

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: 10

Artikel: Bravo aux marchands de chaussures vaudois !

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-269797>

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: 16.04.2026

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

L'Institut suisse de recherches ménagères compare dans son dernier bulletin (juillet 1961) le prix et le temps nécessaire à la préparation de certaines soupes en sachets et des mêmes potages préparés à la maison.

Une comparaison objective

Ainsi, pour une minestrone préparée à la maison, le coût total, comprenant les ingrédients nécessaires, le courant électrique et le temps de préparation (estimé à 2 fr. l'heure) revient à 2 fr. 83, alors que le coût de la soupe en sachet, comprenant les mêmes éléments et en quantité identique revient à 2 fr. 54.

Les coûts respectifs d'un potage au chou-fleur sont de 1 fr. 44 pour la soupe préparée par la ménagère et de 1 fr. 70 pour la soupe toute préparée; ceux d'une purée de pommes de terre sont, pour 1 kilo de purée, de 2 fr. 59 si elle est préparée à la maison et de 3 fr. 54 si elle est achetée en sachet.

On le voit, sauf pour la purée où la différence de prix est sensible, l'économie réalisée en préparant le potage soi-même est mince ou même inexistante (minestrone).

L'économie de temps de travail, en ache-

C'est une question de temps et d'argent

Potages en sachets ou potages « maison » ?

tant le potage prêt à l'emploi, est moins considérable qu'on ne l'imagine. Il faut 9 minutes à la ménagère pour préparer un potage au chou-fleur de A à Z, et près de 6 minutes si elle l'achète tout prêt; il lui faut un quart d'heure pour faire une purée comme nos grands-mères et 10 minutes, si elle est en sachet. Il s'agit ici du temps de travail effectif, dans lequel le temps de cuisson n'est pas compté. C'est sur ce temps de cuisson que l'économie de temps est la plus sensible, puisque pour une purée il faut compter 46 minutes pour la purée maison et seulement 6 pour la purée en poudre. Il est bien entendu que pendant ces 46 minutes, la ménagère peut faire autre chose.

Il ressort des chiffres de l'Institut, ici cités partiellement, qu'en achetant des potages tout préparés la ménagère ne dépense pas beaucoup plus qu'en les mijotant elle-même, qu'elle ne gagne pas beaucoup de temps sur la préparation, mais qu'elle bénéficie d'un temps de cuisson très bref. Nous avons demandé à une maîtresse de maison ce qu'elle pensait des potages en sachets et de la comparaison établie par l'Institut.

Expérience personnelle :

Pendant ces quatre dernières semaines, j'ai utilisé un nombre record de potages en sachets. Il faut dire que je devais préparer les repas de sept personnes sur un feu de bois (et en général de bois mouillé) dans un village de montagne où les légumes étaient rares et chers. Des potages prêts à l'emploi et de brève cuisson m'ont rendu là un vrai service, mais sitôt de retour à la maison, je les ai abandonnés. Pourquoi ?

D'abord pour une question de quantité. Le sachet est prévu pour quatre assiettes. Quand il en faut six, que faire ? Si on allonge le potage, il perd sa consistance et une partie de son arôme, si on emploie deux sachets, le goût est trop prononcé ou il y a gaspillage. Ensuite pour une question de goût et de consistance. Il n'y a aucune commune mesure entre une vraie et onctueuse soupe aux légumes-maison et un potage aux légumes séchés.

Enfin le potage est fonction du repas qu'il précède. La ménagère qui le prépare elle-même crée grâce à lui un équilibre; elle fera léger ou consistant, à base de céréales ou de légumes, bref elle l'harmonisera au reste du repas. Les potages standard dont on ignore la composition exacte se prêtent mal à cette délicate fonction.

Un point qui ne me paraît pas exact dans la comparaison de l'Institut est le prix des ingrédients. Il est rare que la ménagère achète en vue de la confection d'un certain potage les ingrédients nécessaires. Elle utilise ce qu'elle a sous la main, l'eau de cuisson du chou-fleur, un surplus de carottes, les feuilles extérieures d'une laitue mise en salade, un reste de riz aux tomates; ses potages ne lui coûtent pas chers !

G.F.

* * *

Soupes en sachets ou soupes-maison ? Vous avez en mains la comparaison scientifique de l'Institut ménager et l'opinion personnelle d'une mère de famille nombreuse. Quel est votre point de vue ? Nous serions heureux de le connaître.

Bravo aux marchands de chaussures vaudois !

