



LE POUVOIR D'AGIR

L'association des
consommateur·rice·s

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

RAPPORT ANNUEL

25

Morceaux choisis

Le travail de la FRC bénéficie d'une large couverture médiatique et participe au débat public. Extraits.

Blick

Sophie Michaud Gigon s'insurge

Plaintes collectives: «C'est une immense injustice pour les consommateurs»

A Berne, le parlement vient d'interdire aux consommateurs suisses d'unir leurs forces. La conseillère nationale et secrétaire générale de la Fédération romande des consommateurs Sophie Michaud Gigon réagit à cet enterrement de l'action collective.

RTS

La FRC dénonce des conditions de travail illégales chez des fournisseurs de tomates bio

AKTION

1.40

Blick

Un assouplissement eserait bienvenu

Se faire rembourser un billet dégriffé? Un vrai casse-tête!

LE TEMPS

2025 à 12:57 heures

ACCUEIL • ÉCONOMIE

La Fédération romande des consommateurs porte plainte contre les chaussures On

Lançant une offensive contre l'écoblanchiment, la Fédération romande des consommateurs attaque la marque de chaussures vantée par Roger Federer



RTS

Audio & Podcast

Primes maladie 2026: comparez les modèles alternatifs!

Les modèles alternatifs permettent de couvrir des primes d'assurance plus basses. Encore faut-il trouver la bonne solution dans une offre très déclinée le comparatif de la RTS et de la Fédération romande des consommateurs (FRC) permet de voir toutes les offres des assureurs et leurs conditions.

lémanbleu.tv

SUISSE

Jouets importés: des associations demandent des règles plus strictes pour les plateformes chinoises

05.02.2026 18h22
Lucie Halmout



radiofrance

La Fédération des consommateurs suisse veut interdire les confiseries en caisses des supermarchés

Par Sophie Constantine - Mercredi 11 mars 2026

Écouter 2 min

watson

Konsumentenschutz will Süßes aus der Quengelzone verbannen

Der Westschweizer Konsumentenschutz stört sich an süßsen Snacks bei den Kassen von Supermärkten. Um Übergewicht zu bekämpfen, sollen stattdessen gesunde Alternativen angeboten werden.

Minutes

SUISSE ROMANDE

Lenfer pour les consommateurs? Les sites de vente comme Temu

Certains commerces en ligne sort une plate pour les clients, blâme la FRC. Pour la journée des consommateurs, l'association de défense revient aussi sur un succès inédit.

19 30

Enquête sur les produits vendus en caisse

- 100% caisses présentant des suceries
- 22% produits destinés directement aux enfants et placés à leur portée de main
- 99% produits pour enfants déconseillés par l'OMS

Source: FRC, 2024

SWI swissinfo.ch

Consumer groups warn against risks of influencer marketing



19 30

Juliette IVANEZ
responsable de médiation c.g. (économ.) FRC



La FRC entre dans une nouvelle ère

Ces dernières années, la FRC a engagé une série de transformations qui n'avaient rien d'accessoire. Il s'agissait de revoir en profondeur nos outils, nos modes de fonctionnement et notre capacité à agir dans un environnement qui, lui, a profondément changé. Il a fallu suivre, et parfois anticiper.

L'année écoulée marque l'aboutissement de ces chantiers. Une phase de transition technique importante arrive à son terme en 2026. Elle aura mobilisé des ressources considérables, demandé des arbitrages et imposé un rythme soutenu aux équipes. Ce type de transformation est rarement linéaire. Mais elle était nécessaire pour garantir à la fois l'efficacité de l'association dans ses combats et sa pérennité.

Le résultat est moins visible qu'une campagne ou qu'une victoire politique. Il est pourtant déterminant. L'association est aujourd'hui plus réactive et mieux équipée pour faire face à la complexité croissante des enjeux (*lire pp. 4-5*).

Les nouvelles infrastructures techniques permettent un suivi plus rigoureux et une meilleure coordination interne, ainsi que la capacité renforcée à transformer les signalements en actions concrètes. À nous de jouer!

Ces évolutions constituent un socle qui permet aujourd'hui à la FRC de mener ses combats avec davantage de cohérence, de continuité et d'impact.

Rien de tout cela ne serait possible sans les membres. Leur fidélité, année après année, donne à l'association sa légitimité, mais aussi les moyens financiers d'agir. C'est également le cas des fondations et bailleurs qui se rendent de mieux en mieux compte du cas unique que représentent la FRC et ses multiples leviers d'action.

La diversification de ses revenus permet ainsi à la FRC de croître, de se renforcer et de maintenir son impact réel, dans la durée. Tous nous ont suivis et fait confiance, et ils ont bien fait!

La suite de ce rapport montre ce que ces transformations rendent désormais possible, et l'équipe de la FRC se réjouit de pouvoir exploiter cette nouvelle assise. ●



SOPHIE MICHAUD GIGON
Secrétaire générale de la FRC



Nos évolutions nous permettent de mener nos combats avec davantage d'impact.

Une association plus réactive, forte et combative

Comme beaucoup de structures associatives, la FRC a dû se réinventer depuis le début de la décennie. Qu'il s'agisse de la manière de récolter les doléances des consommateurs, des canaux d'information à disposition pour les atteindre ou des habitudes de consommation elles-mêmes, les changements sont significatifs. L'association s'y est attaquée de façon déterminée et, avec l'aboutissement de solutions techniques en 2025, une page se tourne sur des années de chantiers de grande ampleur. Retour sur cette évolution vers une FRC plus forte et combative.

De la structure du Comité directeur aux solutions technologiques sur lesquelles la FRC se repose, la transformation nécessaire de l'association ces dernières années lui permet de regarder l'avenir avec sérénité.

LA PRESSION DE LA VISIBILITÉ

Le premier chantier lancé a été la diversification des canaux principaux de la FRC, avec le lancement du compte Instagram et de la Lettre FRC *C'est la jungle!* en 2021. Dans une société de plus en plus fragmentée au niveau des sources d'information, l'association a démontré la nécessité de toucher des publics différents via des plateformes plus larges que le magazine *FRC Mieux choisir*, réservé aux membres. Il y va aussi bien de l'aptitude à atteindre une nouvelle audience que de l'exploitation des plateformes aptes à générer rapidement une mobilisation autour d'une problématique importante.

Un autre objectif de cette mue est la capacité de la FRC à posséder son propre canal de diffusion en Suisse romande. Le retrait progressif des grands médias classiques, où se multiplient les traductions de l'allemand, fait régulièrement disparaître l'association – même sur des thématiques qu'elle lance! – et impose de contrôler son audience. Et pas uniquement à travers des réseaux aux algorithmes non maîtrisés, comme l'a démontré la chute d'audience soudaine de Facebook: la page FRC y a perdu du jour au lendemain les deux tiers de la sienne. Le pari réussi de la Lettre FRC, avec plus de 50 000 abonnés, répond à ce besoin critique.

Simultanément, un contact plus resserré avec les journalistes romands, qu'il convient de soutenir, a aussi permis de mieux cibler les sujets susceptibles de toucher la population. Le combat contre la désinformation reste constant et nous prenons au sérieux l'invisibilisation des acteurs clés.



DU BON CHOIX DES COMBATS



Autre ajustement fondamental, la volonté de maximiser l'impact de l'association. Si l'audience est de plus en plus dispersée, c'est aussi parce que la quantité et la complexité des sujets et des sources de lecture ont explosé. La FRC a choisi de se focaliser sur certains combats choisis et de s'assurer qu'ils sont suivis d'actions – et au minimum d'un débat public. Elle assume son rôle de courroie entre la réalité du quotidien et les organes du pouvoir, qu'ils soient politique, économique ou judiciaire, et bâtit les coalitions nécessaires à obtenir un résultat. Cela nécessite d'identifier et d'organiser les témoignages reçus de la population. Autre effet de cette stratégie en interne: journalistes, scientifiques, juristes et responsables thématiques travaillent de façon plus transversale sur les sujets, permettant de lancer des enquêtes et des tests validant – ou non – les axes d'action choisis. Les tongs bourrées de phtalates, l'enquête sur la réalité des fraises en hiver ou encore le travail majeur sur les marges dans l'agriculture sont des exemples emblématiques de cette consolidation.

