**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 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:** 29.11.2025

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 mar-chandises. Vous savez certainement que d'aucnanaises. Vous savez certainement que d'au-tres organismes qui disposent de bases de com-paraison bien meilleures sont violemment at-taqués (par exemple l'hebdomadaire alle-mand « 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.

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 denée 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.

près semblable qu'elle peut tirer ses conclusions.

Migros, en ce qui la concerne et pour autant qu'elle publie des comparaison 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 es soient pas trop sensibles. Nous vous adresons testé mise au point pour votre information personnelle. Nous v'attachons pas d'imne soient pas trop sensibles. Nous vous adres-ons cette mise au point pour votre informa-tion personnelle. Nous n'attachons pas d'im-portance à une rectification, mais nous nous permettons de vous recommander de limiter autant que possible vos comparaisons à des denrées alimentaires importantes et fréquem-ment 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 considèrer comme suffi-sant...» Signé: E.-F. GASSER Signé : E.-F. GASSER

#### A quoi nous répondons :

- 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'ouvrions les boîtes.

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

  3. On nous dit que Migros enqage à fond sa res-
- 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.
- 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 blen 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 notre 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 ro-nande 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 d'information devant une tes belle assistance (environ quatre-vingt personnes le matin et cent trente l'après-midi, lesquelles représentaient une cinquantaine d'associations fémines 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 usqu'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
- 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 vingticinq, 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'apporte-rait rien à l'acheteuse car il existe une infinité de textiles mélangés, artificiels, et synthétique 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 consomatrices, qui prirent la parole, s'opposèrent au point de vue de M. Balissat et réclamèrent au point de vue de M. Balissat et réclamerent un étiquetage leur donnant le pourcentage des matières premières employées. Les éti-quettes précises, apposées désormais par la maison Frey sur tous les vête-ments d'hommes qu'elle vend, suscitèrent l'enthousiasme et la reconnaissance des parti-cipates. C'est exerctements et l'étitus d'étitus. Tenthousiasme et la recomaissance des parti-cipantes. C'est exactement ce type d'étiquet-tes 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'embrasement 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 Ruefli souffrante, étudia les responsabilités de l'acheteuse dans notre économie en surexpan-sion, puis Mme Rodi-Nuoffer énuméra les moyens qu'avaient les ménagères à disposi-tion pour réaliser d'intéressantes économies dans leur foyer. A écouter ces deux exposé, il apparaissait

A écouter ces deux exposé, 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 apporta M. Bezençon, secrétaire syndical.

Il est évident que la très forte demande de biens de consommation accélère la hausse

biens de consommation accélère la hausse des prix. Dans la mesure où nous dépensons au-delà de nos besoins, nous

contribuons à la surchauffe. Si nous voucontribuons a la surchaurte. Si nous vou-lons 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 pro-duits les plus coûteux, à notre complexe hel-vétique de la qualité. Arrêtons-nous à ce der-nier poiet. nier point.

Il est vrai qu'en Suisse, de très nombreux acheteurs, dans l'espoir d'avoir la meilleure qualité possible donnent toujours la préfé-rence 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 coû-teux soit le meilleur, ensuite, parce qu'on décourage ainsi la fabrication ou la vente de produits avantageux. Ainsi, notre conféren-cier nous citait les plaintes d'un voyageur en parfumerie qui ne pouvait plus placer de produits courants, toute la clientèle se ruant 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 quan-tités de marchandises qu'ils emportent chez eux, y contribuent aussi.

Au cours de la discussion d'autres respon-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 bloquage des prix en renvoyant systématiquement aux producteurs tous les bons réclame qui remplissent nos boîtes aux lettres. Les bons et les concours sont, en quelque sorte, la preuve que les prix pourraient être 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 pré-cis, 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 achetuses qui menaient le jeu.

Peut-être faut-il être heureux de cette prise de conscience. Non, ce ne sont certainement pas les acheteuses qui menent le jeu et qui le meneront tant qu'elles demeureront disper-sées. 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.

# Nous comparons

# Les haricots extra-fins

Marque	Indications de l'étiquette	Poids brut	oids net 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 rem des extra-fins	placés par	des har	icots étrangers très fin	s, vendus pour
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 cm³ Poids net égoutté 500 g.	1000 g.	500 g.	175	Fr. 3,45 6,90

## REMARQUES

Si nous reprenons les tableaux des haricots moyens et fins, nous constatons que

Si nous reprenons les tableaux des haricots moyens et rins, 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.

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

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 ?

Nous constatons que les appellations « moyens », « fins », très fins Nous constatons que les appellations « moyens », « tins », très tins » 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 cuelques unités près de la constant de la const 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.