**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: 1

Artikel: Rêve en pots... et réalité

**Autor:** F.S.C.

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-272777

## 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:** 18.11.2025

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

# LES GRANDS GASPILLAGES LA PAGE

On a de la peine à croire qu'il existe des ménagères gaspil-leuses quand on sait à quel point les malheureuses doivent compter pour joindre les deux bouts. Et cependant, on a pu s'en rendre compte dans nos grands magasins où nos chères ache-teuses ont pris l'habitude de faire de véritables razzias de cabas à anses, en papier. Pour avoir des précisions, nous nous sommes livré à une enquête auprès d'un homme compétent.

#### UN CABAS TROP APPRÉCIÉ

C'est M. Ernest Baur, chef du service de la Société coopérative Migros de Lausanne, qui a bien voulu nous faire l'historique de ces si précieux cabas en papier.

- La nécessité d'accélérer l'en-La nécessité d'accélérer l'encaissement à la sortie de nos magasins nous a amenés à mettre à la disposition de nos clients des grands cabas. Ces cabas ont plu à un tel point que les acheteuses s'y sont vite habituées.
- Je pense qu'en effet, toujours plus grande rapidité dans l'encaissement est l'un des pro-blèmes les plus importants des libres-services.
- En ce qui nous concerne, c'est certain. Quant à nos clientes, c'est le problème pratique qui pri-me. la mère de famille qui travaille toute la journée au dehors et ne toute la journée au dehors et ne peut faire ses courses qu'après les heures d'atelier ou de bureau ne peut guère songer à partir, le matin, avec un panier à commissions ou un sac volumineux qu'elle devra trimballer dans tous ses deplacements. Aussi nous est-elle reconnaissante de mettre des entitlements de la commissante de la commiss ballages « ad hoc » à sa disposi-
- Mais je présume qu'il y-a d'autres clientes, mieux favorisées par le sort, qui peuvent se rendre au magasin à n'importe quelle heure de la journée et emporter leurs propres sacs et filets. Et ce sont justement celles-ci qui accaparent vos cabas. Le me suis laissé parent vos cabas. Je me suis laissé dire que certaines d'entre elles en faisaient d'amples provisions pour y jeter leurs déchets ménagers.
- Oh! nous sommes au courant, croyez-le. Nous avons reçu de nombreuses lettres à ce sujet, provenant de clientes déplorant l'inconscience de certaines autres et le gaspillage dont la Migros devait faire les frais.
- Alors, pourquoi ne stoppezvous pas votre distribution de cavous pas votre distribution de ca-bas ? Pourquoi ne mettriez-vous pas en vente des filets à provi-sions, pas chers, pratiques, que les ménagères pourraient acheter et conserver?
- Mais c'est ce que nous avons fait! En effet, les clientes ont acheté nos filets. Puis, elles n'ont pas tardé à les laisser à la maison et à réutiliser nos cabas... C'est alors que nous avons pris la décision de contingenter ces derniers vu l'abus qui en était fait. Les gé-rants se sont mis à les réserver rants se sont mis à les réserver uniquement, presque, pour les fins de semaine, ces jours où les mères de famille viennent soit refaire leurs provisions hebdomadaires, soit se réapprovisionner pour le week-end. En outre, on avait dit à nos caissières: « On vous remet un nombre limité de cabas que vous donnerez en fonction du volume d'achat ». Le résultat fut négatif. Nos caissières, dont le travail est déjà très astreignant et souvent pénible, ont reçu des marques de mécontentement de la part de certaines clientes. Ce sys-tème a donc dû être également abandonné. Aujourd'hui, l'affaire a pris une telle ampleur que nous devons absolument reconsidérer la
- Il faudrait introduire le prix du cabas dans le prix de vente de la marchandise.
- Mais ce serait une injustice vis-à-vis des clients qui n'utilisent pas nos cabas, mais se servent de leurs sacs à commissions!
- Alors, il faut faire payer les cabas uniquement à ceux qui les

— C'est ce que nous allons faire en ce début d'année. Nous avons déjà mené à bien une enquête portant sur quelques magasins et 1300 clients environ.

#### IL FAUDRA PAYER!

#### Notre questionnaire:

Première question: Etes-vous conscient que les cabas de la Mi-gros coûtent cher ? Résultat : 89 % d'oui et 11 % de non.

Deuxième question : Seriez-vous d'accord de payer les cabas à anses ? Résultat : 71 % d'oui et 29 % de non.

Une commission de coopératrices Migros a également été consultée. A l'unanimité, « il faut faire payer les cabas » !