Le 16 mai 1961, le Conseil d'Etat vaudois a sanctionné une convention conclue entre les marchands de chaussures du canton de Vaud. Cette convention touche à la publicité faite par les commerces de chaussures. En voici quelques extraits :

Considérant « qu'il est contraire aux bonnes mœurs d'utiliser des moyens et procédés publicitaires qui tendent à induire le public en erreur tout en spéculant sur la difficulté que la concurrence honnête éprouve à faire la preuve du caractère déloyal de ces moyens, les soussignés décident :

1. de s'interdire dans leur publicité l'usage des termes et expressions suivants : inégalable, insurpassable, imbattable, sans pareil, sans concurrence, unique, les plus beaux, les plus chics, les plus avantageux, les meilleur marché, etc., etc...

2. de s'interdire de donner aux vitrines des magasins avant les périodes officielles de ventes de soldes (...) un aspect inhabituel de nature à faire naître une confusion dans l'esprit du public, notamment par la modification, à la veille du début de ces périodes, de la présentation des prix affichés.

Seule exception : le prix des paires isolées peut être mis en évidence à condition que celles-ci soient accompagnées d'un écriteau visible portant la mention « Paires isolées ».

C'est un véritable assainissement de la publicité dans le domaine de la chaussure qui vient d'être décidé par les commerçants eux-mêmes. Les acheteuses doivent leur en être extrêmement reconnaissantes. Il ne reste qu'à souhaiter que les commerçants en textiles s'engagent dans la même voie !

le gaz est indispensable

Poulets du pays pour tous ?

Le texte suivant, tiré du « Bulletin patronal vaudois » nous a paru devoir intéresser particulièrement les femmes, en tant qu'acheteuses, pas toujours satisfaites des importations alimentaires étrangères, et en tant que productrices, responsables de la basse-cour. Il nous intéresserait de connaître l'avis des unes et des autres sur le projet que voici :

La Suisse mange des quantités croissantes de poulets américains, parce qu'ils sont très bon marché et qu'ils sont d'une qualité suffisante (encore qu'une question d'hormones ait fait craindre, un temps, que les Helvètes ne s'efféminassent).

Comment le poulet peut-il être bon marché ? Les Américains ont procédé à une sélection scientifique, ils ont calculé au gramme près la composition de rations alimentaires, ils ont déterminé la température, ainsi que la quantité de lumière les plus favorables au développement des gallinacés; ils fabriquent en conséquence des poulets comme on produit chez nous des briques ou des montres.

Un groupe d'industriels, de commerçants et d'agronomes s'est constitué pour créer chez nous une entreprise de production de poulets; ce groupe entend, semble-t-il, collaborer avec des paysans; mais les milieux agricoles, si l'on en croit le « Paysan suisse », ne paraissent nullement satisfaits; ils craignent fort que les poulets produits industriellement ne prennent toute la place sur le marché; les basses-cours, tenues par les femmes de paysans, ne rapporteraient plus rien, et le budget de nombreux petits paysans, déjà serré aujourd'hui, ne pourrait plus du tout être équilibré.

On voit ainsi aux prises, une nouvelle fois, deux conceptions de l'avenir de l'agriculture. L'une met l'accent sur la technique moderne; l'autre sur la manière de vivre du paysan, sur son « style » traditionnel.

Si l'on entend augmenter la production indigène de poulets, il faut faire en sorte que les prix de vente soient tels que les consommateurs achètent la production accrue; pour cela, il faut bel et bien adopter les méthodes américaines en cette matière. Il nous paraît probable que d'assez nombreux paysans iront tout naturellement dans ce sens, et cependant nous ne pensons pas que cela les fera sortir du cadre de l'exploitation familiale; il faudra simplement admettre qu'une famille paysanne exploite aujourd'hui, normalement, un domaine deux à trois fois plus grand que ce n'était le cas il y a moins d'un demi-siècle, précisément parce qu'elle emploie un équipement moderne.

Une femme avertie en vaut deux

La vérité sur la désignation "peigné"

Qu'est-ce qu'un peigné ?

Pour la transformation et le façonnage de la laine, on a de tout temps utilisé deux systèmes de filage :

- procédé cardé
- procédé peigné.

Le premier procédé permet d'obtenir des fils plus ou moins grossiers employés pour la confection de tweeds, draps militaires, tissus pour vêtements de sport, etc.

En revanche, pour la fabrication d'étoffes fines, on utilise en général de la laine peignée. Celle-ci exige une matière première de haute valeur. Après avoir été cardée, cette laine est peignée, opération au cours de laquelle il y a élimination des graterons, petits nœuds, impuretés, fibres trop courtes. Par la suite, plusieurs des traits ou peignés ainsi obtenus sont mis ensemble, étirés pour former un nouveau trait.

Les opérations d'égalisation et d'étirage sont répétées jusqu'à obtention d'un peigné d'une régularité et d'une pureté parfaites; ce peigné procure ensuite la mèche (ou le boudin), et pour finir le fil de laine peignée. A l'aide d'un kilogramme de peignés d'une finesse particulière, il est possible de confectionner un fil ayant une longueur pouvant atteindre 120 km. Avec le temps, l'expression « peigné » est devenue une véritable notion éveillant immédiatement l'idée d'articles de laine de haute qualité.