Les résultats concrets de cet investissement numérique, mené de front avec les transformations internes décrites ici, sont mis en exergue au fil des pages de ce rapport annuel pour souligner l'étape franchie aujourd'hui.

L'ENJEU DU TERRAIN

La même volonté de concentrer l'action et d'avoir un impact mesurable est fortement perceptible dans nos antennes régionales, avec le déploiement toujours plus important du mouvement des Faiseurs. En offrant des solutions locales soutenues par une infrastructure et des solutions communes, les Bonnes adresses et les Repair Cafés encadrés par la FRC, déferlent sur le territoire, dynamisant autant les petites enseignes locales que les initiatives bénévoles. Avec un Repair Café tous les deux jours depuis 2024 et des milliers d'objets réparés, on approche d'un changement significatif dans les réflexes quotidiens.



LES OUTILS POUR LE FAIRE

L'année 2025 aura vu arriver les derniers éléments de l'infrastructure nous permettant de mettre en œuvre le suivi efficace de ces chantiers. Une refonte numérique des coulisses comme de la vitrine de la FRC, soutenue par plusieurs fondations. Avec au passage l'utilisation réfléchie de notre propre intelligence artificielle afin de faciliter autant le travail de conseil que la récolte de témoignages.

Le déploiement a commencé par la sortie des annuaires Bonnes adresses largement développés, puis du site internet entièrement repensé ainsi que le changement complet des outils qui permettent à la FRC de fonctionner, de développer son audience et de récupérer les demandes et les signalements des membres. L'association renforce son assise pour mener ses combats de façon efficace malgré un contexte général compliqué.



Les Faiseurs, un réseau fort à la croissance fulgurante



Le mouvement des Faiseurs constitue aujourd'hui un réseau inédit dans le paysage romand, fédérant une multiplicité d'acteurs engagés dans la transition vers une consommation durable. Associations, Repair Cafés, magasins de vrac, ateliers de réparation, ressourceries et initiatives citoyennes composent cet écosystème vivant. Ces micro-forces, prises individuellement, développent des solutions concrètes; ensemble, elles représentent un levier important, qui nourrit les collectivités locales en idées et bonnes pratiques. En ce sens, elles sont les détonateurs d'un changement global.



Un cadre légal favorable s'est dessiné en 2025, mais sa mise en œuvre concrète reste un chantier ouvert.



180 Repair Cafés en Suisse romande, soit 1 tous les 2 jours.

4 023 objets réparés, soit 75% de réussite (+4% par rapport 2024).

Au cœur de cette dynamique, la FRC joue un rôle pivot de catalyseur. Elle est la seule organisation à intervenir simultanément sur tous les niveaux d'action – le terrain, les mondes politique et économique, l'espace médiatique – conférant ainsi cohérence et visibilité à l'ensemble. Elle amplifie le rayonnement du mouvement auprès du grand public, notamment via ses publications, son compte Instagram et le développement de campagnes. Elle structure également la coopération entre des acteurs aux profils très divers, des consommateurs aux communes et cantons. En clair, elle agit là où d'autres ne peuvent le faire seuls.

DES RÉSULTATS TANGIBLES

La FRC met à disposition des Faiseurs un ensemble d'outils gratuits qui simplifient leur travail et accroît leur professionnalisme: un kit pour lancer son premier Repair Café – réactualisé en juillet 2025 et basé sur plus de dix ans d'expérience de terrain –, du matériel de communication pour leur donner de la visibilité, ainsi qu'une couverture d'assurance protégeant l'événement. Depuis 2023, elle organise



Les FRC Valais et Neuchâtel ont développé leurs annuaires en 2025.

une fois l'an en mars un événement rassembleur à l'EPFL, en collaboration avec l'association étudiante FixN'Replace, ainsi que la FRC Vaud. À chaque édition, une centaine de réparateurs venus de toute la Suisse romande réseautent entre eux, échangeant de bonnes pratiques et font la preuve de leurs talents lors d'un Repair Café de taille XXL ouvert au public. Pour favoriser la réparation au sein des ménages, la FRC a développé en 2025 un *Guide de la réparation* sur l'électroménager. Un second tome consacré au textile est en gestation. La première brochure est sortie en mars dernier, la suivante est prévue pour octobre.

Le projet des Bonnes adresses regroupe, lui, des annuaires de lieux qui pratiquent la réparation, la location, la seconde main, le troc, le prêt ou l'up-cycling. Y figurent aussi de la vente en vrac, des paniers contractuels ou des adresses d'auto-cueillette. En 2025, tous les cantons romands ont rejoint cette initiative sur l'un ou l'autre annuaire au moins et les adresses de circuits courts feront leurs débuts dans le canton de Vaud cette année. Les antennes cantonales de la FRC participent pleinement à cet essor, puisque leurs bénévoles alimentent et mettent annuellement à jour les enseignes locales et artisanales. Ce projet a bénéficié d'une série de campagnes dans les transports et espaces publics, les cinémas et sur les plateformes numériques. Cette exposition élargie favorise l'adoption croissante de comportements durables et une meilleure reconnaissance des initiatives locales. Désormais, nos annuaires comptent plus de 1800 Bonnes adresses.

En outre, sur le plan politique, 2025 marque la consolidation d'une victoire obtenue en 2024: le Parlement a adopté la révision de la Loi sur la protection de l'environnement, permettant l'introduction d'un indice de réparabilité, parallèlement à d'autres avancées en faveur d'une plus longue durée de vie des objets. Le développement de l'économie circulaire est désormais ancré dans la législation.



Les Faiseurs ► lesfaiseurs.ch



Par sa force de frappe, la FRC structure et propulse le mouvement des Faiseurs. Et la société se transforme progressivement.

1808 adresses, tous annuaires romands confondus.

6 cantons romands dans lesquels la présence du mouvement est visible.

Une alimentation trop grasse, trop salée, trop peu régulée

Développer de bonnes habitudes alimentaires et les maintenir fait partie de l'ADN de la FRC. À ce titre, elle mène des tests et des enquêtes en vue d'informer le grand public et dont les résultats servent aussi à interpeller les autorités. Les analyses de 2025 concernant la *convenience food* et la promotion des produits malsains ont trouvé un très bon écho médiatique (*deux émissions d'ABE où la FRC s'est exprimée sur le sel et le sucre, photo*). S'agissant des autorités, en revanche, il n'en est rien. Le Nutri-score continue de perdre du terrain, les dispositions visant à encadrer le marketing enfant ont été abandonnées tant dans la révision du droit suisse que dans les négociations avec l'Union européenne, sans tenir compte de nos revendications (*lire aussi, p. 10*). En attendant, près d'un enfant sur cinq est en surpoids ou obèse et la publicité pour des articles trop gras, trop salés ou trop sucrés continue d'influencer durablement les habitudes alimentaires. Les engagements volontaires d'une industrie qui n'a aucun intérêt à changer de cap ne protègent pas nos enfants. Seule la loi le peut (*lire aussi p. 18*).



Dans l'assiette

L'analyse des plats préparés – 51 barquettes, à base de viande ou poisson (41), végétariennes (10), risottos (8) – montre qu'ils sont ultratransformés, exception faite des risottos, moins chargés en ingrédients industriels mais pas forcément bien garnis. La dose de sel conseillée par repas (2g) est majoritairement dépassée quand elle n'est pas doublée. Émulsifiants, agents de charge, arômes de synthèse: les plats renferment quantité d'additifs, six en moyenne, mais leur nombre a grimpé jusqu'à 17.

Le travail a également porté sur la qualité nutritionnelle et les ingrédients des pâtes farcies vendues au rayon frais (31 raviolis et tortellinis), les kits pour fajitas (galettes, sauces et épices, en tout 37 articles vendus séparément ou en set), ainsi que les mochis (19 desserts glacés). Les préparations bien notées se comptent presque sur les doigts d'une seule main.

Les enquêteurs génèrent en direct des données exploitables par les spécialistes thématiques et les journalistes de la FRC.

