



LE POUVOIR D'AGIR

L'association des
consommateur·rice·s

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

RAPPORT ANNUEL

22

«Le pouvoir d’agir», tout simplement



SOPHIE MICHAUD GIGON
Secrétaire générale de la FRC

La géopolitique a eu des conséquences sur le quotidien des gens: 2022 a été une année placée sous le signe de l’inflation. La FRC a réagi immédiatement aux hausses de prix dans tous les domaines. Et cela continue. Son dossier en ligne mis à jour a régulièrement été utile aux médias et aux personnes en quête d’une information posée et fondée. Si elle a fourni conseils et explications, la FRC a aussi émis des propositions et des revendications. Parmi lesquelles le rabais des transports publics, la transparence sur les prix de l’énergie et du carburant – un succès au Parlement – ou les demandes d’aides ciblées. Autre contribution, une enquête sur les marges dans l’alimentaire, débutée bien avant la crise: plus de transparence crée une pression sur les prix et une meilleure répartition de la valeur. Nos investigations ont éveillé un intérêt national autour de cette question et déclenché d’autres enquêtes dans des médias tiers, ainsi que des interventions politiques.

À l’interne, les discussions stratégiques ont été intenses. La FRC n’est pas sur un piédestal, elle tire son «Pouvoir d’agir» des gens qui se mobilisent en payant une cotisation, en s’engageant comme bénévoles, en intégrant la grande famille de ceux qui font au lieu de dire «il faut faire». Elle chapeaute des mouvements de «faiseurs» et épaula des actions pour une consommation plus durable. C’est dans ce sens que notre logo met désormais en avant notre dimension associative et inclut toute la population avec une formulation épique. Un clin d’œil à notre ADN et au rôle joué par les pionnières de la FRC.

Notre offre digitale gratuite développée en 2021 – le compte Instagram et la Lettre FRC *C’est la jungle!* – nous permet la mobilisation d’une communauté large de manière rapide, que ce soit pour participer à des tests ou à des sondages.

Pour faire bouger les lignes, c’est aussi en coalition qu’on opère. Au niveau politique comme au niveau de projets sur le terrain. Le meilleur exemple en est l’économie circulaire et la réparabilité. Nous utilisons le pouvoir d’agir de la FRC pour les causes auxquelles d’autres acteurs s’associent. Certes, la FRC est la plus grande association de défense des consommateurs, mais sa force de frappe est tributaire de ses ressources financières et de l’étendue de ses communautés. Et c’est un combat constant! ●



**Chacun-e doit
se sentir
concerné-e et
rejoindre notre
mouvement.**

MARGES

Ouvrir la boîte noire



Combat!

Deux enquêtes très complexes à mener ont été réalisées sur le commerce de détail. L'une concernant les produits laitiers; l'autre sur les denrées issues du maraîchage. Elles révèlent que les distributeurs fixent des taux de marge très élevés, jusqu'à la moitié du prix final payé par la clientèle. L'opacité régnant autour de la fixation des prix se fait ainsi au détriment de la clientèle. Alors que l'information sur les denrées, y compris la formation de leur prix, est un droit essentiel. Les autres gros perdants sont les producteurs.

Pour contrer ce marché non transparent, la FRC s'investit dans la promotion des circuits courts, qui comprennent moins d'intermédiaires (*lire p.14, Bonnes adresses*). Et formule ses revendications: obtenir des marges indexées sur la valeur ajoutée, des légumes de saison à meilleur prix et un effort conséquent en faveur de la transparence des prix. La notion de prix juste revêt une importance particulière en période inflationniste. ●



► frc.ch/marges

INFLATION

Vigilance de tous les instants



Combat!

La FRC a agi, et continue de le faire, dans cette situation inédite de précarisation d'une partie des ménages et de craintes de pénurie énergétique. Largement relayés médiatiquement, ses enquêtes, tests et astuces du quotidien sont utiles à chacun pour diminuer sa consommation d'énergie, moins ressentir la hausse des prix, tout en contribuant à une meilleure sécurité de l'approvisionnement. La FRC dénonce aussi toute tentative portée à sa connaissance de *shrinkflation*

(diminution du contenu d'un produit resté au même prix). Politiquement, notre association a demandé des mesures ciblées au niveau national concernant des postes de dépenses non compressibles ayant subi une forte augmentation: un chèque-énergie ainsi qu'une réduction drastique du coût des transports publics. Elle a obtenu plus de transparence sur le marché de l'énergie. ●



► frc.ch/inflation

MARQUES PETIT BUDGET

À bas les fausses idées!

Peut-on se nourrir correctement en dépensant le moins possible? La question touche les personnes soucieuses autant de leur santé que des dépenses liées à leur alimentation. La FRC a analysé vingt sortes de produits. Et contrairement aux idées reçues, les moins chers ne sont pas forcément plus mauvais pour la santé; c'est même souvent l'inverse. Dans la majorité des cas, une marque bon marché a des qualités nutritionnelles identiques, voire meilleures que les plus coûteuses. Prendre le temps de comparer plutôt que d'opter pour des marques réputées permet un gain important. ●



► frc.ch/bas-prix

137

Le nombre de produits analysés. L'économie va jusqu'à 43%.

HYGIÈNE MENSTRUELLE

Taxe allégée



Victoire!

L'impôt des consommateurs, la TVA, est en cours de révision de manière à pouvoir, entre autres, être étendu aux plateformes de vente en ligne situées hors de Suisse et livrant dans le pays. Notre Secrétaire générale a défendu sous la Coupole fédérale l'adoption d'un taux réduit de TVA à 2,5% pour les produits d'hygiène menstruelle. Au niveau national, ce sont quelque 3 millions de femmes qui en bénéficieront.

Notre association demandait en outre d'y ajouter, par cohérence, les langes pour enfant et les couches pour adulte, ce qui a été rejeté au même titre que l'exclusion des articles de seconde main en soutien à l'économie circulaire. ●



► frc.ch/tva

DARK PATTERNS

Manipulation assurée



Combat!

Deux enquêtes et un même constat: les internautes ne sont pas libres de leurs actions. Sites et applications recourent notamment aux dark patterns dans le but de pousser à l'achat, de souscrire un abonnement, de ne pas quitter une page ou de ne pas se désinscrire. La première enquête a porté sur 52 plateformes en ligne. Médias, streaming, vente en ligne, la sélection s'est voulue large afin de rendre compte de la diversité des techniques utilisées. La seconde a été menée avec Public Eye; elle portait sur les sites d'achats de vêtements. Documenter cette nébuleuse aura souligné l'urgence que le Conseil fédéral et le Parlement s'emparent de cette problématique afin de réguler des pratiques qui vont à l'encontre de tous les efforts pour promouvoir des modes de consommation plus responsables. Les autorités doivent en outre faire respecter le droit en vigueur, en interdisant les dark patterns qui incitent à partager toujours plus de données, qui empêchent de les supprimer ou de mettre fin à un contrat. ●



► frc.ch/dark-patterns

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Cela traîne encore



Combat!

