

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 38 (2001)
Heft: 1474

Rubrik: Consommation

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 28.04.2026

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

Peu de transparence des prix dans les établissements bancaires

L'Ordonnance sur les prix (OIP) oblige les banques à afficher clairement les prix de leurs prestations. Elle prévoit, entre autres, l'obligation d'indiquer les prix pour l'ouverture et la tenue d'un compte, pour l'utilisation de cartes bancaires et pour le change de monnaies étrangères. La Fédération des consommateurs a réalisé une enquête afin de savoir ce qui se cachait derrière les opulentes vitrines de nos institutions bancaires. Résultat, publié par le journal *J'achète mieux*: le secret des coffres-forts est mieux défendu que la clarté des informations.

Selon les conclusions de l'enquête, il n'y a pratiquement aucune indication sur les vitrines des banques sur les comptes salaires ou les cartes bancaires. Seul 3,8 % des établissements visités rendent ces services vi-

sibles de l'extérieur. On constate un intérêt plus marqué pour les taux de change puisque 30 % des établissements affichent des informations pour qui veut changer son argent. Toutefois, presque 40 % d'entre eux sont défaillants et ne répondent pas à l'exigence légale d'indiquer sans ambiguïté que les cours sont variables. Pire, dénonce la Fédération des consommateurs, 96 % des établissements bancaires ne donnent aucune indication sur les frais liés à l'achat de monnaie alors qu'ils en ont l'obligation légale!

Passons les portes des institutions bancaires. Là, règne calme, luxe et discrétion. Selon, l'OIP, les indications de prix doivent être accessibles à l'en-

droit où se trouve normalement le client, c'est-à-dire à l'entrée, dans le hall, vers le guichet ou encore sur d'éventuels affichages. C'est pourtant facile à installer: la nouvelle mode bancaire a introduit une file d'attente unique qui permettrait aisément d'agrémenter le parcours de renseignements et d'informations utiles au client. Or, il ressort de l'enquête que ces indications ne sont

disponibles que dans la moitié des banques visitées. Et l'accessibilité à ces informations est insatisfaisante (manque de lisibilité, des panneaux d'affichage peu mis en évidence, etc.). La probabilité d'arriver à lire le prix d'une prestation en se rendant dans une banque au ha-

sard est d'un peu plus d'une chance sur trois. Si l'on doit néanmoins donner quelques bonnes notes à nos institutions bancaires: l'UBS arrive en tête. Les informations sont plus nombreuses, plus visibles et plus faciles à consulter qu'ailleurs. Elle est talonnée par la Banque Migros et le Crédit suisse.

L'accès à l'information, la transparence des prix, le droit des consommateurs à pouvoir choisir librement ses prestataires de services sont des revendications importantes. A la suite de la pression des consommateurs, une Ordonnance sur les prix a permis de répondre à ces exigences. Les banques, tout comme les grandes surfaces, n'ont pas à sortir de ce cadre légal. *gs*

Source: *J'achète mieux*, n° 293, juin 2001.

L'accès à l'information, la transparence des prix, le droit à pouvoir choisir librement un prestataire de services sont des revendications majeures

Cyclisme et argent

Quand vendre, c'est assainir

Le cyclisme, comme tout sport et probablement toute activité humaine, a besoin d'argent pour exister. On vient d'apprendre que la Fondation Arc-en-Ciel de l'Union Cycliste Internationale a attribué à la société IMG-Suisse, dirigée par Marc Biver, l'organisation du Tour de Romandie pour la décennie 2002-2011. Les partisans de l'ancien organisateur Daniel Perroud sont évidemment déçus et le

font savoir. Rappelons pour mémoire que la Fondation du cyclisme romand reste seule propriétaire de la course. C'est elle qui a cédé ses droits à la Fondation Arc-en-Ciel. Faut-il faire un dessin?

Saisissons l'occasion pour signaler le rapport annuel 2000 de «Swiss Cycling» (Fédération cycliste suisse), dont l'assemblée des délégués a eu lieu à Mosnang (SG) au début de mai. Pour mémoire, elle a

20 000 membres, dont 2617 coureurs et 306 officiels ayant une licence dans une des catégories comprenant la route, le cyclocross, la piste, le cycle balle, le cyclisme artistique, BMX et trial. Les comptes, puisque nous parlons «argent», sont moins brillants. Au début de l'année passée, il y avait un découvert de près de trois millions de francs au bilan. Heureusement, des mesures d'assainissement ont permis de le

réduire à un peu plus d'un million au 31 décembre 2000. Ce résultat a été atteint grâce à la prolongation du contrat du Tour de Suisse avec ce même IMG qui vient d'obtenir le droit d'organisation du Tour de Romandie.

«Swiss Cycling» pense assainir sa situation financière dans des délais raisonnables. Mais pour cela il faut de l'argent, toujours de l'argent, encore de l'argent. *cfp*