

**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:** 54 (1966)

**Heft:** 64

**Artikel:** Des prix du poisson...

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

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-271397>

#### **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:** 24.02.2026

**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

## Boucherie

### Il a fallu passer par la Nouvelle-Zélande pour rendre nos prix abordables...

Le 28 avril dernier, les journaux annonçaient à grand fracas une action fédérale à des prix d'avant-guerre concernant la vente d'agneaux congelés de Nouvelle-Zélande. Cette vente était, évidemment, limitée, et la viande en question, de superbe qualité, disait-on. Ce fut assez pour que le tout-Lausanne se ruât sur les boucheries, le 29 au matin. A midi, le même jour — et ce n'était pas le saint jour de Pâques — toute la ville mangeait de l'agneau, et toutes les ménagères avaient pu se mettre quelques francs de côté ou faire une folie du côté des légumes ou du dessert. C'était comme si leur boucher leur avait donné non seulement de la viande, mais encore de l'argent avec !

Cela était si beau, cette possibilité soudaine d'acheter bon marché de la bonne viande, alors qu'à notre époque, on est forcé de se faire végétarien un jour sur deux si l'on ne veut pas mourir ruiné, cela était si prodigieux que nous avons aussitôt ouvert notre petite enquête pour savoir si une telle action se renouvelerait et si les bouchers en étaient aussi enchantés que nous. Il paraît que ces messieurs auraient vendu jusqu'à 20 000 kg, et qu'au second jour de cette campagne on ne trouvait déjà plus un gigot en ville. En fait, l'occasion était trop belle. Pensez donc, nos boucheries de quartiers affichaient :

Entre 5 fr. 60 et 7 fr. le kilo de gigot, d'épaule roulée sans os et de carré ;

5 fr. l'épaule avec os ;

Entre 2 fr. 50 et 3 fr. la poitrine et le cou ;

La Migros, elle, vendait :

6 fr. le kilo de côtelettes ;

6 fr. 50 le gigot entier ;

8 fr. le gigot roulé sans os ;

4 fr. l'épaule entière ;

5 fr. 80 l'épaule roulée sans os ;

2 fr. le ragoût !

Au surplus, ces agneaux, qui avaient été surgelés pour le transport, étaient de primeur choix. Nous avions donc pu obtenir — en Suisse où la viande est si chère, ma chère ! — de l'excellent agneau à moins de prix... Mais oui, puisque mon boucher, par exemple, qui achète en général son kilo d'agneau entre 8 fr. 20 et 8 fr. 80, me l'a toujours vendu 12 fr., l'épaule 9 fr. 50, la poitrine 5 fr. et le ragoût 6 fr. Et je sais que certaine grande boucherie du centre lausannois vend son gigot 13 fr. 50. Quant à la Migros, ses prix ne diffèrent pas beaucoup de ceux de mon boucher : 12 fr. 40 le gigot, 9 fr. 20 l'épaule et 6 fr. le ragoût.

EXPÉRIENCE RENOUVELÉE  
MAIS MOINS AVANTAGEUSE  
POUR LE CONSOMMATEUR

Nous avons donc questionné quelques bouchers, « entre quatre-yeux ». En général, chacun d'eux s'est défendu d'avoir réalisé le plus petit bénéfice lors de cette « action pour l'agneau et le client » (une B.A. scoute, en somme !) Bien sûr, il fallait obéir à M. Schaffner, du Conseil fédéral, et il y avait des prix maxima imposés... En revanche, le responsable des magasins Migros nous a exprimé son étonnement, tous les magasins de la place ayant, paraît-il, vendu leurs agneaux 1 fr. de plus que la Migros, et la Migros ayant fait un léger bénéfice, soit un bénéfice commercial normal...

Selon lui, cette campagne fut un succès pour tout le monde, c'est pourquoi un action en question sera renouvelée en juin ou juillet prochain, mais, malheureusement, les prix seront un peu plus élevés tout en n'étant évi-

## Des prix du poisson...

Mme Marie-Louise Schlé, de La Chaux-de-Fonds, que nous remercions de son aimable lettre, nous écrit, entre autres, ce qui suit :

« ... J'ai acheté, la semaine dernière, à l'occasion d'un anniversaire, du filet de sole. Savez-vous le prix, chez nous ? 26 fr. le kilo ! Stupéfaite par ce prix, je téléphone, à titre de renseignement, à notre deuxième traiteur : même prix ! Intriguée, je téléphone chez un important traiteur de Neuchâtel : le prix était de 20 fr. le kilo, ce qui me paraît déjà pas mal. Je suis certaine que, dans les cantons de Vaud et Genève, le prix est encore inférieur.

» Pourquoi, chez nous, devons-nous payer ce poisson si cher, c'est-à-dire encore plus cher

que n'importe quelle viande (filet, filets mi-gnons, etc.) ? Je serai très heureuse d'en trouver l'explication dans votre journal.

