

LA VOIX DES CONSOMMATEURS

Faits, chiffres et questions
sous-jacentes à la consommation
par **comparis.ch**

NUMÉRO 01 | FÉVRIER 2012

Téléphonie mobile

Prix élevés en raison d'une libéralisation tardive, et clients atones ...

PAGE 2

Assurance maladie

Hausse des primes modérée rime avec fidélité ...

PAGE 3

Marché immobilier

Les loyers en centre-ville pas forcément les plus exorbitants ...

PAGE 4

ÉDITORIAL

La Voix des Consommateurs change de look

Au programme de ce numéro, deux « soucis téléphoniques » : le télémarketing et les prix élevés de la communication mobile.

Caisses maladie, abonnements de presse ou encore grands crus : cette fois-ci, le démarchage téléphonique dépasse les bornes. Mais dès le 1^{er} avril, la révision de la loi fédérale contre la concurrence déloyale permettra aux consommateurs, à leurs représentants ainsi qu'au Conseil fédéral de mettre un terme à ces abus. Chacun peut éviter ce genre d'appels en apposant un astérisque à son nom dans l'annuaire : comparis.ch offrira un service en ligne à cet effet. Les accords sectoriels deviendront donc caducs.

Si tous les détenteurs de portables ajustaient leur forfait, à l'image des conseillers nationaux interrogés par nos soins, le potentiel d'économies n'atteindrait pas les 2,3 milliards de CHF par an que nous avons comptabilisés.

Le libre choix du consommateur est bien souvent le parent pauvre des débats publics. Chez comparis.ch, nous souhaitons, à l'avenir, mettre encore plus l'accent sur leur point de vue et le faire valoir au sein des délibérations politiques par l'intermédiaire de la Voix des Consommateurs, entre autres. Nous vous souhaitons une lecture passionnante et enrichissante, et espérons que vous serez conquis(e) par notre nouvelle mise en page. *Felix Schneuwly, responsable des affaires publiques*

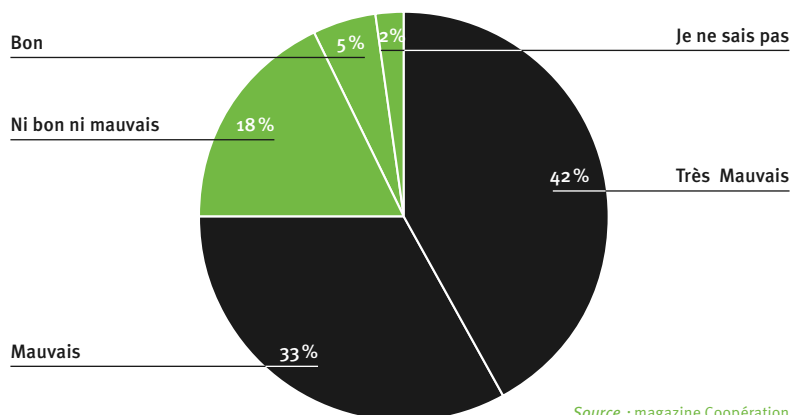
Allô, c'est la pub !

La publicité par téléphone en irrite plus d'un. Sans imposer une interdiction générale, la révision de la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) offre, entre autres, une solution contre le télé-démarchage des caisses maladie.

Vous rentrez enfin chez vous après une longue journée de travail. Soudain, le téléphone sonne. Mais au bout du fil, non pas la voix d'une vieille connaissance ou d'une bonne amie – non, un vendeur importun qui vous vante les mérites de sa toute nouvelle offre extraordinaire. Peu importe qu'il s'agisse d'un abonnement d'essai à un journal, d'un vin exquis ou d'une nouvelle caisse maladie avec tous ses compléments : ce genre d'appels dérange dans bien des cas.