Sur le chemin de l'école

Notre enquête auprès de 78 jeunes du secondaire 1 révèle que 66% disposent de moins de 10 francs pour manger à midi. Avec ce budget restreint, 82% de ceux qui mangent hors de chez eux ou de la cantine se tournent vers Migros, Coop, Aldi ou Lidl voire des food trucks ou des kiosques. Sandwich, pizza en tranche et kebab constituent les choix dominants. Les sodas et autres boissons énergisantes ont aussi la faveur des adolescents. L'offre saine, comme opter pour une salade, boire de l'eau pourtant gratuite, reste marginale. Concernant le paysage publicitaire autour de l'école, l'omniprésence et le marketing agressif de McDonald's se confirment une fois de plus. La FRC demande que la publicité pour les aliments déconseillés par l'OMS soit interdite dans les espaces fréquentés par les enfants. ●



Parmi les nouveaux outils, une représentation graphique instantanée par «zones chaudes». Ici, la présence de publicités alimentaires autour des écoles choisies.

L'eau du robinet: un droit à défendre bec et ongles

L' eau potable est un bien de première nécessité, écologique, bon marché, et pourtant mal défendu — tant sur le plan de la qualité que de la transparence de l'information. L'enquête de la FRC, publiée fin 2024, avait montré que de nombreuses communes ne respectaient pas leur obligation légale d'informer la population sur la qualité de l'eau potable, ou le faisaient de manière très lacunaire. Nos enquêteurs de terrain avaient contacté 252 communes et à peine plus de 10% des localités avaient fourni des explications claires.



Suite à ces résultats inquiétants, la Secrétaire générale Sophie Michaud Gigon a déposé une motion au Parlement, demandant au Conseil fédéral de préciser la portée du devoir d'information des distributeurs d'eau afin d'assurer toute la transparence nécessaire aux consommateurs. Motion acceptée par le Conseil fédéral en mai 2025, puis par le Conseil national en mars dernier. Le Conseil des États doit encore se prononcer. À terme, le devoir d'information sera précisé dans l'Ordonnance sur l'eau potable (OPBD) et offrira aux distributeurs un cadre harmonisé.

Au-delà de la transparence, la FRC s'engage aussi sur la qualité réelle de l'eau. Le contexte est préoccupant: contamination par des pesticides, dont le chlorothalonil, des polluants éternels (PFAS, lire ci-contre), mais aussi affaiblissement des normes de protection de l'environnement et de la santé. Aussi, la FRC a-t-elle réclamé une réévaluation des exceptions accordées pour certaines substances, une révision plus fréquente des normes, et une application plus juste du principe du pollueur-payeur — afin que les coûts de l'assainissement soient portés par les plus gros pollueurs et non par les ménages. ●

Preuves à l'appui, tests et enquêtes sont le point de départ des discussions avec fabricants, décideurs politiques et économiques.

PFAS

Des centaines de produits testés

Pendant deux ans, la FRC s'est penchée sur le recours aux PFAS dans les biens de consommation via des tests maison et un autre mené avec une dizaine d'organisations de consommateurs européennes et du Canada.

En 2025, les filtres à eau sont donc passés sur le banc d'essai de l'Université de Lausanne, avec qui la FRC a collaboré. Sur six dispositifs grand public, quatre purifient efficacement l'eau du robinet. Deux sont déconseillés. L'acquisition de cet article n'est toutefois pas à la portée de toutes les bourses et exige pas mal d'entretien. Dans le test d'envergure internationale, ce sont 257 produits qui ont été analysés (230 sur le marché suisse). Des PFAS ont été détectés dans 14 des 22 catégories visées. La FRC et ses consœurs militent pour que ces substances soient interdites dès lors qu'elles ne répondent pas à des besoins essentiels. En attendant que le Parlement rattrape le retard accumulé par rapport à d'autres pays pour mieux les encadrer, certains de nos tests ont montré que l'industrie pouvait s'en passer: papiers cuisson et poêles sans revêtement anti-adhésif.



Dossier Qualité de l'eau ► frc.ch/eau



Dossier PFAS ► frc.ch/pfas

Suisse-UE, un paquet en faveur des consommateurs

La FRC s'est prononcée sur les accords entre la Suisse et l'Union européenne (UE) dans les domaines qui concernent directement les consommateurs (transports, électricité, alimentation). Malgré la nécessité d'adapter la mise en œuvre dans certains cas, elle soutient ce paquet, estimant que la stabilisation et le développement des échanges avec l'UE servent autant les intérêts des consommateurs et ceux de l'économie suisse.

Le travail en amont a été considérable. Dans le cadre des négociations concernant la libéralisation du marché de l'électricité, la FRC a participé à une dizaine de rencontres organisées par la Confédération, intégrant un groupe d'accompagnement technique réunissant

toutes les parties prenantes, ainsi que des tables rondes permettant un dialogue direct avec le Conseil fédéral et les hauts fonctionnaires en charge des négociations. Grâce aux échanges avec ses homologues européennes au sein du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), la FRC a pu s'inspirer de leurs expériences concrètes en matière d'ouverture de marché, effective dans l'UE, afin de légitimer ses exigences concernant les mesures d'encadrement nécessaires.

Pour l'alimentation et l'agriculture, l'Europe demeure le principal partenaire commercial de la Suisse. Des réunions avec l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires ont facilité le travail préparatoire afin de garantir la sécurité alimentaire. Elle devrait passer par une meilleure intégration dans les réseaux, comités et systèmes d'alerte internationaux. L'agriculture a, elle, été exclue du paquet, permettant à la Suisse – compte tenu de ses structures particulières et de ses contraintes topographiques – de conserver une politique agricole totalement indépendante.

Le BEUC, dont la FRC est membre, et Public Eye ont aussi participé à développer le sujet des dark patterns.



Prise de position sur les Bilatérales III
► frc.ch/bilat

FAST-FASHION

La FRC et Public Eye passent à l'offensive

Pollution massive, salaires de misère, montagnes de déchets textiles: la FRC s'est engagée de longue date aux côtés de Public Eye dans la campagne Clean Clothes afin de défendre de meilleures conditions de travail dans la filière textile mondialisée et de dénoncer les stratégies de greenwashing. Des problématiques exacerbées par l'essor de l'ultrafast-fashion, où des millions de tonnes de vêtements sont vouées à finir à la poubelle en un temps record.

En mai dernier, Public Eye lançait une pétition pour la création d'un Fonds suisse pour la mode. Dans la foulée, la Secrétaire générale de la FRC déposait une motion au Parlement pour instaurer une taxe sur les textiles neufs, modulée en fonction de leur durabilité, dans le but de financer des circuits de réutilisation ou des processus de recyclage plus efficaces et durables. Le Conseil fédéral l'a rejetée, préférant miser sur les initiatives volontaires des entreprises plutôt que d'agir. Une position que la FRC juge insuffisante – charge au Parlement de rectifier le tir lorsqu'il traitera l'objet.



Dossier Industrie textile et mode durable ► frc.ch/mode-durable



L'Observatoire des prix et des marges est en marche

Pourquoi les prix des denrées restent-ils aussi élevés, alors que beaucoup d'agriculteurs peinent à vivre de leur travail? Qui capte la valeur tout au long de la chaîne, entre le champ du producteur et le rayon du distributeur? Cette transparence est indispensable au bon fonctionnement du marché. Or, contrairement à la France, où un observatoire existe depuis 2010, la Suisse en est dépourvue. Raison pour laquelle la FRC avait mené deux enquêtes sur les marges réalisées par les distributeurs dans les secteurs laitier et maraîcher. Les conclusions avaient fait grand bruit, largement reprises par les médias et portées devant les Chambres via une initiative parlementaire.

