

Priorités FRC de la 52^e législature (2023-2027)

Programme politique de la Fédération romande des consommateurs
Septembre 2024



Introduction

La **mission de l'Intergroupe** «Information et défense des consommateurs» est de discuter de sujets de consommation d'actualité et d'agir notamment par le biais d'interventions parlementaires. La FRC est partie prenante puisqu'elle en a été l'initiatrice en 2012 et qu'elle en gère la partie administrative.

Durant la **52e législature (2023-2027)**, la FRC a défini les priorités suivantes: l'instauration d'un [moratoire sur la hausse des primes](#) maladie, l'encadrement des abus des [plateformes en ligne](#), la création d'un [observatoire des prix et des marges](#) pour les filières agroalimentaires, la régulation des [nouvelles techniques génétiques](#), les [maisons de recouvrement](#), le renforcement des droits des consommateurs à travers l'[action collective](#), ainsi que le [marketing alimentaire à l'encontre des enfants](#) et l'[écoblanchiment publicitaire](#) (manipulations et tromperies).

Priorités clés autour sept axes

Moratoire sur la hausse des primes maladie

L'lv.pa 23.466. Michaud Gigon. Un gel des primes maladie s'impose et 23.459 ainsi que l'lv. Pa. Amaudruz Sauvegarder le pouvoir d'achat de la population avec un moratoire sur les primes maladie seront traitées durant la session d'automne 2024.

- Les primes constituent une taxe qui, dans les faits, couvrent davantage que les prestations nettes fournies.
- Cette taxe ne fait qu'augmenter: 844 millions de francs en moyenne annuelle depuis l'introduction de la LAMal (1996), ce qui représente 22 milliards cumulés (période 1996-2022).
- L'allocation de cette taxe ne fait l'objet d'aucune délibération ou prise de décision au Parlement, ce qui fait que les citoyens n'ont pas leur mot à dire, contrairement à ce qui se passe pour d'autres taxes, vignette autoroutière en tête.
- Le gel des primes est, par définition, provisoire. Sa levée dépend de la capacité de l'ensemble des acteurs à mettre en œuvre des réformes visant la maîtrise de la croissance des coûts et sert à restaurer la confiance de l'ensemble de la population à l'égard de la gouvernance du système de santé.
- Tous les acteurs du système seraient mis à contribution pour couvrir l'écart entre les coûts réels et les primes gelées:
 - Les fournisseurs de prestations: une augmentation du volume de prestations fournies dans un domaine particulier sans justification médicale entraînerait une baisse du prix de ces prestations (valeur du point). Cette mesure n'est pas si différente des contrôles d'économicité que les caisses sont censées réaliser;
 - Le prix des médicaments serait revu à la baisse en cas d'augmentation injustifiée des prescriptions ou si leur degré présumé d'innovation et de bénéfice n'était pas confirmé;
 - La Confédération et les cantons pourraient être appelés à verser une contribution spéciale, pour couvrir les traitements jugés innovants mais incertains. À l'image de ce qui se fait au Royaume-Uni où acteurs publics et privés contribuent de manière conjointe au Cancer Drugs Funds. Ce dernier, (sans abandonner les patients à leur sort), se substitue à l'assurance-maladie pour rembourser les traitements nouveaux qui exigent des analyses complémentaires avant de confirmer ou non leur remboursement;
 - Les réserves excédentaires des assurances-maladie (environ 2 milliards en 2023) pourraient être utilisées pour atténuer la hausse des primes au moment du dégel.

Plateformes en ligne: encadrer les abus

Si l'essor des plateformes en ligne – qu'il s'agisse de e-commerce, de streaming ou de moteurs de recherches – a changé les habitudes de consommation, l'absence d'un cadre légal spécifique et adapté permet à de nombreux acteurs d'élaborer et de recourir à des pratiques commerciales délétères pour les consommateurs. Si un projet de consultation est en cours d'élaboration au DETEC, il ne concernera a priori que les «grandes plateformes de communication», laissant de côté une grande partie du problème.

- Les entraves à la liberté contractuelle et à la loyauté commerciale, la non-conformité et la dangerosité de certains biens, la collecte massive de données et les excès de publicité ciblée sont devenus monnaies courantes.
- Alors que l'Europe a décidé de s'attaquer à cette problématique en élaborant le Digital Service Act, la Suisse reste démunie face aux pratiques abusives de certaines plateformes.
- La FRC revendique:
 - la loyauté dans la conception et l'exploitation des interfaces utilisateurs, en interdisant explicitement certains dark patterns et en veillant à ce que les interfaces ne trompent pas les internautes et ne créent pas de risque de confusion;
 - une responsabilité claire des plateformes en ligne, dans la mesure où ces dernières doivent clairement indiquer leur rôle d'intermédiaire et préciser à qui incombe la responsabilité en cas d'inexécution ou de mauvaise exécution d'un contrat. Elles doivent répondre de toutes les garanties ou déclarations qu'elles font et veiller à ne pas créer d'impressions erronées chez les consommateurs;
 - l'application du droit suisse: les plateformes en ligne, peu importe où se trouve leur siège, doivent se conformer au droit suisse lorsqu'elles vendent des produits et services aux consommateurs. Elles doivent disposer d'un représentant sur le sol suisse. Et doivent veiller à la conformité et à la non-dangerosité des produits livrés.

