



LE POUVOIR D'AGIR

L'association des
consommateur·rice·s

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

RAPPORT ANNUEL

24

Soutien sans faille à notre esprit conquérant



SOPHIE MICHAUD GIGON
Secrétaire générale de la FRC

Le rapport annuel d'une association est un moment de synthèse, de sélection, de mise en avant de certains points forts. Les projets d'ampleur se déclinent forcément sur plusieurs années civiles. J'aimerais remercier ici toutes les personnes qui, par leur contribution en tant que «bailleur», rendent cela possible.

Tout d'abord les membres, membres soutien, donatrices et donateurs qui nous sont fidèles. Celles et ceux qui nous rejoignent aussi cette année et qui nous permettent de viser plus loin, dans un esprit conquérant.

Ensuite, les institutions publiques locales et nationales qui financent des prestations que nous livrons et qui font confiance à notre professionnalisme.

Les fondations, enfin, toujours plus enclines à soutenir notre action d'utilité publique, dans un monde où les repères solides sont si importants. Des fondations qui contribuent également à la réalisation d'un projet de réforme numérique d'une envergure inédite pour la FRC. Leur participation financière a augmenté depuis deux ans dans notre budget. Des soutiens structurels se sont même mis en place, notre travail les ayant convaincues.

Pour finir, j'adresserai mes remerciements à mon équipe engagée ainsi qu'à toutes les personnes compétentes qui mettent leurs talents au service de la cause. Je pense aussi aux bénévoles, aux experts de l'une de nos commissions ou l'un de nos comités, aux enquêteurs, aux informatrices et à tous les Faiseurs, qui sont une force vivifiante, moteur d'un changement visible sur le terrain, avec, notamment, l'organisation d'une action locale tous les deux jours en Suisse romande.

Le rapport annuel 2024 est donc dédié à tous nos soutiens. ●



**Ces petits
ruisseaux, comme
ces grandes
rivières, nous sont
indispensables.**

La refonte numérique est lancée

Après avoir mis les efforts sur le déploiement de ses canaux de communication et a fortement augmenté son audience (*voir Publics 2024*) ces dernières années, la FRC adapte ses infrastructures pour renforcer la puissance de son action. Il s'agit d'un investissement à long terme (pp.20-21). Elle doit en effet avoir un environnement numérique solide et efficace pour conseiller et aider les consommateurs, récolter les témoignages, informer rapidement un maximum de monde. L'enjeu est aussi de traiter et sécuriser les données, tout comme d'améliorer la gestion et la prise en charge des membres et des bénévoles de la FRC. Initié en 2023, ce projet de refonte numérique est passé en phase de concrétisation en 2024. Les membres ont la primeur de découvrir ces nouveaux services en mai 2025, lors de l'Assemblée générale; le grand public aura à patienter jusqu'à l'automne. ●

Le site internet (1,3 mio de pages vues) est le canal d'information qui réunit tout le contenu produit par la FRC: actualité, tests et enquêtes, articles de fond, dossiers, prises de position politiques. Les membres doivent accéder facilement à une information complète, disponible rapidement, et disposer d'outils et de services performants, à commencer par les résultats des tests et les annuaires de Bonnes adresses, très recherchés.

L'INFORMATION

Lettre FRC *C'est la jungle!*

50 000
abonnés

Compte Instagram FRC.CH

6000
followers

PUBLICS 2024

Magazine FRC *Mieux choisir*

22 500
ménages

L'AIDE DIRECTE

Le Service juridique est sous pression avec une explosion de signalements, toujours plus diversifiés et complexes à traiter (pp.14-15). Ce travail exige un niveau d'expertise élevé et une réactivité constante. La FRC renforce sa structure d'accueil et de gestion des demandes d'aide en apportant un soin particulier aux membres.

La FRC peut, en 2025, accueillir massivement les plaintes et signalements, traiter les données récoltées en temps réel et les relayer aux spécialistes et à la rédaction de la FRC. Toutes ces données permettent de démarrer ou alimenter des investigations et notre action. L'association gagne ainsi en réactivité, en précision et en puissance d'action afin de corriger de mauvaises pratiques. La défense et la protection des consommateurs en Suisse s'en trouvera renforcée.

L'ACTION

Le Pouvoir d'agir est une réalité concrète

Il est important de le rappeler parfois, la FRC est un mouvement citoyen, né de la rue. Dans son ADN, les projets, les campagnes et les investigations venus du terrain nourrissent

le débat public et permettent de saisir le monde de l'économie et du politique sur des problématiques qui nuisent considérablement aux intérêts des consommateurs.

PLATEFORMES HORS LA LOI

À l'initiative de la FRC, des parlementaires de tous bords ont déposé une motion au Conseil national pour assurer la protection des consommateurs contre les pratiques abusives de certaines plateformes en ligne. Fabricants et distributeurs ont également été interpellés sur les résultats de nos tests et enquêtes. En tant que membre du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) la FRC participe à l'action à l'encontre de Temu. Elle a aussi déposé plainte auprès du Seco. (*Lire p. 7*)

PRIX SURFAITS

Le résultat de ces enquêtes donne lieu, en septembre 2022, au dépôt d'une initiative parlementaire. Cette dernière demande la création d'un observatoire des prix efficace dans les filières agroalimentaires. Sa mission serait de calculer, relever et publier les marges aux différents niveaux de transformation et de distribution. En décembre 2024, elle passe la rampe au Conseil national. Cet observatoire est l'une des priorités de la FRC pour la législature 2023-2027.

LE POUVOIR

RÉPARER AU LIEU DE JETER

La nouvelle Loi sur la protection de l'environnement - soutenue par la FRC aux côtés de la coalition Longue vie à nos objets! réunissant 22 organisations - est officiellement entrée en vigueur. Tout l'enjeu porte maintenant sur sa mise en œuvre pour la rendre opérante. Or, pour l'heure, aucune disposition d'exécution n'a été édictée, ni aucun budget alloué. Il faut donc encore attendre un réel soutien des filières de réparation et de réutilisation, lequel est pourtant préconisé dans le cadre de cette loi adoptée en 2024 par les deux Chambres du Parlement.

LES DÉCIDEURS POLITIQUES ET ÉCONOMIQUES

Le Pouvoir d'agir, c'est donc un travail d'information, afin que la population ait les outils nécessaires pour assumer des choix éclairés, qu'elle ait les moyens de se défendre et de se faire entendre. Le Pouvoir d'agir, c'est apporter la preuve que les conditions-cadres ne

protègent pas suffisamment (ou pas du tout) les intérêts des particuliers. Le Pouvoir d'agir, enfin, c'est de faire pression par un mouvement rassembleur, de sorte à obtenir des changements durables et pérennes en faveur des premiers concernés: les consommateurs. ●

LE TERRAIN

D'AGIR

PRIX SURFAITS

Après une année d'investigation, la FRC révèle le dessous des marges réalisées par Migros et Coop dans le secteur alimentaire. Il apparaît que le prix payé au maraîcher ne couvre pas toujours ses coûts et que la marge des géants orange peut peser d'une manière démesurée dans le prix final payé par le consommateur. Ces deux enquêtes chocs (2022), largement relayées par les médias, sensibilisent l'opinion publique. Elles s'inscrivent dans le combat que la FRC mène de longue date pour exiger des prix justes et transparents.

RÉPARER AU LIEU DE JETER

La FRC facilite le déploiement des actions citoyennes telles que les Repair Cafés, en proposant des kits pratiques qui aident les personnes à s'engager, les Bourses aux habits, les annuaires des Bonnes adresses de commerces spécialisés dans la réparation ou la réutilisation. Enfin, la FRC rassemble les témoignages lui permettant de plaider en faveur de l'introduction d'un indice de réparabilité.

PLATEFORMES HORS LA LOI

La FRC a publié de nombreux articles et plusieurs enquêtes, afin que les internautes comprennent qu'ils ne sont pas libres de leurs choix dans leurs achats en ligne, dans leur manière d'utiliser leur smartphone ou d'interagir sur les réseaux sociaux. Les collaborations avec Public Eye (2022) et HestiaLabs (2023) ont porté sur l'exposition aux dark patterns et la fuite des données personnelles. Le travail d'investigation s'est poursuivi en 2024, avec la publication de tests et d'une enquête qui ont fait grand bruit.



PFAS: exiger une interdiction pure et simple

560

Le nombre d'alternatives pour éviter les PFAS dans 210 procédés industriels sur 260.

L'industrie utilise les PFAS (une abréviation pour alkyles perfluorés et polyfluorés) depuis des décennies pour leurs propriétés déperlantes, antiadhésives, antisalissures et antigraisse, notamment. Ils étaient très peu connus du grand public jusqu'à récemment. Or de nombreuses études scientifiques mettent en garde depuis plusieurs années contre leurs effets néfastes pérennes – on les surnomme «polluants éternels» –, sur l'environnement et la santé humaine.