Après un large soutien du Conseil national fin 2024, la Commission de l'économie et des redevances du Conseil des États a failli enterrer le projet. Une intense mobilisation a permis un revirement. Les travaux en

commission pour dessiner le projet de loi sont en cours. La FRC les suit attentivement et continue à plaider pour un modèle ambitieux. Le chemin est encore long, mais le principe est acquis. ●



Dossier Marges ► frc.ch/marges

ÎLOT DE CHERTÉ Pouvoir d'achat mis à mal

En avril 2025, la FRC a publié les résultats d'une enquête menée sur les prix d'une centaine d'articles pratiqués par plusieurs magasins en Suisse et dans l'Union européenne. Constat sans appel: ces marques nous plument, puisque les prix s'avèrent en moyenne 35% plus élevés en Suisse qu'en France ou en Allemagne. Les vêtements sont la catégorie où la différence de prix est la plus marquée (jusqu'à 50% plus chers en Suisse), mais les secteurs de l'ameublement et des jeux vidéo ne sont pas en reste.

Bel écho médiatique pour cette enquête dans 20 minutes et au téléjournal de 12 h 45.



Dossier Îlot de cherté ► frc.ch/ilot

OGM

Une loi spéciale qui inquiète

Le débat sur les organismes génétiquement modifiés a connu une nouvelle séquence en 2025, entre confirmation populaire et manœuvres législatives préoccupantes. Le sondage Sotomo, commandé par l'Association pour des aliments sans OGM avec le soutien de la FRC, montre que la population reste massivement attachée à la transparence et à des mesures strictes pour encadrer les denrées issues du génie génétique. Les autorités n'ont pas entendu ce signal, puisque le Conseil fédéral a mis en consultation au printemps dernier un projet de loi spéciale lacunaire sur les nouvelles techniques génomiques. La FRC s'oppose fermement à ce texte, contraire aux aspirations des consommateurs. Dans l'intervalle, le moratoire sur les OGM est prolongé jusqu'en 2030.



Dossier OGM ► frc.ch/ogm

Le plaidoyer est un travail de longue haleine. Il repose sur des soutiens comme la nouvelle forme d'adhésion FRC+.

Plateformes: le cadre légal se fait attendre

La FRC n'a pas relâché ses efforts en 2025 pour responsabiliser les plateformes (vente, jeux, communication). Une régulation stricte doit permettre de protéger contre les pratiques déloyales, les dark patterns (interfaces trompeuses), les risques sanitaires et les attaques contre les données personnelles.

Alors que les arnaques sont en hausse et qu'une meilleure protection des consommateurs devient urgente, le Conseil fédéral s'est contenté d'apporter des réponses laconiques à plusieurs propositions politiques. En résumé, le Gouvernement considère que les internautes doivent se responsabiliser et effectuer leurs achats en ligne sur des plateformes suisses ou européennes. La réponse ne convainc pas du tout la FRC!

Alors que le Digital Services Act européen encadre clairement les pratiques abusives, la Suisse reste passive et démunie. En ce sens, la FRC a répondu au projet de régulation des plateformes de communication (hormis YouTube) que le Conseil fédéral a enfin mis en consultation. Entre autres insuffisances face aux défis, le problème principal est qu'il ne concerne pas les plateformes de vente en ligne!

Le Parlement tarde à empoigner le sujet. Les motions déposées à l'initiative de la FRC en 2024, toujours pas traitées par le Conseil national, devront sans doute être redéposées, puisqu'elles arrivent bientôt à échéance. La FRC a dénoncé sans relâche le retard inacceptable pris dans la mise en place d'une régulation efficace et exprimé sa vive préoccupation face à cette inaction persistante. Le Conseil des États, lui, vient d'adopter, en mars 2026, trois autres motions qui tendent à encadrer les pratiques des grandes plateformes commerciales. 2026 sera l'année où le Conseil fédéral doit agir!

Face aux pratiques déloyales des plateformes étrangères, la FRC a formé une alliance stratégique inédite avec la Swiss Retail Federation, Commerce Suisse et Promarca.



Par ailleurs, la dénonciation de la FRC auprès du Seco concernant les pratiques discutables du site chinois Temu a, elle, porté ses fruits. Convoquée par les autorités, la plateforme a accepté en avril 2025 d'améliorer son site internet.



Dossier Responsabilité des plateformes
► frc.ch/plateformes

CARTELS Loi affaiblie

La FRC a défendu les acquis dans la lutte contre l'îlot de cherté suisse, en combattant une réforme visant à affaiblir la Loi sur les cartels (LCart). Le Parlement a finalement décidé de l'assouplir... un peu: le pire a donc été évité grâce à l'implication d'une large alliance regroupant des représentants de l'économie et des consommateurs, dont la FRC. Nous avons par ailleurs travaillé à limiter le plus possible une réforme des autorités de la concurrence (Commission de la concurrence et Tribunal administratif fédéral).

Que ce soit dans la LCart, l'action collective (*lire p. 14*) ou même l'Observatoire des prix (*lire p. 11*), le combat reste identique: donner plus de poids aux petits acteurs économiques, rééquilibrer les rapports de force.

Trois axes autour de la santé: conseiller, former, mobiliser

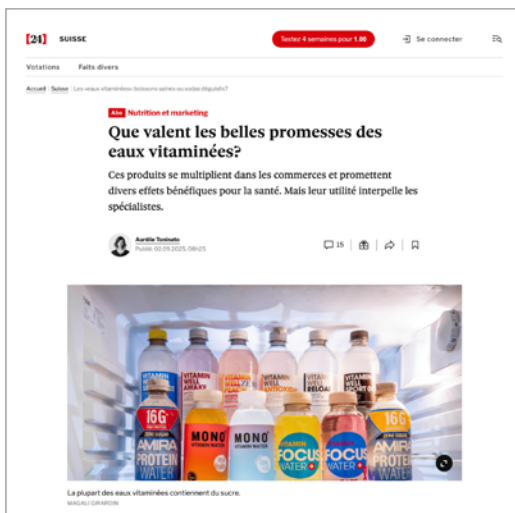
Près de 103 milliards de francs: tels ont été les coûts de la santé en 2025, soit environ 11000 francs par habitant. Le poids financier de la santé est l'un des postes du budget qui inquiète le plus les ménages. Dans un contexte de hausse ininterrompue des primes maladie depuis de nombreuses années, la FRC a intensifié ses actions d'accompagnement des assurés, qui en ont bien besoin. Elle a notamment mis en place le conseil LAMal. Chaque automne, le dispositif permet de rendre la complexité des modèles d'assurance alternatifs moins ardue à saisir.

La FRC s'appuie sur son calculateur de primes, développé en partenariat avec la RTS depuis 2017. Cet outil sans lien commercial avec une quelconque compagnie met en lumière les tarifs, ainsi que les restrictions imposées par certains modèles. Il génère chaque année plusieurs centaines de milliers de comparaisons et bénéficie d'une bonne couverture médiatique. En 2025, une de nos juristes a guidé par deux fois les auditeurs de l'émission *On en parle* dans la jungle des produits qui s'offraient à eux.

Notre association propose également un entretien individuel gratuit avec un de ses experts par téléphone. Cinquante créneaux sont mis à disposition en octobre et novembre. Ce service s'accompagne d'une formation en ligne sur les fondamentaux de l'assurance obligatoire – caisse, modèle, franchise – pour permettre à chacun de choisir le modèle qui correspond le mieux à son profil, idéalement avec une baisse de prime à la clé. ●



Dossier Primes ► frc.ch/primes



Les eaux vitaminées, que nous avons testées en 2024, ont été reprises par le quotidien 24 heures, leur conférant une nouvelle audience en septembre dernier.

CONSOMMATEURS DE LA SANTÉ

Des analyses au service de la prévention

Conserver la santé au quotidien passe aussi par notre environnement immédiat et la qualité de ce qu'on mange. L'analyse des compléments alimentaires portant sur les vitamines pour enfant, reprise de notre consœur Konsumentenschutz, et celle sur

les poudres protéinées pour sportifs, a montré, dans le premier cas, que ces produits étaient chers, inutiles et surdosés; dans le second, qu'ils contenaient du plomb, parfois en dose massive en cas d'usage quotidien. Le résultat des vitamines pour enfant aura permis à la FRC de poser des exigences dans le cadre de la révision du droit alimentaire concernant leur composition et leur publicité.

