

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: 53 (1965)

Heft: 54

Artikel: La publicité à l'école

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-271108>

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: 04.04.2026

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

Les consommatrices genevoises dialoguent avec producteurs, importateurs et distributeurs de viande

Une intéressante table ronde groupait, dernièrement, Mmes R. Bonardelly, B. Delarzes, J. Berner et A. Christinat, pour les consommatrices, MM. F. Vecchio, grossiste, A. Forrer, président du Syndicat de la Boucherie, A. Maréchal et J. Gros, agriculteurs-éleveurs, D. Glaser, ingénieur agronome, M. Després, directeur des abattoirs de Genève, M. Vuille pour le Secteur boucherie de Migros-Genève, M. Doman pour le secteur boucherie de la Société coopérative suisse de consommation, MM. Jaquemoud, de la Société des cafetiers et restaurateurs, et Longchamp, restaurateur.

Au cours de ce débat, qui dura plusieurs heures, on fit un large tour d'horizon des problèmes de la viande, chacun parlant du secteur qui lui est proche. Nous regrettons de ne pouvoir en donner ici qu'une perspective quasi télégraphique.

A la demande des consommatrices concernant un étiquetage de qualité, il fut répondu que la situation très complexe du marché de la viande en Suisse, rendait cette exigence difficile à satisfaire mais que des améliorations pourraient être apportées.

Concernant le rôle modérateur des importations sur les prix pratiqués, tout le monde est d'accord. Mais on se heurte actuellement à des dispositions compliquées qui seraient, paraît-il, en voie de révision.

La production industrialisée de viande de bœuf serait-elle une solution? Peut-être, si on arrivait à transformer l'élevage artisanal en élevage industriel. Les essais de «baby beef» tentés en quelques endroits de notre pays se sont révélés décevants parce que les producteurs-éleveurs, déçus, nous disent les bouchers parce que le «baby beef» est vendu 8 fr. au départ, ce qui est trop cher!

Quant aux marges de bénéfice qui, chez nous comme aux Etats-Unis, sont d'environ 20 à 25%, elles doivent s'apprécier différemment. Aux Etats-Unis, les bouchers débitent la carcasse et vendent la viande en morceaux comprenant os et graisse. Chez nous, le client exige une viande pratiquement sans os, sans graisse, parée, d'où une diminution de la marge.

M. Després, vétérinaire municipal, lance un cri d'alarme. Si la consommation, et surtout des morceaux nobles, continue en Europe à la même cadence qu'actuellement, on arrivera tôt ou tard à un rationnement de la viande! Face à la difficulté croissante de ravitailler en viande, il importe que toutes les parties de l'animal soient utilisées. Il faudrait plus de consommation des bas morceaux.

le gaz est indispensable

et surtout une plus large utilisation de la viande hachée qui est une façon élégante et économique d'absorber les bas morceaux.

D'accord, disent les consommatrices, mais les bas morceaux sont trop chers pour leur rendement, et pour ce qui est de la viande hachée, elle doit se vendre dans des conditions d'hygiène satisfaisantes; l'acheteuse doit pouvoir faire hacher la viande sous ses yeux. Quant aux viandes ayant subi l'attendant, elles doivent être annoncées comme telles.

Ceci dit, consommatrices, bouchers et restaurateurs tombent d'accord qu'il y a toute une rééducation du public à faire. A la mode des «grillades», il faudrait lancer celle des viandes «mi-jotées».

Les consommatrices estiment que cette action informative devrait être menée avec les moyens adéquats par les milieux professionnels de la boucherie — présentation appétissante des bas morceaux avec illustration des plats qu'on peut en tirer, action spéciale chaque semaine; il y a encore bien d'autres possibilités. La Fédération romande des consommatrices se met à disposition des groupements professionnels de la boucherie pour étudier avec eux de telles réalisations.

Conclusion: la baisse de la viande n'est pas pour demain, mais, dans tous les milieux intéressés, on recherche des solutions pour éviter l'état de crise.