Les tests de laboratoire et les enquêtes de la FRC permettent de documenter ce fléau. But: sensibiliser les gens et faire bouger les autorités. Car contrairement à la France qui vient de se doter d'une «loi PFAS», la Suisse n'a pas prévu leur interdiction dans le plus grand nombre d'utilisations possible.

En 2024, le travail a porté sur trois tests: les rideaux de douche, les vestes imperméables pour enfant et les papiers cuisson. À chaque fois, la FRC a mis les fabricants face aux résultats et questionné les mesures prises pour réduire la présence de ces molécules. Une vaste enquête sur l'eau potable a aussi été réalisée en partenariat avec les émissions *On en parle* et *À Bon Entendeur*. Les analyses se poursuivent, avec notamment une très large étude menée par dix associations de consommateurs dont la FRC portant sur 230 références (20 catégories de produits).

RIDEAUX DE DOUCHE

Neuf produits, dont quatre recèlent des doses significatives de PFAS. C'est trop, les fabricants peuvent faire nettement mieux.



VESTES POUR ENFANT

Dix modèles, dont la moitié sont étiquetés «PFC free», alors qu'ils contiennent bel et bien des PFAS. Information erronée qui biaise l'achat. Si les initiatives visant à réduire l'utilisation des PFAS doivent être encouragées, ces mentions doivent absolument être encadrées pour éviter d'induire le consommateur en erreur.



EAU DU ROBINET

Alors qu'elles ont le devoir d'informer sur la qualité de cette denrée essentielle, les communes ne fournissent pas une information toujours transparente: à peine plus de 10% des localités interpellées ont livré des explications claires.



PAPIERS CUISSON ET TAPIS RÉ-UTILISABLE

Huit articles et aucune molécule décelée. Preuve qu'on peut faire sans alors qu'on s'attendait à en trouver!



► frc.ch/eau



► frc.ch/tests

Plateformes: un cadre légal à créer

La FRC poursuit son combat pour responsabiliser les plateformes (vente, jeux, communication) face à la multiplication des pratiques déloyales liées à la consommation de biens et services en ligne. En 2024, à son initiative, cinq objets visant à renforcer la protection des consommateurs ont été déposés au Parlement par des élus de tous bords. La question de la régulation de ces plateformes doit en effet urgemment être empoignée. La Suisse ne dispose pas de règlements comme le Digital Services Act et le Digital Markets Act, qui encadrent ces acteurs et sanctionnent de manière substantielle les mauvaises pratiques en Europe. Un levier pourtant nécessaire pour les internautes et pour les entreprises qui subissent une concurrence déloyale, alors qu'elles sont plus respectueuses de l'intérêt de leur clientèle. Le Conseil fédéral doit maintenant agir.

En principe, la sécurité des produits incombe aux sociétés. Ce n'est plus acquis dès lors que l'achat se fait en ligne depuis une plateforme étrangère. Les tests et enquêtes de 2024 ont permis une prise de conscience salubre, révélant de graves manquements pour des tongs et des colles pour faux cils: substances dangereuses, non-conformité, protection des données, indication des prix. Temu et Shein, sociétés chinoises très prisées pour leurs articles à prix cassés, ne respectent pas la législation en vigueur. Mais c'est aussi vrai pour Manor ou Galaxus, qui se définissent comme de simples intermédiaires de vente. ●

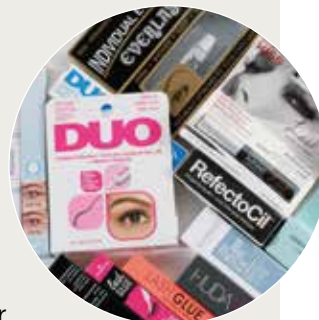
JEUX VIDÉO

La FRC a repris un test de Stiftung Warentest, qui a évalué 16 produits très répandus et destinés aux 0, 6 ou 12 ans. Dark patterns, microtransactions, publicité cachée: les résultats sont édifiants. Cette étude montre une fois de plus les lacunes juridiques dans la déclaration de protection des données et les conditions générales d'utilisation. La FRC, en tant que membre du BEUC (Bureau européen des unions de consommateurs), a participé également à l'action Game over dans 16 autres pays. Cette dernière dénonçait formellement les agissements d'Electronic Arts (achats impulsifs). Elle a aussi sommé cette société, dont le siège européen est à Genève, de réagir.



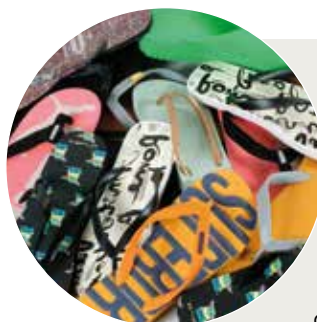
COLLE POUR FAUX CILS

Sur quatorze produits, le laboratoire en a trouvé onze problématiques. Trois s'avèrent même non conformes à la réglementation suisse en matière de cosmétiques. La clientèle risque d'acheter des produits dangereux pour la santé ou ne répondant pas à des normes de sécurité suffisantes. La FRC a interpellé Galaxus.



TONGS

Sur dix articles, le test montre que deux paires vendues sur Temu et Shein ne répondent pas aux normes suisses et ne devraient pas être commercialisées (taux non conformes de phtalates et/ou de métaux lourds). L'enquête s'est intéressée au suivi de la commande: cinq sites sur les dix analysés sont problématiques. Absence de représentant légal en Suisse, nécessité de fournir plus de données personnelles que nécessaire, multiplication des dark patterns, manquements à la loyauté commerciale, etc. La FRC a dénoncé Temu et Shein au Seco pour le non-respect de l'Ordonnance sur l'indication des prix (OIP) et de la Loi contre la concurrence déloyale (LCD). Elle a également fait partie des signataires d'une lettre adressée au Conseil fédéral, demandant au gouvernement de réagir.



► frc.ch/plateformes

Prix: le porte-monnaie, un enjeu fondamental

Les consommateurs ne cessent d'éponger les hausses de prix. Celle, massive, de la santé via les primes maladie (*lire pp.14-15*) et les médicaments. Mais aussi celles qui se retranchent derrière la clause inflation ou ont trait à l'îlot de cherté sévissant dans de nombreuses catégories d'articles. Et ce n'est pas faute d'avoir obtenu certaines avancées législatives, dont la suppression du geoblocking. Quand des règles sont abrogées ou modifiées, la transparence au profit des clients passe aux oubliettes! Ainsi, en matière de prix soldés, la législation a récemment été revue pour permettre une plus grande flexibilité aux vendeurs. ●

1959

Faire prendre conscience que l'achat ou le non-achat est un pouvoir, la FRC le répète depuis sa création.

BIENS DE PREMIÈRE NÉCESSITÉ, 1

Douze mois, trois relevés

La FRC a procédé à des relevés afin de vérifier si la hausse de la TVA (à 8,1% pour le taux ordinaire et 2,6% pour l'alimentation) n'a pas été répercutée de manière indue sur les consommateurs. Elle

a constitué un panier type et ciblé Aldi, Denner et Lidl (articles sans marque), ainsi que Coop (Prix Garantie) et Migros (M-Budget). En tout, le prix de 37 biens de première nécessité a été relevé durant un an. Ces trois coups de sonde montrent que ni l'inflation ni la hausse de la TVA n'ont eu d'impact

sur les gammes les moins chères. Les distributeurs Lidl et Aldi restent les plus abordables. L'écart est toutefois minime, puisque toutes les enseignes se calquent les unes sur les autres. Côté assortiment, la gamme à bas prix est toujours disponible chez les discounters allemands, alors qu'elle varie chez les trois autres: plus le magasin est grand, plus l'offre en articles à bas prix est étendue. ●

37

Le nombre de produits de première nécessité dont les prix ont été relevés

BIENS DE PREMIÈRE NÉCESSITÉ, 2

Un îlot de cherté toujours fort

Un quatrième relevé a été réitéré en comparant la Suisse et la France voisine avec un panier de 32 produits premier prix, afin de constater où était l'avantage concurrentiel. Intermarché (F) se démarque, mais Migros, Carrefour (F) et Lidl suivent de près. L'inflation en France (20%) explique en partie cet état de fait. Cependant, les consommateurs se rendent en France pour d'autres produits d'appel, et la Suisse demeure un îlot de cherté pour la viande, les livres, les médicaments et les abonnements de streaming. Tout récemment, en mars 2025, la dernière enquête FRC a porté sur une centaine d'articles vendus sur 20 sites internet de grandes marques. Sans grande surprise, les prix sont massivement plus élevés en Suisse. ●



► frc.ch/evo-prix



► frc.ch/prix-france



► frc.ch/ilot-de-cherte

MÉDICAMENTS

Pas d'économie à la clé pour les patients

En 2024, la FRC s'est aussi intéressée aux prix des médicaments et aux marges des pharmacies, hôpitaux, médecins (autrement dit, les intermédiaires). Certains produits ont baissé, de nombreux autres ont augmenté dans des proportions scandaleuses. C'est le cas de l'ibuprofène, un anti-inflammatoire courant. Dans un courrier commun avec Intergenerika, la FRC a demandé à la ministre de la Santé de corriger les défauts d'une mesure entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2024 qui se fait une nouvelle fois sur le dos des assurés.