L'économie circulaire représente la meilleure réponse aux problèmes d'obsolescence prématurée des biens et de gaspillage des ressources. La FRC, très active, fournit des solutions de terrain, comme les Repair Cafés et les Bonnes adresses (*lire p.18 et p.14*). Un nouvel annuaire concernant la réutilisation sur le littoral neuchâtelois a été lancé en fin d'année.

La FRC livre aussi des informations de fond via ses tests (écoconception, réparabilité) ainsi que ses enquêtes. Celle de 2022 a évalué le service après-vente d'enseignes vendant des appareils électroniques et électroménagers. Les clients mystères ont ramené des articles au magasin quelques semaines après l'achat. Ils signalaient un dysfonctionnement mineur et demandaient à faire réparer l'objet. Ce qui n'a pas été une option dans l'immense majo-

rité des cas, alors qu'aucun effort n'avait été entrepris pour identifier si la panne était réparable. Suite à l'enquête, la FRC a déposé une initiative parlementaire demandant l'introduction du droit de choisir la réparation dans le droit sur la garantie.

Les règles du jeu doivent changer. En début d'année, la FRC a pris position sur le projet de révision de la Loi sur la protection de l'environnement et lancé, en octobre, avec seize autres organisations romandes, tessinoises et alémaniques une coalition, Longue vie à nos objets!, en vue de soutenir l'instauration de conditions-cadres favorables. Réparation, réutilisation, reconditionnement doivent devenir des stratégies prioritaires dans notre pays. ●



► frc.ch/eco-circulaire

MARKETING

Enfants captifs

Le marketing, c'est avéré, influence les préférences des plus jeunes, ce qu'ils mangent réellement et les habitudes qui peuvent perdurer à l'âge adulte. Après une plongée dans l'univers YouTube, valorisant des denrées grasses ou sucrées peu recommandables sans qu'il soit explicitement dit qu'il s'agit de placement de produit, la FRC s'est attaquée aux salles de cinéma. Elle a évalué l'exposition publicitaire à laquelle enfants et adolescents sont soumis, comment l'offre alimentaire est disposée et s'il est possible de mettre en évidence une incitation spécialement centrée sur ce public. L'enquête a duré trois ans, restrictions Covid obligent, avec 40 enfants âgés de 4 à 18 ans qui ont visionné différents films jeune public. À une exception près, tous les cinémas vendent les produits montrés par les publicités à l'écran. Fait surprenant: cinq publicités font la promotion de spécialités alcoolisées. La Commission nationale du film et de la protection des mineurs a réagi et va intervenir. ●



► frc.ch/marketing-enfant

925

Les publicités recensées.
Seules 9 publicités
alimentaires sur 229
font la promotion de
denrées non sucrées.

GREENWASHING

Bien trop de blabla



Combat!

La FRC a mis en place une série qui porte bien son nom: Durablabla. Publiée en alternance dans la Lettre FRC *C'est la jungle!* et dans *FRC Mieux choisir*, elle montre chaque mois un exemple d'emballage où le décor est trop bucolique pour être vrai et/ou l'allégation trop alléchante comparée à la réalité des engagements pris par les entreprises.

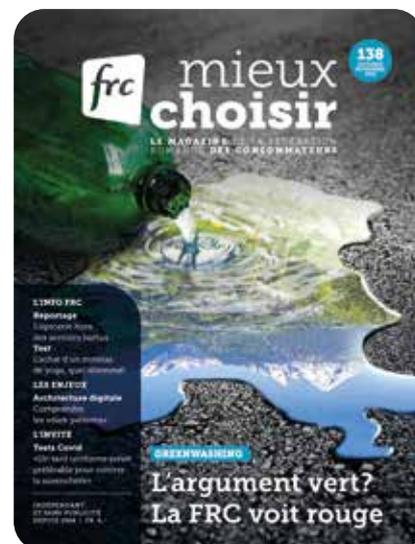
L'influence incontestable des arguments verts sur la perception des produits, en particulier sous la pression du temps, est un élément qui est aussi ressorti d'un sondage mené auprès de 3500 personnes dans toute la Suisse par la FRC et ses consœurs alémanique et tessinoise Konsumentenschutz et ACSI. «Neutre en carbone», «écologique» ou «biodégradable»: pour la grande majorité des consommateurs, ces allégations sont problématiques. Extrêmement variables d'un produit ou service à l'autre, elles doivent être encadrées par la loi, ce qui n'est pas le cas actuellement ou seulement partiellement.

C'est donc à Berne que se poursuit le combat pour que les Helvètes puissent être aussi bien protégés que leurs voisins. En

Europe, la mise en œuvre de la Directive sur les pratiques commerciales déloyales met particulièrement l'accent sur la lutte contre l'écoblanchiment. La Suisse doit suivre. ●



► frc.ch/greenwashing



168

Le nombre de marques concernées par cet étiquetage, soit une septantaine de producteurs et détaillants engagés.

NUTRI-SCORE Indice amélioré



Combat!

Le Nutri-score renforce sa présence sur les emballages alimentaires, même s'il n'est pas aussi généralisé qu'en France. Outre le dialogue avec les fabricants, la FRC continue à fournir aux consommateurs des explications sur son utilité, son fonctionnement et sa raison d'être. À ce titre, elle calcule le Nutri-score sur toutes les denrées qui figurent dans ses tests lorsque cela s'avère possible et pertinent. Elle le fait aussi figurer au sommaire de ses cours Bien manger à petit prix et répond aux médias. *FRC Mieux choisir* a publié l'analyse de Serge Herberg, directeur de l'équipe qui a conçu le Nutri-score, après quatre années d'utilisation. Il s'est exprimé sur les améliorations que cet indice a intégrées en 2022. ●



► frc.ch/nutriscore

INDICATEUR

Après le Nutri-score, les éco-scores



Combat!

Certains détaillants font figurer des éco-scores sur les denrées. Cet étiquetage volontaire leur permet de choisir la méthode d'évaluation et les produits notés. Le tout se résume en une note agrégée symbolisée par des étoiles ou des lettres. Sur le principe, le fait que le client dispose de plus d'informations concernant l'impact des aliments sur l'environnement est bienvenu. Sauf que la multiplicité des scores sur le marché et la diversité de leurs méthodes nuit à la compréhension. Aux yeux de la FRC, qui a publié un comparatif dans son magazine *Spécial*

Tests 2022, il serait préférable de disposer d'un score unique situant à la fois l'article dans tout l'assortiment pour s'orienter vers un régime durable, mais aussi dans sa propre catégorie pour que chacun puisse affiner son choix. Actuellement, un seul indicateur donne partiellement ce niveau de détail. Raison pour laquelle la FRC a demandé à la Confédération d'agir en faveur d'une harmonisation de l'information via le dépôt d'une intervention parlementaire. ●



► frc.ch/ecoscore

VIANDE

Le moins est le plus



Combat!