Apposer un astérisque à son nom dans l'annuaire permet d'éviter le démarchage téléphonique. Toutefois, jusqu'ici, seules les entreprises ayant signé un code d'honneur s'engageaient à respecter cette mention. En cas de transgression, la seule possibilité était de déposer une plainte auprès de la Commission pour la Loyauté. Cet astérisque n'était donc rien de plus qu'un tigre de papier : le nombre d'appels publicitaires émis par des caisses maladie à l'automne 2011 atteste bien de ce fait (voir encadré).

Démarchage téléphonique : la majorité dit non !



Source : magazine Coopération

Pour la majorité des personnes interrogées, les caisses maladie ne gagnent pas en popularité avec le télémarketing. Néanmoins, près d'un quart des participants est favorable à ces appels ou ne s'y oppose pas explicitement.

LCD : réglementation publicitaire

Les lois sont plus strictes en Allemagne, où les appels publicitaires ne sont permis qu'avec l'accord préalable du consommateur. Cette prohibition générale semble pourtant trop sévère aux yeux de la législation suisse : dans le cadre de la révi-

sion de la LCD, le Conseil national et le Conseil des États ont décidé de réglementer le démarchage par téléphone, par courrier ou par e-mail, sans pour autant le bannir. Le non-respect d'une mention dans l'annuaire constituera désormais une infraction, et outre les parties impli-

» Suite à la page 2

70 pourcent...

... tel est le pourcentage des assurés suisses qui, selon une enquête représentative, ont reçu un appel téléphonique publicitaire d'une caisse maladie ou d'un courtier en assurances à l'automne 2011. En passant un accord sectoriel, les membres de SantéSuisse avaient tenté de mettre un terme à la prospection à froid pour l'assurance de base. Un flop, d'après les assurés : 31 % des 2000 personnes interrogées ont reçu autant d'appels qu'en 2010, 28 % confient même en

avoir reçu davantage alors que juste 21 % ont été contactés moins souvent. 13 % n'ont été abordés ni cette année, ni la précédente, et 8 % ne savent pas.

À noter que les participants se souvenaient surtout avoir eu affaire à deux caisses maladie : le Groupe Mutuel pour 23 % d'entre eux et le Groupe Helsana pour 16 %. Toutefois, ils n'ont pas été en mesure de dire exactement si les appels provenaient vraiment d'assureurs maladie ou plutôt de sociétés de télémarketing opérant sans mandat ☑

quées, la Confédération elle-même pourrait porter plainte. À l'occasion de l'entrée en vigueur de la LCD révisée, le 1^{er} avril 2012, comparis.ch proposera un service en ligne permettant d'apposer un tel astérisque, rapidement et en toute simplicité.

Il s'agit là d'un bon compromis entre la pratique actuelle et une interdiction générale, à l'image de l'Allemagne. Les consommateurs gênés par ce genre d'appels auront ainsi la possibilité de s'en protéger, alors que les autres pourront toujours être contactés. Une solution sensée vu que près d'un quart de la population n'affiche pas une attitude négative face au démarchage téléphonique des caisses maladie, certains y étant même favorables (voir graphique page 1).

Dispositions LAMal inadaptées

La révision de la LCD offre aussi une solution plus adéquate que les dispositions parfois controversées de la loi sur l'assurance maladie (LAMal). Le désavantage réside dans le fait que ces dernières (tout comme l'accord sectoriel de Santéuisse de l'année passée) s'appliquent uniquement à l'assurance de base. En d'autres termes, le télé-démarchage pour les assurances complémentaires demeure possible: aucun changement en vue, donc, pour les consommateurs irrités par cette pratique en vogue l'automne dernier. La juridiction fait une distinction à cet égard, certes, mais ce genre d'appels peut déranger un point c'est tout, peu importe qu'ils concernent la partie obligatoire ou facultative de l'assurance maladie.