L'analyse des doudous, réalisée en 2025 avec l'Université de Lausanne et publiée en mars dernier, a montré qu'ils relâchaient des PFAS dans la salive des bébés. Un tiers le font à des niveaux préoccupants ou à surveiller. Les enquêtes, comme celle sur les sucreries aux caisses, s'attachent davantage à montrer les liens souvent opaques entre santé, industrie et commerce (*lire aussi pp. 8-9*).



Dossier Compléments alimentaires
► frc.ch/complements

Une fin en fanfare pour les fausses actions de Conforama



À la veille de Noël 2025, la FRC a reçu un joli cadeau: le Tribunal fédéral confirmait la condamnation de Conforama au paiement non seulement d'une amende de 5'000 francs pour violation par négligence de l'Ordonnance sur l'indication des prix (OIP), mais aussi et surtout d'une créance compensatrice (montant destiné à «compenser» l'argent gagné indûment grâce aux fausses actions, à verser à l'État) de 1,5 million.

Cette décision met un point final à une procédure pénale qui repose sur une longue enquête sur les prix barrés, menée depuis 2016. Il aura donc fallu près de dix ans pour aboutir à ce résultat, qui orientera certainement la

pratique des tribunaux suisses. Cette affaire illustre surtout la capacité unique de notre association à mener des enquêtes approfondies sur le terrain et à transformer les témoignages de nos membres en preuves.

Ce succès s'accompagne néanmoins d'un constat plus amer. La réforme de l'OIP, entrée en vigueur en janvier 2025, rend légales certaines des pratiques que nous avons combattues dans ce procès. Une belle bataille a été gagnée, mais la guerre pour davantage de transparence continue.



L'affaire Conforama ► frc.ch/sagaconfo

Face à une législation inefficace, la FRC se tourne vers la justice chaque fois que cela s'avère nécessaire.

ACCÈS À LA JUSTICE Vive l'engagement collectif!

Depuis 2013, la FRC n'a jamais relâché ses efforts pour permettre l'accès pour tous à la justice civile: véritable plaidoirie en faveur de l'action collective dans la consultation sur le projet de loi, audition en commission parlementaire, création d'un site internet dédié en deux langues, conférences, flyers explicatifs pour les parlementaires, des centaines d'échanges, de courriels, de téléphones et de discussions pour convaincre politiciens et partenaires, communiqués de presse, interventions dans les médias... Rien n'y a fait! Le Parlement a enterré le projet sans débattre sur le fond en 2025.

La FRC a illustré son intense investissement dans cette cause dans une BD, parue dans *FRC Mieux choisir* N°162. L'épilogue rappelle que quoi qu'il en soit, nous sommes plus forts ensemble. Les dénonciations des consommateurs nourrissent nos actions. Alors continuons à nous battre en rangs serrés!



PUBLICITÉ ON remporte la manche

En juin 2025, le Parquet zurichois a classé la plainte pénale de la FRC déposée contre l'équipementier sportif ON. Ce dernier n'a pourtant pas pu apporter la preuve concrète que ses baskets Cyclon étaient en cours de recyclage, comme son slogan publicitaire le promettait. La justice a néanmoins relevé l'habileté du marketing. Ce signal est inquiétant dans la lutte contre la publicité trompeuse. Mais il en faut plus pour décourager la FRC, qui milite sans relâche en faveur d'une information claire et transparente. Et si la justice ferme les yeux, à nous tous d'ouvrir les nôtres!

Poker menteur traque la communication trompeuse

Fausse actions, greenwashing, promesses sans fondement: aujourd'hui, les entreprises peuvent aller très loin sans être inquiétées. C'est le constat posé par Poker menteur, à la fois un combat et une campagne visant à tester l'efficacité réelle de la Loi contre la concurrence déloyale (LCD).

Lancée de manière emblématique par une plainte pénale contre ON pour greenwashing (*lire p. 14*), cette action a rapidement mis en lumière les limites du cadre légal: procédures longues, exigences élevées en matière de preuve et, au final, peu de conséquences pour les entreprises mises en cause. Autrement dit, un système qui tolère largement les discours trompeurs. La transparence de l'information étant l'un des combats fondateurs et permanents de la FRC, elle a fait de Poker menteur sa campagne phare 2025 et l'objet de la conférence de son Assemblée générale l'an dernier.

La FRC a aussi actionné la Commission suisse pour la loyauté (CSL) en déposant deux plaintes pour communication trompeuse en fin d'année. Là encore, ces actions démontrent que les outils peinent à protéger efficacement les consommateurs.

L'action collective est enterrée. La FRC facilite la récolte massive de témoignages pour pouvoir déposer des plaintes, notamment auprès du Seco ou de la CSL.

En parallèle, la FRC a documenté de manière approfondie ces pratiques. Une série illustrée a notamment mis en miroir promesses marketing et réalité, dénonçant l'aplomb avec lequel certaines sociétés affirment une chose tout en faisant son contraire. Une série qui se poursuit, en 2026, sur le thème des arnaques. Celles qui font perdre temps et argent, mais laissent aussi le goût amer de s'être fait duper et un sentiment de honte immérité.

Face à des entreprises abusives qui savent les risques juridiques limités, la FRC entend désormais mobiliser le public. En encourageant les consommateurs à dénoncer ces pratiques, elle est déterminée à accumuler les preuves et faire évoluer, à terme, un système qui laisse encore trop de place aux «mensonges autorisés».



16. Vous êtes coincé-e? Faites faillite et recommencez!

Envie de gagner de l'argent sans travailler? Bien sûr que c'est possible! Il suffit pour cela d'utiliser la faillite à votre avantage. Le système est simple: créer une entreprise, proposer des tarifs très concurrentiels, encaisser des acomptes puis cesser d'honorer vos obligations, ne pas tenir de comptabilité, ne pas avoir d'organe de révision, ne pas aviser le juge du surendettement, tout en sortant au maximum les liquidités.

Pour retarder l'échec, vous pouvez transférer la société à des tiers qui en changent le nom et le siège social. Les actifs sont pour leur part transférés à une autre entreprise nouvellement créée. Au final, les créanciers ne reçoivent qu'un acte de défaut de biens, à savoir un papier sans valeur, car la société est totalement exsangue. Et la meilleure nouvelle, c'est qu'il est possible de recréer une nouvelle firme juste après et de tout recommencer!

Pour en savoir plus

- Le méchant business des faillites abusives



En Suisse romande, vous être tranquille: une seule association lutte encore et toujours contre ces abus

Au final, vous l'aurez compris, il est vraiment possible de profiter des largesses offertes par le système suisse. Selon le Conseil fédéral, ces pratiques commerciales trompeuses et transparentes sont indispensables au bon fonctionnement d'une économie de marché. Les clients à tous les échelons, consommateurs inclus, sont en mesure d'assurer la fonction d'orientation qui leur échoit uniquement s'ils disposent d'informations



Dossier Poker menteur
► frc.ch/pokermenteur



COSMÉTIQUES

Secteur de prédilection

Une large enquête ayant donné lieu à 353 signalements a aussi été menée par le réseau d'enquêteurs de la FRC. Son objectif: relever tous les produits sur lesquels figuraient des promesses à connotation scientifique. Les termes tels que «Testé dermatologiquement», «recommandé par les dentistes», «efficace 48h»: autant d'arguments et de chiffres qui impressionnent ou rassurent mais ne sont souvent qu'un vernis scientifique aux fondements bien fragiles.

Ces constats ont été complétés par des tests, notamment sur les crèmes anti-rides, mettant en évidence le caractère trompeur des arguments de vente de ces produits. La Lettre FRC publiée pendant l'été a par ailleurs compilé avec humour et ironie les nombreuses pratiques abusives auxquelles les consommateurs sont confrontés au quotidien.

Un conseil juridique augmenté, disponible 24 h/24

Notre service FRC Conseil dispose d'une permanence téléphonique et de divers formulaires en ligne. Nos juristes et spécialistes répondent aux questions et aux besoins sur la base de leur expertise. Les Expert-e-s Conso, nos bénévoles formés et rodés aux questions les plus diverses du droit de la consommation, également. Face à la complexification des problématiques, le service s'est doté à la mi-année d'un nouveau système de traitement des doléances qui permet à l'équipe en place de faire face à la demande de manière optimale. Les chiffres (*lire page suivante*) du rapport 2025 reflètent donc une année de transition; le prochain verra apparaître une nouvelle manière de catégoriser les contacts que nous recevons.