La FRC a rejoint la campagne «Moins de viande - davantage de respect pour les animaux» visant à sensibiliser sur l'importance de manger de la viande moins souvent pour sélectionner celle qui provient des élevages respectueux des bêtes. Soutenue par des organisations agricoles, de protection des animaux et de consomma-

teurs, cette campagne permet de rappeler qu'en adoptant de nouvelles habitudes, nous avons concrètement la possibilité de contribuer à réduire la pollution et à améliorer le bien-être animal. Ici, moins, c'est définitivement plus! ●



► priorite-bien-etre-animal.ch

DROIT ALIMENTAIRE

La FRC ne chôme pas



Combat!

La révision du droit alimentaire, débutée en 2022, est considérable. La FRC a déjà pris position sur 23 ordonnances. Parmi les points positifs, les indications obligatoires de la teneur en sucre et acides gras saturés ainsi que du pays de fabrication du pain et des produits de boulangerie, l'introduction de dispositions visant à favoriser le don d'aliments et celle de nouvelles mesures préservant certaines denrées traditionnelles (chocolat, p.ex.).

Notre association a toutefois demandé des modifications additionnelles afin de renforcer la protection de la santé des jeunes, particulièrement vulnérables car en plein développement. Davantage de garde-fous sont aussi attendus concernant certains contaminants et les additifs nitrités. Le travail législatif va se poursuivre sous la Coupole fédérale. Il s'annonce très important. Un travail d'information participera à construire une stratégie nouvelle. ●

AGRICULTURE

Vision d'actualité

À quoi devrait ressembler l'agriculture de demain pour répondre aux attentes des consommateurs comme aux défis environnementaux? C'est pour exposer les bases de cet équilibre complexe que la FRC avait publié sa Vision de l'agriculture en 2018. Depuis, les enjeux agricoles n'ont pas changé, mais il était temps de mieux présenter certaines solutions et d'expliquer davantage les voies à ne pas suivre. Raison pour laquelle le document a été revu en mettant l'accent sur l'importance de repenser le modèle. ●

La FRC a aussi formulé sa vision de l'avenir concernant la santé et l'alimentation.



► frc.ch/visions

SAISONNALITÉ

Fraises de février



Combat!

Lancée en 2021, la campagne FRC #Ramènetafraise avait pour objectif de dénoncer les incohérences de l'assortiment des détaillants en matière de saisonnalité et de durabilité. Elle visait aussi à les mettre face à leurs responsabilités. Notre enquête a en effet prouvé que sans marketing agressif, les quantités vendues seraient bien moindres. En 2022, la FRC a poursuivi son travail de sensibilisation, mettant en lumière une autre face cachée: l'assèche-

cqfd

Au stand FRC à Porrentruy, les badauds n'ont pas tari d'éloges sur le goût et le parfum inégalables des fraises du coin et de saison.

ment de la région de Doñana et les droits bafoués des travailleurs chez un fournisseur de Migros à Almería. L'association a à nouveau procédé à plus de 300 relevés en supermarché. Pour constater que les quelques engagements pris avaient été tenus, mais que dans l'ensemble, les grandes surfaces ont encore de sérieux efforts à fournir. La clientèle, elle, saisit les enjeux: en février 2023 déjà, elle nous signalait certaines enseignes, photo à l'appui. Dénoncer les contradictions flagrantes entre communication «durable» et réalité des étals continuera de nous occuper fortement. ●



CONSUMMATEURS Programme varié

Les événements liés à ce projet ont à nouveau eu lieu en présentiel, hormis les formations dont le déroulement est conçu pour se tenir en ligne. Le changement de caisse maladie - hausse de primes oblige - a réuni davantage de monde qu'en 2021. Le dossier électronique du patient (DEP) a attiré moins de monde, ce qui reflète les difficultés logistiques et politiques auxquelles le DEP est confronté. La communauté des Consommateurs s'est aussi montrée réactive aux appels à participation pour des organismes tiers.



En novembre, la FRC a organisé son 3^e Forum des patients et des assurés. Il était consacré aux médicaments. Leur prix reste deux à cinq fois plus élevé qu'à l'étranger et ni la prescription ni la consommation ne baissent, ce qui représente des enjeux sur la

327

Le nombre de personnes engagées par leur expertise citoyenne dans le projet.

santé humaine et celle des écosystèmes. Les 60 participants ont pu compter sur la présence de Stefan Meierhans, alias M. Prix, de Nathalie Chèvre, écotoxicologue, de Mélanie Brühlhart, pharmacienne représentant le Service de la santé du Jura, de Jenny Gentizon, infirmière MScSI, ainsi que de Nicolas Rodondi. Ce médecin s'était exprimé dans notre magazine pour introduire le débat. La formule «world café» a permis tant aux acteurs du système de la santé qu'aux citoyens de faire valoir leur expertise. ●



► frc.ch/consommateurs

COURTAGE Bonne conduite mieux régulée



Victoire!

Depuis 2021, un accord de branche régle l'activité des courtiers. Les assurés peuvent donc dénoncer les violations auprès d'une Commission de surveillance. En 2022, la FRC en a testé la portée et l'efficacité. Grâce à son intervention, deux enquêtes ont été ouvertes contre Sympany et le Groupe Mutuel. La Commission de surveillance a donné raison à notre association. Rien n'indique toutefois que ces décisions déploieront les effets attendus. Les possibilités de contourner ou d'affaiblir l'accord de branche existent bel et bien. Si le Parlement a décidé que les mesures s'appliquaient à tous les courtiers sans exceptions (employés ou non par les caisses), il n'a pas donné au Conseil fédéral la possibilité d'intervenir si les assureurs ne parvenaient pas à s'entendre sur un accord respectant l'ensemble des critères légaux. La victoire est partielle, le Parlement aurait pu mieux faire. ●



► frc.ch/accord

ASSURANCE ANIMAUX Clauses plus claires



Victoire!

Après des errements sur la manière de communiquer certaines clauses contractuelles envers ses assurés, la compagnie Epona, récemment rachetée par La Vaudoise, s'est engagée auprès de la FRC à faire œuvre de plus de transparence. Les efforts sont dus, en bonne partie, aux nombreux témoignages sur lesquels notre service juridique a pu s'appuyer pour dialoguer avec l'entreprise. Plusieurs articles de *FRC Mieux choisir* ont participé à mieux expliquer les subtilités se cachant dans les contrats. Résultat: les réclamations ont nettement diminué depuis. ●

MAISONS DE RECOUVREMENT

La FRC au front



Combat!

Les méthodes des sociétés de recouvrement posent toujours autant de problèmes, aucun encadrement légal n'étant prévu. En cause, la réclamation quasi systématique de prétendus «dommages supplémentaires» souvent élevés. Des «frais de dossier» et «de rappel» s'y ajoutent. En outre, un mode opératoire en lien avec les voyageurs suisses vers l'Italie se développe, il concerne des amendes d'ordre pour infraction routière jusqu'à plusieurs années après un séjour dans ce pays. Des cabinets d'avocat s'associent à des maisons de recouvrement pour réclamer des montants la plupart du temps infondés, prescrits, sans aucune preuve et de manière illégale. La FRC est à nouveau intervenue par l'entremise de sa Secrétaire générale auprès du Conseil fédéral pour demander des garanties d'application du droit et éviter les abus, mais aussi des organes indépendants de surveillance et de médiation. ●

Lire aussi *Bilan des plaintes*, pp.10-11.