Une solution qui aurait induit une hausse moins importante sur les médicaments bon marché et plus d'économies a été proposée. Dans l'intervalle, la web-app genericum.ai facilite les choix des patients.

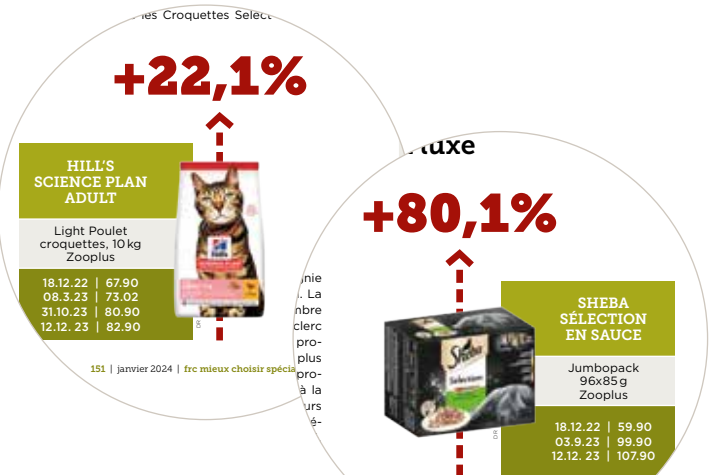


► frc.ch/medicaments-marges

PARLONS FRANCS

Dix ans de tests

Le prix est une donnée essentielle dans l'acte d'achat. Et une composante primordiale dans le travail de la FRC. Elle a plongé dans ses archives de tests comparatifs et en a fait une série en 2024 pour voir comment il a évolué en dix ans et quels autres facteurs avec lui (greenwashing, cheap- ou shrinkflation, clause inflation).



INFLATION

Chats de luxe

Nourrir un animal de compagnie met à mal le portefeuille. Les prix des céréales et de la viande ont flambé. De même que l'énergie qu'exige la fabrication des sachets et des boîtes a renforcé une pression déjà forte sur les prix. La litière pour chat n'est pas en reste. Compte tenu de la domination de géants comme Mars ou Nestlé sur le marché du pet food, changer de fournisseur ne va pas de soi. Publiée en janvier 2024, l'enquête FRC a montré des hausses massives, allant de 22% (Hill's) à près de 80% (Sheba). Elle a aussi montré que les propriétaires faisaient le dos rond, sacrifiant d'autres postes au budget pour garder leur animal en santé.



► frc.ch/prix-chat

48 PLANÈTE TESTS

PARLONS FRANCS!

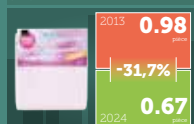
Le prix est une donnée essentielle dans l'acte d'achat. Comment a-t-il évolué durant les années 2000? Quel autre facteur avec lui? La FRC a plongé dans les archives de ses tests comparatifs. Elle a constaté une attention d'articles de l'époque à ceux d'aujourd'hui. Sur onze produits, huit ont vu une augmentation, parfois massive, trois ont baissé.

Ces dernières années, la FRC s'est intéressée à la baisse de qualité (cheapflation), une moindre quantité à prix équivalent (shrinkflation), l'écoblanchiment (greenwashing) via des logos, images ou allégations, les « clauses inflation » qui servent à déguiser des hausses injustifiées. Il y a un peu tous ces ingrédients dans cette série.

10



Voilà un produit à la composition plus saine mais avec une matière grasse de meilleure qualité (du coze au lieu d'huile de palme). De quoi laisser un sentiment partagé sur la hausse de 29%.



Le meilleur rapport qualité/prix de l'époque existe toujours, mais maintenant de deux versions. Puffy et Shiny. Le prix a baissé de 30 centimes la pièce, mais le carton a aussi rétréci de 12%.

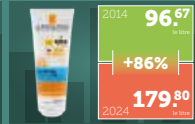
107 | janvier 2024 | Les tests comparatifs de la FRC



L'adaptation des prix serait notamment due à l'augmentation des coûts de transport, d'énergie et d'emballage, soulève Coop. L'argument est faible, et c'est dommage car le produit est de qualité.



Double de composition: il n'y a plus de protéines de lait ni de sirop de sucre caramélisé, et un concentré de carottes remplace celui de pomme. On attend mieux d'une glace considérée comme haut de gamme.



Le tube a maigri de 50ml et est soldé une forte hausse. Les nouvelles caractéristiques et allégations (sans hydrogène, multifonction, «A+++» et «antibactérien») ne le justifient pas, même si c'est sans ingrédient à risque.

107 | janvier 2024 | Les tests comparatifs de la FRC



Côté prix, la marque fait un sans-faute. Mais les labels «sans pesticides» et «sans OGM» sont à noter. C'est regrettable car ces mentions sont rassurantes et font partie des éléments qui rendent le produit sûr.



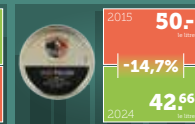
Sacré saut que celui de ce sac, dont le prix a bondi tandis que le volume a fondu (moins 2 litres). On note aussi qu'avec le temps, l'emballage a vu, laissant apparaître quelques éléments graphiques végétaux.



Les nouvelles fonctions et la technologie sous-jacente justifient-elles une « grosse inflation »? Absolument pas. Selon nos relevés d'il y a douze mois, il a même augmenté de 28% sans aucune plus-value technique.

107 | janvier 2024 | Les tests comparatifs de la FRC

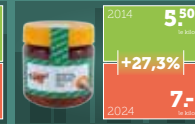
49 PLANÈTE TESTS



La marque Buffalo a remplacé la défunte Kiehl. Elle affiche les mêmes quantités de crème - sans silicone - à un prix moindre. Une incitation positive à cultiver un savoir-faire, celui de soigner ses cuirs.



Un prix reste inscrit dans une stratégie commerciale: comme de laisser d'anciennes références stagner en rayon douze mois, dont la baisse de prix finit par concurrencer des modèles plus récents, mais plus coûteux.



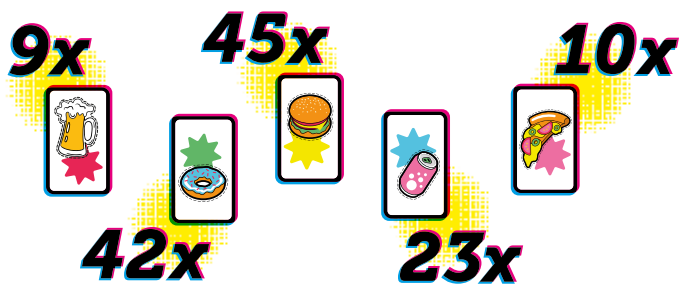
Pas de shrinkflation sur ce mal de chat Mignin, mais une économie d'ordre en mentionnant une promesse encore plus vague qu'à l'époque: «Amérique latine» et en supprimant le décor floral.

107 | janvier 2024 | Les tests comparatifs de la FRC

MARKETING ENFANT

Contrer un jeu de dupes

Le succès de l'application TikTok auprès des moins de 26 ans ne se dément pas. La Suisse compterait plus de 500 000 utilisateurs, principalement des adolescents et jeunes adultes. Dans le cadre de la Semaine des médias, la FRC a mené une expérience inédite en classe. Plus de 160 jeunes des cantons de Genève, de Vaud, du Valais et de Berne ont analysé le contenu des vidéos qui leur étaient proposées. McDonald's, Coca-Cola, KFC, Burger King apparaissent comme les marques les plus identifiées, et de loin. L'écrasante majorité des denrées et boissons repérées sont des produits très gras, très salés, très sucrés et ultratransformés. Le constat inquiète, au vu des risques pour la santé que représente une exposition à des produits malsains durant cette période cruciale du développement.



Nombre de fois où les élèves ont observé ces denrées

Le propos de l'enquête était de documenter une nouvelle fois les liens tissés entre l'influence et l'alimentation. Le marketing adressé aux jeunes publics fait partie des thèmes que la FRC suit depuis les années 1970. L'encadrer est une nécessité, car les initiatives volontaires telles que SwissPledge sont insuffisantes. La FRC demande davantage de mesures de prévention, pourquoi pas en «infiltrant» les réseaux sociaux, pour toucher le public cible directement où il se trouve. En effet, le mode d'exposition des jeunes à la publicité a changé: alors que la responsabilité individuelle ne peut plus s'exercer, les plateformes doivent impérativement être prises en compte dans le projet de régulation, avec des moyens de contrôle efficaces et des sanctions en cas d'infractions. (Lire p. 7)



► frc.ch/tiktok

SHRINK- ET CHEAPFLATION

Prix trompeurs

La FRC se bat pour documenter les coûts cachés liés à la shrinkflation et à la cheapflation, deux techniques qui consistent à faire baisser la quantité et/ou la qualité d'un produit en maintenant le même prix. Elle a ouvert un formulaire pour que les consommateurs puissent déposer leurs témoignages, photos à l'appui, pour faciliter la comparaison. Près d'une soixantaine de cas ont été dénoncés. Contrairement à la France, la Suisse ne s'est pas encore emparée de cette problématique pour contraindre les fabricants à davantage de transparence.