Mettre en place une IA qui nous ressemble, c'était choisir un modèle éthique et responsable.

FRC Conseil dispose également d'un nouveau service d'aide en ligne, disponible 24h/24. L'outil, développé grâce à une intelligence artificielle (IA) «maison», permet d'avoir une réponse qualitative immédiate, avec des liens directs vers nos contenus pour connaître tous les détails et pour agir de manière efficace en un minimum de temps. Il permet aussi d'accueillir plus de monde, de récolter les informations nécessaires pour faire pression sur les acteurs concernés, de gagner en réactivité et en force de frappe afin d'obtenir justice.

Réalisée avec HestiaLabs, l'IA FRC est alimentée par le contenu que nous produisons: les éléments juridiques mis à jour en tout temps ainsi que les résultats du travail de nos spécialistes et journalistes. En construisant sa base de connais-

sances sur les contenus FRC, notre IA évite les réponses hasardeuses. Ce conseil automatisé fait le choix d'éviter un modèle de discussion infinie tel que sur ChatGPT, limitant ainsi l'énergie utilisée. Enfin, niveau sécurité, la solution garantit que la FRC a un contrôle complet sur toute la chaîne de données, avec des informations qui restent en Suisse.

Une IA maison, c'est aussi permettre à nos juristes d'accorder le temps et le soin nécessaires au conseil personnalisé fourni aux membres pour toute question de consommation courante concernant leur ménage. Lesquels continuent d'avoir accès à nos 69 Lettres modèles et 330 Questions-Réponses en ligne. ●



Obtenir de l'aide ► frc.ch/aide

Le traitement automatisé des questions récurrentes libère les juristes et les Experts Conso pour se charger des cas complexes.

Quel type de pratique souhaitez-vous dénoncer?

Votre témoignage est susceptible d'être envoyé à l'autorité compétente pour alimenter nos plaintes.

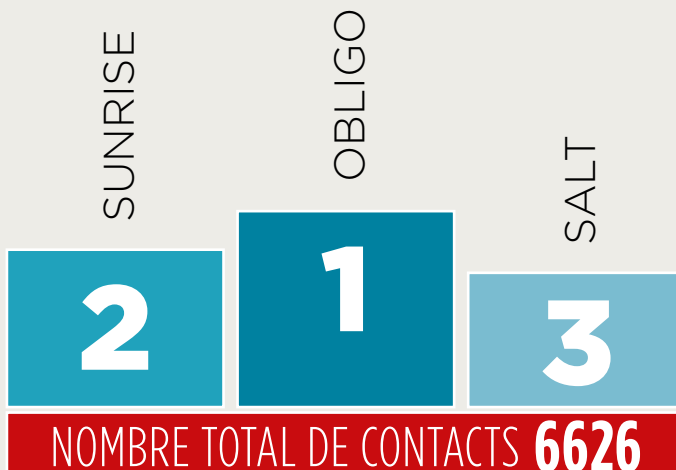
<p>Dénoncer</p> <p>Appel indésirable</p> <p>Publicité, démarchage à froid, courtiers en assurances, etc.</p> <p>Dénoncer</p>	<p>Dénoncer</p> <p>Publicité trompeuse</p> <p>Allégations infondées, promesse impossible, marketing déloyal...</p> <p>Dénoncer</p>	<p>Dénoncer</p> <p>Interface en ligne</p> <p>Interfaces problématiques, éléments cachés lors d'achats en ligne, etc.</p> <p>Dénoncer</p>
<p>Dénoncer</p> <p>Prix</p> <p>Prix abusif, caché, non clairement communiqué, etc.</p> <p>Dénoncer</p>	<p>Dénoncer</p> <p>Qualité/sécurité</p> <p>Souci de fabrication, de respect de normes, etc.</p> <p>Dénoncer</p>	<p>Dénoncer</p> <p>Autre</p> <p>Autre cas de consommation</p> <p>Dénoncer</p>



Dénoncer une pratique douteuse ► frc.ch/denoncer

Les sociétés les plus dénoncées

LE PODIUM 2025



LES VIENNENT-ENSUITE

RANG	SOCIÉTÉ
4	SWISSCOM
5	COOP
6	INTRUM
7	MIGROS
8	YALLO
9	FUST

FRC CONSEIL EN CHIFFRES

En 2025, l'équipe de FRC Conseil a traité 6626 cas, dont 3539 questions des consommateurs, le solde se répartissant entre témoignages et dénonciations.

Les doléances concernent globalement surtout la conclusion et l'exécution des contrats ainsi que les problèmes de garanties. Toutefois, les arnaques sont en hausse, les techniques des escrocs devenant de plus en plus indétectables.

Obligo remporte la compétition des sociétés les plus dénoncées. Malgré une période de légère «accalmie» en 2024, les demandes auprès de FRC Conseil ont repris de plus belle.

Dans les viennent-ensuite, les opérateurs conservent une place de choix, mais dans un ordre différent. Sunrise et Salt sur le podium, puis Swisscom en 4^e place et Yallo au 8^e rang. Coop remonte de deux places, tandis que Migros en perd deux, mais les distributeurs restent parmi les fidèles du classement. Alors qu'il avait beaucoup occupé FRC Conseil en 2024, Groupe Mutuel, en revanche, en sort.

Les problématiques de recouvrement restent toujours une thématique importante, et sont d'ailleurs en hausse en 2025 par rapport à 2024. Les demandes concernant les assurances sont quant à elles en baisse, ainsi que les problèmes avec les services publics et les services financiers.

THÉMATIQUES LES PLUS FRÉQUENTES

CONTRAT DE VENTE/DÉMARCHAGE	18,2%	↗
CONTRAT (SAUF VENTE)	16,9%	↗
ARNAQUE	17,7%	↗
COMMUNICATION	8,2%	↗
ASSURANCE	7,5%	↘
MAISON DE RECouvreMENT/POURSUITE	5%	↗
ALIMENTATION ET DISTRIBUTION	4,1%	↘
DROIT	3,9%	↗
TRANSPORT	3,9%	↗
FRC	3,3%	↘
ÉNERGIE/ENVIRONNEMENT	2,1%	↗
SERVICE PUBLIC	1,7%	↘
SANTÉ	1,7%	↗
SERVICE FINANCIER	0,9%	↘

Les enquêtes FRC mettent les rayons sous surveillance

La grande distribution ne se régule pas seule. L'environnement d'achat est délibérément conçu pour contourner les bonnes intentions. Preuves en sont deux enquêtes menées en 2025, l'une sur les sucreries aux caisses des supermarchés, l'autre sur le suremballage des denrées. Les résultats glanés sur le terrain montrent que les engagements volontaires des enseignes ne suffisent pas. Le changement réel passe par un dialogue structuré entre associations de consommateurs, distributeurs et autorités cantonales, ces dernières étant dans ces cas précis plus promptes à agir que la Berne fédérale.



Le réseau des enquêteurs de terrain a une force de frappe qu'on nous envie. Les résultats qu'ils obtiennent méritaient le développement de récits longs formats et des partenariats médias spécifiques.

Aux caisses, la malbouffe fait la loi

Les enquêteurs de la FRC ont passé au crible 331 caisses de 30 magasins en Suisse romande, dont 20 à Genève. Résultat: 98% des caisses genevoises avec service présentaient des sucreries, et 100% dans les autres cantons romands. Or, selon les critères de l'OMS Europe, la quasi-totalité des produits pour enfant - 99% - ne devraient pas être mis en avant: très majoritairement ultratransformés, ils affichent presque toujours un Nutri-score D ou E. À l'inverse, fruits frais, noix et compotes sans sucres ajoutés sont très rares. Les confiseries, souvent présentées dans des emballages colorés et en petits formats favorisant les achats impulsifs, restent à portée de main et compatibles avec leur argent de poche, la plupart coûtant moins de 3 francs. Pourtant, comparaison faite, elles se vendent jusqu'à 2,5 fois plus cher qu'en rayon.

