

Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 49 (1961)

Heft: 13

Artikel: Un cas précis le prouve : la publicité informative est efficace

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-269848>

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: 29.11.2024

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

la page de l'acheteuse

qui veut connaître
ses produits, ses prix,
son pouvoir d'achat

Le saviez-vous ?

Nous pouvons acheter des médicaments équivalents à des prix très différents

Nous avons posé à M. S., pharmacien, quelques questions qui nous tracassent depuis longtemps :

— Est-il vrai que les médicaments suisses soient particulièrement chers ?

— Non, les médicaments suisses ne sont pas particulièrement chers ; beaucoup d'entre eux ont même baissé de prix. D'une façon générale, le prix des médicaments a moins augmenté que l'ensemble du coût de la vie.

— Mais les remèdes français sont tout de même beaucoup moins chers ?

— C'est absolument inexact ; mis à part quelques remèdes anciens qui sont maintenant à leur ancien prix, les médicaments français sont plus chers que les suisses. C'est également vrai des médicaments américains, largement utilisés en Suisse, qui sont très coûteux.

— J'ai vu dans une revue étrangère qu'on pouvait acheter des médicaments en vrac à un prix bien inférieur. Est-ce possible en Suisse ?

— Tout à fait possible. Il faut savoir qu'après 20 ans, un médicament tombe dans le domaine public. Il peut être imité par d'autres maisons. Ces contrefaçons, qui ont la même formule que le remède original, coûtent en général la moitié moins, surtout si on les achète par grandes quantités (50 ou 100 comprimés).

— Mais où les trouve-t-on ?

— N'importe quelle pharmacie peut vous les procurer. Il existe plus de mille copies de médicaments connus pour le cœur, le foie, la digestion, les nerfs, la gorge, etc. La difficulté est que vous ne savez pas comment ils s'appellent, car ils portent évidemment un autre nom que le remède original.

— Ces copies sont-elles très demandées ?

— Pas assez. Quelques médecins les prescrivent. Ces copies sont d'ailleurs le plus souvent reconnues par les caisses-maladies ; beaucoup de malades, qui n'ont pas d'ordonnances, les refusent aux pharmaciens qui les leur offrent. Ils préfèrent le remède plus cher dont le nom leur est familier. Ils sont persuadés, puisqu'il est plus cher, qu'il fera un meilleur effet, alors que la composition de la copie est exactement semblable à celle de l'original. On touche là à la puissance de la publicité.

Les acheteurs peuvent donc demander à leur pharmacien ou à leur médecin de leur indiquer ces copies de médicaments sans préjudice pour leur santé et au plus grand bien de leur porte-monnaie...

A propos des conserves

La conservation des aliments peut être dangereuse à longue échéance, si l'on consomme exclusivement des aliments conservés. Il en est de même pour les substances, naturelles ou synthétiques, ajoutées à la nourriture pour en relever le goût, en augmenter la valeur nutritive — ou pour simplement la rendre plus attrayante.

Le Comité d'expertises des aliments additionnels de la FAO et de l'OMS a précisément étudié quelle dose de substances toxiques peut être absorbée chaque jour sans avoir d'effets pernicieux. Le Comité a préparé des monographies sur 35 produits antimicrobiens et anti-oxydants communément utilisés, notamment dans les pays tropicaux.

Quoique chaque pays doive apporter sa propre solution à ce problème, le Comité pense, en tout cas, que toute substance additionnelle doit être exclue de la nourriture des jeunes enfants qui courent des risques d'empoisonnement beaucoup plus grands que les adultes.

On nous laisse sciemment dans l'ignorance

Ces graisses ne sont pas toutes pareilles !

Depuis quelque temps, les graisses « purement végétales » offertes à l'acheteuse se multiplient. Sont-elles identiques ? Selon quels critères faut-il préférer celle-ci à celle-là ?

Notons d'abord que l'apparition des graisses « purement végétales » constitue un aveu. On ne nous avait jamais dit que les graisses dites comestibles contenaient, mis à part le beurre, des graisses animales (de bœuf). Maintenant c'est clair : d'un côté, nous avons les graisses traditionnelles contenant des graisses animales qui peuvent être sans beurre ou avec adjonction de beurre et de l'autre des graisses végétales. Ces dernières marquent un net progrès : elles sont certainement plus digestibles pour l'organisme. Mais revenons-en à notre première question :

— par leur prix qui oscille entre 1 fr. 70 et 3 fr. la livre, c'est presque du simple au double !

