

L'"affaire" Banago

Autor(en): **A.S.**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **52 (1964)**

Heft 39

PDF erstellt am: **20.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-270603>

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.

la page de l'acheteuse

qui veut connaître ses produits, ses prix, son pouvoir d'achat

L'«affaire» BANAGO

De 1954 à 1963, les prix des paquets de Banago étaient de 1 fr. 90 pour le petit paquet de 250 g., de 3 fr. 40 pour le grand paquet de 450 g. Si vous vous donnez la peine de faire le calcul, vous constaterez que le grand paquet n'était EN RIEN plus avantageux que le petit, ce qui est absolument contraire aux usages. Mais du fait des poids romans (250 et 450 g.) l'acheteuse ne s'en apercevait généralement pas. La Commission romande des consommatrices, en octobre 1962, avait protesté par une lettre auprès de la maison Nago S. A. contre cette anomalie. Le 15 janvier, la maison Nago S. A. fit paraître une annonce dans le «Détaillant en alimentation» et dans le «Coopérateur suisse» disant :

Grande action pour favoriser la vente du Banago. Début : 20 janvier 1964. A partir du 20 janvier, vos ventes de Banago vont rapidement augmenter. Nous distribuons dans tous les ménages de Suisse un prospectus très attrayant en couleurs avec un bon d'un valeur de 40 ct. Ce bon n'est valable qu'à l'achat d'un paquet de Banago 450 g. Vous gagnez davantage sur le grand paquet de Banago qui est aussi plus avantageux pour vos clients. Commandez tout de suite du Banago 450 g. Ainsi, vous pourrez mieux répondre à la demande accrue. Nago, Olten.

Le 20 janvier, le bon de 40 ct. était distribué dans les boîtes aux lettres, en même temps que de grandes annonces paraissaient dans la presse engageant les acheteuses à échanger leur bon.

Frappées par l'annonce citée ci-dessus et particulièrement par la phrase disant que le grand paquet était «plus avantageux pour vos clients», puisque nous savions que ce n'était pas le cas, nous décidâmes de vérifier la chose de près. Dans plusieurs magasins nous pûmes alors constater que le prix du grand paquet, qui seul pouvait être obtenu contre le bon, avait passé de 3 fr. 40 à 3 fr. 60, tandis que le prix du petit paquet était resté identique. Ainsi donc le grand paquet, qui auparavant n'était pas plus avantageux que le petit, était désormais MOINS avantageux.

Nous écrivîmes aussitôt une lettre de protestation à la maison Nago S. A. tout en faisant connaître cette situation dans divers journaux. La maison Nago nous répondit qu'elle avait augmenté, dès le 1er janvier, le prix des deux paquets de 20 ct. et qu'il était donc exact que le grand paquet fut désormais plus avantageux que le petit. Pourtant, un mois après le lancement du bon, soit le 20 février, nous trouvions encore dans de nombreux magasins des paquets à 1 fr. 90. Que se passait-il donc ?

Simplement ceci : la maison Nago n'ayant donné un bon que sur le grand paquet, celui-ci avait été commandé en masse par les détaillants, au nouveau prix, alors qu'ils continuaient d'écouler d'anciens stocks du petit paquet. Si nous insistons sur cette histoire, c'est pour relever les faits suivants :

C'est au moment précis où elles augmentent leurs prix que certaines maisons suisses lancent des bons de réduction, ce qui a deux conséquences :

- les acheteuses ne s'aperçoivent pas de la hausse ;
- les ventes décuplent au moment même où le prix augmente.

Tenter l'acheteuse par un bon au moment où le prix augmente, quelle façon cavalière de la traiter !

De plus nous sommes en période de surchauffe. Toutes les fabriques font de gros bénéfices, mais elles augmentent tout de même leurs prix, lancent des bons de réduction et, de ce fait, stimulent encore des ventes qui devraient, de l'avis des autorités, au

Avec l'approche du printemps, les œufs deviennent de plus en plus abondants. Nous tirons de différentes sources dont une brochure du Laboratoire coopératif d'analyses et de recherches à Paris, consacrée aux œufs, des renseignements qui nous paraissent de saison.

Valeur nutritive

La valeur nutritive de l'œuf est tout à fait comparable à celle de la viande. Voici en effet les chiffres que l'on obtient en comparant la composition de l'œuf à celle du bœuf et du veau :

Pour 100 g. de partie comestible

	œuf	bœuf mi-gras	veau mi-gras
calories	162	250	168
eau	74 g.	60	69
protides	13 g.	17	19
lipides	12 g.	20	10
glucides	0,6	0,5	0,5
phosphore	200 mg.	200	200
calcium	55	10	11
fer	2,8	3	3
+ vitamines A, B ₁ , B ₂ , D, E			

On remarquera que les œufs et la viande sont tous deux riches en phosphore et en fer, mais pauvres en glucides et presque dépourvus de vitamine C. Si l'œuf est un peu moins riche en protides que la viande, la valeur biologique de celles qu'il possède est plutôt supérieure à celles de la viande.

Un œuf moyen contenant environ 50 g. de partie comestible, deux œufs équivalent donc à 100 g. de viande.

Leur poids

Le poids d'un œuf suivant sa taille peut osciller entre 35 et 70 g. soit du simple au double. Ne devrait-on pas dans ces conditions vendre les œufs au poids plutôt qu'à la pièce ?

Fraîcheur

La loi précise qu'on peut appeler «œufs à gôber» ou «œuf du jour», les œufs du pays qui n'ont pas plus de huit jours et qui ont été nettoyés à sec.