PRODUITS PROTÉINÉS

On nous vend surtout du rêve

L'analyse de la qualité des protéines et des alternatives végétariennes et vegan a largement occupé l'équipe des tests comparatifs. La FRC a évalué la composition nutritionnelle de 40 pots de purées d'amandes, noix de cajou, noisettes et des beurres de cacahuètes. Elle a fait de même avec 60 barres protéinées, 40 substituts vegan aux produits laitiers, 25 chips à la patate douce, betterave, pois, haricots, riz et pseudo-céréales. Les résultats de ces quatre tests ont évidemment montré le meilleur comme le pire. Mais une tendance se dégage: à vouloir imiter le goût ou la texture d'un produit d'origine animale, on en vient à intégrer aux recettes des additifs en tout genre, dont la liste donne le vertige. Certains ne sont pas sans risque pour la santé. Ainsi, des denrées dont la vocation serait d'être a priori plus respectables se retrouvent, pour une très large part, dans la catégorie des aliments industriels ultratransformés... qu'on cherche à éviter dans une alimentation équilibrée. Sans oublier leur prix, qui frise l'indécence parfois, et des emballages flatteurs, vendeurs de mauvais rêves!

165

Le nombre de produits protéinés passés à la loupe.



► frc.ch/proteines

CONSUMMACTEURS

Un projet qui a trouvé son public

Le projet Consommacteurs de la santé a pour vocation de permettre aux assurés et aux patients de comprendre les enjeux du système de soins, d'en avoir une certaine maîtrise ainsi que de faire entendre leur voix via des retours d'expérience. Le dispositif a comporté plusieurs volets: des rencontres et des ateliers pratiques, une permanence LAMal dans les semaines qui suivent l'annonce des primes (de mi-octobre à fin novembre) et un événement fédérateur, le Forum des patients (*lire encadré*).

Les rencontres 2024, menées en collaboration avec le ColLaboratoire de l'Unil, ont été consacrées à l'antibiorésistance. Pour lancer les soirées thématiques, notre magazine a ouvert ses colonnes à l'anthropologue Charlotte Brives, experte venue discuter avec les Consommacteurs pour leur proposer une réponse innovante au traitement des infections (*lire «L'antibiorésistance est un problème en devenir», FRC Mieux choisir N°152*).

396

La communauté des Consommacteurs continue sa progression (+8%).

Menés en partenariat avec Cara, la Fédération suisse des patients (FSP), les ateliers réguliers continuent d'attirer un public assidu et en légère hausse. La preuve que la lecture et l'analyse d'une facture médicale, l'introduction au dossier électronique du patient ou la compréhension des bases de la LAMal sont compliqués à appréhender. À l'automne, les interventions générales sur les primes maladie et le changement de caisse ont été complétées par une permanence individualisée sur rendez-vous. Cette dernière a connu un vif succès, comme à son habitude: les ménages inscrits ont reçu des conseils quant à la pertinence d'un changement de caisse ou de modèle d'assurance entre la mi-octobre et la fin novembre.



► frc.ch/consommacteurs

190

Le nombre de participants aux ateliers pratiques.

PROCÈS FICTIF

Hippocrate acquitté!

Avec la participation de 400 personnes, le Forum des patients a fait salle comble le 16 novembre 2024, à Lausanne, dans le cadre du Festival Planète Santé. Un immense succès pour ce format particulier aux allures de procès, une «dispute», avec Hippocrate – Bertrand Kiefer, médecin et éthicien – sur le banc des accusés. Après 2h20 de plaidoiries, les jurés – le public – ont considéré que le père de la médecine occidentale et de l'éthique médicale n'était pas coupable de ne pas avoir su maîtriser les défaillances de la médecine actuelle et l'ont blanchi de toutes accusations. Le tribunal criminel était présidé par M^e Miriam Mazou, épaulée de son expert, Yannis Papadaniél, professeur



à la HETSL et ancien responsable Santé à la FRC. L'accusation était portée par M^e Michael Stauffacher, qui avait fait appel à l'expertise de Nicolas Senn, médecin-chef au Département Médecine de famille, Unisanté. La défense était assurée par M^e Melissa Elkaim. Elle s'était attachée les services de Philippe Eggimann, médecin, vice-président de la Fédération des médecins suisses (FMH). Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale de la FRC, a été entendue comme témoin à charge.



► frc.ch/hippocrate

ÉCOLO OU PAS

Un millier de J'aime

Écolo ou pas est une série créée en format texte et vidéo qui a pour ambition de fournir des réponses courtes à des questions complexes. Démarrée en décembre 2023 avec le sapin de Noël, elle traite de sujets aussi divers que le choix du matériau des bouteilles, le recyclage du plastique, la viande de bœuf, le chauffage à bois ou les vêtements de seconde main. Mais le meilleur score revient au dilemme huile de coco ou huile de palme. Conçue pour toucher tous les publics de la FRC, la série est accessible sur le compte Instagram, diffusée dans la Lettre FRC *C'est la jungle!* et le magazine FRC *Mieux choisir* et compilée sur le site internet. Pas moyen de la rater.



► frc.ch/ecolo-ou-pas

REPAIR CAFÉ

2024 en chiffres



Le mouvement des Repair Cafés prend chaque jour plus d'ampleur puisque, désormais, c'est

1 Repair Café tous les 2 jours

qui a lieu en Suisse romande!

En 2024, **5000 objets ont**

été apportés sur l'une de ces

manifestations et **3500 ont été**

remis en état de marche, soit un

taux de réparation de 71%.

ÉLECTRICITÉ

L'ouverture totale du marché en discussion

La FRC a été consultée à plusieurs reprises sur le projet d'accord avec l'UE en faveur d'un marché totalement libéralisé de l'électricité, y compris pour les petits consommateurs. Elle a notamment plaidé pour des mesures et des garde-fous afin que les activités des fournisseurs soient encadrées et que les ménages soient protégés. Le modèle doit être équitable pour tous les consommateurs, leur garantir des prix justes comparés à ceux du marché et les protéger des fluctuations importantes. Le projet renforcerait la sécurité de l'approvisionnement mais les petits clients n'en bénéficieraient que si les mesures de protection et de transparence demandées par la FRC sont mises en place.



► frc.ch/marche-elec

ÉNERGIE

Le renouvelable attire les escrocs

L'engouement des petits propriétaires pour les panneaux solaires et les pompes à chaleur stimule un marché qui voit se multiplier les entreprises... comme les arnaques. Et la Suisse romande semble davantage touchée. La FRC, qui milite activement pour que les consommateurs aient accès à des offres d'énergies renouvelables abordables, reçoit régulièrement témoignages et demandes de conseils de consommateurs inquiets de s'adresser à une société spécialisée fiable. À défaut de disposer d'une liste d'entreprises peu recommandables ou fantômes, elle a publié un florilège des pratiques problématiques les plus fréquentes, ainsi que les principaux points de vigilance, pour se prémunir contre les mauvaises surprises: conditions trop belles pour être vraies, contrat, arrhes et chantiers problématiques, démarchage agressif, usurpation de labels, etc. De quoi soutenir positivement la transition vers une énergie plus propre. Rappelons que pour que la FRC puisse épingler des pratiques répréhensibles, témoigner est crucial.



► frc.ch/escrocs-elec

GEL DES PRIMES

Quand c'est non...
c'est non!

Depuis des années, la FRC a cherché des alliances – sans tabou – pour porter des mesures qui améliorent notre système de santé et soulagent les assurés du poids sans cesse plus lourd à supporter des primes. Étoffer l'offre de premier recours via les pharmacies, autoriser les importations parallèles de médicaments, asseoir le dossier électronique du patient. Elle s'est à chaque fois heurtée au camp du non... Résultat: les assurés font les frais de l'immobilisme des pouvoirs publics et des acteurs de tous les milieux professionnels. De guerre lasse, la Secrétaire générale de la FRC, Sophie Michaud Gigon, a déposé une initiative parlementaire avec d'autres élus de gauche, du centre et de droite demandant un moratoire sous forme de gel des primes. Nouveau coup d'assommoir, le Conseil national a refusé de donner suite à cet objet en décembre dernier. ●

INTERGROUPE

Feuille de route
2023-2027

L'Intergroupe parlementaire Information et défense des consommateurs – rebaptisé ainsi, des élus alémaniques l'ayant rejoint – est un réseau représentatif de tout l'échiquier politique; une nécessité alors que les positions du Parlement se rigidifient. Sa mission est de discuter de sujets de consommation d'actualité et d'agir notamment par le biais d'interventions parlementaires.

