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: 52 (1964)

Heft: 44

Artikel: Vous pouvez nous aider!

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-270746

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: 30.11.2025

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 place des consommateurs à l'Expo

Si vous parcourez l'Expo en vous de-mandant quelle place y a été réservée aux consommateurs, vous êtes obligés de constater qu'elle est à la fois — sui-vant le point de vue auquel vous vous placez — nulle ou gigantesque. Elle est

vant le point de vue auquel vous vous placez — nulle ou gigantesque. Elle est nulle dans ce sens que rien n'a été conçu par les consommateurs. On ne leur a pas permis de s'exprimer ou d'exprimer leurs besoins par le truchement de l'Exposition nationale.

Dans un certain sens pourtant leur présence est partout sensible. On s'adresse à eux. Les consommateurs son teux à qui parlent agriculteurs ou industriels, ceux qu'ils cherchent à convaincre. Leur rôle de public, de visiteurs est d'être convaincus, de marcher dans la bonne direction, celle qui est utile aux producteurs. Ils n'existent pas en eux-mêmes, ils existent en fonction des pommes de terre qu'ils mangeront et des produits manufacturés qu'ils achèteront. L'image que nous propose ainsi l'Exposition nationale est bien celle de notre pays où le producteur occupe toute la scène et tire les ficelles.

occupe toute la scène et tire les ficelles.
S'adressant ainsi aux consommateurs sur quoi insistent les producteurs ? particulièrement sur deux points: sur la qualité d'abord de leurs marchandises: voyez le stand de la mode, voyez les superbes fruits exposés ou présentés par diapositives; ils insistent ensuite sur l'abondance du choix offert aux acheturs: le télépanier de l'industrie alimentaire est particulièrement caractéristique à cet égard mais voyez aussi l'immense plateau de fromages, le stand de la viande. de la viande.

de la viande. Qualité et choix, que peut réclamer de plus le consommateur ? Il aimerait tout simplement qu'on pense à lui, qu'on se place à son point de vue. La Régie fédérale des alcools, il faut le reconnattre a fait deux pas dans cette direction. A la qualité et à l'abondance du choix, elle a ajouté la défense de la santé des consommateurs et un certain effort pour leur apprendre à utiliser ce qui leur est offert. Nous pensons particulièrement leur apprendre à utiliser ce qui leur est offert. Nous pensons particulièrement aux recettes et diapositives représentant des plats de pommes de terre appétissants. Mais cet effort malgré tout ne va pas très loin et il est surprenant de constater qu'un problème aussi fondamental que celui des prix n'apparait nulle part. Il n'existe simplement pas. Du point de vue du producteur, le consommateur n'a jamais de difficultés budgétaires. Les logements meublés dans le secteur de la Joie de vivre sont fort sympathiques, mais combien tout cela coûte-i-il?

L'information du consommateur a été elle aussi totalement passée sous silence. C'est en aveugle qu'il doit puiser dans le choix surabondant qui lui est offert. Si la présentation des produits alimentaires (secteur de l'industrie) est très originale, franchement, elle ne nous apporte vien. Nous constatons avec intérét qu'il existe de multiples sortes de fromages mais en quoi diffèrent-elles les unes des autres ? Cela ne nous est pas expliqué.

Espérons que dans vingt-cinq ans, lors de la prochaine Exposition nationale les consommateurs seront devenus L'information du consommateur a été

nale les consommateurs seront devenus une force dont il sera indispensable de tenir compte et qu'il réussiront alors à se glisser dans un petit coin de la scène.

Cigarettes DANGER!

Une vaste enquête faite aux Etats-Unis, et portant sur 1 123 000 individus, confirmée du portain sur 12000 minutas, committe du reste par les observations faites en Angleterre par 40 000 médecins et par celles faites en France, a conclu au rôle déterminant du ta-bac, notamment de la cigarette, dans le débac, notamment de la cigarette, dans le de-clanchement du cancer du poumon. L'enquê-te américaine dont le rapport final fut divul-gué en janvier 1964, a montré que la morta-lité des fumeurs de cigarettes est supérieure à celle des non fumeurs, par.iculièrement pour les décès par thrombose coronaire, par pour les deces par thromose coronaire, par bronchite chronique et emphysème et par cancer du poumon (le plus fréquent chez l'homme). Et sa conclusion est la suivante : « L'habitude de la cigarette présente des dangers suffisamment grands aux Etats-Unis, pour justifier une action destinée à la décou-

