**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:** 59 (1971)

Heft: 2

**Artikel:** Les bons et les mauvais côtés des grands magasins

Autor: [s.n.]

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-272795

#### 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: 28.11.2025** 

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

# LES BONS ET LES MAUVAIS COTÉS DES GRANDS MAGASINS

L'une de nos sympathiques mères de famille romandes, désirant « refaire le plein », hésitait : retournerait-elle dans les magasins habituels de son quartier ou se déciderait-elle enfin à « essayer », elle aussi, ces fameux Grands Magasins qui s'étaient implantés hors de ville et dont tout le monde parlait?

Avec une sagesse tout orientale, elle résolut de se réapprovisionner une fois dans les uns et une autre fois dans les autres, en se prome de noter à chaque fois très exactement ce qu'elle aurait dépensé.

En quelques semaines, elle eut donc en mains non seulement deux cargaisons de réapprovisionnement, mais encore leurs prix respectifs. Et voici ce qu'elle put nous apprendre :

Liste d'achats effectués	Prix officiel Fr.	Prix discount Fr.
Mini-pains sandwiches (env. 20) Pain valaisan Pain Gil Lipton's tea (100 gr) Nescafé (200 gr) Nescafé (200 gr) Nescafé sans caféine (200 gr) Nescafé sans caféine (100 gr) Café Mercure décaféiné (250 gr) Café Viennois (250 gr) Nescafé Gold (100 gr) Zwieback Roland (250 gr) Pain croustillant Roland	3.20 5.70 1.60 1.— 1.60 1.30 2.25 11.20 5.70 12.40 6.50 3.80 3.40 7.50 2.20	4.30 2.— 4.20 1.— (tiens I) 1.40 1.15 1.55 7.90 4.30 9.90 5.— 2.80 2.50 5.20 1.75 0.85
500 gr	1.85 2.95 0.95 4.35 (Coop) 0.80 (Coop) 1.— (Coop) 1.05 (Coop) 2.70 (Coop) 1.75 (Coop) 1.75	1.35 2.10 1.10 (M) 3.30 1.40 0.70 0.80 0.95 2.40 6.15 1.50 beure est donc certain kilo!)
1 tube de moutarde Chirat Sel phosphate (500 gr) Cénovis en pot Sauce curry Maggi Sauce Knorr Potage Knorr Risotto Milanais Plaque de chocolat Suchard noisettes (400 gr) 1 plaque Frigor 2 plaques Frigor ensemble (n'existe qu'au discount) Grapefruits Jaffa (3 pièces)	4.50 1.— 0.75 0.85 1.80 4.90 1.30	0.80 1.30 3.50 0.75 0.55 0.70 1.40 4.— 1.— 2.10 I vaudrait donc ieux en acheter x séparément!)
Vacherin « Mont-d'Or » le kilo Clémentines (2 kilos) Pommes 2me choix (3 kilos) Filets de carrelet le demi-kilo Filets de perches le demi-kilo Bloc à machine Elco Colle Cementit (gros tube) Dictionnaire Petit Larousse Pantalon Levi's (taille 36) Un thé bien mérité, pris après ces achats .	(Coop) 1.20 9.50 5.60 2.85 (Boscop) 6.50 8.— 2.— 3.30 44.— 48.— 1.10 (verre à 0.90 et 0.20 de service) Fr. 254.05	1.— 8.20 4.10 3.10 (Golden) 5.— 7.50 1.90 2.35 29.— 39.50 0.40 (libre- service) Fr. 196.70
Economie réalisée	Fr. 5	7.35

# Avantages et désavantages

De cette économie il faut déduire le prix de l'essence, car notre De cette economie il faut deduire le prix de l'essence, car notre acheteuse était, évidemment, motorisée. Aux Grands Magasnis hors de ville, de par le libre-service l'essence super est à Fr. 0.56 le litre. Le tableau de bord indiquant un kilométrage de 24 kilométres pour l'aller et le retour, le voyage a donc coûté environ 1 fr. 40 en carburant. Bien entendu, quand cette mère de famille avisée se rend dans les magasins de son quartier, elle y va à pied. Mais on pourrait aussi se réjouir du fait qu'elle a pu « faire le plein » à un prix de 7 centimes inférieur au prix habituel, ce qui n'est pas à dédaigner. Là, le désavantage est donc plus ou moins compensé par l'avantage. Signalons que l'achat de pneus à clous, par exemple, permet une économie d'un cinquième, pose chez un garagiste comprise.

Certes, on a vu que l'économie réalisée était assez coquette. Cependant, dans ces Grands Magasins de l'extérieur, comme on a plus baissé les prix des petites quantités que ceux des grandes quantités, l'approvisionnement par grosses boîtes et paquets géants devient moins avantageux que celui par petits sachets et mini-boîtes. Pourtant, dans le secteur appareils de radio, l'amateur peut commander n'importe quel modèle de son choix : il lui reviendra 20 % moins cher qu'ailleurs, ce qui est assez remarquable.



