

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: 51 (1963)

Heft: 29

Artikel: Une belle journée à Fribourg

Autor: A.S.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-270319>

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>

la page de l'acheteuse

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

La MIGROS nous écrit :

« ... Vous avez même osé vous attaquer au délicat domaine des tests comparatifs de marchandises. Vous savez certainement que d'autres organismes qui disposent de bases de comparaison bien meilleures sont violemment attaqués (par exemple l'hebdomadaire allemand « DM »). C'est pourquoi, certainement, vous déclarez, en page 2 de votre numéro de février, que vous ne tenez nul compte de la qualité de la marchandise en question.

Permettez-moi, moi qui tente depuis plus de trente ans d'obtenir la création d'un institut indépendant pour le contrôle des marchandises, de vous dire que dans ce cas vos comparaisons sont sans intérêt pour les ménagères. La même quantité d'une quelconque denrée alimentaire est non seulement offerte à des prix très différents dans divers magasins mais aussi dans un seul et même magasin ; ce n'est que lorsque la ménagère est certaine de recevoir la même quantité d'une qualité à peu près semblable qu'elle peut tirer ses conclusions.

Migros, en ce qui la concerne et pour autant qu'elle publie des comparaisons de prix prend toujours la qualité en considération... Nous engageons à ce propos à fond notre responsabilité : il s'agit de comparaisons portant sur des produits de même qualité. Or, c'est cette responsabilité que vous rejetez d'emblée dans vos tests de marchandises.

Une petite remarque encore au sujet de votre comparaison d'amandes non décortiquées : les amandes en coques sont surtout demandées pour les sacs de Saint-Nicolas. Pour la cuisine, les ménagères achètent des amandes décortiquées qui sont, chez Migros, à qualité égale, sensiblement moins chères que celles de la Coop. Comme la présentation joue un rôle pour les amandes non décortiquées, nous avons choisi les grosses amandes Bottara et non les petites coques minces, telles que la Coop les vend, car il est important dans les sacs de Saint-Nicolas que les coques ne soient pas trop sensibles. Nous vous adressons cette mise au point pour votre information personnelle. Nous n'attachons pas d'importance à une rectification, mais nous nous permettons de vous recommander de limiter autant que possible vos comparaisons à des denrées alimentaires importantes et fréquemment utilisées et d'y inclure, si vous le pouvez, la qualité. C'est d'ailleurs ce que vous avez tenté, en dépit de vos déclarations, dans votre test sur les haricots, test qu'un spécialiste ne peut cependant pas considérer comme suffisant... »

Signé : E.-F. GASSER

A quoi nous répondons :

1. Si, en février, nous avons déclaré ne tenir nul compte de la qualité des marchandises, c'est que nous nous bornions alors à des comparaisons d'étiquettes. Nous n'achetions ni n'ouvrons les boîtes.

2. Nous sommes parfaitement conscientes que nos comparaisons de haricots sont sommaires. Elles sont d'ailleurs faites, faute de moyens, par une maîtresse ménagère dans sa cuisine. Telles qu'elles sont, elles nous ont pourtant apporté des renseignements utiles. Nous espérons pouvoir, d'ici peu de temps, faire faire des analyses plus poussées dans un laboratoire.

3. On nous dit que Migros engage à fond sa responsabilité dans les comparaisons de prix, qu'elle publie. Cela nous surprend puisqu'elle ne nomme pas les produits auxquels elle compare les siens. C'est pour cette raison que ces comparaisons n'ont aucune utilité pour la ménagère ; elles ne sont utiles qu'à la publicité Migros.

4. Nous sommes très heureuses des précisions apportées sur les amandes non décortiquées. Nous formons le vœu que, l'an prochain, Migros veuille bien insister dans sa publicité sur le fait que ces amandes sont particulièrement intéressantes pour leurs coques grosses, épaisses et solides.

5. Pour le reste, nous sommes entièrement d'accord avec votre correspondant ; il est urgent qu'un institut absolument indépendant contrôle et compare les marchandises. C'est vers la création d'un tel organisme que tendent nos efforts depuis quatre ans.

Ne manquez pas de lire, en page 3, l'information concernant

LE COURS SUR LA VIANDE

organisé par la Commission romande des consommatrices et d'autres organisations.

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

Une belle journée à Fribourg

Le 21 mars, la Commission romande des consommatrices tenait à Fribourg sa première assemblée générale et sa quatrième journée d'information devant une très belle assistance (environ quatre-vingt personnes le matin et cent trente l'après-midi, lesquelles représentaient une cinquantaine d'associations féminines et familiales). M. Campiche, directeur de l'Office fédéral du contrôle des prix nous a fait l'honneur d'assister à toute notre journée. Au cours de

L'assemblée générale

plusieurs décisions importantes pour l'avenir de notre mouvement furent prises :

1. Les nouveaux statuts adoptés font de la Commission romande une association au sens juridique du terme, ce qu'elle n'était pas jusqu'alors.