» Je vous dirai, par la même occasion, que fruits et légumes sont toujours vendus, chez nous, au-dessus des prix indiqués à la radio pour Neuchâtel. Est-ce l'altitude de notre bonne petite ville qui fait monter les prix en flèche ? Le transport Neuchâtel-La Chaux-de-Fonds est-il élevé au point de nous compter une différence de 6 fr. en plus par kilo de filet de sole ? Pour vous gouverner, le filet de perches est à 15 fr., chez nous Après cela, les pêcheurs sont décidément bien placés pour nous faire la réclamation de leur marchandise ! »

Un traiteur neuchâtelois nous a confirmé le prix de 20 fr. le kilo de filet de sole et nous a appris qu'à Neuchâtel, le kilo de filet de perches se vend 14 fr., donc 1 fr. de moins qu'à La Chaux-de-Fonds.

De Genève, on nous communique que le kilo de filet de sole coûte 24 fr. et celui de filet de perche, 14 fr.

Enfin, à Lausanne, nous avons découvert que les prix différaient d'un magasin à l'autre (les Coopératives et Marché Migros étant hors jeu, évidemment...). Par exemple, l'un d'eux affichait 26 fr. le kilo de filet de sole et 14 fr. le kilo de filet de perche, et un autre 28 fr. le kilo de filet de sole et 16 fr. celui de filet de perche. Le directeur de ce dernier magasin nous dit que son commerce fixe ses prix après avoir consulté deux autres mai-

s de la place. Ces trois magasins se concertent donc, c'est pourquoi leurs prix sont identiques.

Si les prix diffèrent, en général, d'une ville à l'autre, voir d'un quartier à l'autre d'une même ville, c'est que l'origine de la marchandise n'est pas la même. Selon que le commerçant se fait livrer sa sole du France ou du Danemark, par exemple, le prix de revient n'est pas le même et il doit en tenir compte. En outre, on peut afficher « Filet de sole » et vendre de la fausse sole ou filet de lime. Les clientes s'extasient sur le bas prix de ce « filet de sole », alors qu'elles ne font que payer le prix normal de la lime.

Enfin, en ce qui concerne les poissons du lac, tout dépend, en définitive, non pas des commerçants eux-mêmes, mais des pêcheurs qui ont fait une meilleure pêche et des frais d'expédition, de transport, de douane, etc.

A notre avis, les deux traiteurs chaux-de-fonniens dont parle Mme Schlé doivent avoir le même fournisseur ou un même pays d'origine de leur marchandise, c'est pourquoi leurs prix sont les mêmes, alors qu'à Neuchâtel, le traiteur contacté se sert ailleurs, voire dans un pays différent. Car nous voulons espérer que nos commerçants ne sauront vraiment faire leurs prix d'après la tête du client ou sous le simple prétexte que chaque ville doit avoir ses prix propres et bien personnels ! De telles compétitions « interville » seraient de nature plutôt infantile.

L'Helvétique

## Framboises et abricots

Madame,

Votre article paru dans le n° 62 « Framboises et abricots », pourrait me sembler-il avoir la réponse suivante :

Mme Pittet, dans son article sur les poids des petits emballages, a raison ; il paraît justifié d'exiger le poids.

« PAPETS » ET FRUITS APPÉTISANTS

Mais ce poids est-il contrôlable et exigible ?

Les petits emballages sont, depuis assez peu d'années, sur le marché ; grâce à eux il nous est impossible d'obtenir de très beaux fruits frais que le transport et le transfert d'un emballage à l'autre abîment au point qu'il fallait ou renoncer à les vendre ou, souvent, vendre de la bouillie ! Maintenant, il est possible de déguster des framboises sèches, veloutées, parfumées à souhait, des myrtilles enveloppées de leur fard, des mûres appétissantes avec encore leur poil.

En un mot, grâce à ces petits emballages on peut manger des « petits fruits » avec un réel plaisir. Ce ne sont plus les « papets » compacts, mouillés, fermentés déjà, que l'on achetait il y a quelques années à peine qui, de la corbeille de la cueilleuse avaient été versés dans des paniers ; des paniers, le printemps, vous les versiez sur un papier pergamyn, enveloppait le tout dans un journal où le glissait dans un cornet. Arrivé chez vous, ce n'était plus qu'une compote, une bouillie qu'il fallait se résigner à cuire où à écraser.

Les petits emballages sont un progrès évident, la maîtresse de maison doit les acheter « à l'œil ». Si vos pérégrinations ne vous ont jamais conduites en Valais, voici comment cela se passe. La ramasseuse reçoit un cadre de bois dans lequel se trouve huit à douze petits paniers en carton. Elle les remplit de manière égale, elle ne les pese pas pour la bonne raison qu'elle n'a pas de balance qui la suit et que sortir chaque panier serait un temps perdu. Le grossiste qui les transporte, les achète brut pour net, c'est-à-dire poids du cadre compris. Le détaillant, lui aussi les reçoit brut pour net. Lorsque le moment est venu de les vendre à la ménagère, il ne peut pas vendre un morceau du cadre avec chaque panier. Il établit son prix de vente à l'unité. Exemple : s'il a reçu un cadre de huit paniers qu'il veut vendre 8 fr. il ne va pas fixer selon le poids de chacun des paniers soit un à 95 ct., un à 1 fr. 05 ; il va diviser son prix de vente par huit = 1 fr. le panier.