► frc.ch/recouvrement.

ACTION COLLECTIVE

Même justice pour tous



Combat!

L'action collective est un mécanisme juridique, dont disposent désormais les consommateurs de 27 pays européens, qui permet aux particuliers qui font face aux mêmes dommages d'agir ensemble pour faire valoir leurs droits. Les Suisses ne disposent toujours pas de cet outil et sont contraints de bricoler en attendant. Le travail parlementaire sur un projet de loi est en cours. Il est vivement combattu par certains représentants de l'économie suisse qui se bornent à y voir un système dangereux à l'américaine, néfaste pour les entreprises. Ce sera au Parlement de travailler assidûment à son efficacité, en veillant notamment à ce que les frais de procédure ne constituent pas un rempart. La FRC a développé un site en ligne dédié à l'action collective. Décliné en français et en allemand, il permet de poursuivre la sensibilisation à ce thème et de documenter les enjeux. ●



► actioncollective.ch

TESTS SANTÉ

Les femmes et les enfants d'abord

La FRC s'est intéressée à la culotte menstruelle et aux articles de puériculture. Le premier test a fait appel à 83 volontaires recrutées par son compte Instagram pour évaluer dix modèles. Le deuxième a été mené avec l'Université de Lausanne en vue de rechercher 11 bisphénols différents dans 100 objets destinés aux moins de 3 ans. Résultat: plus de la moitié recèlent un ou plusieurs bisphénols. Les articles de dentition s'avèrent particulièrement problématiques. Ce test, qui révèle un problème d'exposition chronique, a servi à sensibiliser la population, les politiciens et les fabricants. Et nos confrères danois ont décidé de reproduire ce test chez eux. ●

INVESTIGATION

Factures opaques

Les données récoltées pour le dossier Fraises ont permis d'expérimenter le *long form*, un genre rédactionnel riche et exigeant qui offre un contenu digital à haute valeur ajoutée. En 2022, l'analyse a porté sur des factures de médecin incompréhensibles concernant des prestations hospitalières. L'enquête faisait suite au long format sur la pénurie de généralistes et la difficulté de se faire accepter comme nouveau patient. ●



► frc.ch/honoraires

Bilan des plaintes des consommateurs

Primes maladie, alimentation, électricité: la vie chère a compliqué le quotidien.

Les plaintes et réclamations des consommateurs en lien avec des questions d'argent et de budget sont en augmentation par rapport à 2021. Sur près de 7200 signalements adressés à la FRC en 2022, 6,1% concernent la hausse des dépenses. Dans le domaine des assurances-maladie, par exemple, Assura monte de deux rangs pour se hisser à la 6^e place des sociétés les plus dénoncées en 2022, principalement en raison des primes, qui grèvent toujours plus le budget du ménage. Les motifs d'énerverment portent aussi sur l'alimentation et la distribution, domaine de dépenses incontournables et sur lequel il devient de plus en plus difficile de pouvoir agir (4,4% des plaintes). Les consommateurs observent que l'inflation sert souvent de prétexte à justifier des

du nombre de plaintes. En chiffres absolus, les réclamations à son encontre sont en hausse par rapport à 2021. Les griefs portent sur le service clients ou encore le refus de Sunrise UPC d'accepter les résiliations écrites. Cette complication inutile met à mal la liberté de choix des clients, raison pour laquelle la FRC lui avait demandé de changer de pratique. En matière de consommation courante, la FRC défend l'idée que l'on doit pouvoir se départir d'un contrat simplement et par écrit. Notre organisation a eu plus de succès avec Salt, qui a modifié ses conditions générales de vente en réintroduisant le droit de résiliation écrite, après avoir constaté que les gens y étaient attachés. Le fait que Salt descende de la 2^e à la 5^e place n'y est pas étranger.



hausse en tous genres. Enfin, les réclamations progressent dans le domaine de l'énergie et de l'environnement (2,6%); en cause les factures d'électricité. Les frais de chauffage sont en outre attendus pour l'année 2023.

OBLIGO | L'entreprise de facturation enregistre en 2022 pratiquement un doublement des réclamations, passant du 8^e au 2^e rang. C'est près d'une plainte tous les deux jours, et cela s'aggrave encore en 2023. Les témoignages sont de deux natures: soit un abonnement à des sites porno présentés comme gratuits deviennent payants après 72 heures, soit la personne explique n'avoir conclu aucun abonnement.

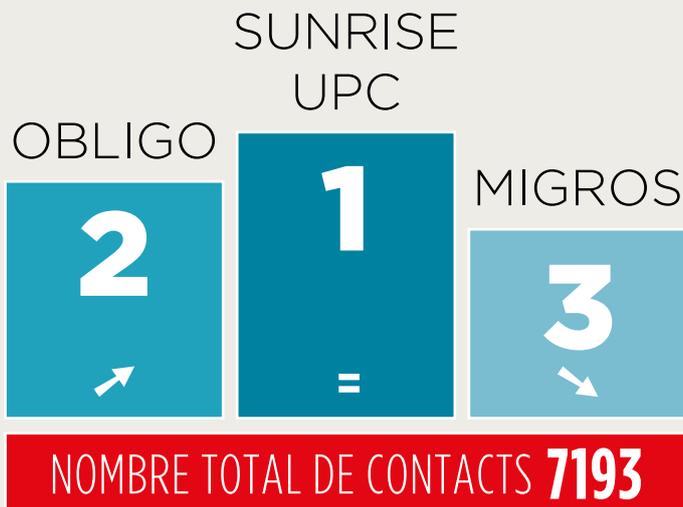
MIGROS | Le géant orange rétrograde d'un rang par rapport à 2021 mais reste sur le podium du pire. L'étiquetage des produits, c'est un classique, suscite toujours son lot de plaintes variées. Le non-respect de la saisonnalité des fruits et légumes apparaît également comme un motif d'incompréhension ou de colère. Enfin, la *shrinkflation* – forme d'inflation invisible qui fait diminuer la quantité d'un produit tout en le vendant à un prix stable voire augmenté –, est régulièrement pointée du doigt. La pratique a beau être légale, il n'en demeure pas moins qu'elle doit être transparente et que les clients doivent être correctement informés avant l'achat. ●

SUNRISE UPC | Pour la deuxième année consécutive, l'opérateur obtient la palme



► frc.ch/sedefendre

EN 2022, SUNRISE UPC A ÉTÉ LA SOCIÉTÉ
LA PLUS MISE EN CAUSE,
TALONNÉE PAR OBLIGO ET MIGROS



SOCIÉTÉS LES PLUS DÉNONCÉES

RANG

1	SUNRISE UPC
2	OBLIGO
3	MIGROS
4	SWISSCOM
5	SALT
6	ASSURA
7	COOP
8	FUST
9	LA POSTE

ACTION JUDICIAIRE ET INTERPELLATION

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 FRC a fait appel au Tribunal cantonal de la décision d'acquiescement d'Obligo en première instance par le Tribunal de March (SZ). Dans sa plainte (qui remonte à 2014), elle invoque une violation de la Loi contre la concurrence déloyale. La FRC continue à documenter les cas; elle a notamment lancé en mars un formulaire en ligne pour documenter la situation.