La Confédération peut désormais porter plainte en cas d'infraction à la LCD révisée (voir ci-dessus). Toutefois, lors de la dernière session du Conseil national, M. Burkhalter (conseiller fédéral) n'a pas été en mesure de répondre à la question de M. von Graffenried (conseiller national, les Verts, BE) concernant la procédure exacte que la Confédération adopterait si l'ampleur du télé-démarchage des caisses maladie ne diminuait pas cet automne malgré la mention spéciale dans l'annuaire. Son successeur au Conseil fédéral, Alain Berset, devra éclaircir ce point d'ici au 1^{er} avril.

Jonas Grossniklaus

La fidélité à tout prix

Téléphoner et surfer mobile coûte cher en Suisse. Toutefois, peu de consommateurs optent pour l'offre la plus avantageuse. Résultat: 2,3 milliards de francs jetés par les fenêtres. Mais pourquoi les adeptes du portable hésitent-ils à réduire leurs dépenses?

2,3 milliards de CHF: telle est la coquette somme qui passe sous le nez des Suisses chaque année parce qu'ils renoncent à opter pour le forfait de téléphonie mobile le plus économique. Un montant colossal! Et pourtant, presque personne n'envisage un abonnement ou une formule prépayée plus adapté(e). En effet, d'après le résultat d'un sondage mené par comparis.ch auprès de presque 5200 consommateurs, à peine 2% téléphonent et surfent actuellement via l'offre la plus avantageuse pour eux.

Monopole vraiment aboli?

La réticence de 98% des adeptes du portable est surprenante au vu des tarifs très élevés que pratique la

Suisse par rapport aux autres pays d'Europe. Mais pourquoi rechignent-ils à optimiser leur abonnement? Aujourd'hui, le marché se divise en deux: d'un côté le puissant Swisscom, autrefois détenteur du monopole, et de l'autre, une multitude de prestataires qui s'arrachent la clientèle. De grosses entreprises comme Sunrise ou Orange mais aussi beaucoup de plus petites.

Avec 60% des parts de marché (offre à bas prix M-Budget de la marque Migros, y compris), Swisscom occupe une position de leader. Dans d'autres pays, les plus grands opérateurs détiennent en général autour des 40%. Cette différence incombe au fait qu'en Suisse, la libéralisation n'a été adoptée que durant

l'hiver 1998-1999, soit beaucoup plus tard qu'ailleurs. À cette époque, le natel était déjà en train de devenir un produit de grande consommation. Ainsi, lorsqu'il a vu la concurrence arriver, Swisscom était déjà fort de quelque 1,7 million d'abonnements de portables. Et les nouveaux venus n'ont jusqu'ici pas réussi à rattraper ce retard.

Obstacle: coûts d'infrastructure

Alors que Swisscom recueillait encore plus de clients, ses concurrents de l'époque, DiAx (devenu Sunrise) et Orange, vauquaient encore à résoudre différents problèmes. Il s'agissait de construire un réseau d'antennes: un projet impliquant non seulement beaucoup de temps

POTENTIEL D'ÉCONOMIES AU CONSEIL NATIONAL

comparis.ch a déterminé l'abonnement de portable le plus avantageux pour trois des conseillers nationaux. Tous les calculs s'entendent sur une base mensuelle.



Lukas Reimann (UDC, SG)

...s'en sort déjà très bien avec son abonnement Orange Me, incluant SMS et minutes gratuites (décembre 2011: 145,70 CHF). Mais il pourrait tout de même payer 5 CHF de moins par mois en optant pour l'option 300 Mb, car il n'a jusqu'ici pas utilisé le Gb de données compris dans sa formule actuelle. Pour sa défense: «Je viens juste d'augmenter le volume de données, car je me suis acheté un portable plus moderne avec lequel je surfe davantage qu'avant».



Doris Fiala (PLR, ZH)

...pourrait économiser 20 à 30 CHF par mois sur ses appels en Suisse en passant de Swisscom à Sunrise. Toutefois, membre du Conseil de l'Europe, elle téléphone souvent à ou depuis l'étranger (1376,05 CHF en octobre), Swisscom est donc à ce jour le plus avantageux pour elle. Mme Fiala à cet effet: «Je reconsidérerai la situation le jour où je ne voyagerai plus, ce qui n'est pas prévu pour l'instant. Bien entendu, je téléphone depuis longtemps déjà au tarif le plus avantageux».



