FRC s'inscrivait doublement dans la Constitution fédérale, comme association féminine et comme organisation de consommateurs. Aujourd'hui, vingt-cinq plus tard, Monika Dusong a hélas raison: les consommateurs n'ont qu'à se débrouiller, à l'instar de leurs quatre organisations, qui se partagent une modeste subvention fédérale de 567 000 francs. La principale d'entre elles, la FRC, a touché 189 000 francs en 2005, pour un budget total de 2 150 000 francs, alimenté principalement par les cotisations et abonnements à *J'achète mieux*; ce bimensuel maintient son tirage à 34 000 exemplaires, soit 22 000 de moins qu'au printemps 1981. Il faut dire que si elle ne sévit pas sur tous les marchés, la concurrence est rude pour le sobre *J'achète mieux*, qui épargne à ses lecteurs flatteries et publicité. Ingrats, les consommateurs lui préfèrent trop souvent des magazines moins exigeants, tel *Bon à savoir*, ou des émissions de radio et de télévision plus ou moins informatives.

Certes de gros progrès, quasiment inimaginables il y a vingt-cinq ans, ont été réalisés, par exemple en matière de déclaration et de traçabilité des produits, d'étiquetage énergétique, de légitimation active des organisations de consommateurs, en matière de concurrence déloyale tout au moins. De son côté, la surveillance des prix, issue d'une initiative populaire acceptée en novembre 1982, poursuit son action malgré les continuelles attaques dont elle fait l'objet de la part des entreprises qui y sont soumises.

Et pourtant, il reste beaucoup à faire. Les coûts, financiers et sociaux, de la santé ou de la sécurité ne cessent de monter, les arnaques téléphoniques ou virtuelles de se multiplier, les offres incomparables de proliférer. Une tâche écrasante pour les associations de consommateurs du type FRC, à la fois organisations de base, sociétés d'analyses et de conseils et groupements d'intérêt écrasés par les procédures de consultation. Associations d'un poids politique bien inférieur à leur importance économique.

Si le consumérisme militant paraît s'essouffler, le lobby des consommateurs doit absolument se renforcer. La nouvelle présidente de la FRC y veillera. *yj*

La société anonyme des Editions Domaine Public a tenu son assemblée générale le 27 juin. 114 actions étaient représentées. La présidente du conseil d'administration, Ruth Dreifuss, a ouvert la séance et est revenue sur les événements de l'année écoulée. Le projet principal sur lequel a travaillé le conseil d'administration a été la réalisation du nouveau site internet *www.domainepublic.ch* mis en ligne à la fin d'octobre. Le conseil d'administration est par ailleurs préoccupé par l'érosion du nombre d'abonnés au journal. Cette érosion a commencé il y a quelques années et se poursuit inexorablement. Une réunion avec le comité de rédaction est agendée pour réfléchir sur les articulations entre journal papier et site internet. Actuellement les forces manquent pour proposer un contenu propre à chaque support. Du point de vue financier, la situation est saine, car, même si les recettes diminuent, les dépenses sont maîtrisées. Puis Jacques Guyaz, rédacteur responsable, a pris la parole au nom du comité de rédaction. Il déplore également le manque de ressources de la rédaction: on peine à trouver de nouveaux rédacteurs ou rédactrices. Au moment de la discussion générale, les avis sont partagés entre ceux qui annoncent le remplacement du papier par le virtuel et ceux pour qui le papier est immuable. Finalement comptes et bilan ont été approuvés par l'assemblée qui a donné décharge aux administrateurs, réélus à l'unanimité pour une période de deux ans. *réd.*

Les comptes et le bilan 2005 de *Domaine Public*

Dépenses		**Recettes**	
Production du journal	49744	Abonnements	187616
Promotion	34453	Vente numéros spéciaux	84
Salaires	92667	Dons	700
Charges sociales	14546	Produits financiers	255
Locaux	5304		
Autres frais	18591		
Total dépenses	**210006**	**Total recettes**	**188655**
Résultat			**- 21350**

Bilan

Actifs		**Passifs**	
Circulants		*Fonds étrangers*	
Caisse	803	Abonnements 2006	-116399
CCP	51417	Dettes et fournisseurs	-13796
Banque COOP	159432		
Créances clients	1787	*Fonds propres*	
		Réserve générale	-34761
Immobilisés		Réserve spéciale	-15000
Mobilier - matériel	1648	Perte reportée	37262
Informatique	1257	Perte exercice (2005)	21350
		Capital	-95000
	216344		**-216344**