CONFORAMA | La FRC avait déposé plainte en 2019 reprochant des comparaisons de prix incorrectes sur plusieurs articles. En 2022, de nouveaux relevés du Ministère public indiquent que cela se poursuit. Ces éléments plaident en faveur d'une condamnation pénale de Conforama en tant qu'entreprise du fait de son manque d'organisation. Le Tribunal de Lausanne statuera en 2023.

E-COACH.ME | Cette mystérieuse société du Delaware proposait des listings de logements vacants aux personnes en quête d'un appartement dans l'Arc lémanique. Les prestations étaient facturées chèrement (490 fr./mois ou 190 fr./semaine). Suite à de nombreuses plaintes, la FRC a interpellé E-coach.me et appris qu'elle n'avait aucun contrat d'exclusivité avec des régies ou des propriétaires. En octobre dernier, l'entreprise a fini par renoncer à ses listings.

THÉMATIQUES LES PLUS FRÉQUENTES

CONTRATS DE VENTE ET DÉMARCHAGE	18,7%	↘
ARNAQUES	17,3%	↘
AUTRES CONTRATS	15,6%	↘
ASSURANCES	8,6%	↗
ARGENT ET BUDGET	6,1%	↗
COMMUNICATION	6,1%	↘
ALIMENTATION ET DISTRIBUTION	4,4%	↗
TRANSPORTS	3,9%	↗
SERVICES ET PRESTATIONS FRC	3,7%	↗
RECouvreMENTS ET POURSUITES	3,3%	↘
PROTECTION DES DONNÉES, SUCCESSION, VOISINAGE	2,6%	↘
ÉNERGIE ET ENVIRONNEMENT	2,6%	↗
SERVICES FINANCIERS	2,5%	↘
SERVICES PUBLICS	2,3%	↘
SANTÉ	2,3%	↘

Davantage de bailleurs

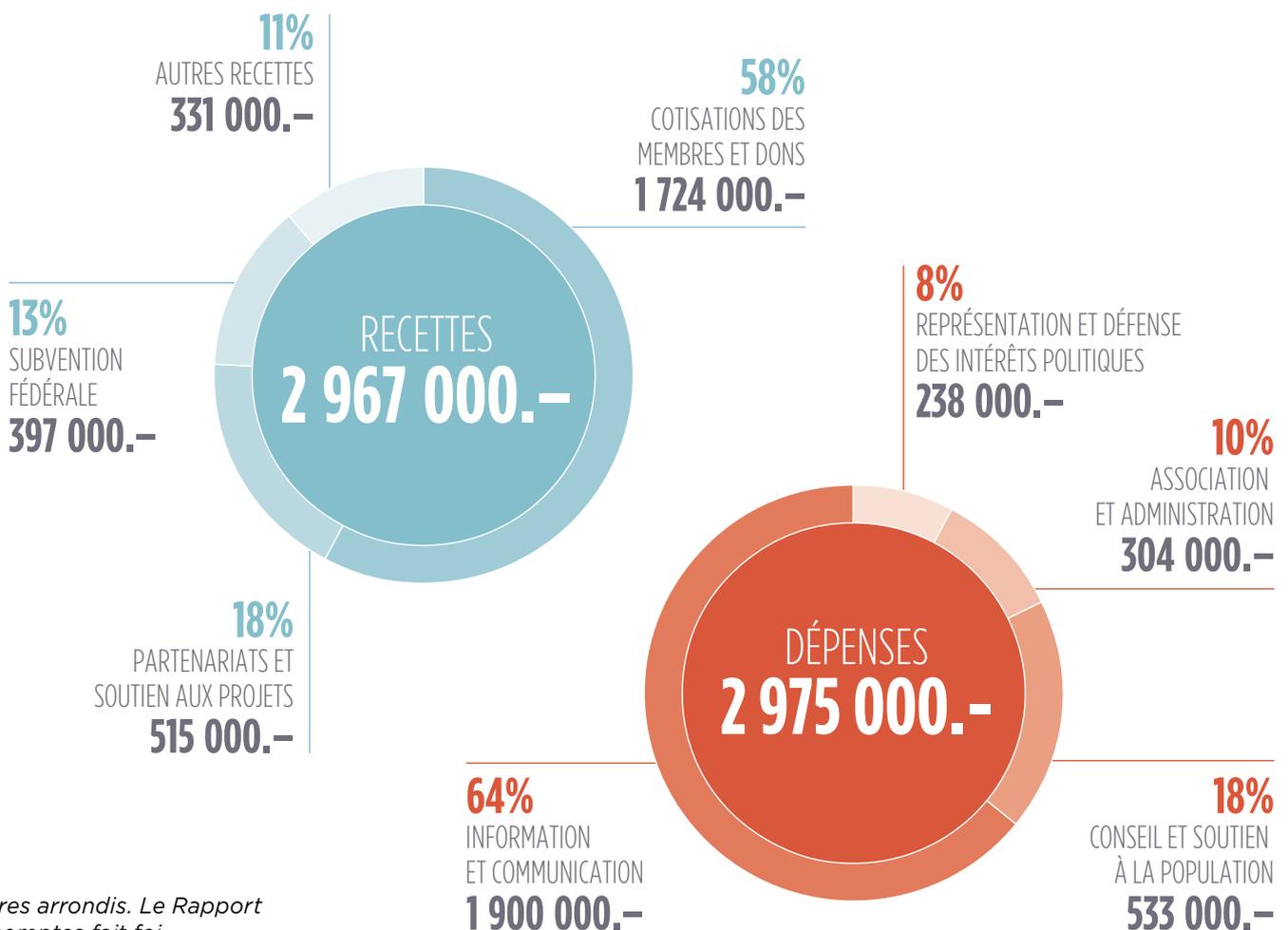
La FRC cherche de plus en plus à diversifier ses sources de financement. Cela accroît sa pérennité et augmente sa force de frappe. Il faut le clamer haut et fort: nous sommes une association. Pas un bras paraétatique payé par les contribuables ni un média financé par la publicité. Tout au long de l'année, nous livrons énormément d'informations qui vont bien au-delà de celles que nous produisons. Et nous ne

sommes pas rétribués pour ce contenu. Nous devons le faire savoir à nos bailleurs potentiels – qu'il s'agisse d'organismes institutionnels ou privés voire même de particuliers. Ce vaste chantier, amorcé en 2022, va se poursuivre de manière intensifiée.