Cédric Wermuth (PS, AG)

...économiserait près de 50 CHF par mois s'il abandonnait Swisscom xtra liberty medio (155,90 CHF en octobre 2011) en vue de l'offre d'Orange Me 240 pour les moins de 27 ans, avec option 1 Gb. Toutefois, Cédric Wermuth n'envisage pas de changer: «La course aux prix bas nuit aux salaires et aux conditions de travail. Swisscom est un bon employeur, qui engage de nombreux apprentis. De plus, la société appartient majoritairement à l'État et non pas à des actionnaires anonymes».

Pour les loisirs ou pour l'État ?

Le plus souvent, les Suisses dépensent leurs revenus supplémentaires pour les loisirs, les impôts ou en profitent pour épargner.

fri. 3 employés sur 4 reçoivent un treizième salaire ou peuvent compter sur un bonus. C'est ce qu'a révélé une enquête de comparis.ch. Mais où va cet argent ?

La médaille d'or revient aux loisirs, tels que vacances, shopping, voitures, cadeaux ou sorties. 25% de chanceux peuvent empocher directement cette somme, bienvenue pour le budget. Viennent ensuite les impôts : avec 22% des mentions, ils absorbent la grande majorité du bonus ou du treizième. À la troisième place, l'épargne. 19% des personnes interrogées déclarent mettre leur rémunération additionnelle de côté ✓

« Otages du marketing »

Les opérateurs ne manquent pas non plus de ressources lorsqu'il s'agit de retenir leur clientèle. On pourrait parler ici d'« otages du marketing » (*Geiselaft-Marketing*), terme utilisé récemment par l'ancien président des CFF dans le magazine « *Persönlich* ». À cet effet, citons entre autres les « contrats léonins », qui se renouvellent automatiquement après expiration de leur durée minimale. Swisscom est jusqu'ici le seul à les avoir abolis, en septembre 2011. **Ralf Beyeler, expert en télécommunications chez comparis.ch et Lorenz Frischknecht**

et d'argent mais suscitant aussi parfois une solide résistance populaire. Les conséquences sont perceptibles aujourd'hui encore.

Bâtit et entretenir des antennes couvrant tout le réseau coûte cher, et ce peu importe le nombre de personnes qui téléphonent. Pour compenser les dépenses astronomiques

rifs très séduisants : ce genre d'offensives ne permet pas toujours d'appâter le nombre de clients souhaité. La plupart des Suisses restent fidèles à leur opérateur, quel qu'en soit le prix. Partant, lorsqu'une société revoit ses prix à la baisse, c'est avant tout à ses habitués qu'elle fait une fleur, sans pour autant s'attirer de nouveaux clients.

« Les opérateurs ne manquent pas non plus de ressources lorsqu'il s'agit de retenir leur clientèle. »

inhérentes à une entrée sur le marché, il faudrait les répartir sur le plus de clients possible. Selon certaines théories économiques, les opérateurs devraient tenter de se dérober la clientèle les uns aux autres.

L'une des solutions résiderait dans des offres de prix agressives ; mais cette méthode ne fonctionne pas en Suisse. Sunrise en a d'ailleurs fait la triste expérience en 2007 avec ses ta-

Résultat : non seulement une perte sur le chiffre d'affaires mais aussi une diminution des bénéfices, les frais fixes ne bougeant presque pas. Pratiquer des tarifs plus attrayants n'est donc pas rentable.

