

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2012)
Heft: 1939

Artikel: Consommateur patriote ou consommateur tondu
Autor: Tille, Albert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1024531>

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: 13.03.2025

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

dans ce sauvetage n'a pas peu contribué à sa bonne réputation, qui a elle-même joué lors de sa récente réélection.

Hildebrand a également, dès le début de la crise financière de 2007-2008, réclamé une hausse substantielle des fonds propres des grandes banques, qui a débouché sur la modification législative récente dite du «*too big too fail*», combattue jusqu'au bout par l'UDC. Sans succès. *Last but not least*, Hildebrand a «osé», le 6 septembre, lier le franc à l'euro (plancher de 1,20 franc pour un euro). Une option qui équivaut, aux yeux de l'UDC, à saborder l'indépendance nationale et à se «soumettre» à l'Union européenne. Quasi un crime de haute trahison.

Derrière la personne, il y a, évidemment, l'institution. La BNS est également visée. L'été dernier, le groupe UDC a déposé une motion⁴ qui entend fortement restreindre

la marge de manœuvre dont dispose la BNS dans la conduite de la politique monétaire.

C'est en particulier pour assurer le traitement avancé de cette motion que l'UDC veut une session spéciale du Parlement. L'objectif est de limiter l'indépendance de la BNS et son autonomie par rapport au politique. Et le moyen pour y parvenir est de laisser entendre que la BNS n'est pas à la hauteur de ses tâches.

Mais comment faire admettre une idée apparemment aussi farfelue que celle de limiter les moyens d'intervention de la BNS? Il faut parvenir à déstabiliser l'institution, lui faire perdre son aura dans l'opinion publique, la rendre impotente et amener le peuple suisse à considérer que la BNS fait mal son travail et dilapide sa «richesse».

Qu'on ne s'y trompe pas. L'UDC ne cherche pas seulement à déstabiliser la

BNS. Elle s'en prend en réalité à toutes les grandes institutions qui constituent ensemble le ciment de ce pays, comme le rappelait Roger de Weck, le patron de la SSR lors de la dernière assemblée de la Société de radio-télévision-Neuchâtel. Le Conseil fédéral est évidemment, et en permanence, en première ligne (à propos: l'UDC voulait-elle vraiment faire élire un deuxième représentant au gouvernement en décembre dernier?). La BNS suit juste derrière, et même volerait actuellement la vedette au gouvernement. La SSR est aussi dans son colimateur (critique incessante sur de pseudo-positions «*progressistes*» et proposition de réduire de moitié la redevance). Le Tribunal fédéral (et plus généralement le principe de la séparation des pouvoirs entre l'exécutif et le judiciaire) rencontre rarement les faveurs l'UDC (l'édifiante affaire Blocher-Roschacher, DP 1758⁵).

Consommateur patriote ou consommateur tondu

Albert Tille • 14 janvier 2012 • URL: <http://www.domainepublic.ch/articles/19472>

Un marché mieux informé plutôt qu'un marché captif

Achetez en Suisse, et soutenez notre commerce local! Les appels au patriotisme des consommateurs se multiplient. Avec le franc fort qui creuse la différence entre les prix suisses et ceux de nos voisins de la zone euro, le tourisme

d'achat est en forte progression.

Une récente étude de Credit Suisse¹⁹ montre que les achats frontaliers, qui ont toujours existé, ont augmenté de 10% l'an passé pour atteindre entre 4 et 5 milliards de francs. C'est beaucoup. Mais le commerce de détail n'est pas à l'agonie. Son chiffre d'affaires est en

constante progression et l'année 2011 n'a pas fait exception, comme le montrent les relevés de l'Office fédéral de la statistique²⁰.

Les consommateurs ne ruinent donc pas l'économie du pays. Ils remplissent pleinement leur rôle en cherchant à ménager leur porte monnaie. Le renforcement du tourisme

d'achat a secoué les distributeurs (DP 1924²¹). Ils ont commencé à se battre contre l'entente entre les fabricants étrangers et leurs importateurs qui profitaient de la hausse du franc pour gonfler leurs marges sur leurs ventes en Suisse.

Si les consommateurs avaient docilement joué les moutons que l'on tond, les commerçants n'auraient pas baissé leurs prix. Le Conseil fédéral n'aurait pas proposé une révision de la loi sur les cartels (DP 1932²²) pour mettre au pas les accords verticaux qui profitent aux grands groupes étrangers. Par leur tourisme d'achat, les consommateurs ont non seulement ménagé leur portemonnaie. Ils ont rendu service au pays en combattant un dysfonctionnement du marché.

«*Acheter en Suisse*» est un

slogan douteux. «*Acheter suisse*», c'est autre chose. Le Conseil national examinera lors de la prochaine session le projet *Swissness*²³. Par une révision de la loi sur les marques, le Conseil fédéral propose de renforcer la crédibilité du label suisse.

Ainsi, pour qu'un produit alimentaire ait le droit d'arborer la croix fédérale, il faudra que 80% de la matière première proviennent de notre sol. Cette règle ne convient pas aux industriels. Ils entendent conserver la possibilité de s'approvisionner plus largement à l'étranger tout en affichant le label helvétique sur les produits qu'ils transforment dans le pays alors que lesdits produits sont largement d'origine étrangère.

L'Union suisse des paysans annonce le lancement d'une initiative populaire si le

Conseil national se laisse convaincre par le lobby de l'industrie alimentaire. Les paysans exigent un label rigoureux. Il est un atout décisif pour l'exportation. Grâce à son prestige et à sa crédibilité, il permet de compenser les prix plus élevés de nos produits agricoles.

Une claire indication de provenance contribue en outre à la transparence du marché suisse. C'est ce que souhaitent également les consommateurs. Ils peuvent faire leur choix en pleine connaissance de cause: en fonction du prix, mais aussi de la provenance. Par souci écologique, ils peuvent choisir un produit qui ne fait pas des centaines de kilomètres en camion avant d'arriver dans leur panier. Ils peuvent décider d'acheter suisse pour soutenir nos agriculteurs ou pour boycotter les producteurs étrangers qui maltraitent leur main-d'œuvre.

Que les CFF ne vendent-ils donc leur vieux tunnel du Gothard à l'Office fédéral des routes!

Invité: Rodolphe Weibel • 13 janvier 2012 • URL: <http://www.domainepublic.ch/articles/19462>

La solution la plus économique

Le tunnel routier du Gothard doit subir de lourds travaux d'assainissement et de mise en conformité avec les normes de sécurité contemporaines. Le Conseil fédéral a publié il y a un an son rapport, qui a suscité d'importantes interrogations quant aux effets d'économie générale

qu'entraîneraient les limitations de circulation nécessaires aux travaux.

L'Office fédéral des routes (OFROU) vient de publier à ce sujet une étude qui évalue d'une part les pertes économiques causées par la fermeture du tunnel pendant de longues périodes, d'autre part les éventuels avantages tirés de l'activité d'entreprises

de service et de construction pendant la durée des immobilisations et des travaux. Ces avantages sont incertains parce que réalisés seulement si les travaux sont adjugés à des entreprises locales, ce que les lois sur les marchés publics empêchent de promettre. Les lourdes incertitudes qui pèsent sur ces avantages, ainsi que leur impact respectif relativement