

**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:** 49

  

**Artikel:** La Fédération romande des consommatrices publie une nouvelle brochure d'information

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-270966>

### **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:** 01.05.2026

**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

### Petites nouvelles d'ailleurs

**Cultures hydroponiques**, c'est-à-dire cultures sans sol. Mises au point par les Américains sur les atolls du Pacifique, elles sont pratiquées sur une large échelle en Israël, permettant ainsi de mettre en valeur de vastes étendues désertiques.

La France vient d'introduire le procédé; trois agriculteurs de La Crau, région infertile et privée d'eau, ont construit une dalle de béton sur une superficie de 2000 m<sup>2</sup> sur laquelle reposent des bacs remplis de fin gravier de rivière et formant trois allées en pente douce. Une grande verrière, une citerne de 200 m<sup>3</sup> et un ingénieux système d'irrigation complètent le dispositif. Une chaudière entretient la température à 30 degrés en permanence. L'eau qui circule est chargée de fertilisants chimiques. Et c'est ainsi que les premiers melons sont arrivés à Paris au début de mai et se sont vendus à bons prix. Est-il besoin de dire que de nombreux agriculteurs et horticulteurs s'intéressent à ce procédé qui conviendrait aussi aux tomates et aux concombres.

**Production laitière**: En Allemagne, comme en France et maintenant au Danemark, on poursuit la rationalisation des coopératives laitières, pour créer de puissants groupements permettant une exploitation industrielle.

La Fédération romande des consommatrices publie une nouvelle brochure d'information:

### « Nous analysons crèmes glacées et glaces »

Il s'agit de l'examen comparatif de cinq glaces et crèmes glacées du commerce, en blocs de 300 à 400 g. qui s'achètent toute l'année, et constituent des desserts familiaux appréciés.

Cette petite publication vous apportera des informations intéressantes sur la nature de ces glaces et les exigences de la loi à leur endroit. Vous désirerez certainement la posséder dans votre documentation ménagère; elle ne coûte que 50 ct.

Vous pouvez vous la procurer en envoyant cette somme en timbres-postes à **Mme Riondet, 83, ch. des Sports, Genève** (indiquez libellément les noms et adresse, s.v.p.).

### le gaz est indispensable

# PARLONS TESTS

Les tests de marchandises, c'est-à-dire la comparaison méthodique, en laboratoire et à l'usage, de marchandises analogues afin de déceler quelles sont celles qui satisferont le plus complètement l'acheteur, sont pratiqués avec un succès croissant dans la plupart des pays occidentaux.

Et nous y venons aussi en Suisse. Après l'Institut suisse de recherches ménagères qui, depuis des années compare et expertise des appareils ménagers, sans oser toutefois dénoncer publiquement leurs défauts, après la Fédération romande des consommatrices qui a publié deux analyses de produits alimentaires (huiles et crème glacées), deux organisations suisses constituées en 1964 vont désormais apporter au public le résultat de tests comparatifs. C'est, d'une part, la Fondation pour la protection des consommateurs, issue de la Communauté d'action des salariés et des consommateurs et, d'autre part, la Fédération suisse des consommateurs mise sur pied par les deux organisations de consommatrices romandes et allemandes, et par trois groupements syndicaux.

### Déception mais collaboration active

Nous qui, sur le plan féminin et romand, avons su rallier des personnes de tous les bords et de toutes les tendances, qui leur avons appris à collaborer amicalement à la défense de l'acheteuse, avons été péniblement surprises de constater que sur le plan suisse une telle entente s'était révélée impossible et qu'au lieu de l'unique organisation de consommateurs, il fallait se résoudre à en voir se créer deux. Cependant, nous sommes décidées à mettre tout en œuvre pour que notre appartenance à la Fédération suisse des consommateurs ne nous coupe pas de la Fondation-sœur. Une collaboration active s'établira, nous en sommes certaines, entre tous ceux qui travaillent pour le bien des consommateurs.

Nous nous efforcerons en particulier, de vous tenir au courant aussi bien des tests faits par la Fédération suisse que de ceux que patronne la Fondation. Et nous commençons tout de suite par un aperçu du test des savonnets publié par la Fondation pour la protection des consommateurs. Il nous est malheureusement difficile, faute de place, de publier dans cette page le rapport d'analyse au complet; vous le trouverez cependant dans le bulletin (février) d'une de nos associations-membres, l'Union des coopératives romandes, qui peut vous l'envoyer sur demande. Nous nous contenterons ici de résumer ce que nous apporte cette comparaison, tout en faisant état de certaines critiques ayant paru dans la presse à son sujet.

### Le test des savonnets

Neuf savons ont été testés, soit Bormilk, Cadum, Camay, Carina, Lux, Maya, Palmolive, Rexona et Sibonet. Pourquoi s'est-on limité à un nombre aussi restreint? Parce que les tests coûtent extraordinairement cher. L'idéal serait évidemment de tester tous les savons, mais il faudrait disposer d'une véritable fortune. Les neuf savons choisis sont les plus vendus sur le marché suisse.