La FRC a défini ses priorités: l'instauration d'un moratoire sur la hausse des primes maladie, l'encadrement des abus des plateformes en ligne, la création d'un observatoire des prix dans l'agro-alimentaire, la régulation des nouvelles techniques génétiques, les maisons de recouvrement, le renforcement des droits des consommateurs à travers l'action collective, ainsi que le marketing enfant ou les manipulations et tromperies publicitaires. ●



► frc.ch/priorites (PDF)



Toutes les prises de position de la FRC
► frc.ch/consultations

ACTION COLLECTIVE

Un combat aux allures
de Sisyphe

Il aura fallu dix ans pour élaborer les bases juridiques de l'action collective en Suisse. Le Conseil national a pourtant enterré le projet du Conseil fédéral en décembre. Le Conseil des États se prononcera, lui, en 2025. La FRC a investi un temps et une énergie peu communs pour qu'enfin le pays soit doté d'un instrument garantissant un accès pour tous à la justice. Mais elle s'est heurtée à de la lassitude voire à un manque d'intérêt des élus. C'est d'autant plus choquant que le besoin d'agir est avéré. ●

10 ans

Le temps qu'il aura
fallu pour élaborer
les bases juridiques.



► actioncollective.ch

OGM

Rififi entre lobbies

Début 2024, le Parlement européen adoptait une proposition de règlement visant à assouplir l'encadrement des organismes issus des nouvelles techniques génomiques. Les eurodéputés ont néanmoins maintenu l'étiquetage obligatoire de tous les OGM, quelle que soit la technique. Tant mieux! En septembre, la FRC a soutenu l'initiative «Pour la protection des aliments», considérant qu'il revient au consommateur de décider ce qu'il souhaite manger et quel système agricole il encourage. Toutes les techniques de génie génétique, y compris les nouvelles, doivent être réglementées de la même manière. Ce futur règlement va prendre la forme d'une loi spéciale. Dernier rebondissement ce printemps 2025: le texte enterre la transparence souhaitée par les consommateurs – une mention explicite sur l'étiquette – sur la pression d'acteurs tels que le lobby Variétés pour demain dont Migros fait partie. Une lettre ouverte à son CEO a été lancée. Pour éviter tout vide juridique dans l'intervalle, le moratoire sur les OGM est prolongé jusqu'en 2030. ●



► frc.ch/ogm

Bilan des plaintes des consommateurs

Les plateformes en ligne amènent leur lot d'arnaques, de colis problématiques ou de contrats litigieux.

Ay regarder de près, les années passent et changent peu: la pression sur le porte-monnaie reste forte, la sensibilité des gens aux prix s'est accrue et les problèmes de garantie continuent de mener la vie dure aux consommateurs qui interpellent FRC Conseil. Ce service a traité sur l'ensemble de l'année 6988 signalements dont 4785 questions.

En 2024, les trois sociétés les plus dénoncées restent Sunrise UPC, Swisscom et Obligo. Si Sunrise conserve sa première place, Swisscom et Obligo s'échangent la leur. Le troisième grand opérateur, Salt, se situe au 8^e rang du classement. Rien d'étonnant à retrouver les opérateurs si haut placés: plusieurs augmentations de prix dans les abonnements – dont certains ont été qualifiés d'«obsolètes» par Swisscom pour justifier un changement – ont succédé aux «clauses inflation» annoncées en 2023. Grogne supplémentaire mais pas nouvelle, la suppression de la résiliation par écrit chez Sunrise. Quant à Obligo, le fait d'être traîné en justice (*lire ci-contre*) n'a diminué que légèrement le nombre de cas signalés.

Le refus du droit à la garantie est un habitué des premières places du classement depuis

des années. Les consommateurs doivent souvent batailler pour faire valoir une prise en charge. Les défauts seraient prétendument dus à des «causes externes», ou le problème serait «non couvert» par la garantie (exclusion, délai dépassé), disent les entreprises. Sont concernés en première ligne, les smartphones et autres appareils électroniques. Deux motions relatives au droit de la garantie ont été acceptées en vue d'une modernisation du droit. Les règles actuelles datent de... 1910!

Les retards de paiement ont des répercussions directes à FRC Conseil. La crainte d'être mis aux poursuites est en hausse, les demandes en lien avec les sociétés de recouvrement aussi (attitude agressive et facturation de frais injustifiés, échelonnement de paiement). Intrum a d'ailleurs fait une remontée notable dans le classement, passant de la 9^e place en 2023 à la 5^e en 2024.

Enfin, les problématiques en lien avec les contrats (conclusion, exécution, prix) sont au cœur de l'activité de FRC Conseil, notamment ceux conclus sur internet: usurpations d'identité, vols de colis, livraisons tardives voire inexistantes, difficultés à joindre les services clients, politiques de retours, l'inventaire est classique.

Si les assureurs ne sont pas en reste – entre hausses de primes et difficultés à se faire rembourser –, la FRC note l'apparition de Groupe Mutuel (6^e) parmi les sociétés les plus dénoncées, pour avoir restreint drastiquement le remboursement des médecines alternatives. Payer cher pour recevoir moins, telle ne devrait pas être la réalité des assurés. La FRC a encouragé les assurés concernés à exiger, par écrit, le remboursement des soins conformément au contrat d'assurance et a rencontré le Groupe Mutuel pour obtenir des explications. ●

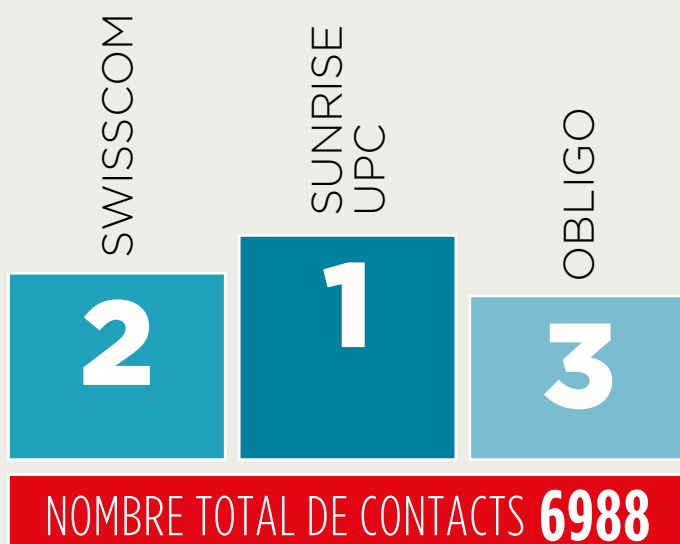
VIAGOGO: 406 INDEMNISÉS

Après plus de six ans de procédure, la FRC a conclu un accord avec l'acteur dominant du marché gris dans l'événementiel, Viagogo. Notre association a exigé des modifications sur le site de ce dernier, de manière à informer clairement l'internaute sur la revente de billets. Elle a aussi obtenu un volet d'indemnisation de 100 000 francs à répartir entre les personnes qui avaient sollicité l'aide de FRC Conseil. En juin, 406 consommateurs ont touché 245fr. chacun. Ce combat, porté par la FRC et les plus grands acteurs de la branche du divertissement, bénéficie de la campagne de sensibilisation Ticket Check. Elle se poursuit, Viagogo n'étant pas le seul acteur du marché gris. L'exemple illustre l'importance des témoignages pour nourrir les combats FRC, en particulier concernant les plateformes en ligne (*lire p. 7*).



► frc.ch/sedefendre

EN 2024, LA TÉLÉPHONIE RESTE LA BÊTE NOIRE, SUIVIE DES ABONNEMENTS PIÈGES



SOCIÉTÉS LES PLUS DÉNONCÉES

RANG

1	SUNRISE
2	SWISSCOM
3	OBLIGO
4	MIGROS
5	INTRUM
6	GROUPE MUTUEL
7	COOP
8	SALT
9	CFF

ACTIONS JUDICIAIRES ET INTERPELLATIONS

Notre association ne fait pas que recueillir des doléances. Elle aide aussi à régler les litiges en intervenant directement auprès des entreprises ou en déposant plainte.

OBLIGO | La procédure en lien avec la seconde plainte pénale déposée en 2023 par la FRC est toujours en cours. Elle est aussi dirigée contre les prestataires étrangers qui font appel aux services d'Obligo. Par ailleurs, après l'acquittement en 2022 du représentant de la société par les autorités pénales schwyzoises, la FRC a fait recours: le Tribunal fédéral n'a pas encore tranché.

GROUPE MUTUEL | Une rencontre a eu lieu, suite à de nombreux témoignages concernant des restrictions dans le remboursement de thérapies alternatives. La FRC a encouragé les assurés concernés à faire valoir leurs droits. Des explications circonstanciées leur seront fournies.

CONFORAMA | Dans l'affaire des fausses actions, le jugement de première instance a été confirmé en appel. Conforama, condamnée au paiement d'une amende et d'une créance compensatrice de 1,5 million, a toutefois saisi le Tribunal fédéral.

