

**Zeitschrift:** Revue syndicale suisse : organe de l'Union syndicale suisse  
**Herausgeber:** Union syndicale suisse  
**Band:** 59 (1967)  
**Heft:** 11

**Artikel:** L'activité de la fondation pour la protection des consommateurs pour l'exercice 1966  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-385467>

### **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>**

à ces fins. Si elle l'est, il n'est pas sûr qu'elle survivra. Et si elle survit, il n'est pas sûr que l'homme, que les hommes concrets de demain sauront servir ces mêmes fins et les nourrir de leur substance, de leur temps et de leur peine.

Mais ce sont des fins qu'on peut vouloir servir, et dont on peut penser que la Suisse, cet être politique, les servirait historiquement en contribuant à créer cet autre être politique, aussi précaire qu'elle, aussi dépendant du vouloir des hommes, que serait une véritable Europe unie.

## L'activité de la Fondation pour la protection des consommateurs pour l'exercice 1966

Il apparaît de manière toujours plus évidente que l'activité de la Fondation (FPC) répond à un besoin. Au cours du dernier exercice, et comme antérieurement, elle a porté avant tout sur les *tests de marchandises*. Cette activité sera poursuivie. Nous commentons rapidement ci-dessous les tests exécutés l'an dernier.

### *Laques pour les cheveux*

Ce test, qui a abouti à des résultats étonnants, a soulevé le plus vif intérêt. Il a révélé que les prix des produits de certaines marques sont jusqu'à quatre fois plus chers que ceux de produits d'une qualité supérieure. Nous avons diffusé le slogan: «Le plus cher n'est pas forcément le meilleur.» Tant que les consommateurs seront enclins à penser que «le plus cher est toujours le meilleur», maints producteurs seront tentés d'abuser de cette crédulité. Mais si les consommateurs sont mieux avertis, et plus critiques, les fabricants et les intermédiaires seront contraints de revoir leur politique en matière de prix.

Ce test, dont les résultats touchaient des intérêts très précis, a naturellement provoqué des réactions négatives. Une entreprise a prétendu que trois produits considérés comme différents par la FPC avaient en réalité la même composition chimique, mais que seuls les emballages variaient. Une nouvelle analyse a cependant montré que les parfums étaient différents, que les têtes des pulvérisateurs n'étaient pas les mêmes et que le contrôle de la production pouvait laisser à désirer. On a également critiqué les méthodes d'analyse. Ces critiques se sont révélées sans fondement.

D'autres objections étaient dues à une connaissance insuffisante des faits. Quoi qu'il en soit, la FPC n'a pas jugé utile de modifier les résultats qu'elle a publiés. Un communiqué de presse, ainsi que divers échanges de vues, ont remis les choses au point. L'entreprise

précitée a également renoncé à son opposition après avoir fait exécuter à l'étranger une analyse complémentaire des trois sprays qu'elle avait prétendus identiques.

### *Huiles de chauffage*

Notre test a porté sur des huiles de chauffage «extra-légères» et «moyennes». Pour éliminer les choix fortuits, les prélèvements des huiles testées ont été effectués par le Laboratoire fédéral d'essai des matériaux sur les stocks des gros importateurs. Seule la marque «Migrol-Buchs» a laissé à désirer en ce qui concerne la viscosité. La Migrol a qualifié d'arbitraires les normes en matière de viscosité (en mettant l'accent sur les prescriptions américaines). Le LFEM a remis les choses au point.

Les équipements des installations de chauffage jouant un grand rôle, la FPC a fait établir par un spécialiste un rapport: «Comment se chauffer à bon compte?» Cette information, rédigée de manière simple (en laissant sciemment de côté maints détails) a soulevé diverses critiques, qui ont appelé des précisions, d'autant plus que l'auteur avait commis une erreur en calculant la valeur calorifique du bois. Des pourparlers avec l'Association forestière suisse ont permis d'aplanir le différend.

### *Produits antisolaires*

Le test a révélé que certains produits sont de quatre à six fois plus chers que d'autres. Les marques des gros distributeurs se sont révélées les meilleur marché et, de surcroît, pratiquement de même qualité que les produits chers. La maison Schneider, dont le produit «Huile tropical 1001» avait tiré la courte paille, a déclenché une polémique dans le *Berner Tagblatt*. En revanche, le test a été commenté de façon très positive dans le bulletin de «Aerosol service», Riehen, de même que par la maison Greiter, Vienne, bien que ses produits ne figurent pas parmi les plus avantageux.