D'autre part, il n'est pas impossible qu'au long du voyage il y ait une, deux, trois framboises qui aient moisie. Le détaillant les enlève, il ne peut pas les remplacer, donc le poids en sera diminué de quelques grammes évidemment.

Il m'est arrivé de voir, dans un magasin à libre service une personne qui prenait un petit carton de myrtilles, elles étaient si belles, mais avant de prendre « son » carton elle a soigneusement secoué celui d'à côté sur le siège pour bien le remplir ! La cliente qui a

acheté celui « d'à côté » n'aura pas eu le poids c'est certain !

En conclusion, il me semble que pour ce genre de marchandise et ce genre d'emballage, il est impossible d'exiger un poids exact. Si l'on veut rester dans la logique, il est pratiquement impossible de réaliser ce tour de force. Madame, si vous aimez les petits fruits, il faut les acheter au banc du primeur en regardant bien et prendre le panier qui vous plaît le mieux, qui vous paraît le plus frais, le plus plein, le plus beau. Si vous êtes cliente fidèle à un endroit alors dites à votre détaillant qu'il vous mette de côté à l'arrivée le plus beau panier. Vous serez alors bien servie et vous aurez fait le meilleur achat possible.

L. Geiser

\* \* \*

Réd. - Nous remercions vivement Mme Geiser de tous les renseignements donnés dans sa lettre. Cependant, nous croyons qu'il y a confusion quand elle dit qu'il est impossible d'exiger un poids exact pour les petits emballages. Nous ne demandons pas un poids exact mais un prix exact, ce n'est pas du tout la même chose !

Nous n'aurions pas idée d'exiger que tous les paniers aient même contenance, mais nous voulons payer le prix qui correspond à la marchandise vendue. L'exemple que donne Mme Geiser sur la cliente qui verse le dessus du panier d'à côté dans le sien est bien convaincant !

Il n'est pas très compliqué, pour le détaillant, au début de la journée, d'établir un prix de détail au kilo, brut pour net. Nul n'est dessous, pour cela, de débiter en morceaux le cadre de bois...

Dernièrement, la Migros de mon quartier vendait des paniers de fraises qui paraissaient avoir tous la même contenance. Pourtant, le prix du panier variait de 3 fr. 40 à 4 fr. 30 d'après les ventes effectuées pendant que j'attendais mon tour. Le procédé de vente est bien simple. Chaque cliente choisit son panier que pese ensuite la vendeuse. L'acheteuse paie alors son dû, une affiche précisant, au-dessus de l'étagère, le prix par kilo brut pour net. Ainsi, on n'est pas tenté de se livrer subrepticement à de petits transvasages malhonnêtes.

Nous croyons que les acheteuses devraient refuser de payer un prix qu'elles ne peuvent vérifier, ou renoncer purement et simplement à acheter. Quand la marchandise leur restera et risquera de s'abîmer, les vendeurs comprendront ce que nous voulons.

H. N.

### Les jeunes et la publicité

Tel est le thème mis au programme de la VIE Journée d'information de la Fédération romande des consommatrices. Cette journée se déroulera le mercredi 18 mai, à Neuchâtel (Hôtel Terminus). L'après-midi, dès 14 h. 15, lors d'un débat, publicitaires et éducateurs s'affronteront.

Mme M. Jaesu, de l'Institut d'études de consommation et d'analyses sociales commentera une enquête approfondie faite auprès de 2000 jeunes suisses. Puis, Mme A.-M. Matter, professeur à Lausanne, M. M. Calame (Orientation professionnelle à Neuchâtel), M. G. Roulier (Office des ménages à Fribourg), M. J. Rüfer (Maison des jeunes à Genève), MM. R. Chavannes et H. Chervet, conseils en publicité à Lausanne et Genève, M. A.-H. Rossat de la direction d'un grand magasin, interviendront au cours d'un forum qui s'efforcera de définir et de mesurer l'influence de la publicité sur la jeunesse.

Ce débat revêt aujourd'hui une importance particulière. On sait qu'après les femmes, les jeunes sont en passe de devenir une clientèle de choix, parce que docile et bien pourvue d'argent, et que les campagnes de publicité et de vente s'adressent désormais à elle.

Quel effet cela a-t-il sur le comportement des jeunes, leur façon d'envisager la vie, de choisir une profession, d'occuper leurs loisirs ? Faudrait-il prendre certaines mesures, et lesquelles ? pour les protéger contre cette vague de tentations ? La famille, l'école, les organisations de loisirs ont-elles là un nouveau rôle à jouer ?

Que de questions à élucider !

le gaz  
est indispensable

