

Assemblée des délégués du 12 juin 2010 à Martigny

Discours d'ouverture par Mme Monika Dusong, présidente

80%! Sur la première place du podium! Quel exploit!

80% de la population suisse fait confiance aux organisations de consommateurs. C'est le résultat décoiffant qui est ressorti de l'étude Sophia 2010, sondage annuel de MIS Trend paru dans l'Hebdo concernant l'index de confiance de la population.

Ainsi donc, la population met les organisations des consommateurs sur la plus haute marche du podium pour ce qui est d'agir pour le bien de la société. Et lorsqu'on sait que ce pourcentage est encore plus élevé en Suisse romande, il y a de quoi rougir de plaisir. Franchement, coiffer au poteau la BNS qui se place en 2ème place, ou voir les organisations patronales être reléguées en 12ème de ce palmarès, alors que les médias ferment la marche en 19ème position est carrément incroyable.

Incroyable? Pas tant que ça, si l'on y réfléchit. Notre crédibilité repose d'abord sur notre indépendance. Les consommateurs savent que nous sommes à leur seul service. C'est l'intérêt public – ou plutôt l'intérêt du public - qui guide nos prises de positions, nos engagements, nos combats. Nous ne nous prêtons pas à des manœuvres politiciennes, nous ne devons pas nous plier au diktat d'une entreprise qui nous cofinancerait. Nos collaborations et partenariats reposent tous sur une totale indépendance. Ce qui est recherché par les autorités, ce sont notre expertise pointue, nos analyses approfondies et nos prises de position nuancées.

Mais la reconnaissance publique vient aussi de notre ténacité et persévérance. Car peu à peu nos revendications deviennent réalité, sans que la paternité (ou maternité) ne soit toujours explicitement mentionnée. Trois exemples illustrent mes dires:

- Nous attendons maintenant la modification concrète d'un article du code des obligations qui doit mieux protéger les consommateurs lors du démarchage téléphonique, après le vote positif serré de l'initiative parlementaire y relatif. Mais quelle énergie, déployée sur plus de trois ans, fallait-il mettre pour que cette revendication banale dans d'autres pays soit entendue!
- Alors que les organisations des consommateurs exigent de longue date que les tarifs des contrats de téléphonie mobile baissent une fois que l'appareil fourni a été amorti, nous avons la satisfaction de constater qu'un des opérateurs a entendu cette revendication. Nous nous engagerons pour que les autres suivent.

- La loi sur les entraves techniques, qui introduit en Suisse ce qu'on appelle communément le principe du Cassis de Dijon a été mis sous toit et les principales exigences des organisations des consommateurs y ont été intégrées. Cela est particulièrement important pour l'importation des produits alimentaires. Les premières baisses de prix sont annoncées. Mais la FRC veillera, en collaboration avec le SECO, que les économies rendues possibles par ces meilleures conditions cadres ne soient pas confisquées par les distributeurs.

Notre reconnaissance en tant qu'acteur du marché au service des consommateurs ne vient pas d'aujourd'hui. Nous récoltons aujourd'hui les fruits de graines plantées depuis fort longtemps, soignées par une longue lignée de personnes qui s'activent sans compter pour la cause des consommateurs. On l'a vu l'année dernière lorsque nous avons pu célébrer nos 50 ans. Ce palmarès est donc aussi le fruit d'un engagement constant de longue date.

Il y a une année, lors de notre jubilé de 50 ans, nous étions réunis dans une ambiance festive qui nous a permis de jeter un regard en arrière sur le chemin parcouru et de nous tourner vers un avenir dynamique qui n'a pas pris une ride. Au contraire. La FRC s'adapte constamment aux nouvelles technologies, élargit ses expertises et son champ d'action, répond aux nouveaux défis. Les marchés se globalisent, les nouveaux services et produits sont légion... et cette société en profonde mutation confronte les consommateurs à de nouveaux questionnements:

- En achetant mon ordinateur, est-ce que je favorise l'exploitation de travailleurs et d'enfants dans les pays émergents?
- Que penser des déclarations plus vertes et écologiques les unes des autres de nos distributeurs, – qui nous vendent des produits hors saison venant du bout du monde?
- Les tarifs des télécommunications sont une véritable jungle. Impossible pour le commun des mortels d'y voir clair.
- Chaque année le choix d'une assurance maladie devient un véritable casse-tête.
- La prolifération de labels – créés pour des raisons de marketing – génère la confusion.
- Encore et encore, les clients se sentent piégés par des conditions générales défavorables aux consommateurs.