L'analyse a révélé, d'autre part, que sept de ces savonnets sont presque identiques dans leur composition (1/3 d'huile végétale pour 2/3 de graisse animale); le savon Camay contient davantage de graisse de coco. Quant à Sibonet, il présente une forte teneur en détergents synthétiques. De ce fait, il a paru à certains regrettable que cette savonnette soit comparée aux huit autres, ses « performances » étant forcément différentes. A cela, on peut répondre que le choix des objets à tester doit être fait dans l'optique du consommateur moyen qui ignorait totalement, avant le test, que Sibonet ne fut pas un savon pareil aux autres. Comment l'aurait-il su, puisque l'emballage n'en dit rien? Il semble au contraire très réjouissant que ce test ait mis en lumière l'insuffisance de notre information à ce sujet.

Il ressort d'ailleurs de l'analyse que le savon Sibonet convient aux personnes allergiques au savon et qu'il présente l'avantage de ne pas laisser de traces sales dans le lavabo. Cependant, il faut absolument le tenir au sec en évitant de laisser de l'eau dans la savonnière car des neuf échantillons il est celui qui, au trempage, perd la plus forte proportion de son poids.

Les qualités mises en relief par la publicité comme le pouvoir désodorisant ou la douceur à la peau n'ont pas pu être décelées par l'analyse. Tous ces savons sont excellents, tous nettoient bien (à une même concentration de 1 %, ils ont un pouvoir dégraissant double de celui d'un détergent pour la vais-

selles) et mis à part Sibonet qui a des qualités spéciales, ils semblent de valeur pratiquement équivalente. Cependant, si l'on compare le prix des huit savons, à peu près semblables (mis à part leur couleur et leur parfum) on constate que celui-ci s'échelonne entre 60 ct. et 1 fr. 20 (pour un pain de 100 g.) soit du simple au double. Le choix du parfum peut-il à lui seul expliquer cette différence? Certes il y a des parfums chers et d'autres qui le sont moins, mais quelle est la quantité de parfum employée pour un savon? Elle semble minime.

### Notre choix facilité

Comme on le voit, ce premier test nous apprend beaucoup. Nous savons découvrir, grâce à lui, que certains savons pouvaient être très différents des autres, avec des qualités mais aussi des faiblesses particulières. Nous avons compris que le prix élevé d'un savon courant ne signifiait pas que sa qualité, son pouvoir de nettoyage ou de résistance à l'eau fut supérieur mais qu'il pouvait découler d'un parfum ou d'une présentation plus soignée. C'est en connaissance de cause maintenant que nous choisirons un savon de toilette; si nous ne pensons qu'à son pouvoir dégraissant, nous choisirons les marques les plus avantageuses; si nous préférons un parfum ou une couleur particulière, nous acceptons d'en payer le prix!

Chaque test publié, si nous nous donnons la peine de le lire attentivement et de le comprendre, nous permettra ainsi de faire un pas en avant dans l'art d'acheter... les yeux ouverts!

Ariane Schmitt

\* Il est à demander à Mme Corti, Clos-de-l'Arche, Bex.

## Nous continuons à suivre le bœuf!

A Fribourg, la Commission économique de l'USAFF, présidée par Mme E. Haag, ne s'est pas contentée de faire un excellent cours d'information sur les qualités et les usages de la viande, dont il a été rendu compte dans le numéro de décembre. Elle a fait connaître à l'Union suisse des maîtres-bouchers, siégeant à Zurich, les vœux des ménagères:

1. La ménagère désire être informée sur la qualité de la bête qu'elle achète de la même façon que dans d'autres secteurs alimentaires. Les modalités pratiques sont à mettre au point.

On pourrait penser à un système de tampons imprimés à différents endroits de l'animal par le vétérinaire des abattoirs.

2. Elle demande un affichage des prix des différents morceaux.

Suggestion: des agrandissements de certaines planches de la brochure éditée par l'association suisse des maîtres bouchers; « la dénomination et l'emploi des morceaux de viande » pourraient être placardés dans les boucheries, avec un système de prix mobiles.

3. Le consommateur souhaite avoir des saucisses, cervelas, etc., moins gras.

4. Certains bas morceaux sont encore trop chers et devraient être baissés (quitte à faire une compensation si nécessaire) de façon à mettre la viande à la portée des bourses modestes et à encourager les ménagères à les utiliser.

La lettre exprime le vœu que s'établisse une collaboration loyale entre consommateurs et bouchers.

Voici, en substance, la réponse de l'Union suisse des bouchers, par ailleurs fort courtoise:

1. Le système préconisé n'est pas réalisable vu que le traitement et l'estampillage de la viande sont réglés de façon exhaustive par des prescriptions de droit public.