- Et les 29 % de « non » ? Ils seront déçus...
- Ils font partie des clients qui disent de la Migros: «ils sont assez riches. Ils peuvent bien nous offrir un peu de papier».
- Mais ces clients-là ne se rendent-ils pas compte de tout l'argent que leur fait économiser la Migros ? Parce que, entre nous, cher Monsieur, je reconnais que je ne parviendrais jamais à nouer les deux bouts si je ne me servais pas, la plupart du temps, dans vos ma-
- Ceci ne peut que nous faire plaisir. Croyez-moi, nous calculons nos prix toujours au plus juste. Et si notre volume de chiffre d'affaires peut paraître énorme, la marge bénéficiaire est plus mince, soyez-en sûre. Aussi faut-il être cons-cient que ces cabas distribués gratuitement chargent nos frais généraux à un point que nous de-vrions reporter ces frais sur les prix de nos produits, ce qui n'est pas dans l'intérêt de notre clien-tèle, vous pensez bien !
- Sans indiscrétion, combien de papier cela représente-t-il pour

utilisons pour toute la Suisse re-présentent 1 680 000 kilos de papier...

- Et pour Migros Lausanne, par exemple

— 120 000 pièces par semaine, soit 6 240 000 cabas par année!

— Cela représente combien d'arbres abattus en 1970, Année de Protection de la Nature ? Il faut dire que tout ce bois ne vient peut-être pas de Suisse. Et les journaux en utilisent bien

Dites-moi encore: serezvous les seuls à faire payer vos

 Certes non. Certains grands magasins ont déjà adopté cette méthode. Mais leurs cabas sont en plastique.

L'Helvétie

Cette enquête et de nombreu-ses conversations avec des mé-nagères nous incitent, malheu-reusement, à penser que le mot «gaspiller» perd beaucoup de sa signification quand il est mis sa signification quanti il est mis en compétition avec le verbe « profiter ». On n'aime pas gas-piller quand l'objet du gaspil-lage nous coûte quelque chose. Par contre, quand il nous est offert gratuitement, on ne pense plus, assez généralement, qu'à profiter. Etrange civisme..

plus, assez généralement, qu'à profiter. Etrange civisme...
Certes, les journaux utilisent plus de papier que les grands magasins. Mais par quoi et comment remplacer le journal? En tout cas moins facilement qu'un cornet par un filet à provision dont il existe des modèles se réduisant, dans le sac ou la poche à l'encombrement d'un mouchoir froissé en boule. Faire payer les sacs en papier délivrés paraît justifié et cette mesure réduira dans une mesure appréciable les frais généraux des entreprises qui l'introduiront. Elle ne résoudra cependant rien en ce qui concerne l'abattage des arbres — de forêts proches ou lointaines — nécessaires à la fabrication du papier.
Car il v a de fortes chances.

saires à la tabricau...
pier.
Car il y a de fortes chances
pour que les ménagères paient
allègrement les 2, 3 ou 4 sous
qu'on leur réclamera pour ces
sacs en papier qu'elles aiment
tent.



# NOTRE COURRIER

#### IL PALIT...

Nous recevons d'une fidèle lec-trice une lettre anxieuse concer-nant le Cénovis pâlissant. Comme ce n'est pas la première fois qu'on nous parle de la petite mine ac-tuelle de ce délicieux extrait végétuelle de ce delicieux extrait vege-tal, nous nous décidons quand même à publier cette dernière missive, et, pour nous montrer « fair-play », nous publierons éga-lement, il va sans dire, la réponse de la Maison-mère, que nous re-mercions d'avance de ses lignes

explicatives.

Voici donc la lettre de notre lectrice :

#### « Madame la Rédactrice.

« Madame la Hedactrice,
Vous qui savez tout au sujet de notre alimentation, pourriez-vous m'expliquer le pourquoi de l'aérophagie et
du débronzage soudains du Cénovis ?
Nous sommes, chez nous, friands de
ce condiment, à notre avis le meilleur.
Jedis le Cénovis nous satisfaisais hai-Jadis, le Cénovis nous satisfaisait plei-nement. Il emplissait tout le tube et était d'un brun foncé très appétissant, était d'un brun foncé très appétissant, qui nous paraissait si partaitement concentré que nous pouvions l'étaler avec parcimonie sans arrière-pensée. Mais, depuis quelque temps, ce même Cénovis nous apparaît beaucoup plus pâle et, au surplus, ne se décide à se montrer que lorsqu'on l'a dégontilé un tantinet de son air comprimé. Le tube ne contient alors plus que trois quarts environ de cette pâte devenue déjà bien pâle. environ o bien pâle. Un peu