24.3687 Mo. Michaud Gigon. Obligation pour les grandes plateformes de commerce en ligne établies dans un pays tiers de désigner un représentant juridique en Suisse

24.3502 Ip. Michaud Gigon. E-commerce. Les risques liés à la livraison doivent-ils vraiment incomber à l'acheteur? Transfert des risques à l'acheteur seulement au moment où la marchandise lui est livrée.

Création d'un observatoire des prix et des marges pour les filières agroalimentaires

Après deux enquêtes* sur la répartition des marges dans le secteur agroalimentaire, la FRC propose de créer un observatoire des prix et des marges, qui se chargerait de calculer, relever, et publier les marges aux différents niveaux de transformation et de distribution pour les produits standards et labellisés. La Pa Iv 22.477 Pour un observatoire des prix efficace dans les filières agroalimentaires va dans ce sens et permettrait une meilleure transparence tout en préservant le secret commercial.

- Un marché exige un certain niveau de transparence. Notamment parce que l'asymétrie de l'information donne à ceux qui ont accès aux données les plus précises un pouvoir disproportionné. Mais aussi parce qu'une transparence accrue permet aux différents acteurs de faire des choix plus éclairés, de mieux comprendre les mécanismes de formation des prix et l'évolution des tendances dans l'ensemble de la chaîne alimentaire.
- La transparence est, pour le consommateur, également une question d'équité: l'égalité d'accès à des informations sur les prix lui fait mieux appréhender la chaîne d'approvisionnement et l'autorise à avoir plus de liberté dans le choix de ses achats.
- En Suisse, les marges brutes des distributeurs sont parmi les plus élevées en comparaison européenne.
- Observation insuffisante du marché: l'OFAG est chargé par la loi sur l'Agriculture et l'Ordonnance sur l'observation du marché dans le domaine de l'agriculture d'observer le marché, ce qu'elle ne fait pas d'une manière suffisante. Car elle se heurte au secret commercial (les distributeurs ne veulent pas donner les prix payés aux agriculteurs et leurs marges). Le Surveillant des prix se heurte au même écueil.

- Ce qui est proposé c'est de garantir le secret commercial tout en instillant de la transparence grâce à cet observatoire qui pourra publier les taux de marges de manière agrégée ou par filière, sans publier les prix négociés.
 - Permettre une meilleure transparence tout en préservant le secret commercial.
 - Permettre une répartition plus équitable de la plus-value sur toute la filière.

*Enquête [Omerta dans le maraîchage:les raisons de la colère](#)
 Enquête [Décryptage des marques:la rentabilité avant tout](#)

Écoblanchiment publicitaire (greenwashing)

La Loi contre la concurrence déloyale (LCD) ne permet pas de lutter efficacement contre les allégations ou promesses environnementales trompeuses. C'est pourquoi la FRC soutient l'encadrement de ces allégations (23.3149 Po. Michaud Gigon. Allégations environnementales dans la publicité. Analyser leurs fondements pour mieux les encadrer) et la mise en place de directives dans ce domaine (23.3150 Mo. Michaud Gigon. Élaborer des directives pour lutter contre l'écoblanchiment publicitaire).

- Les promesses environnementales sont omniprésentes sur les produits comme les services de consommation courante (elles concernent 76% des produits non alimentaires de manière implicite ou explicite, p.ex.).
- Si les vrais engagements écologiques existent, impossible de les différencier des arguments fallacieux utilisés par certaines entreprises, comme [l'a démontré la FRC](#) à de multiples reprises.
- Dans ce contexte, les consommateurs ne sont pas en mesure de faire un choix durable et donc d'orienter le marché vers une offre plus responsable. Ces allégations sont de plus très souvent la source d'une majoration de prix qui est, si la promesse est infondée, totalement injustifiée. Pour les entreprises qui prennent de véritables engagements, ce type d'argument est déloyal, les empêchant de se démarquer de la concurrence.
- L'Union européenne a fait de la lutte contre l'écoblanchiment une priorité: la révision de l'équivalent européen de la Loi contre la concurrence déloyale est entrée en vigueur en début d'année – interdisant certaines pratiques – et la directive sur les allégations écologiques ('Green claims' directive) est en passe d'être adoptée afin de clarifier la manière dont les entreprises peuvent communiquer.
- En Suisse, l'art. 3, al. 1 de la LCD sera certes complété par une nouvelle lettre x visant à limiter l'écoblanchiment climatique, mais la FRC sait la difficulté d'application de cette loi dans ce domaine. Sujettes à interprétation, les décisions se basant systématiquement sur l'appréciation de la communication par un «consommateur moyen» qui n'existe pas dans la réalité et nécessitant des procédures longues et parfois coûteuses, les décisions sont rares.
- Dans ce domaine, la FRC revendique la mise en place de lignes directrices contraignantes élaborées en collaboration avec les associations de consommateurs, ainsi qu'un encadrement en amont des allégations environnementales.