2. Partiellement d'accord. Il a été demandé au Conseil romand de la boucherie de procéder, dans tous les commerces de boucherie-charcuterie de Suisse française, à l'étiquetage des morceaux de viande. La suggestion quant à la dénomination des morceaux de viande sera examinée.

3. Il n'est pas possible de donner suite à cette demande pour des raisons de compensation avec d'autres prix.

4. Il n'est malheureusement pas possible de répondre à ce souhait dans la mesure où le consommateur le désireait.

Si même les résultats ne sont pas immédiatement positifs, de telles interventions engageant et maintenant le dialogue entre producteurs, détaillants et consommateurs. En l'espèce, si l'on s'acheminait vers un affichage indicatif des morceaux et des prix correspondants, ce serait déjà un résultat appréciable.

### Séance d'information sur la viande

Pour débiter dans son activité cantonale, le groupe vaudois de la Fédération romande des consommatrices a mis à son programme deux séances d'information sur la viande.

Lors de la première il a été possible d'entendre un exposé très précis de M. Debrot, vétérinaire-adjoint des abattoirs de Lausanne, sur ce sujet: « La viande et votre santé », exposé qui permettait aux maîtresses de maison de connaître toutes les subtilités concernant l'hygiène de la viande, en passant par l'étable, l'abattoir et la boucherie. M. Debrot, avec de magnifiques clichés, a initié la ménagère à l'aspect que devait avoir une viande saine et l'a renseignée sur l'utilisation judicieuse des frigos.

La seconde nous a valu le privilège d'entendre Mme Haag, licenciée es sciences et diététicienne, qu'il n'est pas nécessaire de vous présenter puisque la Fédération romande a publié ses brochures.

Ces deux conférences ont été suivies d'une présentation de viande fraîche, bœuf, veau, porc et agneau faite par les bouchers lausannois. Ces messieurs ont collaboré avec beaucoup d'amabilité à la réussite de ces deux soirées qui ont réuni un nombre impressionnant d'auditeurs.

M. Mayor

### Voici le baby-beef

Comme nous l'avons relevé lors d'un précédent article, la production de viande de notre pays n'arrive pas à faire face à la consommation; si la congélation est un moyen de suppléer à la pénurie, il en est un nouveau, encore à l'état d'expérience. Il s'agit d'un nouveau produit d'élevage, mi-veau mi-bœuf: « le baby beef ». C'est un veau engraisé rapidement qui atteint le poids étonnant de 400 à 500 kilos à 10 mois.

La vulgarisation agricole nous a conviées à une dégustation permettant de juger de cette viande; si sa tendreté est parfaite, elle n'a toutefois pas la saveur d'une viande plus âgée.

Mais il est certain que cet essai mérite d'être poursuivi; il permettra peut-être à notre pays de suppléer au manque de viande indigène actuel. Attendons encore quelque temps avant d'émettre un jugement définitif quant à son prix et à son bon usage par la consommatrice.

M. Mayor

## Nous comparons les gaufrettes

Marque	Indications	Poids	Nombre	Prix de détail	Prix du kg.	Saveur	Remarques
JOWAG Migros	Gauf. à la vanille	240 g.	45	0.85	3,54	Fraîcheur parfaite	Les paquets sont datés
	Gauf. crème chocolat	240 g.	45	1.10	4,59	Saveur et parfum peu caractéristiques	1/4 gauf. vanille mélangées au chocolat
JURA Wernli	au chocolat extra-fin	250 g.	29	1.80	7,20	Excellente saveur choc.	Paraît cher pour un emballage cellophane léger
	crème vanille	130 g.	27	1.75	5,77	mais biscuit un peu sec	
COOP Toggenburgerli	chocolat	145 g.	24	0.75	5,17	Saveur choc. peu naturelle	
	vanille	145 g.	24	0.75	5,17	Bons	
TIKI Schnebli	chocolat	125 g.	18	0.90	7,20	Très frais	Composition exacte et indications de coloration données en anglais
	vanille	125 g.	18	0.90	7,20	Goût quelconque	
TOGGENBURGER Kägi	chocolat	230 g.	36	1.20	5,22	Très frais	
	vanille	230 g.	36	1.—	4,35	Bons	
KAMBLI	chocolat	140 g.	42	1.30	9,28	Quelconques	Emballage de luxe. Chers

### REMARQUES

Les prix varient de 3 fr. 54 à 9 fr. 28 le kilo. Dans certains cas, le dernier, l'emballage a d'évidentes répercussions sur le prix. Un seul de ces biscuits indique la composition, en anglais. Seuls, ceux de la Migros ont une date limite de consommation. Seul le biscuit Tiki signale qu'il est coloré artificiellement. Or, nous croyons savoir que le biscuit de toutes les gaufrettes au chocolat est coloré chimiquement, tandis que la crème qui les fourre est au chocolat.

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