ON | Alertée sur une communication commerciale présentant selon elle toutes les caractéristiques du greenwashing, la FRC a porté plainte pénale contre la société. ON propose des baskets présentées comme recyclables sur abonnement. L'affaire est entre les mains d'un procureur zurichois.

THÉMATIQUES LES PLUS FRÉQUENTES

CONTRATS DE VENTE ET DÉMARCHAGE	17,8%	↗
ARNAQUES	15,7%	↘
AUTRES CONTRATS	14,7%	↗
ASSURANCES	9,5%	↘
PRIX, ARGENT ET BUDGET	8,9%	↘
COMMUNICATION	6,2%	↘
RECouvreMENTS ET POURSUITES	4,7%	↗
ALIMENTATION ET DISTRIBUTION	4,6%	↗
SERVICES ET PRESTATIONS FRC	4,1%	↗
TRANSPORTS	3,2%	↘
PROTECTION DES DONNÉES, SUCCESSION, VOISINAGE	2,6%	↘
SERVICES FINANCIERS	2,6%	↗
SERVICES PUBLICS	2%	↗
ÉNERGIE ET ENVIRONNEMENT	1,7%	=
SANTÉ	1,6%	↘

Les Arsène Lupin de la conso

Le réseau des enquêteurs et clients mystères est une spécificité propre à la FRC dans l'univers médiatique. Cette cellule qui compte 83 bénévoles est directement rattachée à la rédaction de l'association, sous la supervision d'une journaliste chevronnée qui entretient avec son équipe un lien fort. Partout en Suisse romande, et dans

une moindre mesure au Tessin et en Suisse alémanique, ces personnes bénévoles vérifient, selon un protocole rigoureux, une hypothèse de travail. Elles ont la charge de visiter des commerces et de poser des questions à des prestataires de service de manière anonyme. Chaque donnée récoltée contribue à donner une image du

tissu économique, souvent romand, parfois national. Et il n'est pas rare que le résultat, *in fine*, nourrisse les combats de la FRC, jusqu'à servir de levier pour faire bouger le cadre politique dans les travées du Parlement. C'est dire l'importance de ce réseau et de son caractère unique. D'ailleurs, de nombreux organismes et des médias nous envient cette force de frappe sur le terrain.

En 2024, le réseau a participé à neuf enquêtes. Outre sa réactivité et son enthousiasme à répondre toujours présent, le réseau a plus d'un atout: il est doté de curiosité, tenace, rigoureux. Il est aussi représentatif de tous les âges, milieux professionnels, origines ou centres d'intérêt. La FRC est fière de compter sur ces hommes et ces femmes qui participent non seulement à rendre les enquêtes originales, mais contribuent aussi à la reconnaissance et à la crédibilité de la FRC auprès du grand public, notamment parce que les résultats sont relayés par d'autres médias.

En parallèle, et dans une moindre mesure, une nouvelle cohorte s'est développée depuis maintenant quatre ans grâce à une communauté de personnes actives sur le compte Instagram de la FRC. Un nouveau public prêt à s'engager, qui répond à

des appels à témoignages pour alimenter certaines de nos enquêtes (*lire Stérilet ci-contre*), quand ils ne participent pas à des tests comparatifs.

Survol des principales enquêtes de l'année parues dans la Lettre FRC *C'est la jungle!* ou dans le magazine FRC *Mieux choisir*. ●



► frc.ch/benevoles

1508

Le nombre de relevés effectués en 2024 par nos 83 enquêteurs.

22 ENQUÊTEURS



PUFF



Nouvelle plaie pour l'environnement

Après 600 à 2000 bouffées, la plupart des vapoteuses jetables finissent... à la poubelle! Rares sont les personnes conscientes que les jeter ainsi est source de gaspillage et de pollution, mais aussi illégal. Selon l'OREA, les puffs sont considérées comme des déchets électriques. Les clients sont donc tenus de les restituer à tout commerçant qui les vend ou à un centre de tri. De son côté, le vendeur a l'obligation de les reprendre gratuitement. Mais est-ce le cas? Nos clients mystères ont interrogé 135 commerces en janvier 2024. Bilan: 54,8% des commerces ont déclaré les accepter, alors que 44,5% ont répondu par la négative, pas au courant de leurs obligations légales. Les résultats ont permis de faire avancer le travail parlementaire.

7 ENQUÊTEURS

**CONFORAMA****Acheter un canapé, repartir avec une assurance**

Durant l'automne 2024, Conforama proposait la visite d'un courtier en échange d'un bon cadeau. Un *voucher* considérable qui peut grimper à 750 francs. Pareille promesse a de quoi faire tourner la tête, si bien que la majorité des clients acceptaient, offrant à Conforama et à la société de courtage Wefox une collaboration très lucrative. Sept enquêteurs FRC sont allés en magasin se renseigner sur cette campagne et jouer les clients intéressés. L'enquête a mis en lumière le manque de transparence sur l'utilisation des données personnelles et illustré comment il est possible de contourner le démarchage à froid.

18 ENQUÊTEURS

**CIRCUITS COURTS****Trouver les bons plans**

La FRC s'emploie à promouvoir la vente directe: mise en avant des produits de saison, de proximité, moins d'intermédiaires entre producteur et consommateur. C'est aussi cultiver une relation de confiance avec les acteurs locaux. Que des avantages. Mais qu'en est-il des prix pratiqués au marché ou dans les magasins à la ferme? Les limiers de la FRC ont enquêté auprès des agriculteurs bio pour avoir une vision complète du marché. Ils ont misé sur les produits de garde: pommes, carottes et pommes de terre. Les relevés, menés en trois temps entre avril 2023 et juin 2024, ont permis de définir les éléments qui entrent dans la constitution du prix ainsi que les vrais bons plans des circuits courts en Suisse romande. (*Lire aussi p. 8*)

UNE PRÉSENCE
DANS DIX CANTONS
83 ENQUÊTEURS
306 RÉPONDANTES

306 RÉPONDANTES

**STÉRILET****Les femmes en ont ras l'utérus!**

La FRC a lancé en février 2024 un questionnaire en ligne pour recueillir les avis des utilisatrices de stérilets. En l'espace de deux semaines, 306 personnes ont répondu. Un engouement qui montre que le sujet est parlant, sensible et qu'il comporte un certain nombre de problèmes et d'interrogations dont les femmes ont besoin de parler. Cette enquête participative – une autre marque de fabrique de la FRC – a soulevé les thématiques des tarifs et de la facturation, de la douleur et de sa minimisation, ainsi que des interactions complexes et parfois anxiogènes avec le corps médical. Ce travail a démontré l'importance d'ouvrir le dialogue sur ce sujet.

**HP****Des conditions aussi opaques que l'encre des cartouches**

Le modèle économique des fabricants d'imprimantes repose sur la vente d'encre et de toner, si bien que l'appareil est parfois vendu à perte. En clair, le but est de rendre le client captif. Mais ce dernier en est-il conscient? La FRC a lancé sur le terrain 29 enquêteurs durant l'été 2024. Ils ont eu pour mission de relever les différents modèles et d'observer la façon dont les services des imprimantes HP, leader du marché, étaient mis en avant, en rayon, en ligne ainsi que par le personnel de vente. Quatorze enseignes ont été choisies – six physiques et huit en ligne. À de rares exceptions près, le client est livré à lui-même et il se retrouve pieds et poings liés. La pratique choque.

29 ENQUÊTEURS



► frc.ch/enquetes

Bonnes adresses: un projet qui cartonne

Le projet Bonnes adresses a 20 ans! Au fil des ans, il a évolué, s'est enrichi, diversifié. Les annuaires incluent les commerces des secteurs de la réparation et de la réutilisation en plus de l'alimentation. Au 31 décembre, ils comptaient 1600 adresses au 31 décembre 2024. Des enseignes de toute la Suisse romande figurent désormais sur la carte. Le 1^{er} mai 2025, la FRC lance une plateforme en ligne au design revisité, plus ergonomique, qui rassemble les lieux que les bénévoles de notre association ont contrôlés.

Y sont recensés tous les lieux et services qui favorisent une consommation durable de proximité et directe. Les mises à jour des adresses existantes ont lieu une à deux fois par an, et le site offre aussi la possibilité, y compris aux particuliers, de proposer un lieu qui ne figure pas encore sur la carte.

Pour favoriser le développement de cette plateforme et encourager le public à consommer autrement, trois campagnes ont été menées dans les transports publics – bus,

cars postaux, trains et gares – des cantons de Fribourg, puis du Valais sur des annuaires spécifiques, ainsi que deux autres dans les agglomérations de Genève et Lausanne. Un coup de projecteur payant, l'annuaire fribourgeois ayant littéralement explosé, passant de 0 à 473 adresses en dix-huit mois! Le Valais, avec une seconde campagne en 2025, compte suivre une courbe ascendante similaire.