#### KYBOURG

ECOLE DE COMMERCE GENEVE - 4, Tour-de-l'Ile - Tél. 25 10 38 Directeur : R. KYBOURG

Officier de l'Ordre des palmes académiques Membre de l'Association genevoise des écoles privées AGEP

Préparation aux fonctions de SECRETAIRE DE DIRECTION SECRETAIRE STÉNODACTYLOGRAPHE SECRETAIRE-COMPTABLE DACTYLOGRAPHE

Langues : préparation aux examens de la British-Swiss Chamber of Commerce Sténo et dactylo : préparation aux concours officiels de Suisse romande

Err outre, il y a, d'une part, gain, et, d'autre part, perte de temps. Gain de temps grâce au libre-service puisque, non seulement il n'y a pas besoin, comme dans les épiceries, d'attendre le bon plaisir d'acheteuses qui ne savent, en général, pas exactement ce qu'elles désirent, mais encore les caisses sont assez nombreuses (une trentaine) pour qu'il n'existe pratiquement pas de « queues », même en période d'affuence (le samedi, par exemple). Perte de temps de par un certain désordre découlant justement du « self-service » : les gens ne remettent rien en place, et ceux qui viennent ensuite, et qui doivent également se débrouiller tout seuls (les vendeuses sont rares), passent de précieuses heures à chercher à grand'peine, sous des tas de vêtements, par exemple, la taille qui leur conviendrait. Un monsieur de notre conaissance nous a avoué avoir cherché en vain, tout un après-midi, croyant faire une affaire, un pantalon pour lui-même. Finalement, exaspéré, il a fait le voyage du retour, bredouille, et a dû ensuite se rendre à son magasin habituel pour y trouver immédiatement ce qu'il désirait... Er outre, il y a, d'une part, gain, et, d'autre part, perte de temps.

Enfin, en ce qui concerne le choix, il existe surtout dans le secteur alimentaire. Au rayon souliers, par exemple, ce n'est pas extraordinaire, d'autant plus que de rares tout petits miroirs sont disséminés parmi les jambes de la foule, dans lesquels on a bien de la peine à se voir les pieds. On a alors l'impression d'acheter un peu « à la diable ».

Les avis sont d'ailleurs passablement partagés. Certaines familles adorent se retrouver régulièrement dans ces gigantesques halles où la variétés des choses et les bas prix les mettent au comble de la joie. Ces gens achètent souvent pour le plaisir d'acheter plus que par besoin véritable, et surtout par goût de « faire des affaires ». En réalité, ils finissent par joindre, dans leurs achats trop enthousiastes, l'inutile à l'utile, ce qui n'est, à vrai dire, par particulièrement économique.

Et puis, le fait d'acheter beaucoup à la fois pousse dangereusement à la consommation. Rentré chez soi, devant une armoire bien remplie on grignote facilement à longueur de journée. Tout au contraire, la personne qui achète au jour le jour n'a pas la tentation de consommer entre les repas.

En fin de compte... à chacun de juger.

L'Helvétie.

et Universitative 1205 00000

#### INSTITUT D'ÉTUDES SOCIALES - GENÈVE

Professions enseignées par écoles spécialisées

ASSISTANT(E) SOCIAL(E) ANIMATEUR - ANIMATRICE ÉDUCATEUR - ÉDUCATRICE BIBLIOTHÉCAIRE LABORANTINE MÉDICALE ASSISTANTE DE MÉDECIN

Programmes et renseignements :

28, rue Prévost-Martin 1211 GENÈVE 4

Téléphone (022) 25 02 53

# Qu'est-ce que la Fédération suisse des consommateurs?

QUEL EST SON BUT?

Cette question souvent posée n'ob-tient pas toujours une réponse satis-faisante. Il semble opportun de don-ner aujourd'hui quelques précisions à son sujet.

La Fédération suisse des consom-La Fédération suisse des consommateurs est une organisation faîtière dont la fondation remonte à 1964. Sept associations de caractère très différent lui sont affiliées aupourd'hui. Toutes se préoccupent d'une manière ou d'une autre de problèmes de la consommation.

La Fédération s'attache à l'information des consommateurs sur une base très large. Elle fait des tests compatrès large. Elle fait des tests comparatifs de produits (quelquefois seule quelquefois en collaboration avec la Fondation pour la protection des consommateurs). Elle s'efforce de propager l'étiquette informative des marchandises. Elle cherche à procurer au consommateur une vue plus large et plus claire du marché afin d'assurer ainsi ou par tout autre moyen sa qualité de partenaire du marché. La Fédération représente aussi les intérêts des consommateurs auprès des groupes économiques et sociaux ainsi qu'auprès des autorités. Elle prend ainsi une part active à la formation d'une conscience politique économique dans notre démocratie.

Il y a sept associations membres de la FSC. Les consommatrices sont re-présentées par la Fédération romande des consommatrices et le Konsummen-tinnenforum der deutschen Schweiz und des Kantons Tessin. Quatre syn-dicats en font partie ainsi que le Tou-rion Club suisea. ring Club suisse

De par ses associations membres, le Touring Club suisse excepté, la Fé-dération suisse des consommateurs compte presque 150 000 membres. Elle prend la sixième place parmi les gran-des associations de faite de notre éco-

#### ARONNEZ-VOUS

A « FEMMES SUISSES »

200 E and co

## Réponse de la Maison Bévita

Messieurs,

Messieurs,

A la «Page de l'acheteuse» de votre journal «Femmes Suisses» vous nous donnez lecture de la lettre de Mme P. B. qui déplore que l'Extrait vitamineux vendu à Migros sorte difficilement du tube.

Cela s'expliquerait en eftet si le tube sortait du frigo, mais puisque ce n'est pas le cas, on peut supposer que le tube en question n'ait pas été bien ouvert et nous allons examiner ce qui pourrait être fait pour que les clients n'aient pas d'ennuis avec l'ouverture de nos tubes et que la membrane de sécurité soit bien pressée à fond.

C'est la Société Anonyme des Produits Bévita, qui livre l'extrait vitamineux en tubes à Migros, sur le plan suisse. Il faudrait que votre almable correspondante sache que nos tubes ne contiennent pas de «l'extrait de viande», mais de l'extrait «de levure» ce qui d'ailleurs nous autorise à user de l'appellation « extrait vitamineux ».

Veuillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

V. Monnier, directeur.