environ de cette pâte devenue déjà bien pâle.
Un peu déçus, nous nous sommes tournés vers la Migros, qui offre, elle, un extrait vitamineux, du genre Cénovis, mais extrêmement foncé et qui nous semble, de ce falt, plus concentré. Mais là encore il y a un désavantage. Car si les tubes de la Migros sont généreusement pleins jusqu'à ras bord et pansus, comme des noyés de quatre jours, de leur extrait de viande, contrairement à ce qui se passe avec les coopératives et les épiceries qui vendent du Cénovis, on a une peine infinine à faire sortir la pâte du tube, un peu comme si on l'avait laissée plusieurs semaines au frigo (ce qui n'est pas le cas, évidemment).

Ah l que l'aimerais trouver un juste milieu: un Cénovis à la fois bronzé, généreux et souple! Qu'en pensezvous et qu'en pensent les fabricants?

P. B. »

# MISE AU POINT DU « TOURING » : LE COÛT D'UNE VOITURE

Nous avons été rendus attentifs à l'article «A chacun sa volture », que votre journal a publié dans son numéro d'octobre 1970. Selon les remarques qui nous ont été transmises, et qui qui nous ont été transmises, et qui nous paraissent justifiées, un passage de l'article est de nature à induire le lecteur en erreur. Dans ce passage, la personne questionnée déclare, en effet, que «... Touring publie régulièrement des petits tableaux destinés à prouver aux gens que le coût d'utilisation d'une voiture, de nos jours, est insignifiant, voire dérisoire ». En outre, la note rédactionnelle qui lui fait suite peut aussi prêter à confusion, car on ne sait si l'avis qu'elle exprime est contraire à celui de « Touring » ou à celui de la personne interviewée.

celui de la personne interviewée.

Nous pensons qu'une fausse interprétation serait d'autant plus regretable que totalement opposée à notre politique de défense du consommateur. Dans ce domaine précis, nous évitons toujours, tout en restant objectifs, de sous-estimer le coût d'utilisation d'une voiture. D'ailleurs, un examen des éléments que nous choisissons pour nos calculs, établis en collaboration avec les services économiques de notre Siège central, démontre que le coût final est plutôt supérieur à celui auquel la moyenne des automobilistes peuvent s'attendre pour un mobilistes peuvent s'attendre pour un modèle de voiture déterminé (amortissement, consommation d'essence conslors d'un test prolongé, taux de réparation et d'entretien). RÉDACTION TOURING.

En vous remerciant...



# Rêve en pots... et réalité

Par des textes habiles et de fascinantes images, la publicité promet rajeunis-sement et beauté. A l'en croire, les crèmes et traitements de beauté sont de véritables fontaines de jouvence. Une « biologie esthétique » nouvelle ravivera vos traits et leur rendra toute leur fraîcheur pre

#### RÊVES ISSUS DE CREUSETS ET DE TUBES

La branche des cosmétiques a su d'emblée prendre les femmes par leur point faible en leur promettant que l'usage des pommades, crèmes et lotions diverses qu'elle leur recommandait leur donnerait et conserverait la fraicheur sans défaut à laquelle elles aspirent. Une publicité souvent à la limite du tolérable éveille des espoirs et suscite des désirs qui ne sont pas réalisables.

## UN TEST DM DONNE LES PREMIERS ÉCLAIRCISSEMENTS

UN TEST DM DONNE LES PREMIERS ÉCLAIRCISSEMENTS

Un test entrepris par le magazine DM montre que sur un total de 52 produits examinés 30 n'obitennent pas les résultats cosmétiques attendus d'eux, cecl malgré leur prix élevé. Laits facials et crèmes de nettoyage auraient même parfois un effet déshydratant sur la peau.

La vie simple et saine paraît regagner du terrain dans ce test puisque de simples savons appropriés et de l'eau se révèlent être les moyens les meilleurs pour le nettoyage de la peau. Le test omet pourtant de relever que certaines personnes supportent mal le savon ordinaire, ce qui les incite à faire l'usage d'un lait facial. Cependant, toute personne sans sensibilité particulière pourra économiser beaucoup d'argent tout en restant jeune et attrayante.

Le test DM constate que la crème Nivéa bon marché et connue depuis longtemps se révèle être la meilleure crème de jour et crème nourrissante comparée à tous les produits examinés.