2. La décision a été prise d'admettre des membres individuels, lesquels payeront une cotisation de 10 fr. comprenant l'abonnement à « Femmes suisses », mais n'auront ni droit de vote ni droit de représentation.

3. Les cantons ont désormais droit à des sièges permanents au comité, ce qui permet d'accueillir une première déléguée du Jura bernois.

4. Les associations cantonales et locales, jusqu'alors non représentées au comité, ont droit à un minimum de quatre sièges ; cette année, elles occupent sept sièges sur vingt-cinq, les autres sièges étant réservés aux associations suisses et romandes.

Le comité, élu le 21 mars, n'étant pas encore au complet, nous vous communiquerons le nom de ses membres dans un prochain numéro.

L'étiquetage des textiles est-il possible ?

Oui, s'il s'agit d'un étiquetage indiquant l'entretien, la façon de laver et de repasser le vêtement, répondit M. Balissat, vice-président de l'association suisse des détaillants en textiles, mais non, s'il s'agit, comme le demande le postulat Rohner, d'un étiquetage donnant la composition des textiles. Selon notre conférencier, cet étiquetage n'apporterait rien à l'acheteuse car il existe une infinité de textiles mélangés, artificiels, et synthétiques entre lesquels il lui est impossible de faire un choix valable.

Au cours de la discussion. M. Huni, du Secrétariat international de la laine, M. Mauroux, de la maison Frey et toutes les consommatrices, qui prirent la parole, s'opposèrent au point de vue de M. Balissat et réclamèrent un étiquetage leur donnant le pourcentage des matières premières employées. Les étiquettes précises, apposées désormais par la maison Frey sur tous les vêtements d'hommes qu'elle vend, suscitèrent l'enthousiasme et la reconnaissance des participantes. C'est exactement ce type d'étiquettes que nous souhaitons voir se généraliser. Même si elles ne donnent pas tous les détails, elles permettent de se rendre compte par exemple que tel vêtement est fait uniquement de laine de tonte alors que tel autre compte 65 % de laine et 35 % de fibres artificielles.

Reste à savoir, évidemment, lequel de ces deux vêtements sera le plus solide à l'usage. Toute une éducation de l'acheteuse est à entreprendre dans ce domaine, mais cette éducation ne pourra se faire que lorsque des étiquettes dans le genre de celles de la maison Frey, se seront généralisées.

Un vœu particulier et pressant a été exprimé au cours de notre séance, celui que les tissus inflammables soient obligatoirement désignés comme tels, trop d'accidents terribles étant dus à l'embrassement total et instantané de vêtements en fibres synthétiques.

L'acheteuse face à la hausse des prix

La hausse des prix fut envisagée sous deux aspects. M. Bezençon, tout d'abord, qui avait accepté au dernier moment de remplacer Mlle Rueffli souffrante, étudia les responsabilités de l'acheteuse dans notre économie en surexpansion, puis Mme Rodi-Nuoffer énuméra les moyens qu'avaient les ménagères à disposition pour réaliser d'intéressantes économies dans leur foyer.

À écouter ces deux exposés, il apparaissait clairement que si l'acheteuse pouvait faire beaucoup pour limiter ou diminuer ses dépenses, l'influence de son attitude sur l'économie était plus problématique. Nous reviendrons ultérieurement sur les judicieux conseils donnés par Mme Rodi, nous attachant pour aujourd'hui à ce que nous appporta M. Bezençon, secrétaire syndical.

Il est évident que la très forte demande de biens de consommation accélère la hausse des prix. Dans la mesure où nous dépendons au-delà de nos besoins, nous

contribuons à la surchauffe. Si nous voulons freiner la hausse, sachons résister aux tentations, à la publicité exagérée, aux soldes, à l'euphorie du jour de paie, au snobisme qui nous pousse à acheter les produits les plus coûteux, à notre complexe helvétique de la qualité. Arrêtons-nous à ce dernier point.

Il est vrai qu'en Suisse, de très nombreux acheteurs, dans l'espoir d'avoir la meilleure qualité possible donnent toujours la préférence aux produits les plus chers. C'est un très mauvais calcul, tout d'abord parce qu'il n'est pas certain que le produit le plus coûteux soit le meilleur, ensuite, parce qu'on décourage ainsi la fabrication ou la vente de produits avantageux. Ainsi, notre conférencier nous citait les plaintes d'un voyageur en parfumerie qui ne pouvait plus placer de produits courants, toute la clientèle se ruant sur les grandes marques. Dans bien des magasins cet hiver, il était de même impossible de trouver des skis à bas prix. Un skieur moyen, qui va cinq ou six fois par saison à la montagne, est donc poussé à acquérir des skis de compétition, ce qui est absolument ridicule.

Mais l'acheteuse suisse n'est pas seule responsable de la forte demande, loin de là. Les travailleurs étrangers, qui achètent des quantités de marchandises qu'ils emportent chez eux, y contribuent aussi.

