

<b>Zeitschrift:</b>	Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses
<b>Herausgeber:</b>	Alliance de Sociétés Féminines Suisses
<b>Band:</b>	49 (1961)
<b>Heft:</b>	5
<b>Artikel:</b>	La page de l'acheteuse : connaître nos entreprises : les laiteries réunies de Genève qui fêtent leur cinquantième anniversaire
<b>Autor:</b>	[s.n.]
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-269690">https://doi.org/10.5169/seals-269690</a>

### 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:** 12.01.2026

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

# La page de l'acheteuse

CONNAITRE NOS ENTREPRISES

## LES LAITERIES RÉUNIES DE GENÈVE

qui fêtent leur cinquantième anniversaire

Les Laiteries Réunies sont à la fois une coopérative de producteurs de lait, la Centrale laitière chargée du ravitaillement du canton de Genève, et une entreprise de distribution des produits laitiers, en rapport direct avec les consommateurs.

### La coopérative de producteurs de lait

Elle groupe 120 sociétés de laiterie réunissant 1300 agriculteurs, lesquels possèdent environ 14 000 vaches. Ces sociétés de laiterie, qui ont des statuts unifiés, sont réparties sur le territoire genevois, dans le Pays de Gex (France) et dans le canton de Vaud (jusqu'à Saint-Prix). Tout intermédiaire étant supprimé, les paysans affiliés touchent le 80 % du prix du lait, soit 45,7 ct. le litre, alors que le minimum légal est de 43 ct. En tant que Fédération laitière, les Laiteries Réunies font partie de l'Union centrale suisse des producteurs de lait.

### La Centrale laitière

Elle ravitailler en lait non seulement les magasins de l'Union laitière, mais tous les détaillants en lait du canton de Genève, soit environ 400 laiteries privées ainsi que toutes les entreprises transformant le lait en yoghourts ou boissons au lait.

En tant que Centrale, les Laiteries Réunies exercent un vigilant contrôle de la qualité du lait. Des prélevements à fin d'analyses sont faits tous les jours dans les envois des 120 sociétés de laiteries. Aussitôt qu'un lait suspect est décelé, un inspecteur s'en va examiner les étables du village en cause. Dans les 48 heures, la nature du trouble est trouvée et éliminée.

Pour encourager les paysans à soigner leur lait, le paiement de celui-ci selon sa qualité leur est imposé.

Le lait reçu est refroidi, et filtré, ce qui le stabilise et empêche que la crème ne monte à la surface. Nous rappelons que le lait offert à la consommation est toujours absolument entier, la loi interdisant le moindre écrémage.

La Suisse est d'ailleurs le seul pays, vendant en vrac du lait entier.

Le lait ouvert, non vendu dans la journée n'est jamais redistribué le lendemain. Il sera utilisé par les Laiteries Réunies pour diverses fabrications.

### L'entreprise de distribution

L'effort des Laiteries Réunies dans le domaine de la distribution est particulièrement intéressant. Nous insisterons sur trois points : l'Union laitière, la Communauté des vendeurs et l'information des consommateurs.

#### a) L'Union laitière

En 1933, les Laiteries Réunies conclurent une alliance avec la Société coopérative suisse de consommation de Genève ; au terme de cette alliance, tous les produits laitiers vendus par la Société coopérative sont fournis par les Laiteries Réunies, tandis que toute l'épicerie est fournie par la Société coopérative. L'Union laitière ainsi formée exploite ses propres magasins. Une coopérative de producteurs se trouve donc directement alliée à une coopérative de consommateurs, alors qu'il y a souvent antagonisme entre deux organisations de ce genre. Ici, au contraire, toutes les difficultés ont disparu et l'entente est parfaite. Cette entente profite aussi bien aux producteurs qui retiennent un prix maximum de leur lait, qu'aux consommateurs qui reçoivent à des prix normaux des produits de qualité irréprochable.

#### b) La communauté des vendeurs

Depuis 1947, l'Union laitière intéressait directement son personnel à la marche de l'entreprise. Ce personnel, groupé en communauté, a non seulement une part de responsabilité dans l'engagement et le licenciement de ses membres, mais est intéressé financièrement à la bonne marche de l'entreprise.

Chaque vendeur reçoit, à part son traitement de base, une commission et une prime d'encouragement pour les ventes dépassant un certain taux.

La communauté reçoit, d'autre part, une commission globale trimestrielle sur l'augmentation des ventes, commission qu'elle répartit entre ses membres ; elle reçoit enfin une commission globale annuelle dont elle décide librement l'usage (améliorations techniques, etc.).