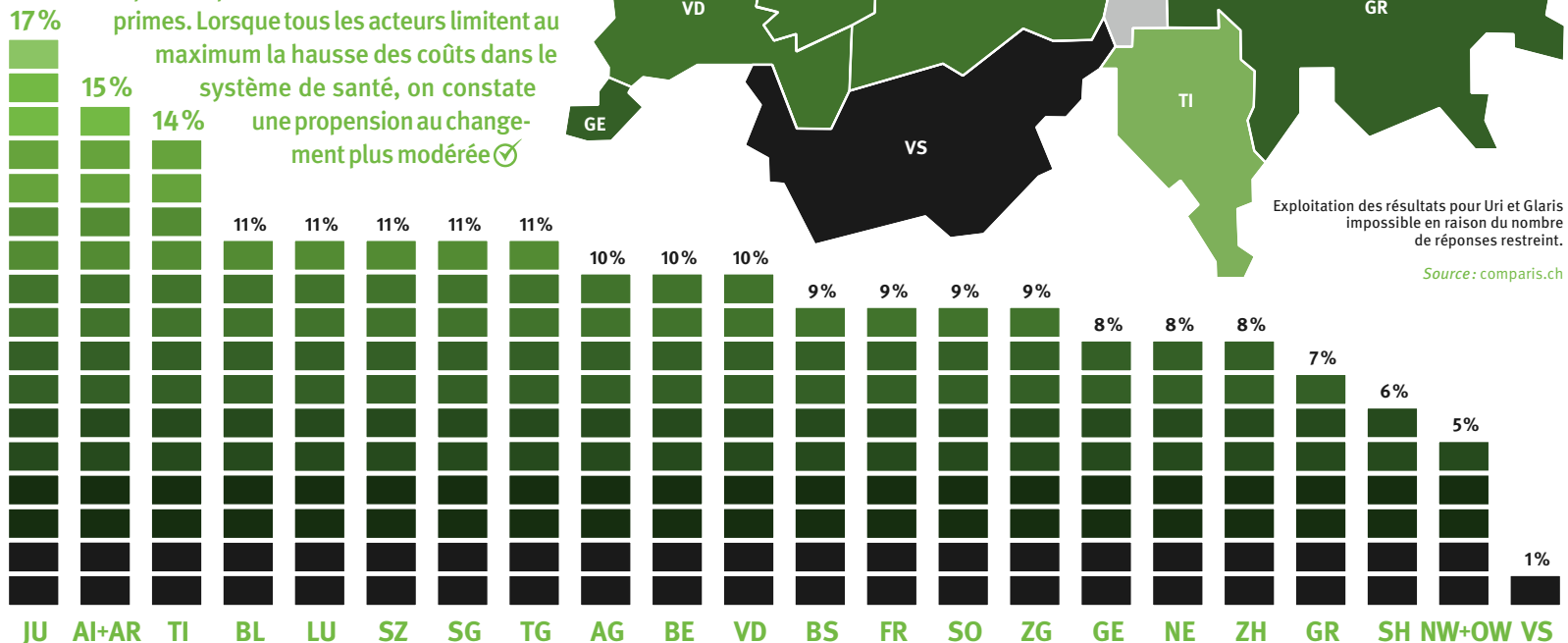
À moins que la clientèle ne devienne plus « mobile ». En effet, les consommateurs auraient les cartes en main pour exercer davantage de pression. Ils pourraient, par exemple,

CAISSES MALADIE

Jura, Appenzell et Tessin prompts au changement

Jg. 8,4% des assurés suisses ont changé de caisse fin 2011, soit environ 650 000 mutations au total. Jurassiens et Appenzellois se sont montrés particulièrement zélés à cet égard. Et ce pour une bonne raison : ces cantons remportent la palme de la hausse de primes. Voilà un an, le taux de changement, tout comme l'augmentation des primes, étaient beaucoup plus élevés. Cela démontre que les assurés n'optent pas chaque année pour la caisse la moins chère

mais qu'ils esquivent massivement la flambée des primes. Lorsque tous les acteurs limitent au maximum la hausse des coûts dans le système de santé, on constate une propension au changement plus modérée ✓