99 adresses de réparation
181 adresses de réutilisation
193 adresses de vrac



230 GE-Répare⁽¹⁾
144 GE-Réutilise⁽¹⁾
50 adresses de vrac (FRC)



24 adresses de réparation
24 adresses de réutilisation
15 adresses de vrac



61 adresses de réparation
52 adresses de réutilisation
15 adresses de vrac



109 Lausanne-répare⁽²⁾
95 Lausanne-réutilise⁽²⁾
111 adresses de vrac (FRC)



56 adresses de réparation
78 adresses de réutilisation
51 adresses de vrac

⁽¹⁾ Inclus dans Ge-consomme (Genève, Bernex, Carouge, Grand-Saconnex, Lancy, Meyrin, Onex, Plan-les-Ouates, Vernier et Versoix).

⁽²⁾ Sous la bannière Lausanne conso-durable.

Par ailleurs, les commerçants répertoriés ont reçu un autocollant à afficher en vitrine, une manière de rendre leur appartenance au mouvement des faiseurs visible. Le projet Bonnes adresses, notamment financé par les cantons, villes et des institutions publiques impliquées dans la durabilité, est à l'image de celui des Repair Cafés: il se déploie de manière fulgurante et continue sa course en 2025-2026. À commencer par le canton de Neuchâtel ce printemps. ●



► lesfaisers.ch

«Ma fierté en 2024...»

S'il ne fallait en garder qu'un? Dur dilemme pour nos antennes cantonales que de mettre en avant un seul projet qui fait leur force sur le terrain. Morceaux choisis par nos président-e-s dans leur région.



Clairement, les 473 adresses qui ont été récoltées en dix-huit mois font notre plus grande fierté. Le projet Bonnes adresses a pris un tournant particulier en septembre, puisque nous avons créé un partenariat avec Suspend'us pour que les personnes précarisées puissent avoir accès à ces commerces investis dans la durabilité.

Jonas Tarabori,
FRC Fribourg



L'alimentation durable est un thème fort, qui bénéficie de 15 bénévoles confirmés. Leurs animations permettent d'évoquer comment manger équilibré et de proximité en soignant son budget, son mode de vie, quel que soit son âge. Les collaborations avec Diabètegenève, Running Geneva, Partage et Genève Région - Terre Avenir font de nous un partenaire reconnu.

Corrèze Lecygne et Fanny Barakat,
FRC Genève



La FRC Jura a multiplié ses actions de terrain en lien avec l'obsolescence programmée, l'économie circulaire, les circuits courts, la consommation durable et alternative. Et la population de la région répond toujours par un accueil chaleureux et enthousiaste, preuve qu'elle trouve des réponses à ses questions.

Marine Coullery,
FRC Jura - Jura bernois



En 2024, une fructueuse collaboration s'est établie entre la FRC et la Plateforme développement durable de notre canton afin de compléter et d'harmoniser la consultation des trois annuaires de Bonnes adresses réparation, réutilisation et vrac. En 2025, une campagne de communication va valoriser ces annuaires et donner une vitrine aux acteurs de la consommation locale et durable.

Nicole Galland,
FRC Neuchâtel



La collaboration hebdomadaire avec Rhône FM le mardi a permis de mettre l'actualité conso au cœur des préoccupations des Valaisans. Cela crée un cercle vertueux, puisqu'ils nous sollicitent de plus en plus et participent au développement de projets de terrain comme les Repair Cafés et les annuaires de Bonnes adresses.

Paola Riva Gapany,
FRC Valais



Il y a plus de dix ans, nous avons initié le premier Repair Café de Suisse, à Prilly. Et nous avons constamment cherché à faire évoluer le projet. D'abord en mettant les compétences de nos réparateurs à disposition, ensuite en investissant des lieux ou des formats différents, comme aller en bibliothèque ou en garderie.

Stéphanie Allesina et Ngoc Huy Ho,
FRC Vaud



Effort financier exceptionnel

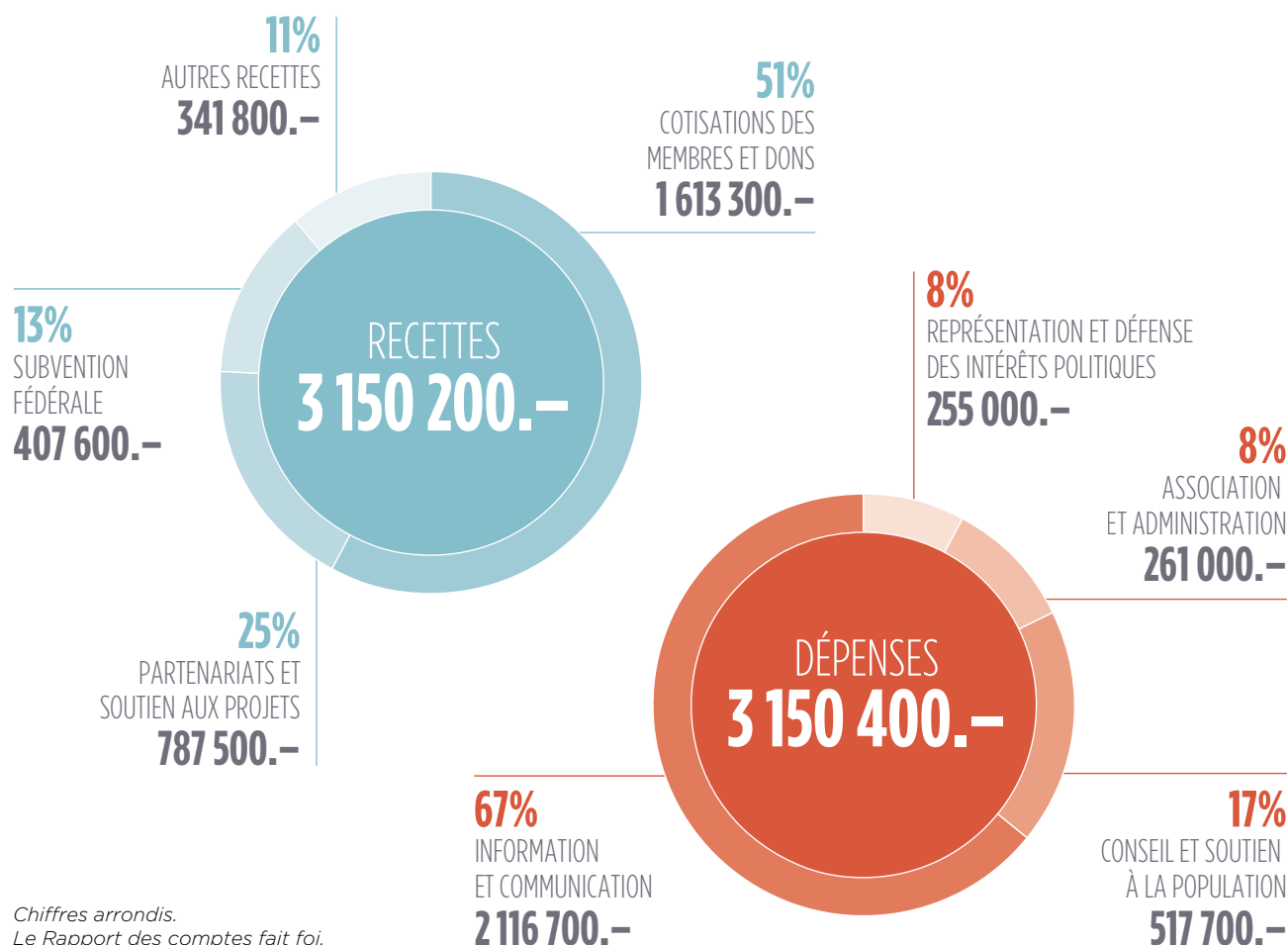
L'année 2024 est équilibrée financièrement. Deux projets en particulier méritent d'être mis sur le devant de la scène car ils représentent un investissement

financier considérable, ainsi qu'une implication importante en ressources humaines et, par voie de conséquence, forcément, un besoin accru en moyens financiers pour leur réalisation.

336 000.-

Les dépenses liées à la refonte numérique de l'association pour l'année 2024.

La refonte numérique en cours (*lire p. 3*) est une priorité vitale de la FRC. Ce projet massif nous occupe quotidiennement et exige un apport financier exceptionnel. En 2024, il a pesé pour plus de 10% des dépenses, soit un montant de 336 000 francs. Il se poursuit en 2025 avec le lancement de nouveaux outils destinés notamment à améliorer notre structure d'accueil, tout comme l'accès à l'information. Ils seront dévoilés en plusieurs



phases, entre juin et octobre. Cet investissement important a été rendu possible en partie grâce au soutien de la Loterie Romande, ainsi que de plusieurs fondations. Le solde sera prélevé dans nos réserves, dont une partie issue d'un legs.