Il est facile d'ironiser sur ces savants tra-Il est facile d'ironiser sur ces savants travaux, de mettre en doute leurs conclusions. On se heurte pourtant à deux constatations terriblement éloquences: la première c'est que le cancer du poumon, qui vient actuellement au deuxième rang de ce genre d'affection, a vu son augmentation coïncider avec le développement de la consommation de cigarettes, et la seconde, que les décès par cancer des poumons sont les plus élevés chez les fumeurs de cigarettes.

cer des poumons sont les plus élevés chez les fumeurs de cigarettes.

Il est vraisemblable que d'autres éléments interviennent dans la formation du cancer du poumon et la pollution de l'air des villes n'y est peut-être pas étrangère, mais là encore les statis'iques montrent une plus grande vulnérabilité chez les fumeurs. La mortalité par cancer du poumon s'est révélée être pour 100 000 habitants.

pour les non fumeurs

 pour les non fumeurs

 Villes de plus de 50 000 hab.
 14,7

 Villes de 10 000 à 50 000 hab.
 9,3
 Zones rurales

Zones rurales 65.2 De toute évidence, l'usage du tabac, et surtout de la cigarette, par les affections des voies respiratoires et les autres troubles qu'elvoies respiratories et les autres troubles qu'el-le entraîne, crée un terrain favorable au can-cer notamment par accumulation pendant une certaine durée, de la toxicité du tabac et de celle de l'air ou d'autres causes.

Quelles mesures prendre?

Ces constatations alarmantes amèneront-elles les fumeurs des deux sexes et surtout les fumeurs de cigarettes, à renoncer à leur cher péché? On peu: en douter, et, de toute évi-dence, il faudra protéger les fumeurs malgré

eux. Par quels moyens ?
Peut-on rendre le tabac moins dangereux

Peut-on rendre le tabac moins dangereux en réduisant, par exemple, le taux de nicotine et de goudron? En réalité, on n'a pas encore de certitude absolue sur les constituants les plus réellement nocifs du tabac.

Les filtres? Pour la raison qui vient d'être dite, il est impossible d'affirmer avec certitude que les filtres sont réellement efficaces. On peut supposer qu'ils ont une certaine efficacité, dans la mesure toutefois où l'on n'en prend pas prétexte pour adopter des tabacs plus forts. Mais ils ont, en tout cas, un danger certain, c'est celui d'apporter aux fumeurs une fausse sécurité!

Faut-il penser à une interdiction légale de l'usage du tabac? Le parlement qui oserait prendre une telle décision n'est pas encore né! Et d'ailleurs, la cigarette est tellement entrée dans les mœurs, la publicité a si bien su convaincre les fumeurs qu'elle fait partie

su convaincre les fumeurs qu'elle fait partie

Nos lectrices écrivent

Opération « VERRE PERDU »

Que faut-il penser du système qui consiste à vendre certains produits alimentaires non plus en litres (facturés et repris 50 ct.), mais en bouteilles de moindre contenance (verre perdu)?

A titre d'exemple, je vous signale ceci : le vinaigre Vinella Coop, précédemment vendu en bouteilles d'un litre à 90 ct. (+ 50 ct. pour le verre) est actuellement vendu 85 ct. pour une bouteille 600 grammes (contenance 7,5 dt.), avec verre perdu. Cela représente une augmentation de prix sensible 23 ct. par litre). Est-il logique que le consommateur fasse les frais de l'opération verre perdu?

On me dit que la pénurie de main-d'œuvre oblige les fabricants à recourir à ce nouveau système de livralson. Qu'en pensez-vous?

G. M.

G. M.

Nous pensons que vous avez parfaitement raison de protester. L'opération « verre perdu » se fait au détriment de l'acheteuse. Tout d'abord le prix augmente comme vous le remarquez, ensuite le poids rompu de ces flacons rend difficile toute comparaison de prix entre deux marques concurrentes. Les autorités devraient rendre obligatoire l'indication, sur l'étiquette, du prix du litre.

du standing de l'homme d'action et de la femme chic, que son interdiction aurait pour effet de la rendre encore plus désirable. Un beau résul; at serait d'obtenir l'interdiction de fumer dans les lieux publics où se rassemblent, où passent un grand nombre d'humain: offices, administrations, spectacles, etc.