### *Pâtes dentifrices*

Lors de l'établissement de ce test, le problème du fluor a soulevé des difficultés. La FPC a dû renoncer à se prononcer sur les adjonctions de fluor (contenues dans six des marques testées). Il aurait fallu des analyses s'étendant sur trois ans au moins pour démontrer que les pâtes au fluor tiennent ce qu'elles promettent. Nous avons chargé le professeur H. R. Mühlemann, de l'Université de Zurich, d'établir un rapport sur les pâtes dentifrices au fluor. Dans ses conclusions (p. 11 du test) il invite les fabricants à faire figurer sur pâtes fluorées, reconnues après essai clinique comme ayant une action préventive de la carie, une mention telle «Prévention de la carie clinique-

ment démontrée». Tant que ce ne sera pas le cas, les consommateurs n'auront aucune garantie.

A qualité sensiblement égale, les pâtes testées ont révélé de fortes différences de prix, parfois d'un à cinq. Ce test n'a pas déclenché de critiques. La société odontologique suisse l'a mentionné dans son service de presse et souligné la nécessité d'une adjonction de fluor à l'eau potable; les frais, par habitant, seraient de moins d'un franc par an; en revanche, les dépenses du service dentaire scolaire diminueraient de plus de 30 francs par patient.

### *Produits antigel*

Le test n'a malheureusement pu être entrepris que tardivement (mi-novembre) parce que les garages n'avaient pas d'antigels en stocks. Le produit AVIA a nécessité une seconde analyse (le comportement à la corrosion ayant indiqué que l'échantillon testé n'était pas représentatif). Le test a été exécuté en collaboration avec la section zurichoise du TCS, qui a participé aux frais. Nous avons l'intention, lors de tests ultérieurs, de collaborer plus étroitement avec les organisations intéressées, dans toute la mesure où cela n'est pas préjudiciable à l'indépendance de la FPC.

Dès la diffusion du test, AVIA a invité par exprès les journaux à différer la publication, les informations concernant leur produit étant inexactes et des précisions ayant été demandées. La plupart des journaux ont ignoré cette injonction. AVIA a fait analyser cinq échantillons de son antigel par le LFME, en demandant que les laboratoires Herzfeld remettent également au LFME le reste des échantillons à disposition. Nous nous sommes déclarés d'accord à quatre conditions:

1. Le LFME englobera dans son analyse trois échantillons livrés par la FPC (ce qui permettra de montrer si le contrôle de la production AVIA est satisfaisant).

2. AVIA prend en charge tous les frais du LFME.

3. AVIA autorise le LFME à porter les résultats de son analyse à la connaissance de la FPC, qui doit être autorisée à en faire l'usage qui lui convient.

4. La FPC doit avoir la possibilité de faire vérifier les résultats de l'analyse du LFME.

Le LFME n'a pas terminé ses analyses et AVIA n'a pas encore accepté toutes ces conditions.

### *Coordination des programmes d'analyses des marchandises*

Pour prévenir les doubles emplois, les programmes sont coordonnés, confidentiellement, avec la Fédération suisse des consommateurs et la Fédération romande des consommatrices.

*Résumé:* Ces quelques commentaires éclairent bien les difficultés que l'on rencontre encore. Les critiques sérieuses sont les bienvenues. Elles incitent tous les participants à un test à travailler de la manière la plus consciencieuse: de l'échantillonnage à la publication.

### *Indications sur l'emballage*

Dans chaque cas d'espèce, nous attirons l'attention sur les lacunes de l'information, par exemple sur l'absence de toute indication de poids. Récemment, la Fédération suisse des consommateurs a suggéré la création d'une Communauté de travail pour la normalisation des indications sur les emballages. Il s'agirait de mettre sur pied une étiquette type que les producteurs utiliseraient de plein gré. Les dispositions en vigueur en Allemagne pourraient servir d'exemple. La Fédération suisse des consommateurs a invité la FPC, l'Association suisse de normalisation, le professeur Angehrn – président de la commission fédérale pour les questions relatives aux consommateurs – et M. Bodmer, représentant du Fonds pour l'encouragement de l'information des consommateurs, à un premier échange de vues. Le conseil d'administration de la FPC s'est déclaré en principe favorable à une collaboration. Après un premier contact, diverses questions sont encore en suspens (financement, collaboration, réalisation, etc.). Dès que des résultats positifs auront été obtenus, le conseil d'administration et les organisations qui participent à la FPC seront informés.

### *Système des primes*

Le bureau pour les questions relatives aux consommateurs du DEP a élaboré un projet en vue d'une nouvelle réglementation du système des primes. Le conseil d'administration de la FPC ne l'estime pas adéquat et souhaite une élimination aussi rapide que possible de ce système. Ce serait la solution la plus nette parce qu'il est impossible de faire sans arbitraire une distinction nette entre ce qui est permis et ce qui ne l'est pas. L'élimination de toutes primes rendrait le marché plus transparent, ce qui serait dans l'intérêt des consommateurs.

### *Conseils individuels*

Les demandes émanant de consommateurs ont fortement augmenté. Dans maints cas, faute d'informations suffisantes et de personnel, nous n'avons pas pu y répondre.

