Zeitschrift: Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse

Herausgeber: Aînés

Band: 23 (1993)

Heft: 11

Rubrik: SOS consommateurs : l'emballage... toute une histoire (2e partie)

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: 09.07.2025

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

L'EMBALLAGE... TOUTE UNE HISTOIRE (2E PARTIE)

SOS Consommateurs

Fédération romande des consommatrices

Nous vous l'avons dit le mois passé, le rôle premier de l'emballage consiste à protéger la marchandise. Tout aussi important est le deuxième but de l'emballage: informer le futur acheteur et l'usager du produit. Le système du self-service, l'absence de vendeurs-conseillers ,le renouvellement continu des produits, la concurrence, et enfin, la législation destinée précisément à protéger et à informer le consommateur, tout cela ne fait que renforcer le rôle important de l'emballage comme **support de données utiles au choix et à l'utilisation.** Les emballages d'autrefois, si beaux étaient-ils, fournissaient en fait très peu d'informations... on y voyait beaucoup de médailles d'or gagnées par le produit dans des expos internationales, et des arguments publicitaires plus acceptés aujourd'hui...

Infos diverses... et en trois langues

Bien sûr, le carton qui enveloppe un fer à repasser, de la lessive, un yogourt, un disque, un film pour photo, un médicament, offre une surface proportionnelle à l'objet qu'il contient! Et, en Suisse, il faut y ajouter l'obligation de fournir des renseignements dans les trois principales langues. Ce qui peut rendre la lecture parfois difficile, sur un tout petit emballage. Il va de soi que l'emballage ne remplace pas le mode d'emploi qui y est joint. Il ne peut fournir, pour certains types de produits, que des informations simples pour permettre la comparaison ou le choix.

Il faudrait un numéro entier d'«Aînés» pour détailler tout ce que l'on peut trouver sur un emballage. Contentons-nous donc de quelques points de repère. A vous de chercher l'information qui vous intéresse personnellement.

- **Datage:** limite de vente ou de consommation. A respecter impérativement pour les médicaments, les aliments. Une fois ouvert, respecter les consignes données. Mais il existe aussi un datage pour d'autres produits: les films, les piles, les stylos-billes par exemple.
- **Composition:** qu'il s'agisse d'un textile ou d'un aliment, d'un savon, ou d'un... canapé-lit, l'étiquetage vous indiquant le contenu est important. Pensez aux allergies ou aux contre-indications.
- **Consomation d'énergie:** pour un appareil ménager.
- **Instructions de lavage,** d'entretien.
- **Le prix** et, pour les denrées alimentaires, les prix au poids ou à l'unité.
- **Des pictogrammes** (dessins-symboles) pour le recyclage ou l'élimination de code-barres.
- **Le nom du fabricant,** du fournisseur. Vous deveu pouvoir savoir d'où provient votre produit. Le pays est de plus en plus indiqué.

Alors, chaussez vos lunettes, et prenez une fois le temps, chez vous ou au magasin de lire toutes ces informations.

Attirer le client

La concurrence étant ce qu'elle est, il faut que l'emballage dise au futur acheteur hésitant «Choisissez-moi». On achète aussi avec les yeux! A partir des matériaux de base réglementés, de la loi, des indications qu'il faut donner, le créateur doit arriver à produire un emballage attirant, différent du concurrent. C'est évident pour des produits de luxe (parfums), moins pour des nouilles. Alors une photo, des couleurs bien étudiées (psychologie des couleurs), une forme spéciale, un concours, un petit plus, un bon, et, en ces temps plus difficiles, un emballage réutilisable, vont essayer de déterminer votre choix. Vers les fêtes, les emballages-cadeaux se font de plus en plus beaux. A quel prix? Enfin, les associations de consommateurs ont constaté que de nombreux emballages étaient franchement trompeurs. Parfums, cosmétiques, chocolats, jeux et jouets.

Comment s'en débarrasser

Tout le monde est conscient du volume des ordures. Du coût de leur destruction, de la pollution engendrée par certains matériaux, du gaspillage. La seule solution c'est de diminuer, en amont, à savoir à la production, le monceau de déchets. C'est le rôle des producteurs. Les consommateurs peuvent aussi faire quelque chose: refuser le suremballage (pas besoin d'un cornet pour un tube de dentifrice... qui est souvent déjà dans une boîte). Préférer les emballages-recharges (cornet de safé soluble ou sac de détergent). Les personnes âgées semblent moins s'y habituer. Ne pas acheter tout ce qui est dans de l'alu (bombes aérosols ou cannettes de bière). Trier et recycler. Pas dans les WC, ou pas à la poubelle. Ce n'est pas toujours facile, nous le savons. Mais ce monde que nous laisserons à nos petits-enfants, essayons de ne pas trop l'enlaidir.

En résumé, et selon le voeu des consommateurs, voici ce que nous devons exiger d'un bon emballage. Etes-vous d'accord? Il doit:

- Faciliter le transport des marchandises.
- Protéger le produit contre les altérations.
- Faciliter une bonne utilisation du produit.
- Fournir au consommateur des informations dans sa langue maternelle.
- Etre aussi réduit et maniable que possible.
- Etre réutilisable, recyclable, ou éliminé sans nuire à l'environnement.
- Etre peu coûteux (puisque son prix est compris dans celui qu'on paie).
- Ne pas inciter le consommateur à faire un achat inconsidéré.
- Ne pas faire croire à une contenance plus grande que son contenu effectif.