L'action la plus efficace nous semble con-

L'action la plus efficace nous semble concerner la jeunesse. Il y a trente ans, les jeunes mettaient leur point d'honneur à boire de l'alcool au;ant que les adultes. Le développement du sport, l'action pour la vente de boissons non alcolisées, moins chères, nous vaut une jeunesse qui, maintenant donne la préférence à ces dernières. La même action pourrait être faite pour le tabac. L'école, les organisations sportives, devraient arriver à convaincre les jeunes qu'on peut devenir un adulte sans être forcément un fumeur.

Former une génération de non fumeurs constituerait évidemment la solution la plus rationnelle. Mais il s'agit là d'un problème

constituerait évidemment la solution la plus rationnelle. Mais il s'agit là d'un problème d'avenir e' la situation présente demande des solutions. Il faudrait pouvoir pratiquer une large information des consommateurs sur les dangers physiques et conice. une large information des consommateurs sur les dangers physiques et sociaux du tabac et plus spécialement de la cigarette, en quelque sorte une contre-publicité qui viendrait neutraliser celle des grandes marques de cigarettes occupant des pages entières des quotidiens. Qui la payerait? Pourquoi pas l'impôt sur le tabac, tout comme la dîme sur l'alcool a permis des actions en faveur de la consommation des fruits frais et des boissons non distillées?

Félicitons en tout cas les autorités fédérales renctons en tott cas les autorites rederaites d'avoir pris une première mesure de sagesse consistant à interdire à la télévision suisse toute publicité pour les produits à base de tabac, au même titre que pour les produits alcooliques.

Jeanne Berner Jeanne Berner N. B. — Le gouvernement américain a été très loin dans la voie de l'information des consommateurs puisqu'il vient de prendre une ordonnance exigeant qu'à partir de 1965, tous les paquets de cigarettes contiennent une mise en garde sur le fait que la fumée de cigarette est dangereuse et peut occasionner « la mort par le cancer », décision du reste contestée par les Etats américains producteurs de tabac!

¹ C'est sans doute pour cette raison qu'on a vu paraître récemment, outre-Atlantique, cette publi-

J'ai 16 ans - Je suis un homme - Je peux boire

le gaz est indispensable

Comparaison de conserves de pêches

A la suite de la comparaison parue ici en juin, nous avons reçu une lettre du Groupe féminin VELEDES disant en particulier :

VELEDES disant en particulier:

Bien que nous soyons, en principe, opposés à dos comparaisons de prix, comparaisons qui ne peuvent pas tenir compte des différences multiples existant d'un produit à l'autre, nous devons reconnaître que les comparaisons en question ont été faites avec objectivité.

Nous devons constater cependant une omission, celle des prix indiqués pour les magasins du commerce de détail indépendant (Uségo, chaînes volontaires, etc.) qui ne tilennent pas compte de 1ºeccompte de 5 % accordé dans tous les magasins en question. Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir publier, dans l'un de vos prochains numéros la rectification qui s'impose.

numéros la rectification qui s'impose.

La question que nous pose le Groupement fémin Veledes, nous nous la sommes posée chaque fois que nous avons publié une comparaison de prix. Faut-il dans les prix indiqués tenir compte de l'escompte et de la ristourne des coopératives? Ce serait évidemment beaucoup plus exact. L'ennui est que le taux de la ristourne varie d'une localité à l'autre et il n'est évidemment pas possible de tenir compte de l'escompte des commerçants sans tenir compte de la ristourne des coopératives. Mais quel taux choisir ? Faut-il choisir 5 % alors que certaines coopératives donnent du 8 %? Autre difficulté certains produits de marque sont vendus avec des rabais différents suivant le type de magasin. Auquel devons-nous nous arrêter?

Devant ces difficultés nous avons préféré n'indique aucu n'abais et nous en tenir au prix indiqué sur l'emballage, mais nous pensons qu'il serait juste d'indiquer dans notre tableau qu'il n'y est pas tenu compte des escomptes et ristournes. Nous le ferons désormais.

Dans le monde!