En intégrant ainsi ses employés, en les intéressant au succès de l'entreprise où ils traillent, l'Union laitière a remplacé le salariat par l'équipe de travail. Elle fait en Suisse dans ce sens une œuvre de pionnier.

#### c) L'information des consommateurs

Nous avons trop de lait en Suisse ; comment augmenter sa consommation ? Les Laiteries Réunies y travaillent de deux façons : tout d'abord en modifiant sa présentation. La consommation du lait vendu en vrac est déjà exceptionnellement élevée en Suisse ; elle ne peut donc guère augmenter ; cependant la vente du lait pasteurisé et celle du yoghourt, du lait « qui se mange » peut fortement s'accroître. C'est donc sur ces articles que les Laiteries Réunies ont porté leur effort. A Genève, elles ont introduit le berlingot de lait pasteurisé, après une campagne publicitaire fort bien menée. Elles se sont donné la peine d'apprendre aux ménagères à l'utiliser, insistant même sur ses inconvénients et le moyen d'y parer.

Pour augmenter la vente du yoghourt, les Laiteries Réunies viennent d'introduire le pot de yoghourt nature géant, ou plutôt familial, de 450 gr. qui permet à la maîtresse de maison d'inventer quantités de desserts ou de boisson à base de yoghourt en y ajoutant arômes ou fruits de son choix.

Pour augmenter la consommation des produits laitiers, les Laiteries Réunies cherchent à intéresser, à instruire les consommateurs à leur sujet. Ainsi, elles ont publié, il y a quelques mois, une série d'annonces dans un grand quotidien genevois, annonçant d'un type tout à fait nouveau puisqu'elles étaient essentiellement informatives et qu'elles visaient à détruire des préjugés solidement ancrés comme celui de l'écrémage du lait en ville. Elles ont également publié deux petites brochures, l'une à l'usage des consommateurs et l'autre, à l'usage de ses employés, apportant d'autres renseignements sur le lait, sa valeur et les soins qu'il exige.

Les Laiteries Réunies nous paraissent être une entreprise modèle puisqu'elles servent à la fois les intérêts des paysans-producteurs de lait, les intérêts de leurs employés, et ceux des consommateurs achetant leurs produits.

Ces renseignements ont été recueillis par la Commission romande des consommatrices lors de la visite de certaines installations des Laiteries Réunies.

# Lisons les étiquettes

### Attention aux baisses de prix !

Une grande marque de confiture vient de baisser ses prix. Beaucoup d'acheteuses s'en sont réjouies... sans bien lire l'étiquette. En fait, le poids du pot ayant passé de 500 gr. à 450 gr., le prix de la confiture a légèrement baissé. Nous regrettons quant à nous qu'une grande marque de confiture introduise des jattes de 450 gr. alors que les acheteuses sont habituées à ce qu'elles pèsent une livre. Les comparaisons de prix entre marques concurrentes en deviennent plus compliquées.

### La composition de nos biscuits

La fabrique Oulevay vient d'introduire un nouveau biscuit Chocoly dont la composition exacte est indiquée en français sur l'emballage. Nous rappelons que le biscuit Oulevay 53 et Blédor de la même maison portent également tout le détail de leur composition. Lisons ces indications et comparons-les entre elles.

Nous remercions la fabrique Oulevay d'avoir pris l'initiative d'indiquer précisément la composition de ses biscuits. Elle est la première fabrique de biscuits à la faire en Suisse et les acheteuses peuvent lui en être reconnaissantes.

### En France, nourriture "normale" plutôt que "naturelle"

L'Association française pour une alimentation normale est à l'origine de la vente sous label de produits alimentaires présentant des garanties de qualités biologiques. Un collaborateur de « Réforme » a interrogé un de ses membres :

— N'a-t-on pas abusé du mot « naturel » qui semble vouloir dire, quand il est appliqué à l'alimentation, que toute chose existante dans la nature est saine ? Vous employez, vous, de préférence, le mot « normal ». Quel sens lui donnez-vous ?

