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: 89 (2001)

Heft: 1449

Rubrik: Votre courrier

Autor: [s.n.]

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: 25.11.2025

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

Clarification de propos

Anne-Catherine Menétrey-Savary
Conseillère nationale (Verts/VD)
ST. SAPHORIN

A mon tour d'être atterrée par comment ont été rapportés mes propos concernant l'AVS, lesquels, selon le texte «11e révision de l'AVS: enjeux et stratégies pour les femmes» (ndlr: numéro 1448, février 2001), ont atterré les féministes de la Femco, le 2 décembre à Berne. Il s'agissait de faire un bilan de la votation du 26 novembre sur les deux initiatives sur la retraite à la carte dès 62 ans, et d'esquisser des perspectives pour l'avenir.

Concernant le bilan, j'ai commencé par dire combien j'avais été déçue de l'absence de mobilisation des femmes dans la campagne, et j'ai demandé où était passé la grande colère des femmes après la 10e révision. Par des articles, des débats, des lettres de lectrice, deux conférences de presse et une journée entière consacrée aux injustices faites aux femmes, à Berne, avec les femmes Vertes, je suis revenue je ne sais combien de fois, dans cette campagne, sur la légitimité de maintenir une différence d'âge pour la retraite pour les femmes, tant qu'elles avaient à subir des discriminations, et sur le caractère inacceptable de l'élévation de l'âge à 65 ans prévu par la 11e révision, pour financer une retraite flexible que beaucoup de femmes ne pourraient pas s'offrir. J'ai cependant eu le sentiment que nous étions bien peu à rappeler ces vérités. Je n'ai en tout cas pas beaucoup entendu les féministes de la Femco ou d'ailleurs s'exprimer sur ce point.

Après la votation, la plupart des commentateurs ont estimé que si l'initiative des Verts avait obtenu un meilleur score que celle des syndicats, c'était parce que son titre annonçait l'égalité entre hommes et femmes, alors que celle des syndicats disait non à la hausse de l'âge de la retraite des femmes.

A partir de là, je me suis demandée si, dans l'avenir, on pouvait encore avoir l'espoir de maintenir une différenciation favorable aux femmes sur l'âge, et s'il ne fallait pas mettre la priorité sur la lutte contre les discriminations sur le plan professionnel et social et se battre pour la flexibilité sans réduction de rente. J'ai dit, c'est vrai, que dans ces conditions je ne voyais pas de possibilités de mobiliser les gens, à long terme, sur la question de l'âge, mais j'ai ajouté qu'à court terme, toutefois, il était clair que les femmes Vertes allaient se battre, comme beaucoup d'autres, contre l'élévation de l'âge et la quasi suppression de la rente de veuve prévues par la 11e révision. Dès lors, lire dans l'article précité que j'ai affirmé qu'il fallait se résigner me fait un véritable coup au coeur.

L'article se termine en rappelant la colère des femmes après la 10e révision et en annonçant: «à cet égard, la campagne à venir sera sans doute révélatrice». Je veux bien, mais... révélatrice de quoi? J'espère que vous pensez, comme moi, qu'on attend la révélation d'une mobilisation importante des femmes, celle qui a beaucoup manqué dans la dernière campagne sur les deux initiatives de la gauche et des Verts votées le 26 novembre dernier.

La Migros réagit aux critiques

Le collectif genevois Feminista nous a transmis la réponse du Service consommateurs de la Société coopérative Migros-Genève relative au courrier envoyé par le collectif concernant les citations sexistes présentes dans les pétards de l'Escalade, distribués par la Migros (publié dans nos pages le mois dernier):

«Votre message du 14 décembre a retenu notre meilleure attention. Nous regrettons votre déconvenue avec un produit de notre assortiment et avons pris bonne note de vos remarques relatives aux signets présents dans les papillotes de nos marmites d'Escalade.

Ces signets seront supprimés pour les marmites de 2001 et nous espérons répondre ainsi à votre attente.»