# DES ADJONCTIONS NÉCESSAIRES A LA LÉGISLATI SUR LE COMMERCE DES DENRÉES ALIMENTAIRES

SUR LE COMMERCE DES DENRÉES ALIMENTAIRES

La législation sur les denrées alimentaires interdit que des produits cosmétiques soient recommandés comme ayant des propriétés curatives. On n'exige cependant pas de déclaration de composition, et celle-ci s'entoure souvent d'un secret total quant aux matières employées et à leurs vertus. Une telle déclaration aurait dans certains cas, un effet dégrisant.

La législation devrait exiger du l'abricant, outre la déclaration de la composition, qu'il puisse fournir la preuve des effets vantés dans la publicité. On devrait pouvoir constater comment quelqu'un peut rajeunir de vingt ans en vingt minutes (ce qui est affirmé dans une brochure de cosmétique!). Une loi nouvelle de réglementation a été présentée en automne 1970 au Parlement de la République fédérale allemande. Cette loi prévoit que les fabricants de cosmétiques doivent non seulement fournir la preuve de l'innocuité de leurs produits, mais de plus la garantie contrôlée et contrôlable des effets des produits vantés dans la publicité.

# Enfin la participation !

On ne pourra pas dire que Migros n'aura pas été avant tout un mouve-ment social! Dès le début, ses prix ont été un soulagement pour les milles nombreuses et les ménages ont été un soulagement pour les fa-milles nombreuses et les ménages au budget serré. Puis, M. et Mme Dutt-weiler ont fait don de leur entreprise à leurs clients, lesquels en devinrent à la fois les coopérateurs et les pro-priétaires. Et actuellement, ce sont 860 000 coopérateurs, groupés en 12 coopératives, qui forment cette heu-reuse démocratie économique, où cha-cun participe à l'entreprise, possédant parts sociales, droit de vote et de réfé-rendum.

reuse démocratile économique, où chacun participe à l'entreprise, possédant
parts sociales, droit de vote et de référendum.

Cependant, les 30 000 collaborateurs
de cette vaste entreprise ayant bien
mérité d'être également favorisés, le
conseil d'administration de la F.C.M.,
dont font partie tous les directeurs des
coopératives, a décidé d'introduire la
M-Participation, d'ordre fonctionnel et
financier. Ce fut un peu comme une
joyeuse bombe de fête, juste avant
celles de fin d'année. La bonne nouvelle a été rendue publique lors d'une
conférence de presse qui s'est tenue
au Restaurant du Rond-Point de Beaulieu, conférence président de la Délégation de l'Administration de la F.C.M.
et qui fut suivie d'un sympathique et qui fut suivie d'un sympathique re-pas en commun. Elle a déjà « passion-né » bien des chefs d'entreprises, trane » bien des cherts d'entreprises, tra-vailleurs et milieux syndicalistes sen-sibles aux efforts susceptibles d'accé-lerer la mutation de l'entreprise qui veut donner à ses collaboratrices et collaborateurs les moyens d'être véri-tablement participatifs.

Désormais, « chaque collaborateur s'estimera intéressé. Par une large information allant de haut en bas, et inversement, toute l'entreprise devra connaître les objectifs fixés à chaque

inversement, toute i entreprise devra connaître les objectifs fixés à chaque niveau, apprécier les résultats, rechercher les solutions les meilleures. Chacun devra se sentir un maillon indispensable au processus d'évolution fonctionnelle, les décisions restant évidemment aux chefs ».

Mais pour compléter, stimuler et parfaire cette M-Participation d'ordre fonctionnel, il lui sera ajouté la participation financière. C'est ainsi que dès cette année 1971, chaque collaborateur fixe touche une M-Participation financière. C'est ainsi que dès cette année 1971, chaque collaborateur fixe touche une M-Participation fonancière. C'est ainsi que dès cette année 1971, chaque collaborateur fixe touche une M-Participation partielle. Pour les nouveaux collaborateurs, la M-Participation leur appartiendra de droit après trois ans de service. On ne saurait être plus juste.

rateuts, la in-raitopation feel appresidenta de droit après trois ans de service. On ne saurait être plus juste.

En outre, chaque année, la M-Participation donnera droit à un dividende dont le taux sera égal à l'augmentation du chiffre d'affaire de détail de l'ensemble des coopératives Migros, au minimum sur la base de 5 %.

Nous pensons qu'il faut féliciter Migros de ne pas craindre d'engager quelque 100 millions de francs en trois ans en capital et dividendes pour que chacune et chacun participent à la marche ascendante de l'entreprise. Finalement, tout le monde y trouve son compte.

L'Helvétie.