Une meilleure information doit permettre aux ménagères d'orienter plus judicieusement leurs achats. C'est d'ailleurs ce que démontra Mme Haag, de Fribourg, dans un remarquable exposé présenté quelque temps après, devant la Section de Genève, en présence de deux cents consommatrices fort attentives.

Jeanne Berner

Nous analysons les sirops de framboise

Un sirop est un produit simple que la ménagère peut préparer elle-même. Il s'agit, après avoir écrasé les fruits, de les presser pour en extraire le jus et de cuire celui-ci avec la quantité voulue de sucre. Dans des bouteilles bien fermées, qui ne seront pas exposées à des changements de température excessifs, les sirops faits à la maison se conservent quelques mois.

En ce qui concerne les sirops préparés industriellement, l'Ordonnance sur les denrées alimentaires les classe en deux catégories:

1. Les sirops de fruits, semblables aux sirops faits à la maison et obtenus à partir de fruits véritables. L'acheteuse les reconnaît à leur étiquette les désignant sous le nom du fruit utilisé: «sirop de framboise», «sirop d'orange». Seuls ces sirops peuvent porter, sur l'étiquette, l'image du fruit. Pour ce genre de sirops, seuls ceux qui sont à base de fruits de la famille du citron (citron, orange, pamplemousse) peuvent recevoir une adjonction d'écorce de ces fruits possédant des propriétés aromatiques et, pour les sirops d'orange, de minimes quantités d'acide citrique; ces sirops peuvent être colorés artificiellement, ce qui n'est pas le cas pour les autres sirops de fruits.

2. Les sirops «à l'arôme de fruit» pour la fabrication desquels le jus de fruit a été totalement ou partiellement remplacé par des essences naturelles de fruit et des acides organiques (acide citrique par exemple). Ils sont désignés comme «sirop à l'arôme de citron», «sirop à l'arôme de framboise» ou par des noms comme «citronnelle», «grenadine», sirop de capillaire.

L'étiquette de ces sirops ne peut en aucun cas porter l'image d'un fruit ou même d'une partie de plante.

Nous ne saurions donc trop recommander aux mamans de préférer un sirop de fruit véritable à une grenadine, par exemple, qui n'est, en fait, qu'une eau sucrée aromatisée et colorée chimiquement.

Les sirops de fruits comme les sirops à l'arôme de fruit peuvent contenir des agents conservateurs. On peut se demander pourquoi un produit si riche en sucre doit contenir un agent conservateur?

Pour en comprendre la raison, il faut rappeler que les sirops de framboise actuellement en vente (printemps 1965) ont été sans doute préparés en été 1964. Ils ont passé de

l'entrepôt de la fabrique chez le grossiste, du grossiste au magasin de détail, sans avoir, peut-être, été toujours entreposés dans des conditions idéales. De plus, une bouteille de sirop n'est pas consommée en une seule fois. Elle restera dans l'armoire familiale pendant plusieurs semaines, sera ouverte et refermée à différentes reprises, peut-être mal rebouchée. Grâce à l'agent conservateur — un désinfectant — le sirop demeurera intact, sans présenter de traces de moisissures ou autres modifications. L'agent conservateur représente donc une sécurité, une sorte d'assurance contre les pertes et le mécontentement des clients.

Commentaires de notre analyse

Nous avons fait analyser les sirops de framboises des marques suivantes: Bischofzell (Migros), Siro (Coop), Hero, Veron Lacobi (Laumann) et O.LA-LA (Laumann).

Tous ces sirops sont des sirops de fruits. Aucun d'entre eux n'est coloré artificiellement. D'après l'Ordonnance fédérale, si un sirop de framboise — pour prendre cet exemple — présente une coloration insuffisante, la seule chose autorisée est l'adjonction, au jus de base, de 10% au plus de jus d'un autre fruit plus coloré.

La teneur totale en sucre des sirops analysés varie entre 63,3% et 67,9%.