— En fait, tout produit de l'agriculture n'est pas naturel. « C'est pourquoi nous n'avons pas été tentés d'employer ce mot. En outre, il est beaucoup plus intéressant de penser à l'avenir où notre alimentation sera de moins en moins naturelle, mais doit rester apte à entretenir la santé de l'homme. »

» Le mot « normal » s'applique aux qualités de l'aliment sans s'interroger sur son aspect naturel ou artificiel. La qualité normale d'un aliment, c'est la qualité qui lui permet d'assurer au consommateur le maximum de « rusticité ». Il faut à tout prix rappeler aux gens qu'il y a un lien entre santé et alimentation. On n'y fait pas du tout attention à l'heure actuelle. Or, pour faire de l'alimentation une arme de la médecine préventive, il faut d'abord être sûr que ce qu'on mange ne renferme aucun produit nuisible. »

## Fruits et légumes surgelés

Depuis très longtemps on désire conserver les fruits et légumes qui sont en surplus au moment de la récolte. Tout d'abord, on les a séchés, fumés, conservés au sel, stérilisés. En 1877, pour la première fois, de la viande gelée nous est parvenue d'Amérique, mais ce n'est qu'en 1927, que le procédé de conservation par surgel fut mis au point. Actuellement, les grandes fabriques de conserves mettent dans le commerce, à côté de leurs boîtes stérilisées, des produits surgelés qui ne perdent pas leurs vitamines.

**Préparation : De la récolte à la mise au congélateur,** il ne s'écoule que 5 à 6 heures ; les fruits et légumes sont donc absolument frais. Ils sont préparés tels qu'ils sont, sans aucune adjonction de colorant, par exemple. Les légumes subissent un bain de vapeur et les fruits sont sucrés. A -18° à -20°, la durée de conservation est presque illimitée, sans que les produits perdent leurs qualités.

**Poids : Le poids des fruits et légumes est toujours net et clairement indiqué sur les paquets,** au contraire des boîtes de conserve dont le contenu est d'un litre et pas d'un kilo, y compris une certaine quantité d'eau. En fait, une boîte de haricots d'un litre ne contient que 650 gr. de légumes.

**Conservation et emploi : Lorsqu'on achète un produit surgelé, on peut le conserver quelques semaines dans le casier de congélateur du frigo.** A défaut, envelopper le paquet dans un papier journal et le conserver dans un endroit frais (cave) pendant 2 à 3 jours. Une fois dégelé, le produit doit être aussitôt utilisé.

Les légumes peuvent être mis surgelés dans la casserole. Le temps de cuisson est court, 10 minutes environ.

Quant aux fruits, il faut les laisser dégeler à la température ambiante pendant 4 à 6 heures. Pour activer leur dégel, mettre le paquet fermé dans l'eau courante froide.

**Prix : Les produits surgelés ne sont pas sensiblement plus coûteux que les boîtes de conserve.**

400 gr. d'épinards = 800 gr. d'épinards frais = 1 fr. 45.

350 gr. de pois moyens = 1 fr. 30.

300 gr. haricots coupés = 1 fr. 10.

Si les fraises, framboises, myrtilles paraissent chers, il ne faut pas oublier que leur prix est déjà élevé en saison. Pour la préparation de desserts, on trouve des fraises écrasées meilleur marché.

**Choix : A part les légumes courants, on trouve des concombres prêts à être mis en salade, des poivrons, des épis de maïs.**

Il existe également des paquets de gnocchis surgelés, des raviolis (40 pièces = 1 fr. 80), des délices au fromage.

Enfin, on trouve de nombreux jus de fruits surgelés, pamplemousse, orange, etc. Ces derniers se mélangent avec de l'eau et se conservent 3 ou 4 jours au frigo.

Quand aux poissons, les meilleurs nous viennent de Suède et de Norvège où ils sont mis au congélateur 12 à 48 heures après la pêche.

Malgré leur nom anglais, les produits Birds Eye sont préparés avec des légumes suisses par la maison Lenzbourg, Fresco par Rorschach, etc.

En résumé, les produits surgelés méritent d'être mieux connus. Plongés dans un long sommeil hivernal, ils sont à leur réveil, appétissants, comme des fruits et des légumes frais. Vite préparés, gardant toute leur valeur alimentaire, guère plus coûteux que des conserves ordinaires, ils peuvent rendre de multiples services aux ménagères pressées.

D'après un cours d'information donné dans les grands magasins Innovation S.A.

## FRAISSE & C<sup>e</sup>

TEINTURIERS

Magasins :  
Terreaux-du-Temple 20 Tél. 32 47 35  
Rue Michel-du-Crest 2 Tél. 24 17 39  
Rue de Rive 7 Tél. 25 19 37

Magasin et usine :  
Rue de Saint-Jean 53 Tél. 32 89 55

TEINTURE ET NETTOYAGE



OUVROIR DE L'UNION DES FEMMES

## AUX PETITS LUTINS

9, rue de la Fontaine - Téléphone 25 35 66

Confections soignées pour enfants