Les choix des consommateurs deviennent de plus en plus complexes au moment où le prix et la qualité ne sont plus les seuls critères, mais qu'il faut tenir compte en plus des conditions écologiques, éthiques et sociales de la production. Dans ce contexte exigeant, les spécialistes de la FRC réussissent le tour de force de vulgariser les enjeux, de les expliquer, de décrypter les arcanes du marché et de servir de boussole afin de rendre possible des choix de consommation éclairés et responsables. C'est sans doute cette capacité de rester proche des préoccupations de la population, de coller à ses besoins sans populisme aucun qui nous vaut aujourd'hui sa confiance et son estime.

Nous pouvons donc être fiers de la confiance témoignée.

Mais cette confiance va de pair avec une responsabilité accrue. Notre voix est attendue et doit être entendue. Elle a du poids. Elle compte. Une réputation est longue à s'établir. Elle peut rapidement basculer.

- D'où l'importance de rester une association experte incontestable par la qualité de notre travail.
- D'où l'importance de répondre dans nos sections aux besoins de proximité de la population – et je salue au passage les sections qui ont relevé le défi de faire partie du réseau de la Permanence.
- D'où l'importance de soigner la visibilité publique de la FRC.
- D'où l'importance de jouer un rôle actif dans le concert des acteurs économiques.

Aujourd'hui, nous pouvons constater avec satisfaction, qu'avec nos finances saines, nous avons aussi atteint la taille critique qui nous permet d'émettre des avis autorisés dans un nombre incalculable de domaines. Nous pouvons par exemple réagir au quart de tour lorsqu'il s'agit de mettre à la disposition de la population un comparateur des primes de l'assurance maladie obligatoire gratuit et indépendant – tout en dénonçant en parallèle les courtiers professionnels qui se remplissent les poches par chaque clic sur leur site. Cette pratique devrait être proscrite à l'avenir. J'ose affirmer que notre réaction y est pour quelque chose.

Mais notre force nous permet aussi d'envisager avec confiance une collaboration fructueuse avec nos organisations sœurs en Suisse alémanique et au Tessin. Si le marché se complexifie et se globalise, nous devons, nous aussi, nous regrouper pour rendre notre action encore plus percutante. Rappelez-vous que tel était aussi le souhait

exprimé par la présidente de la Confédération Doris Leuthard l'année dernière. L'année 2009 a donc aussi été marquée par d'intenses travaux pour réunir nos forces et parler d'une seule voix à travers tout le territoire suisse. On parlera plus tard de ce projet stratégique. Mais disons d'entrée que seul peut envisager une telle collaboration étroite qui ne se sent pas menacé, qui se sent suffisamment fort pour partager son savoir faire et pour bénéficier des apports des autres.

Derrière le concert de louanges que je chante à présent, il ne faut pas oublier:

- Qu'il y a un travail formidable fourni par notre équipe du secrétariat général avec à sa tête Mathieu Fleury.
- Que dans les sections, nos bénévoles informent, conseillent, répercutent les positions de la FRC, représentent les consommateurs dans des commissions cantonales.
- Que nos commissions thématiques nourrissent nos réflexions.
- Que nos enquêteurs et enquêtrices sillonnent les cantons et permettent au *FRC Magazine* de publier des enquêtes inédites et variées.
- Que la force de la FRC repose sur une parfaite synergie et une stimulation mutuelle entre le siège de la FRC doté d'une haute expertise et les nombreux bénévoles des sections qui s'inscrivent dans le mouvement et jouent leur rôle de relais et d'antennes de proximité.

4

Que toutes les personnes actives à un titre ou à un autre pour la FRC trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude.

Mes remerciements vont aussi aux autorités pour leur soutien et leur écoute et aux médias qui répercutent nos prises de position. Merci également à nos partenaires de tirer à la même corde – dans la même direction.

A vous toutes et tous qui avez fait l'effort de nous rejoindre aujourd'hui, soit pour exercer vos droits de délégué, soit pour participer en spectateur à notre assemblée, marquant ainsi votre intérêt pour la cause des consommateurs, je vous adresse mes vifs remerciements.

Finalement, j'aimerais remercier d'ores et déjà très chaleureusement la section du Valais, artisane de cette rencontre pour son organisation et son engagement.

C'est avec ces quelques mots d'introduction que je déclare ouverte l'assemblée des délégués 2010 de la FRC.