

## Prix

# Pouvoir d'achat: il faut des mesures concrètes et ciblées, maintenant

**Après un an d'inflation et une absence totale de soutien au pouvoir d'achat des consommateurs, la FRC s'inquiète des risques de précarisation. Sa permanence est le témoin de préoccupations croissantes. Pourtant, l'État fait la sourde oreille. La FRC demande la mise en place d'aides ciblées concernant plusieurs postes de dépenses non compressibles ayant subi une forte augmentation. Concrètement, il s'agit de mettre en place un chèque-énergie ainsi qu'une réduction drastique du coût des transports au niveau local et national.**

L'année s'annonce difficile pour les ménages. Les chiffres parus en janvier en attestent: l'alimentation a subi une hausse de 5,6%, celle des prix de l'électricité s'élève à 25,5%. Des signes de précarité économique se font sentir. Le prix de la mobilité individuelle ne cesse de croître tandis que celui des transports publics n'a pas connu de baisse significative depuis longtemps.

Les six derniers mois, la permanence téléphonique de la FRC a reçu une quantité importante de témoignages qui atteste d'une préoccupation grandissante pour des questions liées à l'équilibre budgétaire du ménage. Les plaintes et questions concernant des litiges inextricables avec des maisons de recouvrement, de même que tout ce qui touche aux assurances de santé et aux soins, pèsent lourdement dans le porte-monnaie. Une sensibilité accrue aux prix se remarque aussi au nombre de sollicitations pour que notre association investigue ou se prononce sur un bien ou un service avant achat. À force de rogner là où on peut encore, la FRC craint que l'alimentation soit le poste qui fasse les frais des restrictions que les consommateurs doivent s'imposer. Or le fait de se tourner vers des denrées de qualité moindre pour des raisons budgétaires va à l'encontre de ce que notre association défend. Garantir l'accès à une alimentation saine et durable doit rester l'affaire de tous.

Des aides ciblées doivent donc être prises en faveur des ménages, avant tout sur des postes de dépenses incompressibles. L'énergie et les transports sont prioritaires. La FRC demande ainsi une réduction drastique du coût des transports au niveau local et national en mettant en place un abonnement à prix préférentiel: les rabais sur les transports publics sont une solution efficace pour les familles. Elle demande également l'instauration d'un chèque-énergie, à l'instar de celui offert en France ou en Allemagne aux contribuables les plus modestes.

La FRC a obtenu certaines avancées notables en matière de transparence des prix, à l'instar du développement du comparatif des prix à la pompe ou les révélations sur la formation des marges dans la grande distribution. Elle a par ailleurs obtenu que la Comco enquête sur la formation des prix de l'énergie, en particulier du gaz et des carburants. Si ces éléments favorisent une prise de conscience, ils n'ont pas d'incidence directe sur le pouvoir d'achat. À court terme, seule une action concertée de la part de nos autorités fait sens. «Aucune aide ciblée et concrète en faveur d'un allègement du coût de la vie pour les ménages les moins aisés n'a passé la barre du Parlement, martèle Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale de la FRC. Pis, le Conseil fédéral s'oppose à toute mesure, rappelant que l'inflation suisse est plus faible qu'en Europe. Or l'impact réel de la hausse des prix se ressent au quotidien.»

La parution prochaine (7 mars) de *FRC Mieux choisir*, le magazine de l'association, consacrera une part belle à plusieurs de ces problématiques, offrant aussi conseils et solutions.

## Dossier [frc.ch/inflation](https://www.frc.ch/inflation)

### Informations complémentaires:

Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale, Tél. 021 331 00 90  
Jean Busché, responsable Économie, Tél. 021 331 00 90

## Fédération romande des consommateurs

Association créée et financée par et pour les consommateurs,  
reconnue d'utilité publique, libre de toute influence  
25 000 membres – 60 experts – 6 antennes cantonales – 220 bénévoles  
Nos missions: défendre, informer les consommateurs et faire entendre  
leur voix auprès des décideurs politiques et économiques