Toggenburg: abordable

Entreprendre un voyage, c'est aussi avoir des choses à raconter ensuite. Chercher un appartement, c'est surtout débattre avec son portefeuille. En effet, dans certaines régions, un appartement type de 4 ½ pièces coûte presque 5 fois plus cher qu'à l'autre extrémité de la Suisse. Des prix exorbitants du centre de Genève, avec des offres de location à 4850 francs (code postal 1204), on passe à 1000 francs pour la commune de Nesslau-Krummenau dans le district de Toggenburg. C'est ce qu'a révélé l'analyse de comparis.ch, sur la base de son tour de Suisse virtuel pour le logement type suivant: 4 ½ pièces, 100 m², de moyen standing, avec balcon. L'analyse y relative repose sur un modèle statistique comportant les données de près de 250 000 annonces de logements à louer, publiées en 2011.

Dans le bassin zurichois, ce logement ne s'échange pas en dessous de 2600 CHF par mois, et ce peu importe la rive où il se situe. En effet, tant les communes de la «côte d'or», comme Zollikon (3350 CHF) ou Küsnacht (3500 CHF), que Kilchberg (3050 CHF) ou Rüschlikon (3800 CHF), sur la côte moins huppée, sont ruineuses. La proximité avec la ville joue ici un rôle prépondérant. À Zurich même, le loyer (2950 CHF) est en moyenne meilleur marché que dans les alentours. Et cette règle s'observe ailleurs en Suisse aussi. Par exemple à Bottmingen (2550 CHF), où notre appartement coûtera plus cher qu'à Bâle (2150 CHF) ou encore 2250 CHF à Bremgarten, contre 2100 CHF à Berne même.

Montagnes russes

Taux hypothécaires hors de contrôle: hypothèques fixes sur 10 ans moins chères que leurs homologues variables, une première!

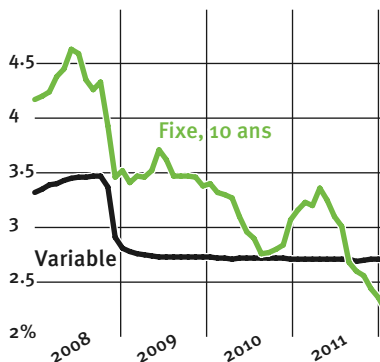
fri. Trimestre après trimestre, les taux hypothécaires ne cessent de battre des records. Première chute à la mi-2008: ininterrompue depuis lors (à l'exception d'une légère hausse au 1^{er} trimestre de 2011). Les hypothèques n'ont jamais été si bon marché. C'est ce que révèlent les taux de référence de 65 établissements hypothécaires, que comparis.ch publie chaque jour dans son aperçu des taux ainsi que tous les trois mois dans le Baromètre des Hypothèques.

Jusqu'à 3 points de moins

Les hypothèques à taux fixe fluctuent entre 2 et 3 points de moins par rapport au niveau enregistré avant leur dégringolade. Fin janvier, l'hypothèque à taux fixe sur 5 ans était disponible pour 1,5% seulement, alors qu'elle s'échangeait encore à 3 points (4,5%) de plus le 30 juin 2008. Quant aux échéances à 10 ans, elles s'affichaient, fin janvier, à 2,5 points (2,2%) de moins que trois ans et demi auparavant (4,7%, le 30 juin 2008).

Ainsi, ce genre d'hypothèques est de plus en plus économique. Quant aux modèles variables, leurs cours moyens stagnent. Certes, les taux moyens étaient un peu plus élevés à la mi-2008 qu'à fin janvier de cette année et ont donc entamé une phase baissière à cet égard, mais dès le 2^e trimestre de 2009, le cours s'est continuellement maintenu autour des 2,7%. Depuis, c'est quasiment le statu quo.

Taux hypothécaires fixe en chute libre



Les hypothèques à taux fixe sur 10 ans sont actuellement bien plus avantageuses que le modèle variable.