L'enquête intervient précisément pour nourrir les négociations qui doivent s'engager entre les autorités cantonales et la grande distribution. La motion du Grand Conseil genevois, adoptée largement en 2023, fixe un objectif explicite: retirer les sucreries des passages de caisse. La FRC réclame un encadrement fédéral qui mettrait toutes les enseignes sur un pied d'égalité, soulignant que des alternatives saines ne nuiraient pas à la rentabilité commerciale.

Suremballage: belles promesses et rayons bien garnis

La seconde enquête dresse un état des lieux du suremballage dans les commerces romands. Entre les discours promettant la fin de cette forme de packaging et la réalité des rayons, la situation s'avère contrastée. Dans de nombreux cas, le conditionnement est dicté par des choix marketing ou logistiques plutôt que par un réel besoin. Là aussi, l'autoréglementation montre ses limites: sans cadre contraignant, la réduction des emballages reste à la discrétion des marques.

La loi jurassienne impose la mise en place d'une surface de désemballage pour les enseignes de plus de 200m². C'est une première en Suisse.



Toutes les enquêtes ► frc.ch/enquetes

TAKE-AWAY

Restauration dans le viseur

Notre enquête sur les kebabs, burgers et autres plats à l'emporter au poulet montre que malgré la transparence exigée par la loi, l'affichage de l'origine et des modes de production restent souvent flous. Suite à des échanges avec la FRC, une enseigne a modifié sa déclaration pour la rendre conforme. Bel exemple!

Le comparateur, une mine d'or qui facilite les achats

La raison d'être des tests comparatifs, c'est évidemment une analyse fouillée, des résultats exploitables dans le but d'aiguiller les consommateurs sur une potentielle acquisition. Mais lorsqu'ils sont conduits par un organisme militant comme la FRC, les tests s'insèrent dans des causes qui les dépassent: lutter contre la malbouffe, se battre pour la santé humaine et de l'environnement, en faveur du prix juste, de la durabilité et de la réparabilité. Cet angle est possible grâce à des alliances permettant d'obtenir davantage de données, tout en maîtrisant les coûts que les analyses génèrent. Les résultats obtenus permettent de peser dans les négociations avec les fabricants et distributeurs, tout comme dans le travail parlementaire sur des conditions-cadres favorables aux consommateurs. Autant de raisons qui font de l'affiliation de la FRC au consortium International Consumer Research & Testing (ICRT) une évidence depuis 1974.

Il y a cinq ans, la FRC sortait un nouveau support papier, un hors-série consacré aux tests. L'objectif était de regrouper, pour une lisibilité accrue, les analyses publiées chaque mois entre la Lettre FRC et le magazine

FRC Mieux choisir. En 2025, la refonte numérique a permis d'intégrer le développement d'un comparateur de produits, ainsi qu'une nouvelle présentation des résultats. Leur lecture se veut orientée consommateur, chacun pouvant adapter sa recherche selon les notes et les critères qui lui importent. Sa mise à jour est régulière, un atout dont les publications papier ne disposent pas, notamment dans les secteurs du high-tech et de l'électroménager où la fluctuation des prix et des modèles est énorme. Elle est plus nomade et confortable aussi, puisque disponible sur smartphone. On y trouve les 24 tests 2025 - quelques 750 références -, mais aussi ceux des années précédentes: en tout, 1600 produits, dont la grande majorité est réservée aux membres. ●



Comparateur de tests ► frc.ch/tests

Le comparateur, avec 1600 produits à ce jour, est un outil indispensable pour les membres, qui font des choix selon leurs propres critères.

UN OUTIL COMPLÉMENTAIRE

SIMPLE OU COMPLET

Certains tests, notamment dans l'électronique de loisir ou les appareils ménagers (ici les air-fryers), proposent des données avec plus de détails. Il suffit de cliquer sur l'onglet Complet pour les découvrir.

CARACTÉRISTIQUES

On trouve ici toutes les spécificités techniques dont la taille, le poids, le volume... C'est aussi là qu'on découvre si l'objet, un aspirateur-robot par exemple, est connecté ou non.



COMPARER

Une autre manière de trier les produits entre eux est d'en sélectionner jusqu'à quatre et d'en comparer les différentes évaluations. C'est utile lorsque quelques modèles restent en lice ou pour évaluer plusieurs articles au sein d'une même marque. Ainsi, on identifie rapidement où les différences se jouent.

GÉNÉRAL

Marque, point de vente et prix sont des données de base. Le menu déroulant permet de pré-sélectionner les choix selon son budget ou une marque de prédilection. Et de savoir où le produit s'achète.

Des perspectives prometteuses

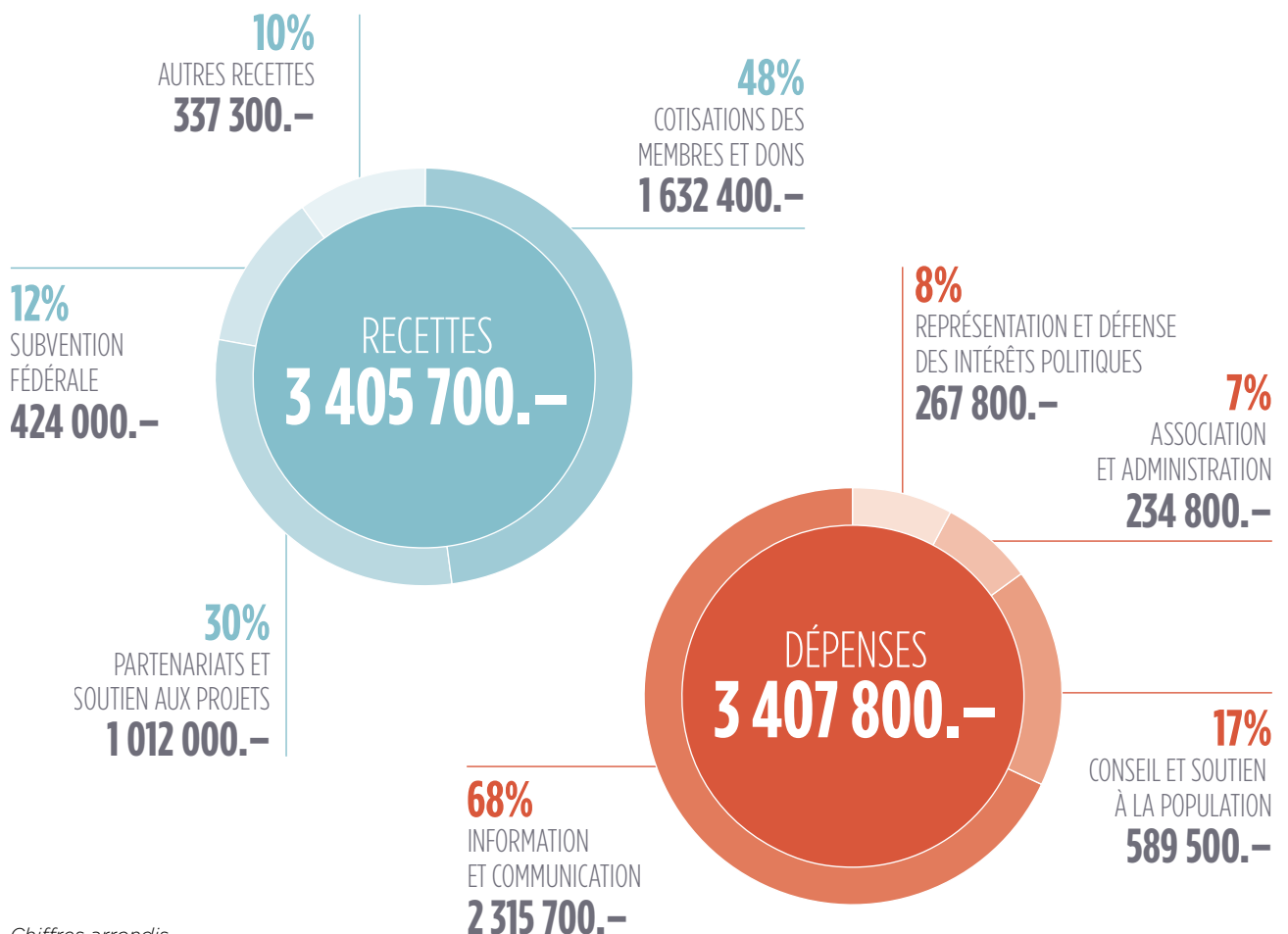
La stratégie mise en place par la FRC porte ses fruits. Élargir notre base de soutiens reste l'objectif prioritaire – pas seulement pour les finances, mais aussi pour renforcer notre impact et notre capacité de mobilisation. Avec nos nouveaux outils, nous sommes désormais équipés pour y parvenir.