Au cours de la discussion d'autres responsabilités furent évoquées : comme les répercussions des loyers élevés et de la spéculation sur les terrains et surtout l'injuste répartition des bénéfices. L'augmentation de la productivité, en effet, profite surtout au capital, aux investissements, à l'industrie ; les travailleurs en retirent de modestes augmentations de

salaires, mais les consommateurs rien du tout. En effet, tous les prix sont bloqués par les cartels, alors qu'une grande partie d'entre eux pourraient être abaissés. Mme Carrard propose aux acheteuses de protester contre ce blocage des prix en renvoyant systématiquement aux producteurs tous les bons-reclame qui remplissent nos boîtes aux lettres. Les bons et les concours sont, en quelque sorte, la preuve que les prix pourraient être abaissés. Refusons-les pour marquer notre désapprobation.

Quant à dire que tous les consommateurs doivent faire des économies pour lutter contre la hausse des prix, ainsi que le préconise M. Campiche, directeur de l'Office fédéral du contrôle des prix, cela ne semble pas très juste quand on sait d'une part, que de nombreuses familles sont dans l'impossibilité de s'accorder même le nécessaire et, d'autre part, que la consommation n'augmente pas du tout dans la même mesure que le revenu national. Dans certains secteurs, elle n'a pas encore atteint le niveau de 1936.

Faute d'un mot d'ordre suffisamment précis, certaines auditrices sont parties de Fribourg un peu désorientées avec le sentiment qu'« on ne pouvait pas faire grand chose ». Elles ont senti que ce n'étaient pas les acheteuses qui menaient le jeu.

Peut-être faut-il être heureux de cette prise de conscience. Non, ce ne sont certainement pas les acheteuses qui mènent le jeu et qui le mèneront tant qu'elles demeureront dispersées. Que ce soit pour nous un encouragement à nous grouper, à devenir une force dont on tienne compte !

En vérité, la journée de Fribourg fut une belle journée, encourageante par le nombre et l'enthousiasme des participants, stimulante par les nombreuses perspectives qu'elle nous a ouvertes. A. S.

Nous comparons

Les haricots extra-fins

Marque	Indications de l'étiquette	Poids net Poids brut égoutté	Nombre de haricots	Prix de du kg. détail égoutté
Rocco	Haricots extra-fins	1000 g.	500 g. 380 très réguliers	Fr. 3,45 6,90
Hero	Haricots extra-fins	1000 g.	450 g. 362 réguliers	Fr. 3,45 7,60
St-Gall Sargans Bischoffzell	Manquent, sont remplacés par des haricots étrangers très fins, vendus pour des extra-fins			
Tarentella (Migros) prod. italien	Haricots très fins verts Poids net 840 g. Poids net égoutté 500 g.	1000 g.	500 g. 218 réguliers fils. Ne méritent pas de dénomination « très fins »	Fr. 2,50 5,—
Castegrain produit français	Haricots verts très fins Poids net égoutté 500 g. Poids net contenu 850 g.	990 g.	500 g. 181 réguliers délicats, mais aussi gros que des haricots moyens suisses	Fr. 3,95 7,90
Vrey produit français	Haricots verts très fins Contenance 850 cm ³ Poids net égoutté 500 g.	1000 g.	500 g. 175	Fr. 3,45 6,90

REMARQUES

Prix

Si nous reprenons les tableaux des haricots moyens et fins, nous constatons que le prix des haricots en boîte va de 3 fr. 10 à 7 fr. 90 le kilo. Le prix des haricots surgelés (2 fr. 10 pour 450 g., soit 4 fr. 60 le kilo) est semblable à celui des haricots fins en boîte. Ce sont évidemment les haricots secs qui, en dehors de saison, sont les plus avantageux. Le paquet de 100 g. (1 fr. 90) donne un kilo de légumes.

Étiquette

Nous constatons que les boîtes étrangères sont mieux étiquetées que les suisses, puisqu'elles indiquent le poids du contenu et celui du légume égoutté.

Poids

Le poids du légume égoutté va, suivant les marques et les catégories, de 440 g. à 500 g. S'il est possible d'introduire 500 fr. de légumes dans les boîtes 1/1, pourquoi certaines marques se contentent-elles d'un poids inférieur ?

Ca. libre

Nous constatons que les appellations « moyens », « fins », « très fins » sont sujettes à caution puisque certains haricots très fins sont d'un calibre identique aux haricots moyens et que certains « fins » sont plus petits que d'autres baptisés « très fins ». Il est intéressant, par ailleurs, de constater que des haricots de même calibre coûtent, s'ils sont qualifiés de « moyens », 4 fr. 10 le kilo, s'ils sont qualifiés de « fins », 5 fr. 80 et, si on les appelle « très fins » 7 fr. 90 le kilo. Pour des prix aussi dissemblables, nous avons un même nombre de haricots, à quelques unités près.

Conclusions

Il est urgent que des normes plus précises soient établies afin que l'acheteuse puisse faire confiance aux appellations. Il est urgent, également, que le poids du légume égoutté figure sur l'étiquette. Nous allons intervenir dans ce sens auprès des autorités et des fabricants.