Chaussures: La firme Dupont va lancer un nou-veau cuir synthétique, le «Cofram», extrêmement résistant. Cela ne manque pas de causer des inquié-tudes à toute l'industrie du cuir. Attendons de voir ces produits sur le marché pour émettre un juge-ment

ment.

On mange **plus** de **pain** aux Etats-Unis. La consommation de pain a augmenté de 10,6 % entre 1957 et 1962, pour une augmentation de population est do 5,6 %. Cet accroissement de consommation est dû à la vente des pains spéciaux (au lait, aux raisins, pains de régime, de gluten, etc.) qui a augmenté de 121 %. La consommation des pains et types français, viennois, etc., a également augmenté de 27 %.

Travail actif sur le plan local

Le Groupe des femmes socialistes de Genève a organisé, lors d'une de ses assemblées, un ramassage de bons, ces fameux bons qui remplissent trop souvent nos boîtes aux let-

Toute cette littérature a été retournée aux maisons intéressées, accompagnée de la for-mule préparée par la Fédération romande des consommatrices. Quelques fabriques ont réage. La maison Ciba, à Bâle, nous a répondu ce

La remise de bons Binaca aux consommateurs fut une mesure qui nous fut dictée par les circonstances, étant donné la concurrence les circonstances, etant donne la concurrence extrêmement forte qui règne sur le marché et qui nous contraignit à utiliser les mêmes armes. Comme maison suisse à la renommée bien établie, nous avons décidé que pour l'instant nous renonçons à éditer de nouveaux bons. L'avenir nous dira si cette attitude est bien appréciée ou non du côté des consomma-

La savonnerie Sträuli, de Winterthour, n'a pas fait de commentaires mais nous a fait parvenir la somme de 3 fr. 95, représentant la valeur de neuf bons à 45 ct.

Quant aux quatre grands spécialistes (Hen-kel, Pratteln - Sunlight, Olten - Walz & Eschle, Bâle et Colgate-Palmolive, Zurich), ils ont reçu leurs cent cinquante-huit bons en observant un silence prudent. Sunligt aurait pu nous répondre, par exemple, qu'il était obligé d'envoyer des bons puisque Walz & Eschle le faisait aussi.

Eschle le faisait aussi.

Toutefois, la concurrence n'excuse pas tout, surtout si l'on regarde attentivement certains bons et spécialement ceux concernant le détergent liquide Flupp. On s'aperçoit alors que le produit Flupp est lancé avec des bons édités par deux maisons différentes ; certains bons sont à envoyer à Sunlight tandis que d'autres concernent Walz & Eschle. Certains trust prennent visiblement les consommatrices pour des sous-développées.

Nous terminons avec un exemple récent.

Catte page a éte fournie par la Fédération romande La maison Nestlé fait une tournée de dégus-des consommatrices.

La maison Nestlé fait une tournée de dégus-des consommatrices

tation d'un de ses produits, le Nesquik. Un bon de 30 ct. permet d'acheter le Nesquik au prix de faveur de 2 fr. 65 (2 fr. 95 — 30 ct.); cependant, en y regardant de plus près, on remarque que l'ancien prix de (2 fr. 80) a été soigneusement noirci et que le lancement des bons ne sert qu'à camoufler une augmentation de prix.

Une consommatrice organisée en vaut deux. Nous ne serous jamais trop pour nous défenders

Nous ne serons jamais trop pour nous défen-

Amelia Christinat

Vous pouvez nous aider!

La Fédération romande des consommatrices, et toutes celles qui col-laborent à ses actions, restent vigilantes à la défense des intérêts des consomma-teurs. Mais elle a besoin du concours de toutes les ménagères. Soyez vigilan-

tes vous aussi, et surtout plus curieuses!
Sur les marchés et dans les magasins, exigez de connaître le poids des fruits qui vous sont vendus dans les petits cartons. Vous apprécierez mieux le prix réel auquel ils vous sont vendus. C'est votre droit.
Si yous sohetez un tissu du linge ou

Si vous achetez un tissu, du linge ou Si vous acnetez un tissu, du linge ou un vêtement, vérifiez les indications des étiquettes et s'il n'y en a pas exigez des précisions. C'est votre droit.

Lorsque vous voyagez hors de Suisse, soyez attentives aux étiquettes des boites de conserves. Vous constaterez qu'elles contractions de suiter de la conference de conserves.