Les variations de la teneur en saccharose peuvent provenir de l'acidité plus ou moins forte du fruit, sans que la qualité du sirop en soit affectée. En effet, sous l'action d'un milieu acide, une partie du saccharose peut se transformer en sucre interverti.

Un agent conservateur, l'acide formique, est utilisé dans tous les sirops analysés. Sa concentration est inférieure au maximum

admis par la loi pour les marques Hero, Siro, Veron et O.LA-LA. Elle est trop élevée (1,23 gramme au kilo, au lieu de 1 g.) dans le sirop Bischofzell. L'acide citrique ainsi que le phosphore contenus dans ces sirops proviennent des fruits eux-mêmes. Une seule marque, Lacobi, contient deux agents conservateurs.

Si les différents sirops analysés sont de qualité sensiblement pareille, par contre le prix au kilo varie de 2 fr. 15 à 3 fr. 28. Relevons à ce propos, combien la contenance variable des bouteilles rend la comparaison des prix difficile pour la maîtresse de maison.

Les prix figurant sur les étiquettes semblent très proches les uns des autres — variation de 80 ct. entre les extrêmes — mais les poids diffèrent sensiblement. La ménagère doit savoir qu'un litre de sirop pèse 1 kg. 300 en moyenne.

Il faut souligner que les trois sirops en emballage perdu (Hero, Veron, Siro) sont les plus chers.

Les sirops examinés ne portent pas de date compréhensible pour l'acheteuse. Or, nous avons découvert que l'une des bouteilles avait été livrée au magasin entre le 1er janvier et le 1er août 1964. Elle coûtait 3 fr. 55 alors que le prix actuel est de 3 fr. 15. Le prix d'un sirop est fortement conditionné par le prix des fruits (variable suivant chaque récolte) et celui du sucre qui, après avoir été élevé l'an dernier, est actuellement bas. Nous aurions donc avantage à acheter des bouteilles de sirop récentes. Mais comment les reconnaître?

Nous conseillons en tous cas de donner la préférence aux bouteilles de verre à rendre, d'un litre, ces sirops étant actuellement les moins chers.

Marque	Conditionnement	Poids	Odeur/saveur	Coloration	Saccharose	Sucres réduits
Bischofzell (Migros)	bout. à rendre	1300 g.	de produit naturel	naturelle	41.80	22.30
Siro (Coop)	emballage perdu	900 g.	de produit naturel	naturelle	44.20	19.10
Hero	emballage perdu	940 g.	de produit naturel	naturelle	19.50	48.51
Veron	emballage perdu	900 g.	de produit naturel	naturelle	36.10	29.90
Lacobi (Laumann & Cie)	bout. à rendre	1300 g.	de produit naturel	naturelle	35.73	29.51
O. LA-LA (Laumann & Cie)	bout. à rendre	1300 g.	de produit naturel	naturelle	51.33	12.52

Marque	Sucre total	Mat. minérales	Acidité totale	Agents conserv.	Prix du détail	Prix du kg.
Bischofzell (Migros)	64.10	0.1664	0.602	acide formique 1,23 g/kg.	2.90	2.23
Siro (Coop)	63.30	0.1681	0.515	acide formique 0.78 g/kg.	2.35	2.61
Hero	67.90	0.1445	0.872	acide formique 0.69 g/kg.	2.95	3.14
Veron	66.00	0.2178	0.568	acide formique 0.87 g/kg.	2.95	3.28
Lacobi (Laumann & Cie)	65.24	0.1677	0.530	acide formique 1.05 g/kg.	3.15	2.22
O. LA-LA (Laumann & Cie)	63.85	0.1514	0.512	acide formique 0.88 g/kg.	2.80	2.15

Du jaune d'or dans les prés, du jaune d'or en bouteille

Au printemps, les champs de colza apportent, par leur floraison lumineuse, une note vivante au paysage de nombreuses régions de notre pays. A la vue du jaune brillant des champs de colza qui, il y a quelques semaines, réjouissaient le regard, il en est certes peu parmi nous qui pensaient aux milliers de grains que l'on déverserait un jour dans une presse à huile.

