

# Après une enquête : les acheteuses ont la parole

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses**

Band (Jahr): **50 (1962)**

Heft 16

PDF erstellt am: **19.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-269952>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Après une enquête :

# Les acheteuses ont la parole

Voici les résultats de l'enquête, faite en novembre dernier par la Commission romande des consommatrices

## RÉSULTATS

Total des réponses reçues : 595, dont :

265 de Genève  
203 du canton de Vaud  
53 de Neuchâtel  
35 du Valais  
24 du Jura bernois  
13 de Fribourg  
2 de Zurich.

## QUI SONT-ELLES ?

153 correspondantes sont occupées professionnellement hors de chez elles  
441 ne le sont pas  
303 ont des enfants au-dessous de 16 ans, dont 64 travailleuses à temps complet.

## UN FRIGO

419 ménages jouissent d'un frigo  
123 n'en ont pas.

Un tiers des ménages où la femme reste au foyer, n'a pas de frigo, mais seulement le cinquième de ceux où elle travaille. Dans le Jura bernois et au Valais, quand la femme ne travaille pas, il y a une majorité de familles sans frigo.

## UN JARDIN

Sur 245 personnes ayant répondu à la question :

116 ont un jardin de rapport  
129 n'en ont pas.

## TOUT PRÈS

364 personnes habitent à proximité immédiate des magasins  
193 à une distance parcourue à pied dans un temps variant entre 10 minutes et deux heures.

## QUAND FONT-ELLES LEURS ACHATS ?

288 personnes font tous les jours des achats alimentaires  
159 tous les deux jours  
121 tous les trois jours ou moins encore.

Sur 397 femmes au foyer,

332 font leurs achats alimentaires le matin  
65 l'après-midi  
158 font aussi les achats non alimentaires le matin  
240 les font l'après-midi.

Quant aux femmes qui travaillent, les 2/3 d'entre elles font leurs achats alimentaires après 18 h.

Le tiers avant 8 h. le matin ou entre 12 h. et 12 h. 30.

## LIVRAISONS A DOMICILE

296 personnes, soit exactement le 50 %, se font livrer le lait à domicile  
13 % seulement, le pain, tous les jours  
20 % se font livrer régulièrement viande et épicerie.

Si l'on considère les seules femmes qui travaillent, le pourcentage descend à 8 % pour le pain, 15 % pour la viande et l'épicerie, 33 % pour le lait.

## MARCHÉ

Le 60 % de nos correspondantes vont au marché.

## SELF-SERVICE

Le 84 % des femmes qui travaillent et le 75 % des « ménagères » aiment les magasins à self-service.

## SUPERMARCHÉ ET PETITS COMMERÇANTS

La moitié de nos correspondantes aiment tout trouver dans le même magasin (supermarché et magasins à rayons multiples) ; l'autre moitié préfère les magasins spécialisés dans le domaine alimentaire et non alimentaire.

## AU COMPTANT

448 personnes achètent leurs denrées alimentaires au comptant  
28 « au carnet ».

## COMMENTAIRES

Nous avons reçu davantage de réponses de Genève et Vaud, d'une part, parce que ces cantons comptent une plus forte proportion d'associations s'intéressant à notre travail et, d'autre part, parce que deux journaux de Genève et un de Lausanne ont bien voulu publier notre questionnaire.

Nous regrettons vivement le faible pourcentage de réponses provenant de femmes occupées professionnellement, car ce sont à elles surtout que les heures d'ouverture des magasins causent des difficultés.

**le gaz  
est indispensable**

Nous avons toute une série de réponses provenant de la campagne. Certaines de nos correspondantes habitent des fermes isolées et sont ravitaillées par des commerçants faisant des tournées régulières.

Que nous sommes loin des ménagères américaines allant une fois par semaine aux épiettes et entassant toutes les victuailles nécessaires dans leur frigo ! Nous avons des frigos, mais nous allons tous les jours aux épiettes.

Et dire que dans le canton de Vaud on envisage de fermer tous les magasins à 18 h. 30. Comment feront celles qui travaillent ?

La faible importance des livraisons à domicile est frappante. Vient-elle de la multiplication des magasins à self-service ? Elle explique en tous cas la fréquence des achats. La moitié de nos correspondantes vont chercher tous les jours leur lait, le 87 % leur pain.

Plusieurs personnes se plaignent (du Valais notamment) de ne pouvoir obtenir la livraison du lait à domicile.

Plusieurs se plaignent qu'il n'y ait pas de marché à proximité.

Un véritable plébiscite !

Ce qui nous rassure sur le sort des petits commerçants.

Dire qu'au début de ce siècle, la vente à crédit était une plaie !