Des fondations reconnaissant notre organisation d'utilité publique, nos valeurs et la force de nos actions soutiennent des projets dans la consommation durable, l'alimentation, la santé. Nous chercherons aussi à leur faire financer un combat autour de la protection des données personnelles et de la manipulation en ligne. A priori, la cause n'est pas évidente ni attractive, elle est pourtant d'intérêt général: agir pour la société dans son ensemble est un investissement nécessaire. Et en matière numérique, la Suisse vit,

66 000.-

La somme récoltée en dons en 2022.



Chiffres arrondis. Le Rapport des comptes fait foi.

il faut le souligner, une «situation de vassalité totale» par rapport aux GAFAM.

Les cotisations et dons, nos recettes principales, sont également au cœur de nos réflexions. En effet, les recettes des cotisations ont diminué de 3% en 2022 (soit une perte de 50 000 francs). Parmi les projets développés à l'interne, celui de trouver de nouveaux moyens afin de les augmenter, entre autres en facilitant le don en ligne, et ainsi élargir notre communauté de fidèles donateurs qui ont été très généreux cette année. Merci à eux!

Pour y parvenir, nous devons d'abord investir et développer nos outils numériques et informatiques. En 2022, nous avons externalisé la gestion et la sécurité de notre parc informatique. Les deux années qui suivent, nous allons procéder à la refonte du site internet et revoir nos outils informatiques de gestion des communautés. Cela nous permettra de répondre au mieux aux besoins d'information et de soutien des consommateurs. ●

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 et de Fribourg

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

Promotion Santé Suisse

La Conférence latine des affaires sanitaires et sociales

Pharmasuisse

Pro Senectute



Intégralité des comptes annuels
► frc.ch/organisation

PALÉO

Unis par des jeux, un test et des conseils

Six jours en immersion avec le public? De quoi faire swinger l'association et les gens qui la composent. Sous la houlette du Secrétariat central et de la FRC Vaud, une équipe de 27 personnes – dans un format où bénévoles venus de toute la Suisse romande et salariés sont réunis – s'est relayée sur la plaine de l'Asse. Comme dans toute manifestation culturelle en lien avec des billetteries en ligne, juristes et Experts conso ont joué leur rôle de conseil, rappelant les bons réflexes lors de commande de billets. L'humeur se voulait aussi collaborative: chaque festivalier était invité à épingler ses bonnes adresses sur une grande carte de la Suisse romande (p. 14) et à participer au test grandeur nature des protections auditives. Quelque 200 volontaires ont évalué la qualité de ces bouchons colorés en mousse lors des concerts. ●

200

Le nombre de volontaires qui ont participé au test sur les prothèses auditives.

Quant au quiz Instagram développé pour l'occasion – Dis-moi ce qui t'énerve, je te dirai quel rôle endosser à la FRC – il a fait un carton! Il a d'ailleurs aussi fait la joie du public à Bulle lors du Salon des Goûts et Terroirs. ●



Nos yeux et nos oreilles, partout

864

Le nombre de relevés effectués par nos 80 enquêteurs durant leur mandat 2022.

Le réseau des clients mystères est une spécificité propre à la FRC. Dans chaque canton romand, et dans une moindre mesure au Tessin aussi, l'association dispose de bénévoles prêts à aller vérifier une théorie, visiter un commerce, poser des questions. Chacune de ces informations constitue un élément qui contribue à donner une image de la Suisse romande.

La publication de ces résultats permet ensuite de sensibiliser le grand public, de provoquer une prise de conscience, d'agir ou de faire pression sur des entreprises pour qu'elles modifient une pratique et de nourrir le travail politique de la FRC pour que la législation évolue. L'importance de ce travail d'enquête de terrain ne cesse de gagner en reconnaissance auprès du grand public. De nombreux organismes

et des médias nous envient notre force de frappe sur le terrain.

Actuellement, c'est un réseau de 80 personnes qui mènent entre dix et quinze enquêtes FRC chaque année. Outre sa réactivité et son enthousiasme à répondre toujours présent, ce réseau a un atout important, sa richesse: il est représentatif de tous les âges, milieux professionnels, origines ou centres d'intérêts.

Cette communauté de l'ombre œuvre pour faire évoluer les choses pour l'ensemble des consommateurs. Ces hommes et ces femmes partagent des qualités: la curiosité, la ténacité, la rigueur et un sens accru de la justice. Survol d'une partie des thèmes de l'année sous le spectre d'un canton choisi. ●

COMMERCE

Visites cachées ou non

Le travail de terrain est majoritairement assumé par 240 bénévoles. En ville comme à la campagne, ils participent à plusieurs projets, dont certains ont le soutien des cantons ou des communes. Leur mission: vérifier concrètement ce qui s'y fait.

BONNES ADRESSES | Le site de la FRC répertorie 1216 raisons de privilégier les circuits courts! Réparties en six annuaires, ces adresses permettent de privilégier petits commerces, artisans et exploitations qui pratiquent ici la vente en vrac, en direct ou l'auto-cueillette, là la réparation ou la réutilisation d'objets du quotidien. À noter que les citadins de Genève, Lausanne et Neuchâtel sont redirigés vers un site dédié, développé en partenariat avec notre association. Une trentaine de bénévoles sillonnent la Suisse romande pour nourrir ces annuaires et les tenir à jour. La tenue d'un stand à Paléo a été l'occasion de faire participer le grand public, qui a pu partager ses lieux favoris pour en faire profiter le plus grand nombre par la suite une fois les vérifications terminées.

AFFICHAGE DES PRIX | Dans les cantons de Neuchâtel et du Jura, garantir une information transparente passe par le biais du contrôle de l'affichage correct de la tare et des prix. Sur mandat de leurs autorités cantonales, les FRC Neuchâtel et Jura contribuent à améliorer la situation en participant chaque année à plus d'une centaine de visites. Lesquelles ont montré, en 2022, des taux d'affichage incorrects proches de 50% (NE, 100 enseignes) et de 90% avec des degrés variables (JU, 10). De quoi doper la motivation des bénévoles à agir et à dialoguer avec les commerçants.

PRIX DU COMMERCE | Autre action qui vise à accompagner les efforts des acteurs de l'économie en matière de production responsable (circuits courts) et à améliorer la transparence relative aux marchandises (affichage des prix), le concours du Prix du commerce genevois. Durant deux mois, les bénévoles de la FRC Genève se rendent anonymement chez les candidats afin de juger de leur attractivité (qualité de l'accueil, savoir-faire). Une des deux coprésidentes est aussi membre du jury qui délivre leur palme aux lauréats en décembre. ●



► frc.ch/benevoles



Tourbe dans les plantons

Comment la clientèle fait-elle pour savoir si les plantons ou aromatiques en pots qu'elle achète en jardinerie contiennent de la tourbe ou non? Pour rappel, l'exploitation de la tourbe nuit au climat et à la biodiversité, et pourtant, la Suisse en importe plus de 5 millions de mètres cubes par an. Au printemps, dix commerces proposant plantons de salade, ciboulette ou menthe ont reçu la visite de nos enquêteurs, qui sont restés dans le flou le plus approximatif avec les réponses qu'ils ont reçues.