La diversification des sources de financement constitue un pilier de cette stratégie. Les fondations qui nous soutiennent sont indispensables pour mener à bien des projets ambitieux, comme le mouvement des Faiseurs, par exemple. Elles financent également, aux côtés des collectivités publiques des niveaux fédéral et cantonal, le mandat constitutionnel de la FRC d'informer les consommateurs sur l'état du marché, les tendances et les problèmes émergents. Et les perspectives 2026

s'annoncent prometteuses avec le développement majeur des Faiseurs et le renforcement du pôle santé.

Une année exigeante, une équipe mobilisée

2025 a mis notre équipe à rude épreuve: projets nombreux, ressources humaines sous pression. Mais nos membres ont suivi, et leur confiance nous a portés. Les indicateurs de renouvellement sont restés positifs malgré une augmentation des cotisations, le déploiement de FRC+ s'est déroulé avec succès, et les dons se sont maintenus parallèlement aux adhésions. Les chiffres définitifs ne sont pas encore consolidés en raison de la structure échelonnée des renouvellements, mais les signaux sont encourageants.



Chiffres arrondis.
Le Rapport des comptes fait foi.

17%

La part des membres qui ont souscrit l'adhésion à FRC+

2,7%

L'augmentation du nombre de donateurs

85%

Le taux de renouvellement des adhésions

L'année 2025 représentait un défi de taille: embarquer les membres dans ce grand chantier afin qu'ils comprennent les enjeux auxquels la FRC doit faire face, ses investissements, la nécessité de renforcer les services et la sécurité de ses données, justifiant ainsi l'augmentation de la cotisation votée lors de l'Assemblée générale. Elle a été ajustée dès le mois de juin à 90 francs. Nous avons simplifié les formules d'adhésion, et les membres ont répondu présent. À ce jour, le taux de renouvellement atteint 85%, valeur semblable aux années précédentes.

FRC+, un succès qui nous projette loin

En concertation avec nos membres soutiens, nous avons lancé une formule d'adhésion permettant à la FRC de s'engager sur des combats au long cours. Le principe est simple: les membres qui souhaitent affirmer leur engagement font un don supplémentaire, déductible des impôts. Pour la FRC, c'est la possibilité de mener des batailles de fond, sur la durée, car ces combats exigent persévérance et moyens. Le résultat dépasse nos attentes: FRC+ est une formule gagnante, tant pour les membres que pour notre organisation.

La communauté des donateurs a aussi grandi cette année, exprimant leur volonté ferme d'amplifier notre travail d'investigation. L'impact de nos dernières enquêtes, largement reprises médiatiquement, montre que nous sommes au rendez-vous.

Toute l'année, nous avons expliqué dans notre magazine *FRC Mieux choisir* les enjeux, nos démarches, les nouveaux services et les avancées du chantier, en étant au plus près de la réalité quotidienne. Au final, la communauté s'est renforcée avec des membres qui affirment leur engagement. ●

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 et Genève, ainsi que plusieurs communes romandes

Promotion Santé Suisse

La Conférence latine des affaires sanitaires et sociales

La Loterie Romande

La Fondation Seedling

La Fondation Lenards



Intégralité des comptes annuels
► frc.ch/organisation

Partie immergée de l'iceberg, le back-office a été entièrement repensé pour gérer les membres et les bénévoles, ainsi que pour garantir la sécurité des données.

Se transformer pour durer, s'ancrer pour agir



CHRISTOPHE BARMAN
Président de la FRC

L'année écoulée confirme un enseignement clé: la transformation engagée ces dernières années n'était pas une option, elle conditionnait notre capacité d'agir. Le remaniement du Comité directeur, amorcé et assumé, s'est révélé décisif pour faire face à des enjeux toujours plus complexes.

En le renforçant autour de compétences stratégiques clairement identifiées, la FRC s'est donné les moyens de prendre des décisions exigeantes, parfois difficiles, mais indispensables. L'évolution des cotisations, adossée au développement de nouvelles prestations et à une refonte numérique, a permis de consolider la pérennité financière de l'association et de franchir un cap structurant. Cette stabilité nouvelle n'est pas une fin en soi: elle est au service de l'impact que peut avoir une association comme la nôtre.

Notre gouvernance a, elle aussi, poursuivi son évolution. Les rôles des membres du Comité directeur ont été précisés afin d'apporter un soutien ciblé au Secrétariat central, notamment sur les enjeux financiers, la stratégie digitale, les ressources humaines, la recherche de fonds ou encore la transformation de nos actions de terrain. Cette articulation plus fine renforce la capacité d'initiative de tout un chacun et assure que les compétences présentes soient utilisées de manière ciblée.

L'année marque également une transition importante dans les présidences cantonales. Pour la première fois, ces fonctions ont été mises au concours, avec une diffusion publique et un processus de sélection structuré. Nous sommes très heureux que Laura Dubuis et François Ingold pilotent désormais l'antenne de Fribourg, et qu'Élisabeth Pfund et Umberto Bandiera fassent de même à Genève, tout comme Inès Blondel et Gabrielle Sawaneh dans le canton de Vaud. La FRC Jura-Jura bernois a désormais aussi une coprésidence à sa tête puisque Mélanie Brülhart a rejoint Marine Coullery. Cette démarche renforce notre ancrage territorial et consolide le déploiement du mouvement des Faiseurs, moteur essentiel d'une production et d'une consommation plus responsables, durables et concrètes.

Dans un monde sous tension, la FRC a un rôle majeur à jouer. Innover est indispensable. Si nous y parvenons, c'est grâce à l'engagement exceptionnel de nos bénévoles, de nos comités régionaux et de notre Secrétariat central. À toutes et tous: merci! ●



**Dans un monde
sous tension,
la FRC a un rôle
majeur à jouer.**

Antennes cantonales



Coprésidence: Laura Dubuis
et François Ingold
Rue Saint-Pierre 2, CP 553, 1701 Fribourg
Horaires, contact: frc.ch/fribourg



Coprésidence: Élisabeth Pfund
et Umberto Bandiera
Locaux:
Place de Montbrillant 4, 1201 Genève
Adresse postale:
Place de Cornavin 1, 1201 Genève
Horaires, contact: frc.ch/geneve



Coprésidence: Marine Coullery
et Mélanie Brülhart
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: Inès Blondel
et Gabrielle Sawaneh
Rue de Genève 17, CP 585, 1001 Lausanne
Contact: frc.ch/vaud



L'association des
consommateur-ric-e-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/aide

Cotisations

Adhésion simple: 90 fr./an - étudiants: 40 fr./an
Accès aux services FRC
Adhésion FRC+: 90 fr. (adhésion simple)
+ don libre, déductible des impôts

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
Collaboration à la rédaction
Laurianne Altwegg (p.15),
Sylvie André (p.20),
Christophe Bruttin (pp.4-5),

Aurélié Gigon (pp.12 et 14),
Manon Renaud (p.17)

**Mise en page
et infographies**
Diane Warpelin

Correction
Ludovic Roulin, Le Père Virgule

Photographie
Jean-Luc Barmaverain:
pp.3, 5, 7, 15, 22, 24
DR: pp. 4-5, 7-8, 10-13, 18
Shutterstock: pp. 9, 19

Copyright
Tous droits réservés
FRC, avril 2026

VOUS ÊTES NOS
MEILLEUR·E·S
AMBASSADEUR·
RICE·S



Journée romande des Repair Cafés (2023)



MERCI!



L'histoire de la FRC s'écrit avec vous... et se transmet de génération en génération.