

Zeitschrift: Générations : aînés
Herausgeber: Société coopérative générations
Band: 26 (1996)
Heft: 11

Artikel: la FRC, hier et demain
Autor: Chassot, Janine
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-828800>

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: 13.05.2025

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

La FRC, hier et demain

En septembre 1987, nous fêtons la centième parution de cette rubrique et nous concluons en disant: en route vers la 200^e! Sans trop y croire peut-être. Et pourtant, nous y voilà. En 18 ans donc, et 200 articles plus tard, que de changements.

Alors, bref coup d'œil sur le passé et sur le futur.

En été 1978, la FRC (qui a passé de consommatrices à consommateurs) se présentait à vous pour inaugurer sa collaboration à «Aînés». Ses bureaux d'informations-consommateurs et les responsables de divers services sociaux voyaient arriver de plus en plus de personnes retraitées, âgées et désemparées. Victimes de méthodes de vente très agressives, les visant spécifiquement, car on commençait à se rendre compte, côté commerce, qu'il y avait là un futur marché en puissance.

Un article sur le marketing d'alors, titrait même «Les seniors, une mine d'or». Victimes donc, signant des contrats de vente à la porte, lors d'excursions, au Comptoir. Ignorant les prix et surtout leurs droits (et le droit). Ne lisant pas «J'achète mieux» la revue de la FRC, et ne trouvant pas dans les quotidiens d'alors (ça a changé) d'informations typiquement pour les consommateurs. Une rubrique dans cette revue, proposée par son rédacteur en chef et par le responsable du Mouvement des Aînés semblait la bonne solution. Nous voulions informer: «Méfiant, non, bien renseignés, oui». Et ne pas moraliser ou culpabiliser.

Nous voulions que les expériences des uns servent aux autres. Il y avait les arnaques, les visiteurs importuns. Mais peu à peu il a fallu élargir le do-

maine des informations. En fonction de l'actualité, des nouveautés, du progrès. Il a fallu expliquer ce qui aujourd'hui va de soi. Les étiquettes d'entretien, la déclaration des aliments, les nouvelles lois, les fruits exotiques et les nouveaux produits de nettoyage. Petit à petit tout ce qui touchait aux achats, quotidiens ou plus longuement mûris (les meubles, l'électro-ménager).

Ce qui a changé

Même si aucun de ces sujets n'est démodé, que de changements. La part des services a singulièrement augmenté dans le budget. Banques, assurances, transports publics ou privés, tourisme et loisirs.

Mais surtout ce sont les technologies qui évoluent à pas de géants. Même dans les plus petites choses de notre quotidien tout ordinaire (voir encadré), tous ces domaines, que les associations de consommateurs doivent expliquer, explorer, tester. Ainsi, on teste les pâtes alimentaires, bien sûr, mais aussi les caméras vidéo, les fax, les ordinateurs portables. On compare les prestations des assurances et les taux des banques, les avantages des cartes de crédit, et les agences de voyage.

Ce qui a changé? La liste est inépuisable. Il y a bien sûr tout le domaine des communications, au sens large. Du fax à Internet, de la vidéo aux satellites qui vous offrent 100 chaînes TV. Et la pizzeria qui devient cybercafé, le CD, le téléphone portable. Les grands centres commerciaux spécialisés qui se multiplient et les petits commerces qui continuent de disparaître, les caisses à scanner qui lisent le code-barres présent maintenant partout (que de lettres et de rumeurs lors de sa première apparition!).

Et l'écologie, la prise de conscience des pionniers «Verts» est devenue l'affaire de chacun et des communes. Economies d'énergie, nouveaux matériaux d'emballages (allant aussi au four micro-ondes qui ne fait plus

peur). Recyclage, compostage. Tout cela on vous l'a expliqué dans cette rubrique et on continuera.

Mais voici que pointe à l'horizon le génie génétique, pour les plantes, les animaux, mais aussi pour le traitement des maladies de ce type. Là aussi la législation est en retard sur les faits. Songez à ce qui s'est passé avec les techniques de fertilisation humaine. Il y a des circonstances où il ne s'agit plus seulement de simples problèmes de consommation, de bon choix, mais aussi de droit, de morale, de protection des données.

Il ne faut pas s'effrayer. N'oubliez pas que, lors de l'apparition des premiers chemins de fer, on pensait que ça allait faire avorter les vaches! Les associations de consommateurs se préoccupent aussi de ces problèmes et vous fourniront des informations aussi objectives que possible.

Enfin, nous le disions dans le premier article de ce qui s'appelait alors «SOS Consommateurs», cette page est la vôtre. On répond à vos questions.

Janine Chassot/FRC

La cabine téléphonique

Il y a eu la cabine avec juste des fentes pour les petites pièces, puis celle qui acceptait moins de petites pièces et plutôt les grosses... Est apparue ensuite la fente pour les nouvelles «taxcards». Puis hélas, vandalisme oblige, les pièces ne sont plus acceptées et seule la carte est admise. L'appareil vous fournit, en plusieurs langues quelques renseignements. Il accepte maintenant, en sus, les «Postcards» à code. Bien sûr, vous pouviez toujours consulter les annuaires suspendus, s'ils n'avaient pas été volés ou déchirés. Fini... place à l'annuaire électronique. Ce sera pour 1997, puisque 83% des usagers des cabines-tests les ont plébiscités.