Objet à peine acheté, déjà jeté

Que se passe-t-il lorsqu'un objet acheté récemment dysfonctionne? Dans l'immense majorité des cas, il est simplement jeté par le commerce en question et il n'est vraiment pas simple d'obtenir une réparation. Une aberration qui n'épargne pas le canton du Jura puisque les magasins de la région soumis à l'enquête de juin et juillet 2022 procèdent de même.



Menu sans viande au restaurant

Du bistrot au restaurant renommé en passant par le tea-room et la taverne à burgers: nos valeureux enquêteurs ont épluché les cartes d'une cinquantaine d'établissements dans tout le canton durant l'été 2022 pour évaluer l'offre végétarienne qui y était proposée. Sur la base de ces observations, les spécialistes de la FRC ont par la suite pu analyser la qualité et l'équilibre des assiettes.



Mascottes et denrées

Plus de 80 produits destinés aux plus jeunes et affublés de mascottes ou de personnages ont été scrupuleusement relevés en avril 2022 dans la grande distribution dans la seule ville de Fribourg pour déterminer s'ils répondaient aux exigences de l'OMS en matière d'aliments équilibrés.



Bien choisir son ordinateur

Les clients mystères de la FRC ont visité sept commerces dans le canton (sur 29 au total) pour évaluer les conseils délivrés lors de l'achat de matériel informatique en septembre 2022. Les données récoltées ont ensuite été évaluées par des experts indépendants. L'enquête a fait l'objet d'un partenariat avec Pro Senectute Vaud.



Qualité de l'eau du robinet

C'est dans la commune de Fully que notre enquêteur a reçu le plus rapidement une réponse concernant la qualité de l'eau du robinet. Il ne s'est écoulé que 15 minutes entre l'envoi de la question et le retour officiel. Au total, une vingtaine de localités ont été interrogées en janvier 2022 pour cette enquête.



Ancrages locaux: la diversité est dans la nature

Rallye des écoles à Sion, Miam Festival à Lausanne: les messages s'adressent aux enfants.



La FRC dans les régions, c'est un travail qui porte les combats de fond de manière bien visible auprès de la population. Mais il s'agit aussi d'un travail de l'ombre, notamment par le biais de participations multiples dans des commissions cantonales et romandes ou dans d'autres organismes tiers: alimentation et agriculture, santé, énergie et environnement, transports, digital, etc. Une mention à

part pour la FRC Valais, dont la présidente siège au Grand Conseil et qui a porté la voix des consommateurs durant la consultation de la future Loi sur le climat et l'application concrète du Plan cantonal.

En 2022, les barrières Covid étant définitivement tombées, les activités ont repris pleinement: chaque antenne cantonale, selon ses aspirations et spécificités, a occu-

pé le terrain. Le programme a été riche et les bénévoles portés par l'enthousiasme. L'alimentation au sens large reste un thème très prisé, tant des bénévoles que des participants aux événements qu'ils organisent. L'alimentaire sur le terrain se traduit notamment en cours, en ateliers, en conférences. C'est aussi l'occasion d'organiser des visites d'entreprises pour nouer le dialogue avec artisans ou petits exploitants – de l'univers brassicole ou du yerba maté à la pisciculture – comme ont pu le faire les Vaudois et les Jurassiens. Les stands sont aussi un lieu important de sensibilisation aux actions de l'association (*lire p. 17*).

Dans le secteur de la restauration privée et collective, l'engagement s'exprime de manière plus confidentielle. Par exemple, les dégustateurs Fourchette verte. Ou, dans le Jura, les métiers de bouche (boulangerie-pâtisserie, cuisine, restauration et boucherie) font l'objet d'un concours. La FRC Jura participe au jury qui évalue les apprentis. Une opportunité pour les uns de montrer l'étendue de leurs capacités et leur diversité et pour la FRC de valoriser l'authenticité de leur savoir-faire. ●

FOURCHETTE VERTE

Manger labellisé

Chaque année, des dégustateurs bénévoles dûment formés participent au suivi des restaurants labellisés Fourchette verte dans la plupart des cantons romands. mangent dans chaque établissement et transmettent leur appréciation à la coordinatrice du label. Les visites ont enfin pu reprendre courant 2022. La restauration collective labellisée (crèches, homes, restaurants d'entreprise) fait également l'objet de visites. ●

600

Le nombre de Participants aux événements FRC. Gaspillage, alimentation équilibrée et durable, Nutri-score et provenance étaient au programme.

BIEN MANGER À PETIT PRIX

Comment trouver son équilibre

Dans le cadre de ce projet qui bénéficie de soutiens cantonaux, les FRC Vaud et Neuchâtel mettent sur pied des animations – dont quelques-unes en collaboration avec des diététiciennes – intitulées *Du magasin à l'assiette: trouver son équilibre*. Le module en cours s'adresse aux seniors actifs et à leur besoin accru en protéines, mais il se décline aussi pour toutes les

catégories d'âge. La FRC Fribourg joue, elle, la carte d'ateliers de cuisine avec un chef professionnel au sein de la Haute École d'ingénierie et d'architecture de Fribourg: recettes végétariennes, bowls aux saveurs

tendance ou astuces antigaspi sont au menu. En outre, certaines formations FRC s'adressent spécifiquement aux femmes migrantes (GE, NE).



18

Cours, ateliers et animations pour 201 personnes.

STANDS

Échanger et goûter

Côté stands, chaque antenne cantonale a choisi ses sujets de prédilection. Panachage:

FRC NEUCHÂTEL | Dans le cadre de la manifestation Les villes d'Europe et l'eau, les bénévoles ont rappelé les vertus économiques et écologiques de l'eau du robinet. Et même si l'actualité a révélé des taux de pesticides élevés, des systèmes de contrôles pointus peuvent rassurer et diminuer les montagnes de déchets plastiques.

FRC GENÈVE | Les effets des sucres sur la santé, on en parle? Le contact direct avec la population permet de sensibiliser à ce que l'on consomme tout au long de la journée et de promouvoir les bons réflexes.

FRC VALAIS | Rien ne vaut l'expérience pour comprendre des enjeux parfois complexes. Deux dégustations ont été organisées: l'une de fraises au printemps à Charrat pour parler terroir et saisonnalité, l'autre d'olives noires, vertes et rabougries à la rentrée, auprès de 120 élèves de Sion

pour aborder la notion de transformation d'un aliment qui, en apparence, est considéré comme naturel (*photo p. 16*).

FRC JURA | Même régime alimentaire autour des fraises au marché de Porrentruy où les produits locaux ont prouvé être meilleurs à tout point de vue. Les badauds n'ont pas tari d'éloges sur leur goût et leur parfum inégalables. Ils ont aussi testé leurs connaissances sur les denrées de saison grâce à un quiz.