## Lettre ouverte à la maison SAIS

à propos d'un grand concours

Messieurs,

Le dépliant sur le « grand concours » que vous organisez « seulement en Suisse romande » à propos de la margarine Planta et que vous avez distribué dans toutes les boîtes aux lettres, a retenu notre attention.

La Commission romande des consommatrices s'est, depuis sa création, élevée contre les bons, primes et concours. Les membres de son bureau ont été particulièrement choqués par le premier prix que vous offrez : des pièces d'or. Au moment où la vie ne cesse de renchérir et où tant de familles ont de la peine à tourner, nous avons peine à comprendre qu'une grande maison comme la vôtre, consacre d'aussi importantes sommes à une loterie publicitaire (qui n'a de concours que le nom) au lieu de baisser tant soit peu le prix de ses marchandises.

Votre pluie d'or nous montre sans équivoque vos intentions : acheter le choix des consommateurs. Dans les contes d'autrefois, on voit le diable acheter, avec de l'or, l'âme des pauvres gens. Maintenant, ce sont les grandes entreprises qui prétendent corrompre, avec de l'or, les ménagères. Nous ne doutons pas, hélas, que beaucoup acceptent votre marché. Son succès ne nous empêche, en aucune façon, de le juger immoral.

Commission romande  
des consommatrices

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

Par suite de l'abondance des matières, nous sommes obligé de renvoyer au prochain numéro

**les vœux particuliers de nos correspondantes**

## SAMEDI APRÈS-MIDI

45 % des femmes qui travaillent, mais

19 % seulement des femmes au foyer déclarent faire leurs achats non alimentaires le samedi après-midi.

Ce qui explique que

le 56 % des ménagères acceptent l'idée de fermer les magasins le samedi après-midi,

le 60 % de celles qui travaillent s'opposent à cette fermeture.

## SEULES

La majorité des femmes vont faire seules les achats importants, mais cette majorité est faible chez les ménagères :

208 vont seules,

190 avec leur mari plus forte chez celles qui travaillent

96 seules

51 avec leur mari.

## OUVERTURES SUPPLÉMENTAIRES

58 % des femmes qui travaillent, mais

27 % des femmes au foyer désirent l'ouverture des magasins entre midi et deux heures.

39 % des femmes qui travaillent

18 % des ménagères souhaitent l'ouverture des magasins un ou deux soirs par semaine.

41 % des femmes qui travaillent

24 % des ménagères souhaitent trouver ouverts des magasins « de service » quand les autres sont fermés, le soir où le dimanche.

## PORTAGE DU LAIT

54 % des ménagères et

37 % des travailleuses tiennent au portage du lait à domicile

## LAIT PASTEURISÉ PARTOUT

61 % de toutes nos correspondantes souhaitent pouvoir acheter le lait pasteurisé dans tous les magasins d'alimentation.

## Achetez suisse

Detelles, tissages, céramiques, bois, pailles, foulards, mouchoirs, à

## ART RUSTIQUE SUISSE

H. Cuénoud, avenue du Théâtre 1, Lausanne

## OUVROIR DE L'UNION DES FEMMES

## AUX PETITS LUTINS

9, rue de la Fontaine - Tél. 25 35 66

GENÈVE

Confections soignées  
pour enfants



INSTITUT DE BEAUTÉ

LYDIA DAÏNOW

Ecole d'esthéticiennes

Place de la Fusterie 4

Genève

Tél. 24 42 10

Membre de la FREC

**Calicoes**

Trousseaux - Blanc

Bas - Lingerie

Bonneterie

Pullowers

14-16, rue de Rive - Tél. 25 01 31

Pour vos tricot, toujours les

**LAINES DURUZ**

Le plus grand choix de la Suisse Romande

Les chiffres montrent clairement que si les ménagères sont tout à fait satisfaites des heures d'ouverture actuelles des magasins, les femmes qui travaillent ne le sont pas. Elles se plaignent que la fermeture des magasins suive de trop près leur sortie du bureau ou de l'usine. Ainsi, à midi et quart, beaucoup de boucheries sont déjà fermées. Entre 18 et 18 h. 30, elles n'ont pas le temps d'acheter un vêtement qui devrait être essayé. Il ne leur reste que le samedi et on parle de fermer les magasins le samedi après-midi !

Celles qui acceptent tout de même que l'on ferme le samedi précisent « à condition que les magasins soient ouverts un ou deux soirs par semaine ».

A Genève et Neuchâtel, on se plaint de ne trouver aucun magasin d'alimentation ouvert pendant l'après-midi de fermeture obligatoire. A Lausanne, un système plus souple donne satisfaction à chacun, certains magasins fermant le lundi matin, les autres le jeudi.

On sait que les laitiers y sont farouchement opposés, mais que toutes les grandes entreprises réclament cette possibilité.