

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1984)  
**Heft:** 753

**Artikel:** L'union fait le budget  
**Autor:** Jaggi, Yvette  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1017214>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 14.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## L'union fait le budget

Réalités bien connues de la civilisation post-industrielle: le secteur tertiaire est devenu le plus gros employeur et les «services» absorbent désormais la majeure partie des budgets des consommateurs.

Cette situation est un défi aux organisations syndicales qui ont la plus grande peine à compenser la diminution de leur «base ouvrière» par l'adhésion de ces drôles de travailleurs que sont les employés du secteur privé, particulièrement des branches en pleine expansion (assurances, banques) ou à forte proportion de main-d'œuvre féminine (commerce, santé).

Réel problème aussi pour les associations de consommateurs. Ces derniers se pensent comme acheteurs, pas comme usagers, ni comme assurés, à peine comme patients, parfois comme touristes, tout au plus temporairement comme parents d'élèves. Quant aux consommatrices de la Fédération romande (FRC), elle ont beau publier un guide du touriste, défendre les droits des patients, informer les assurés, comparer les services bancaires, se préoccuper du sort des transportés ou scruter les offres de loisirs commercialisés, elles n'en restent pas moins, dans l'opinion, des ménagères-avec-leur-petit-panier-au-bras, quand elles ne sont pas simplement assimilées à d'inlassables et mesquines compteuses-de-petits-pois-en-boîtes.

Et comme si cela ne suffisait pas, les associations de consommateurs se trouvent périodiquement remises en cause par d'éphémères organisations spécialisées. La plus récente tentative du genre, promise à l'échec comme toutes les précédentes, vient de Suisse allemande et s'intitule «Communauté d'intérêt des clients des CFF». Saisissant l'occasion de l'inacceptable décision d'augmenter

les tarifs ferroviaires, cette CIC a l'ambition de représenter les voyageurs des CFF, à l'égard desquels elle dit avoir une «attitude positive», mais «pas sans critique». Prudence justifiée, certes, mais qui ne suffira pas à faire le succès d'une «communauté d'intérêt», trop étroitement liée aux circonstances de son apparition pour durer. Et ce d'autant plus que les promoteurs de cette expérience ne semblent même pas avoir essayé la «grande alliance» avec les cheminots.

Et pourtant, le tertiaire offre une très belle occasion de collaboration entre les organisations de salariés, affaiblies par l'hémorragie du secondaire, et les associations de consommateurs, confinées par l'opinion dans leur rôle de défenseurs des acheteurs de produits. Travailleurs du tertiaire et usagers des services publics et privés, unissez-vous et vos budgets seront mieux défendus. Y. J.

DOMAINE PUBLIC 1985

### Les abonnés sur tous les fronts

C'est vrai: les abonnés de «Domaine Public» sont sérieusement mis à contribution depuis quelque temps.

Renouvellement de l'abonnement d'une part, sollicitation traditionnelle et inévitable, puisque ce journal, refusant à la fois la publicité et les subventions, ne compte que sur cette étonnante addition de versements de 60 francs pour vivre et se développer une année encore. Recherche de nouveaux abonnés d'autre part (coupon-réponse, cf. DP 749), puisque les grandes campagnes de propagande sont totalement hors de portée d'un budget comme celui de DP.

Au total, une fin d'année chargée, pas de doute.

D'ores et déjà, merci pour tout!

DP vous le rendra, dès le numéro 757 et jusqu'au numéro 800 et quelques, chaque semaine en 1985. Promis.

J. A. 1000 Lausanne 1

Hebdomadaire romand  
N° 753 29 novembre 1984

Rédacteur responsable:  
Laurent Bonnard

Abonnement  
pour une année (1985): 60 francs  
Vingt-deuxième année

Administration, rédaction:  
1002 Lausanne, case 2612  
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1  
Tél. 021 / 22 69 10  
CCP 10-155 27

Imprimerie des Arts et Métiers SA

Ont collaboré à ce numéro:

Jean-Pierre Bossy  
François Brutsch  
Jean-Daniel Delley  
André Gavillet  
Yvette Jaggi  
Charles-F. Pochon  
Victor Ruffly

Points de vue:  
Hélène Bezençon  
Jeanlouis Cornuz  
Pierre Lehmann

# 753