FRC FRIBOURG | Le stand au Salon des Goûts et Terroirs, à Bulle, abordait la question du gaspillage alimentaire, thème fort de l'année, assorti d'une animation ludique, avec un «compost basket», sorte de jeu de balle revisité.

FRC VAUD | C'est aussi le sujet choisi par les bénévoles qui ont profité de distribuer, comme à Bulle d'ailleurs, un mini-guide de poche pratique, sorte de kit des gestes du quotidien qui font la différence, en plus de leurs animations.

L'antisèche antigaspi dans ses habits 2022. À télécharger sur frc.ch/gaspillage



REPAIR CAFÉ

Un succès non démenti

Depuis dix ans et de manière renforcée, la FRC, pionnière du mouvement des Repair Cafés en Suisse, vise à renforcer le marché de la réparation amateur et à créer l'engouement pour cette manière durable de consommer.

Notre association offre un soutien concret à la création de ce type d'événements: les organisateurs bénéficient d'un kit de démarrage gratuit qui compile tout ce qu'il y a à savoir pour la bonne marche d'une manifestation, d'une couverture assurance, de matériel de communication produit par le Secrétariat central de la FRC et d'une diffusion de l'information sur les différents canaux digitaux de l'association.



Certains de nos réparateurs bénévoles participent également à des événements tiers pour partager leur expérience en la matière et soutenir l'essor de nouvelles initiatives. Le but est affirmé: outre qu'elle développe ses propres rendez-vous, la FRC encourage l'émulation auprès d'autres associations, collectifs,

96
Le nombre de
Repair Cafés organisés
et accompagnés
en 2022.

voire pouvoirs publics à organiser les leurs et le public à y participer.

En 2022, cette activité est devenue prioritaire et va le rester (*lire p.4, Économie circulaire*). L'organisation de ces journées comble une demande que les détaillants et les marques se refusent encore à assumer, préférant remplacer les appareils défectueux plutôt que de les réparer.

Parmi les nouveautés 2022, la présence de réparateurs maniant avec dextérité une imprimante 3D au Châble (VS) et à Clarens (VD). La technique, quand elle est maîtrisée, offre des débouchés intéressants: pallier l'absence de pièces de rechange des fabricants en les modélisant. Quand l'objet s'y prête, c'est autant de chances supplémentaires de prolonger la vie d'un appareil domestique! ●

Mal au porte-monnaie?

Année d'inflation oblige, la traque au gaspillage a reçu un écho particulièrement favorable. Il a été décliné sous diverses formes et dans différents formats, dont des vidéos tournées pour l'occasion. Outre les bons gestes dans l'alimentaire (*lire p.17, Stands*) et les Repair Cafés, les sept traditionnelles Bourses aux habits des cantons de Fribourg et du Jura permettent, pour les uns, de bonnes affaires,

pour les autres, de faire le tri dans les armoires en donnant une seconde chance aux vêtements.

Dans le registre des finances personnelles, les consultations en budget proposées par les conseillères spécialisées de la FRC aident à se pencher sérieusement sur le budget du ménage. Des rendez-vous taillés sur mesure afin de revoir une situation financière qui évolue ou de prévenir la spirale de l'endettement. Nouveauté à Neuchâtel, la prestation est gratuite et permet d'attirer un large public. ●

La FRC dans les régions: une nécessité et des défis

Notre association peut compter sur de nombreuses forces vives. Une Secrétaire générale active sur de nombreux fronts, portant sans relâche au Parlement nos projets en matière de transparence et de durabilité. Une équipe de spécialistes et de journalistes qui déjouent les pièges du quotidien, anticipent les enjeux de demain et les documentent, afin de les rattacher à des solutions ou des réformes concrètes; des juristes et des experts disponibles tous les jours pour répondre aux questions de la population et la défendre en cas d'abus.



CHRISTOPHE BARMAN
Président de la FRC

La démarche serait incomplète sans les bénévoles et les antennes régionales qui portent la voix et l'image de la FRC sur le terrain, là où les médias cessent d'émettre et là où il faut agir pour convaincre. Repair Cafés, conseils en budget, ateliers pour une vie saine et équilibrée, répertoires de bons plans variés et opérations à l'égard des petits commerces, contacts réguliers et directs avec la population: autant d'actions qui permettent à la FRC de s'enraciner dans toutes les régions de Suisse romande. Sans bénévoles et sans liens locaux, pas d'ancrage donc.

Cette chaîne vertueuse, pour être maintenue, exige beaucoup de moyens et de l'engagement. En matière de coordination d'abord, pour que chaque organe maintienne le contact avec les autres. La gouvernance est, ensuite, cruciale: délibérer et décider de manière rapide, efficace, tout en évitant des

rapports de défiance. Coordination et gouvernance sont toutefois vaines si le modèle lui-même n'est pas questionné et s'il ne répond pas aux défis actuels. L'engagement associatif change, le bénévolat au long cours peine à convaincre les plus jeunes. Comment alors adapter notre association sans renier les engagements du passé? Comment les redéfinir pour poursuivre nos missions, répondre aux exigences du moment et maintenir notre position dans les régions? Ce sont LES questions auxquelles la FRC doit commencer à trouver des réponses en 2023.

Nous avons ainsi lancé une large réflexion avec l'ensemble des parties prenantes afin de mieux promouvoir le bénévolat, d'actualiser notre présence dans les régions ainsi que de remplir ce mandat avec l'énergie et l'agilité qui nous caractérisent. ●



**Notre modèle
doit répondre
aux formes actuelles
de l'engagement
associatif.**



► frc.ch/organisation

Antennes cantonales



Présidence: Aurelia Passaseo
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



Coprésidence: Erica Hennequin
et 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 6151, 1002 Lausanne
Contact: frc.ch/vaud



L'association des
consommateur·rice·s

Fédération romande des consommateurs

Secrétariat central

Rue de Genève 17
CP 6151
1002 Lausanne
Tél. 021 331 00 90
Formulaires de contact: frc.ch/contact

FRC Conseil

LU-MA-ME-VE: 9h - 13h
JE: 13h - 17h
Permanence uniquement par téléphone
Rue de Genève 17
CP 6151
1002 Lausanne
Tél. 021 331 00 90 (taper 3)
frc.ch/conseil

Tarifs

Cotisation membre ordinaire
1 an à 70 fr. 2 ans à 130 fr.

Cotisation membre soutien
1 an à 100 fr. 2 ans à 180 fr.

Cotisation membre étudiant/apprenti
1 an à 40 fr.

Faire un don

Information - aide à la population - combats
frc.ch/don

► frc.ch

Impressum

Editeur
Fédération romande
des consommateurs

Président central
Christophe Barman

Secrétaire générale
Sophie Michaud Gigon

Coordination, rédaction
Laurence Julliard,
coll. Sandra Imsand (p.14)
et Jean Tschopp (p.10)

**Mise en page
et infographies**
Raul Minello

Photographie
Jean-Luc Barmaverain:
pp. 4, 5, 8, 10, 17, 18
DR: pp. 7, 9, 13, 16

Copyright
Tous droits réservés
Avril 2022