Régulation des nouvelles techniques de génie génétique

Les OGM issus des nouvelles techniques génomiques (CRISPR/Cas, p.ex.) doivent être déclarés comme ceux issus de l'ancien génie génétique (transgénèse, p.ex.) pour garantir la liberté de choix des consommateurs. La FRC suit de près l'évolution des conditions-cadres en Suisse – notamment la demande de prolongation du moratoire (24.443 Iv.pa. Prolongation du moratoire actuel sur le génie génétique), ainsi que le projet de loi du Conseil fédéral prévu pour la fin de l'année 2024 – et soutient l'initiative populaire à ce sujet.

- Les nouvelles techniques de génie génétique (ou *new genomic techniques*, NGT) sont présentées comme plus précises, plus rapides, moins invasives et moins chères que les anciennes. Comme par le passé, les promesses entourant les nouveaux OGM sont

séduisantes: entre diminution de l'usage des pesticides et semences résistantes aux maladies ou plus adaptées au changement climatique.

- La FRC estime toutefois que ces promesses ne justifient pas d'abandonner toute vigilance, analyse du ratio risque-utilité et, surtout, toute déclaration. Ce d'autant qu'aucun produit issu des NGT ne présente actuellement de telles caractéristiques.
- L'initiative populaire «Pour la protection des aliments» demande que toutes les techniques de génie génétique» soient réglementées de la même manière, y compris les NGT. Cela implique le maintien de l'évaluation des risques et l'étiquetage de tous les OGM. Elle exige également que les coûts liés à l'éventuelle mise en circulation de ce type de produits soient supportés par les personnes qui en sont responsables. Un point essentiel pour qu'une agriculture exempte d'OGM puisse continuer à exister et que les consommateurs et agriculteurs qui n'en veulent ni dans leur assiette ni dans leur champ n'en fassent les frais. Ce qui n'empêche en rien de suivre avec intérêt les développements dans le domaine des biotechnologies.
- Pour la FRC et ses consœurs de l'Alliance des organisations de consommateurs (Konsumentenschutz, ACSI), c'est aux consommateurs de décider ce qu'ils souhaitent manger et quel système agricole encourager. C'est pourquoi elles soutiennent l'initiative et attendent du Conseil fédéral qu'il s'en inspire pour le projet de régulation qu'il a prévu de présenter d'ici la fin de l'année 2024.
- L'initiative parlementaire récemment déposée par la Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil national CSEC-N 24.443 demandant la prolongation du moratoire jusqu'en 2027 est également essentielle pour que l'encadrement de ces techniques ne soit pas décidé dans l'urgence.

Marketing alimentaire à destination des enfants

La mise en consultation du projet de révision de la loi sur les denrées alimentaires et objets usuels doit avoir lieu à l'automne 2024. Il y est envisagé de proposer une disposition visant à encadrer le marketing alimentaire à destination des enfants.

- Les chiffres concernant le surpoids et l'obésité infantile sont inquiétants. En Suisse, environ 15% des enfants et des adolescents sont en surpoids et 3% sont obèses.
- La présence de produits à l'univers enfantin à composition trop grasse, trop salée et trop sucrée et marketing agressif de l'industrie est massive.
- Les initiatives volontaires pour limiter cette publicité par certains fabricants ne vont pas assez loin et ne déploient pas les effets escomptés.
- Ces dernières années voient un changement de l'exposition des jeunes, avec l'omniprésence des réseaux sociaux. Faire la différence entre simples contenus et publicité n'est pas toujours simple sur ces plateformes.
- Les études démontrent que la responsabilité individuelle ne peut plus s'exercer dans un tel contexte publicitaire, où le libre arbitre est biaisé.
- Face à ce constat, il est nécessaire d'encadrer légalement le marketing alimentaire à destination des enfants.

Maisons de recouvrement

La FRC dénonce les méthodes agressives et parfois douteuses des maisons de recouvrement et milite en faveur d'un encadrement légal strict de cette activité. La FRC soutient la Mo 24.3455 Tschopp et la Mo 23.4389 Roduit qui visent à mettre en place des organismes d'information et de conseils aux consommateurs au niveau fédéral.

- C'est une préoccupation majeure pour les consommateurs; FRC Conseil reçoit plusieurs dénonciations chaque mois.
- Certaines maisons de recouvrement usent de procédés à la limite du harcèlement.

- Dans plusieurs pays européens, cette activité est encadrée et surveillée.
- La Suisse ne bénéficie ni de réglementation ni de surveillance, malgré un rapport de 2017 du Conseil fédéral qui reconnaît de sérieux problèmes (disproportion des taxes réclamées, p. ex.).
- Les consommateurs connaissent peu ou mal leurs droits et, par peur, se résolvent à payer.
- Certaines maisons de recouvrement de créances fournissent également des renseignements sur la solvabilité des débiteurs, alors que ni la provenance des données utilisées ni les méthodes de calcul ne sont connues.