Abus de l'expression « peigné »

Depuis quelque temps, des prospectus glissés dans les boîtes aux lettres de nombreuses localités suisses offrent notamment, comme consistant en fils peignés, des pantalons d'homme pour le prix de fr. 29,50. Or, une enquête a révélé que la matière première consiste non pas en laine peignée, comme on pourrait le supposer, mais tout simplement en fibres artificielles.

Il est évidemment possible de fabriquer, à l'aide de fibres artificielles ou synthétiques, des étoffes ayant l'aspect des tissus de laine peignée. Mais offrir des tissus de ce genre sous l'étiquette de fils peignés, c'est agir de façon illicite, induire en erreur et tromper; il ne faut pas oublier, en effet, que l'immense majorité des consommateurs et l'ensemble des

milieux professionnels n'appliquent le mot de « peigné » qu'à des articles de laine, et encore de laine de toute première qualité.

Aucun doute n'est permis quant aux intentions de la maison ayant lancé la campagne dont il est question. On est bien obligé d'admettre que l'abus des mots « fils peignés » est intentionnel, dans le but de tromper l'acheteur crédule qui n'a pas la possibilité de contrôler la véracité et l'exactitude des termes employés. Par ailleurs, le client par trop confiant n'est pas le seul à souffrir de cet état de choses, le détaillant honnête et sérieux est également atteint dans ses intérêts, car il ne lui viendrait pas à l'idée de vendre comme peignés des produits de fibres artificielles ou synthétiques.

Pour une paire de pantalons en véritable peigné, le détaillant consciencieux est obligé de demander un prix plus élevé, disons 70 fr. par exemple, et alors l'acheteur qui n'est pas au courant de la situation le qualifie volontiers de profiteuse dès le moment où une maison concurrente offre pour 29 fr. 50 des pantalons de « même » matière et cela en des termes vraiment tentants : « Pantalons en fils peignés pour fr. 29,50, pantalons qui, d'une qualité aussi élevée, ne furent jamais offerts à un tel prix. Un succès monstre » !

Succès si l'on veut, mais succès très discutable !

La Suisse, un pays sans protection de la désignation ?

Partout ailleurs, des manœuvres de ce genre seraient impensables. Aux Etats-Unis, en Autriche, en Belgique et en Grande-Bretagne, des prescriptions sévères sont appliquées pour la désignation véridique des textiles. De cette manière, le consommateur ne court plus le risque d'être trompé, et la concurrence loyale peut s'exercer librement.

En Suisse, une loi fédérale datant de 1943 combat la concurrence déloyale. Il faut souhaiter qu'à l'avenir, les dispositions de cette loi soient appliquées avec plus de sévérité que jusqu'ici car il faut absolument mettre fin aux affirmations malhonnêtes ou intentionnellement peu claires destinées à induire en erreur.

Tiré du « Bulletin du Secrétariat international de la laine ».

Le terme "No Iron" n'est pas une garantie

A l'occasion de la récente exposition de l'Industrie suisse du coton et de la broderie, nous avons eu la possibilité de discuter avec un représentant du secrétariat de cette industrie. Nous avons appris là que les tissus de coton subissent différents apprêts et que trois de ces procédés étaient protégés par des marques déposées.

Il s'agit de SANFOR qui indique que le tissu ne rétrécira pas, de MINICARE qui signifie qu'il se froisse peu et ne nécessite que peu de repassage,

et de FELISOL qui garantit que ses couleurs sont solides.

Ces procédés de finissage font l'objet de brevets sur le plan international. Un nombre limité de fabriques peuvent les appliquer en Suisse, à la suite d'un contrat. Les objets portant ces marques subissent un contrôle sévère. Nous remarquons cependant que ces marques de qualité sont décernées par des associations de producteurs à leurs membres. Il n'y a aucun contrôle des consommateurs ou d'institutions indépendantes.

Par ailleurs, il est intéressant de savoir que le procédé No Iron n'est pas du tout protégé. Il s'agit là aussi d'un finissage, d'un apprêt spécial, mais n'importe quel fabrique peut l'utiliser librement. Aucun contrôle n'est effectué, ni sur la qualité du finissage, ni sur celle du tissu employé. Alors que le procédé Minicare n'est utilisé que sur des tissus à longues fibres, de qualité supérieure, il arrive très souvent que le procédé No Iron soit utilisé sur des tissus médiocres. Ne nous étonnons donc pas de devoir si souvent repasser malgré tout les vêtements portant cette indication. Le terme No Iron ne présente AUCUNE garantie pour l'acheteuse.