Source: comparis.ch

Amortir via une hypothèque fixe

On se retrouve désormais dans la situation, où même les hypothèques à taux fixe sur 10 ans sont plus avantageuses que leurs homologues à taux variable. La demande actuelle en hypothèques à taux variable est faible, certes, mais il se pourrait bien que de nombreux propriétaires détiennent toujours une deuxième hypothèque variable à amortir. Or, beaucoup de banques sont prêtes à conclure une hypothèque à taux fixe sur la partie à amortir. Une pratique qui, au vu des taux actuels, devrait porter ses fruits à long terme. Revers de la médaille: une certaine perte de flexibilité si, par exemple, on souhaitait augmenter le montant de l'amortissement en raison d'un héritage inattendu ✓

Une pilule dure à avaler

fs. Les médicaments brevetés, remboursés par la caisse maladie, coûtent 19% de plus en Suisse que dans les pays voisins, et les génériques même 45%. En d'autres termes, 400 millions de CHF à la charge de l'assurance de base chaque année. Mais le potentiel d'économies est en fait encore plus élevé: Santésuisse et les associations pharmaceutiques partent du principe que les caisses allemandes bénéficient de 6% de rabais sur le prix de fabrication, alors qu'en réalité ce chiffre atteint au moins 16%.

Malgré des écarts de prix importants, les associations ont exigé l'application d'un taux de change de 1,40 CHF, alors que ce dernier se situe actuellement à 1,20 CHF: une demande irrecevable. En effet, au vu du faible cours de l'euro, le prix des médicaments importés devrait même plutôt fortement baisser.

Les associations ont aussi exigé que l'on exclue la comparaison des médicaments sur le plan thérapeutique à l'étranger, tant pour la prise en charge par les caisses que pour la fixation du prix. Argument avancé: l'OFSP serait débordée. Certes, l'OFSP économiserait ainsi en termes de personnel et de frais, mais on ne pourrait plus distinguer la valeur ajoutée thérapeutique réelle des médicaments les plus chers face aux plus avantageux. Une simple comparaison avec les prix à l'étranger ne permettrait pas d'assurer les critères déterminants de la LAMal: efficacité, adéquation et économie. Ces revendications vont donc à l'encontre des assurés ✓

Test de résistance

Le terme «test de résistance» provient de la médecine, p. ex. en ergométrie, où il équivaut à un électrocardiogramme d'effort. Aujourd'hui entré dans le langage courant, il s'applique, entre autres, aux banques et aux centrales nucléaires. En effet, depuis l'effondrement de Lehman Brothers, les banques font régulièrement l'objet de tests de résistance. Pour ce qui est des centrales nucléaires, la catastrophe de Fukushima en mars dernier a marqué le

début de ces tests. En outre, le projet ferroviaire allemand «Stuttgart 21» a lui aussi été soumis à une telle épreuve.

On trouve couramment cette expression sous la forme de stress-test, qui désigne désormais un phénomène politique, économique ainsi que de société en général. Une simple recherche dans les médias montre que ce terme a gagné en importance, notamment en Suisse-allemanique. En effet, d'après une base de données à cet effet, le terme allemand «Stresstest» a été utilisé dans plus de 1000 articles de presse en 2011, soit dix fois de plus qu'en 2008.

ACHEVÉ D'IMPRIMER

Éditeur: comparis.ch, Stampfenbachstrasse 48, CH-8006 Zürich
© 2012 comparis.ch

Rédaction: Lorenz Frischknecht (frl), Jonas Grossniklaus (jg), Felix Schneuwly (fs)

Version française: Rachel Charmillot, Perrine Pardoëns

Mis en page: yw@blackbox.ch

Impression: rva Druck und Medien AG, Altstätten

Réactions: redaktion@comparis.ch

Reproduction (partielle) autorisée avec mention de la source (comparis.ch); possibilité de téléchargement PDF sur www.comparis.ch/voix-des-consommateurs