L'indécence des responsables de Martini

Nous avons reçu copie de deux plaintes portées contre la compagnie Martini concernant sa dernière publicité, affichée dans les rues de Genève au cours du mois de janvier. Celle-ci montre une jeune femme avec un vague sourire et qui a visiblement reçu un coup de poing sur l'oeil gauche puisqu'elle a un hématome. Le slogan de Martini: «Martini brut. Délicieusement brut». Voici le contenu des courriers reçus, également envoyés à la Commission suisse pour la Loyauté et au Service pour la promotion de l'égalité entre femmes et hommes de Genève.

Association Viol-secours

GENÈVE

«Nous estimons que cette publicité est une insulte grave pour toutes les femmes et en

UNIVERSITÉ DE GENÈVE

La **FACULTÉ DES SCIENCES** ouvre une inscription pour un poste de

MAITRE D'ENSEIGNEMENT ET DE RECHERCHE
au Département de physique théorique

CHARGE : Il s'agit d'un poste à charge complète, comprenant 6 heures de cours par semaine et participation à la recherche dans les domaines de la physique théorique et de la physique mésoscopique.

TITRE EXIGÉ : doctorat ou titre jugé équivalent. Expérience de l'enseignement et de la recherche.

ENTRÉE EN FONCTION : 1er octobre 2001 ou date à convenir.

Les dossiers de candidature doivent être adressés avant le 30 avril 2001 au directeur du Département de physique théorique, 24, quai Ernest-Ansermet, CH-1211 Genève 4, auprès duquel des renseignements complémentaires peuvent être obtenus sur le cahier des charges et les conditions.

Désirant associer tant les femmes que les hommes à l'enseignement et à la recherche, l'Université souhaite recevoir davantage de candidatures féminines.

particulier pour les femmes qui subissent de la violence conjugale. Celles-ci sont nombreuses: la première enquête suisse sur la problématique (Lucienne Gillioz, Jacqueline De Puy, Véronique Ducret, *Domination et violence envers les femmes dans le couple*, Ed. Payot, 1997) fait état d'une femme sur cinq touchée par ce type de violence. La publicité de Martini est un exemple de la banalisation de ce problème de société. En plus, elle valorise la violence à l'encontre des femmes en faisant l'association entre «brut» et «délicieux». Cela sous-entend que les femmes aiment être brutalisées. Difficile d'imaginer un homme dans un contexte similaire.»

Bureau Information Femmes
LAUSANNE

(...)«Comment pouvez-vous imaginer qu'une femme se retrouvant avec des marques flagrantes de violence sur le visage puisse trouver cela «délicieusement brut»? Le message que votre publicité laisse supposer est qu'une femme aime recevoir des coups, elle en sourit même. Les publicistes et les commanditaires d'une telle publicité devraient aller faire un tour dans les foyers où les femmes battues trouvent refuge et les interroger. Peut-être cette expérience les ferait-il réfléchir sur la valeur du message de leur publicité.»(...)

Le grand capital et la démographie

Marie-France Le Fel

Une mère est une mère et restera toujours une mère. Du moins c'est la conviction populaire qui évite toutes les interrogations rassurant ceux qui oseraient douter de ce cliché-tétée pour l'éternité. Car: qui doute de sa mère mérite l'enfer.

Contrairement à ce que les industriels, de la fin du XIX[e] siècle, ont voulu inculquer dans l'esprit de leurs nouveaux esclaves, les liens mères-enfants ne surgissent pas, comme ça, dès les premiers jaillissements d'un pénis.

Mais, à force de lire et de s'entendre dire que toutes les procréatrices tombent amoureuses de leur fœtus, beaucoup d'entre elles ressentent cette force de bonheur dès les premiers jours de «retard». Ce nouveau corps inconnu qui s'accroche au leur, ne les terrifie pas mais les éclaire souvent d'une aura de béatitude.