Le mouvement des Faiseurs s'est largement implanté en Suisse romande. Premièrement, par le déploiement du réseau des Repair Cafés (*voir chiffres p. 12*) et l'organisation d'une journée romande consacrée au partage de compétences entre réparateurs – annuellement une centaine de personnes. Ce projet bénéficie du soutien de la fondation Leenards. Deuxièmement, par la plateforme Bonnes adresses (*lire p. 18*), dont le développement et la promotion sur les réseaux sociaux et dans les transports publics ont été couverts par des fonds provenant autant des cantons romands que de fondations.

Ces projets ambitieux ont nécessité de nouvelles sources de financement auprès des collectivités publiques et des fondations. Les dons individuels sont également en augmentation, synonyme d'une nouvelle forme d'engagement. Malgré cela, au fil des années, nous devons constater que la part des recettes provenant de l'enveloppe qui inclut les cotisations des membres et les dons a diminué par rapport à l'ensemble du financement total de la FRC. En 2024, cette enveloppe couvre une bonne moitié des dépenses, alors qu'elle était historiquement majoritaire dans notre fonctionnement. Maintenir, et même augmenter, la part du financement provenant des membres et des dons individuels est symboliquement important pour notre légitimité et participe à garantir l'indépendance de l'association. La refonte numérique nous donne aussi les moyens et les outils pour poursuivre cette stratégie. ●

Partenaires

La FRC remercie pour leur soutien dans des projets romands ou cantonaux:

Le Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche

Les cantons de Vaud, de Genève, de Neuchâtel, du Jura, de Fribourg et du Valais

Les villes de Lausanne, Neuchâtel et Genève, ainsi que plusieurs communes romandes

Promotion Santé Suisse

La Conférence latine des affaires sanitaires et sociales

Loterie Romande

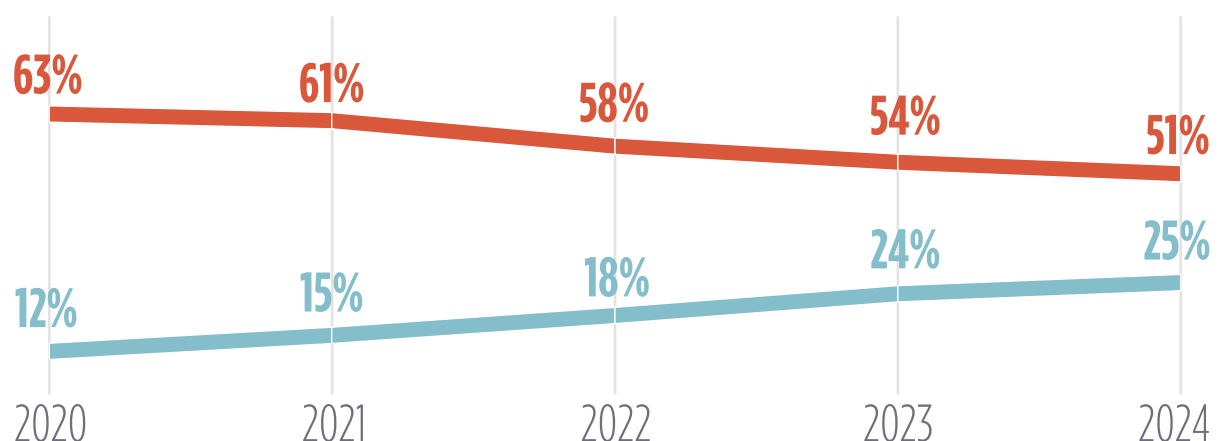
Fondation Seedling

Fondation Leenards



Intégralité des comptes annuels
► frc.ch/organisation

ÉVOLUTION ENTRE RECETTES PROVENANT DES COTISATIONS MEMBRES/DONS ET PARTENARIATS/SOUTIEN AUX PROJETS



Simplifier pour mieux agir



CHRISTOPHE BARMAN
Président de la FRC

Il y a huit ans, avec l'arrivée de notre Secrétaire générale et de votre serviteur à la présidence, nous avons engagé une transformation en profondeur de la FRC. Objectif: faire évoluer notre gouvernance pour qu'elle soit au service de l'action.

Nous avons d'abord posé les bases d'un fonctionnement plus fluide entre le Secrétariat central et les six antennes cantonales. Cela a permis à ces dernières de se centrer sur leur mission essentielle. Elles portent, sur le terrain, les valeurs d'une consommation plus juste, plus durable et plus solidaire.

C'est ensuite sur nos organes de pilotage que le chantier s'est poursuivi ces deux dernières années. Le Comité directeur et le Collège des président-e-s ont été repensés en profondeur. Ils sont plus légers, plus agiles, et surtout plus alignés sur les compétences dont la FRC a besoin pour répondre aux défis d'aujourd'hui et de demain.

Le Comité directeur n'est plus un organe de représentation, mais une équipe opérationnelle et stratégique. Dans cette logique, nous proposons à l'Assemblée générale d'accueillir deux nouveaux membres: Jérôme Berthier, fondateur de Deeplink, dont l'expertise en intelligence artificielle renforcera notre capacité d'anticipation, et Gaël Hurlimann, directeur de la communication de l'EPFL, qui apportera sa fine compréhension des médias et des enjeux de communication. Ils rejoindront Sofia de Meyer, entrepreneuse appelée à prendre la vice-présidence du Comité directeur, Jean Christophe Schwaab, président de la Commission Digitalisation, ainsi que les représentants de nos ancrages régionaux Fanny Barakat (FRC Genève), Nicole Galland (FRC Neuchâtel), Ngoc Huy Ho (FRC Vaud).

Ce qui fait tenir cette évolution dans la durée, c'est l'engagement sans faille de toutes celles et tous ceux qui, jour après jour, donnent vie à notre association. C'est un petit miracle, rendu possible par une immense diversité de forces vives: bénévoles sur le terrain, membres de comités des antennes cantonales, équipe du Secrétariat central et membres du Comité directeur.

À toutes et tous: merci! Ce que vous portez dépasse largement les moyens à disposition. Et c'est peut-être là le plus grand signe de la réussite.



**Repensée en
profondeur, notre
gouvernance
évolue. Notre
mission reste.**



► frc.ch/organisation

Antennes cantonales



Présidence: Jonas Tarabori (jusqu'au 31 décembre 2024).
Rue Saint-Pierre 2, CP 553, 1701 Fribourg
Horaires, contact: frc.ch/fribourg



Coprésidence: Corréze Lecygne
et Fanny Barakat
Locaux:
Place de Montbrillant 4, 1201 Genève
Adresse postale:
Place de Cornavin 1, 1201 Genève
Horaires, contact: frc.ch/geneve



Présidence: Marine Coullery
Rue des Granges 12, 2800 Delémont
Horaires, contact: frc.ch/jura



Présidence: Nicole Galland
Rue Louis-Favre 1, 2000 Neuchâtel
Contact: frc.ch/neuchatel



Présidence: Paola Riva Gapany
Route de Diolly 15, 1965 Savièse
Contact: frc.ch/valais



Coprésidence: Stéphanie Allesina
et Ngoc Huy Ho
Rue de Genève 17, CP 585, 1001 Lausanne
Contact: frc.ch/vaud



L'association des
consommateur·rice·s

Fédération romande des consommateurs

Secrétariat central

Rue de Genève 17, CP 585
1001 Lausanne
Tél. 021 331 00 90
Formulaires de contact: frc.ch/contact

FRC Conseil

LU-MA-ME-VE: 9 h - 13 h
JE: 13 h - 17 h
Permanence uniquement par téléphone ou en ligne
Rue de Genève 17, CP 585
1001 Lausanne
Tél. 021 331 00 90 (taper 3)
frc.ch/conseil

Tarifs

Cotisation membre
1 an à 70 fr. (en vigueur jusqu'au 1^{er} juin 2025)
Cotisation membre étudiant/apprenti
1 an à 40 fr.

Faire un don

**Renforcer l'impact des enquêtes FRC,
levier puissant pour agir**
frc.ch/don

Faire un legs

Soutenir des combats historiques en Suisse
frc.ch/legs

► frc.ch

Impressum

Éditeur
Fédération romande
des consommateurs
Président central
Christophe Barman
Secrétaire générale
Sophie Michaud Gigon
Coordination, rédaction
Laurence Julliard,
Ludivine Kaenel (pp. 14-15),
Manon Renaud (pp. 12-13)
et Sandra Imsand (p. 17)

**Mise en page
et infographies**
Raul Minello

Photographie
Jean-Luc Barmaverain:
pp. 7, 9, 12, ...
DR: pp. 11, 19, ...
Shutterstock: pp. 6, 7, 9, ...

Copyright
Tous droits réservés
FRC, avril 2025

LES BONNES ADRESSES POUR CONSOMMER AUTREMENT

ADRESSES.FRC.CH

RÉPARATION

RÉUTILISATION

- Seconde main
- Location
- Upcycling

ALIMENTATION

- Autocueillette
- Vrac
- Paniers



**PLUS DE 1800
ADRESSES ROMANDES**



**TU AS REPÉRÉ UNE BONNE ADRESSE
PRÈS DE CHEZ TOI? ENVOIE-LA-NOUS**