Ces dernières années, l'huile de colza, produite en Suisse, a vu sa popularité augmenter rapidement; très bien introduite dans la plupart des ménages ruraux, elle ne rencontre cependant pas encore, dans les villes, tout le succès qu'elle mérite. Tout porte à croire qu'il s'agit là d'une certaine réticence d'ordre psychologique, liée aux souvenirs amers que l'alimentation de la période de guerre a laissés dans maints ménages citadins.

Un test qui met les choses au point

Les résultats du test auquel se sont livrés, en décembre dernier, les invités à un dîner-dégustation ont révélé, en tout cas, que la très grande majorité des gens n'arrive pas à distinguer les frites, les salades, les filets de perches, etc., apprêtés avec l'huile de colza, des mets similaires préparés avec l'huile d'arachide. Il y avait parmi les personnes qui ont pris part à ce test d'expertes maîtresses de maison et même des maîtresses d'écoles ménagères; on ne peut donc pas mettre cette confusion sur le compte de l'ignorance ou du manque d'habileté des dégustateurs.

En réalité, l'huile de colza est une huile d'excellente qualité. Grâce au développement des moyens

techniques et aux recherches entreprises par l'industrie suisse des oléagineux, les huilleries sont équipées d'installations permettant un raffinage en tout point parfait. Ce raffinage moderne n'altère en rien la haute teneur de l'huile en acides gras essentiels, non saturés. De même, la teneur en vitamine E est conservée presque intacte.

L'huile de colza indigène, très bon marché, peut être employée pour la grande friture, mais elle se prête avant tout à la préparation des salades. Elle est économique à l'emploi, pénètre bien dans les feuilles et convient particulièrement bien à la préparation de la mayonnaise et de ses dérivés. Elle possède en outre l'avantage de ne se figer qu'à une température inférieure aux autres huiles; cette qualité est appréciée dans la présentation des salades et autres mets froids et maintient ainsi la sauce très fluide. Les beignets réussissent mieux à l'huile de colza qu'à toute autre graisse mélangée; elle ne mousse pas et les beignets prennent une délicate couleur dorée. Pour les petits fours, la pâtisserie et les gâteaux, on peut remplacer partiellement ou entièrement le beurre par l'huile de colza. Enfin, elle permet également la fabrication d'une excellente graisse où se retrouvent toutes les qualités propres à l'huile.

CRIA

Cette page a été fournie par la Fédération romande des consommatrices.

Memento de l'acheteuse

Si vous avez des problèmes de consommation.

Si vous désirez un conseil ou un renseignement ou signaler un fait justifiant notre intervention, la Fédération des consommatrices est à votre disposition.

Selon votre domicile, vous pouvez vous adresser:

A Genève, à Mme R. Bonardelly, 112, route de Chêne.

A Lausanne, à Mme S. Chavan, 1, Avant-Poste.

A Fribourg, à Mme R. Haag, 24, avenue Weck-Reynold.

A Neuchâtel, à Mme M. Jeanneret, Petit-Pontarlier.

A Bienne, à Mme Reber, 16, Fuchsried.

Nous vous rappelons également les émissions suivantes, intéressantes pour les acheteuses:

Radio Suisse romande: tous les matins, à 7 h. 50.

Télévision: vendredi soir, de 19 h. à 19 h. 20, «Magazine».

La publicité à l'école

Répondant à une intervention de Mme Gendre (parue dans «Femmes suisses» de janvier 1965), concernant la publicité faite dans une brochure sur le corps humain à destination des élèves, la maison Wander S.A. s'étonne de la sévérité de cette réaction en concluant «que si la majorité des parents d'élèves étaient de cet avis, il va sans dire que nous renoncions à ce moyen de propagande».

Nous en serions particulièrement heureuses, car on ne saurait trop souhaiter que l'école ne devienne pas un terrain de compétition commerciale!



Les pâtes qui gonflent par orgueil d'être des meilleures!!!
Pâtes de Rolle
avec bons de voyage