— par leur consistance plus ou moins molle ; une graisse molle est plus facile à doser qu'une graisse dure.

— par leur emballage ; certaines sont offertes dans des gobelets, d'autres en blocs simplement emballés dans du papier métallisé ; les gobelets, qui renchérissent vraisemblablement le prix de vente, sont cependant plus pratiques.

— par leur composition ; c'est la différence essentielle qui pourrait justifier dans une certaine mesure la différence des prix.

— par leur fabrication. Certaines de ces graisses sont en partie hydrogénées d'autres ne le sont pas. Sur l'emballage d'un seul produit on nous précise ce point ; devons-nous en conclure que toutes les autres le sont ? On hydrogène une huile pour la rendre solide, pour la transformer en une graisse qui ne coule pas dans les armoires, ce faisant on

élève son point de fusion. Or le grand intérêt des huiles végétales est que leur point de fusion est bas. Si on les hydrogène, elles perdent une partie de leur digestibilité. Il faut donc préférer les produits non hydrogénés aux produits hydrogénés. Encore faut-il savoir lesquels le sont ?

Une graisse purement végétale peut contenir 90 % et plus de graisse de coco, même si la publicité fait état d'huile de tournesol, d'olive, etc., lesquelles peuvent n'entrer qu'en proportion infime dans la composition. Sur cette question essentielle, nous sommes laissées dans l'ignorance, l'emballage ne nous indique ni la composition de la graisse, ni le pourcentage des divers éléments et les fabricques que nous avons interrogées refusent de répondre à cette question. Pourtant elle est importante. Supposons deux graisses de même prix dont l'une contient 95 % de graisse

de coco et l'autre seulement 55 %. La graisse de coco étant meilleur marché que l'huile de tournesol, d'olive ou de germe de maïs, la première graisse est en fait trop chère pour ce qu'elle vaut. Nous aurions tout avantage à acheter à sa place de la graisse de coco pure et vendue comme telle.

A notre avis, les consommatrices devraient refuser d'acheter les graisses végétales dont l'emballage ne nous donne aucune indication sur ce qu'elles contiennent (et dans quelle proportion) et sur les procédés de fabrication. Elles devraient préférer les produits qui osent dire leur nom, comme la graisse de coco pure, l'huile d'arachide, l'huile d'olive ou celle de tournesol. Ces huiles non transformées en graisses sont tout aussi saines et moins coûteuses que les meilleures graisses végétales.

Un cas précis le prouve :

La publicité informative est efficace

La Commission romande des consommatrices réclame depuis sa création que la publicité change de méthodes, qu'elle ne se contente plus de slogans et de primes, mais qu'elle apporte aux acheteuses des informations les aidant à faire plus judicieusement leur choix. Elle avait donc salué avec beaucoup de satisfaction la très heureuse initiative prise par les Grands magasins Innovation, à Lausanne, qui ont distribué dans tous les ménages un prospectus expliquant le fonctionnement, la construction technique et l'emploi des différents appareils ménagers, en particulier des armoires frigorifiques et des machines à laver. Voici à titre d'exemple, le titre de quelques paragraphes : que doit-

on savoir d'une machine à laver ; quatre types de machines (à pulsion, à batteur, à tambour, à pression d'eau) ; semi-automatisme ou automatique ? Quelle contenance aura votre machine ? Le choix de la marque.

Vente accrue et facilitée

Restait à savoir si cet effort d'information « payait » sur le plan commercial. Nous sommes allées le demander à l'un des directeurs de la maison. Il s'est montré catégorique : les ventes d'appareils ménagers ont fortement augmenté à la suite de cette nouvelle publicité : elles ont atteint un niveau très supérieur à celui des années précédentes. Détail intéressant, cette nouvelle forme de publicité non seulement accroît les ventes mais les facilite. En effet, « autrefois », pour conclure une vente, le personnel devait passer des heures à répondre aux questions de la cliente, qui venait une première fois seule, hésitait, revenait avec son mari, ne pouvait se décider. Après l'envoi de ce prospectus, les choses se passent tout autrement : l'acheteuse arrive seule, le prospectus à la main et déjà décidée : « C'est cette machine-là que je veux », déclare-t-elle en la pointant sur le prospectus. Le vendeur s'aperçoit alors que la feuille imprimée porte des marques au crayon, des signes, des croix, des calculs. Preuve qu'à la maison, les époux l'ont étudiée à fond, ont pesé le pour et le contre et finalement fait leur choix. Il ne leur reste plus désormais qu'à passer au magasin pour commander le modèle retenu ; Notons encore que les grandes marques en vente à l'Innovation se sont aussitôt déclarées d'accord de participer ensemble à cette publicité intelligente.