Elles semblent dès les premiers jours promener le trésor de Toutankhamon dans leur ventre arrondi. Plus rien ne semble les concerner. Le mari, les autres enfants, la famille, le travail et le reste du monde passent au loin de leurs journées. Plus rien n'a trop d'importance que la préparation du nouveau nid.

Ces femmes sont entrées, pour le plus grand épanouissement de leur descendance, dans le moule social travail-famille. Pour que la grande révolution industrielle aboutisse vers un essor capitaliste, chacun devait y apporter son renouvellement pour les emplois. Ainsi, les mieux encadrés se virent-ils attribuer le nid avec le travail. Un jardin permettait non seulement d'améliorer la paie mais contraignait les forçats à quitter l'absinthe ou autre alcool pour la bêche et le râteau. Et pour que les mines, les aciéries, les fonderies, les filatures et autres rapportent le maximum, il était primordial de conserver une main-d'œuvre liée à la vie familiale. Pas question de ne pas avoir son quota de main-d'œuvre grâce aux ventres pleins des ouvrières. C'était un peu comme le régime totalitaire de Roumanie ou comme les éleveurs dans nos campagnes. Il fallait tout rentabiliser, et l'arrivée des marmots n'empêchaient ni les pères ni les mères de travailler. Et, âgés de neuf dix ans, lorsque les vieux commençaient à s'user, ils assuraient, tout naturellement, la relève.

La propagande de la famille idéale a merveilleusement fonctionné. D'abord, pour les industriels, puis pour les marchands de tous bords. Pour gagner de l'argent, il faut des consommateurs. Et quand les consommateurs, après plusieurs guerres et évolutions techniques, se sont repeuplés avec une mentalité différente, il a fallu idéaliser non plus le boulot-famille, mais la famille-achats. Puisqu'on ne pouvait plus rentabiliser les gosses en les mettant au boulot, il fallait qu'ils rapportent différemment au gros Capital. Alors, le marketing est arrivé avec ses gros sabots-démagos. Culpabilisons maman-papa! Les enfants doivent non seulement disposer du budget normal à leur entretien, mais aussi de tout ce qui se fabrique sur tous les marchés. Sinon, gare à la délinquance! Alors les spots, les magazines, les journaux etc. bombardent ces parents machines-à-sous pour qu'ils achètent la maison, la voiture, les jouets, les vêtements, l'électronique et les équipements sportifs top qu'ils ne mettront qu'une fois. Mais qu'importe les frais pourvu que les enfants soient «comme les autres». Et, s'il y a un ralentissement économique dans ce créneau, les publicitaires mettent les femmes enceintes sur tous les plans et les bébés roses (rarement d'une autre couleur) au volant d'une voiture ou dans le siège directorial d'une société. Le tour est joué, les femmes sont reparties pour la course à la layette et à l'aménagement d'un nouveau territoire.

Femmes en Suisse

Vous pouvez acheter ou commander *Femmes en Suisse* dans les librairies suivantes

Berne
Prétexte
Rue Haller 11
2501 Bienne
Tél. 032 / 322 69 14

Kiosque
Marie-Claude Meyer
Place du Marché 1
2610 Saint-Imier
Tél. 032 / 941 24 35

Genève
L'Inédite
Rue Saint-Joseph 15
1227 Carouge
Tél. 022 / 343 22 33

La Comédie de Genève
Bd des Philosophes 6
1205 Genève
Tél. 022/320 50 00

Librairie du Boulevard
Rue de Carouge 34
1205 Genève
Tél. 022 / 328 70 54

Neuchâtel
Soleil d'Encre sa
Rue de l'industrie 1
2114 Fleurier
Tél. 032 / 861 13 24

La Méridienne
Rue du Marché 6
2302 La Chaux-de-Fonds
Tél. 032 / 928 01 36

Vaud
Librairie Basta !
Rue du Petit-Rocher 4
1000 Lausanne 9
Tél. 021 / 625 52 34