### *Collaboration internationale*

Nous avons pris contact avec le bureau européen des unions de consommateurs à Bruxelles, en prévision d'une participation éventuelle des «Euro-tests». Les organisations suivantes sont rattachées à ce bureau:

Association des consommateurs et UFIDEC, Belgique,  
Communauté des associations allemandes de consommateurs,  
Consumers' Association, Grande-Bretagne,  
Union fédérale de la consommation et ORGECO, France,  
Ned. Consumentenbond, Pays-Bas.

Le programme des tests est élaboré en commun par les organisations affiliées. On choisit les marques qui ont conquis une large part du marché dans les pays intéressés. Les tests sont exécutés alternativement par l'une ou l'autre des organisations et les frais sont répartis entre toutes. Le bureau ne souhaite pas, pour le moment, l'adhésion de nouveaux membres, les tests étant déjà compliqués à exécuter sur la base actuelle. En revanche, on nous a suggéré d'utiliser dans nos publications, dans les cas appropriés – et après autorisation – les résultats d'Eurotests. Le conseil d'administration continuera à suivre le problème d'une participation aux Eurotests. Etant donné le haut degré de cartellisation en Suisse, des tests effectués sur une base européenne seraient souhaitables. Des pourparlers sont en cours en vue d'une adhésion éventuelle de la FPC à l'IOCU, Organisation internationale des consommateurs.

### *Questions internes*

L'assemblée des organisations associées, du 20 mai 1966, a admis :  
la Banque Centrale Coopérative,  
l'Union des consommatrices suisses (USC).

Chacun de ces deux nouveaux membres dispose de deux voix.

### *Elections*

L'assemblée a confirmé dans leurs fonctions les membres du conseil d'administration et de l'organe de contrôle pour une nouvelle période administrative. Il a appelé M<sup>me</sup> Annemarie Zopfi, présidente de l'Union suisse des consommatrices, à siéger au conseil d'administration.

### *Secrétariat*

F. Troxler, qui assumait le secrétariat depuis le mois d'octobre 1965, nous a quittés à fin 1966 pour achever sa dissertation. Il a été remplacé par Alfred Neukomm, qui sera occupé à plein temps.

Certains travaux de dactylographie, les travaux de multiplication et d'expédition sont assumés par l'USS; la comptabilité est tenue par la SEV. Nous remercions ici tous les collaborateurs.

### *Abonnements*

Le nombre des abonnés a triplé en 1966; il est actuellement de 600 environ.

## *Subventions*

Malheureusement, nous n'avons pas encore pu obtenir une subvention fédérale.

Pour être plus efficace, la défense des consommateurs – sur laquelle le conseiller fédéral Schaffner a mis l'accent – exige à bref délai une aide financière de la Confédération. A la longue, on ne saurait exiger des associations groupées au sein de la FPC qu'elles financent seules des tests coûteux.

## Le service social inter-entreprises

Par *Claude Roland*

En collaboration avec la Fédération des syndicats patronaux de Genève et sa Fondation professionnelle et sociale, l'École d'études sociales de Genève a confié à deux élèves le soin d'entreprendre une étude sur le service social inter-entreprises.

Des travaux, subventionnés par la fondation susmentionnée et édités par la Fédération des syndicats patronaux, a valu à leurs auteurs le diplôme de fin d'étude de l'École d'études sociales.

La première de ces enquêtes a été entreprise par M<sup>lle</sup> Sylvette Mina auprès de trente employeurs de différentes branches de l'industrie, du commerce et de l'artisanat. La seconde a l'avantage de montrer des réalisations pratiques en Suisse allemande. Elle est de M<sup>lle</sup> Marie-Claude Abbé.

Nous nous en tiendrons plus spécialement à la première qui montre bien ce qu'il reste à faire dans notre région linguistique en ce domaine également. – Bien qu'il ne s'agisse pas d'un échantillonnage systématique de tous les secteurs économiques pouvant entrer en ligne de compte, M<sup>lle</sup> Mina fit en sorte d'obtenir des avis aussi complémentaires et variés que possible. La dimension différant sensiblement d'un cas à un autre, ce sondage a permis de se rendre compte qu'une telle réalisation intéresserait non seulement les entreprises de petite dimension mais encore celles qui ont plus de cent, voire deux cents personnes et plus.

Dans la présentation du service social inter-entreprises l'auteur rappelle la définition du service social telle qu'elle résulte du congrès de Zurich de 1957 de la Fédération internationale des assistants sociaux :

«Le service social est un moyen systématique d'aider les individus et les groupes à réaliser une meilleure adaptation à la société. L'assistante sociale s'applique, avec la collaboration de ses clients, à développer les ressources virtuelles de ceux-ci et, le cas échéant, met en