le gaz est indispensable

Des lectrices nous donnent leur avis

Dans notre numéro de septembre, à la fin de l'article sur les potages en sachets et les potages préparés à la maison, nous demandions à nos lectrices de nous dire ce qu'elles en pensent. Voici deux de leurs avis :

« Je suis mère de quatre grands enfants ; nous sommes sept en ménage et je suis entièrement d'accord avec G. F. Nous faisons d'excellents potages avec peu de choses, en relevant le goût en ajoutant une cuillerée à soupe d'un bouillon gras en poudre ».

A.-M. Michaud

« Dans la comparaison entre les potages en sachets ou préparés entièrement à la maison, un élément, pourtant essentiel, me semble avoir été oublié : leur valeur nutritive et leur digestibilité. Pour les ménagères pressées et au budget pas trop limité, le gain de temps compense sans doute largement une légère différence de prix entre les deux catégories. Mais il faudrait savoir aussi si les soupes à base de légumes séchés valent les autres ? »

« D'autre part, si les premières contiennent des corps gras, ceux-ci sont-ils d'aussi bonne qualité que ceux employés par les mères de famille soucieuses de la santé des leurs ? Ce dernier point me paraît important à une époque où tant de gens se plaignent de leur foie ! »

« En résumé, si la question soulevée est une question de temps et d'argent, je crois qu'elle est aussi une question de santé. » Y. van Muyden

Cette page a été fournie par la Commission romande des consommatrices.

AIDEZ-NOUS A Y VOIR CLAIR

Enquête sur vos habitudes d'acheteuse

Les entreprises de distribution discutent beaucoup en ce moment des heures d'ouverture des magasins comme du portage à domicile. Elles ont peine à trouver des employés et elles pensent à juste titre qu'en réduisant le portage à domicile et les heures d'ouverture du magasin, certaines de leurs difficultés disparaîtraient. Ne trouverait-on pas plus facilement des vendeuses si on pouvait leur offrir le samedi après-midi de congé ? Mais d'autre part, peut-on vraiment fermer les magasins à l'heure où ils sont le mieux remplis ?

Nous avons préparé ce questionnaire afin de connaître votre point de vue d'acheteuse et de pouvoir, le cas échéant, intervenir utilement dans la discussion. Remplissez cette formule et retournez-la nous.

Habitudes d'achat

Faites-vous vos achats alimentaires dans votre quartier (ou votre village) ? ou de préférence dans le centre de la ville ?

Mis à part le lait et le pain, faites-vous des achats alimentaires tous les jours ? ou tous les deux jours ? ou tous les trois jours ?

Le plus souvent à quel moment de la journée ?

Allez-vous au marché ? oui / non

Préférez-vous tout acheter dans le même magasin (supermarché) ou vous rendre dans plusieurs magasins spécialisés ?

Aimez-vous les magasins self-service ? oui / non

Achetez-vous au crédit (carnet) ou au comptant ?

Faites-vous les achats non-alimentaires dans votre quartier ?

Dans les grands magasins ou dans des magasins spécialisés ?

A quel moment de la journée ?

A quel moment de la semaine ?

Faites-vous les achats importants seule ou avec votre mari ?

Dites-nous vos vœux

Souhaitez-vous une modification des heures d'ouverture des magasins ?

oui / non éventuellement laquelle ?

Souhaitez-vous l'ouverture des magasins entre midi et deux heures ? oui / non

Accepteriez-vous volontiers la fermeture de tous les magasins le samedi après-midi ? oui / non

Aimeriez-vous avoir à disposition un magasin d'alimentation « de service » le soir ou le dimanche ? oui / non

Renonceriez-vous volontiers au portage du lait à domicile ?

Aimeriez-vous pouvoir acheter le lait pasteurisé dans n'importe quel magasin d'alimentation ? oui / non

Avez-vous d'autres vœux à formuler ?

Prière de souligner ce qui convient

Ce questionnaire est à retourner, rempli, avant le 30 novembre 1961, à la Commission romande des consommatrices, Planches 32, PRILLY (Vaud).