Fédération romande des consommatrices

FLASHES SUR NOTRE V^{me} JOURNÉE D'INFORMATION

Cinquante-sept associations étaient représentées à notre assemblée générale le 5 mars, à Bienne. Le rapport d'activité et le rapport de caisse furent adoptés à l'unanimité. Quatre membres démissionnaires, soit Mmes Jaccottet et Pabud (Vaud), Menoud (Fribourg) et Stuedler (Neuchâtel) furent remplacés au comité par Mmes Chavan, Monod, Haag et Duwoisin. L'assemblée décida en outre de changer le nom de Commission romande des consommatrices en «Fédération romande des consommatrices», le terme de Fédération exprimant mieux l'idée que nous groupons de nombreuses associations.

NOTRE ACTIVITÉ

Du rapport d'activité de 1963, extrayons quelques chiffres. A fin 1963, la Commission romande des consommatrices groupait septante-six associations féminines et familiales dont sept associations suisses, une romande, trente et une vaudoises, quinze genevoises, dix neuchâteloises, six jurassiennes et quatre fribourgeoises ; de plus, cent quatre-vingt-deux personnes sont devenues des membres individuels.

Les principales activités de la Commission ont été en 1963 :

- la publication d'une brochure, la rédaction de la page mensuelle de l'acheteuse dans «Femmes suisses» et plusieurs communiqués à la presse,
- la préparation d'émissions télévisées et radio-diffusées,
- la préparation et le dépouillement de trois enquêtes (dont l'enquête sur l'étiquetage des textiles et les comparaisons de prix dans vingt-six localités romandes),

contraire baisser. Sur deux plans donc, celui des prix et celui du volume des ventes, elles accentuent la surchauffe. L'industrie n'a-t-elle donc pas à penser AUSSI aux intérêts du pays ?

A. S.

QUE SAVEZ-VOUS DES ŒUFS ?

« Il est permis de désigner comme «œufs frais» les œufs qui présentent une odeur et une saveur parfaitement pures et qui n'ont pas subi d'autres manipulations que celles nécessitées par leur nettoyage à sec. » (Art. 172)

On voit que l'Ordonnance fédérale ne précise pas l'âge de l'œuf «frais» et ne tient pas compte, comme en France, de la profondeur en millimètres de la chambre à air.

Ce qui compte en effet, ce n'est pas tant l'âge de l'œuf que la façon dont il a conservé ses qualités initiales ; or, cela dépend essentiellement des conditions dans lesquelles il a été gardé. Un œuf gardé quelques jours dans de mauvaises conditions peut être en effet beaucoup moins «frais» qu'un œuf stocké plus longtemps dans des conditions favorables. Il faut de trois à quatre semaines à 24 degrés ou de six à sept semaines à 10 degrés pour qu'il y ait une modification perceptible de la saveur et de l'odeur de l'œuf, qui reste tout de même comestible.

Etiquetage

Les œufs importés ou conservés au moyen d'un produit chimique doivent être marqués sur la coquille même dans le premier cas d'un «Imp.» ou du nom du pays exportateur, dans le second d'un «Conserv.»

Plusieurs acheteuses nous ont déjà suggéré que les œufs devraient être datés. La question est délicate, car d'une part, le contrôle serait difficile, d'autre part, comme dit plus haut, l'âge d'un œuf n'est nullement une garantie de fraîcheur, s'il a été mal stocké.

Cependant, là où il a été mis en pratique, le marquage de la date de la ponte semble donner satisfaction. Il suppose cependant que la distribution est bien organisée.

Couleur

Les consommateurs donnent souvent la préférence aux œufs rous ; en effet, ceux-ci sont, en général, de grande taille, leur coquille est souvent plus solide que celle des œufs blancs ; elle est également moins poreuse, ce qui fait, qu'en général, les œufs rous se conservent mieux que les blancs.

Quant à l'intensité du «jaune», elle n'a pas de signification. Il n'y a aucun rapport entre la couleur du jaune et sa valeur nutritive. Les fluctuations de cette couleur dépendent de la nourriture de la poule.

Troubles digestifs

L'œuf est un aliment riche en matières grasses (lipides) qui est souvent apprêté avec un autre corps gras ; il peut être, de ce fait, mal supporté par les personnes qui digèrent mal les graisses. Les malades du foie, en particulier, doivent le craindre.

De plus, l'œuf altéré, surtout s'il est contaminé par des microbes, peut devenir plus ou moins toxique. Le risque est particulièrement grand dans le cas de préparations dans lesquelles on introduit un œuf souillé et qui ne sont pas consommées immédiatement, ce qui permet le développement des microbes (crèmes pâtisseries par exemple).

Cependant, de bons œufs consommés en quantité modérée sont parfaitement tolérés par la majorité des consommateurs.

Prix

C'est l'un des aspects les plus intéressants des œufs. Non seulement c'est une des seules denrées qui n'ait pas augmenté au cours des années, mais elle a, au contraire, baissé de prix vu la standardisation de la production. En 1952, l'œuf coûtait en moyenne 23,67 ct. en 1962 : 22,71 ct. En dix ans, le prix a baissé de 4,95 % tandis que l'indice des prix à la consommation passait de 1953 à 1962 de 169,8 à 194,8 points.

Consommation

Ce sont les Américains qui consomment le plus d'œufs, trois cent cinquante par an et par personne ; les Allemands en consomment deux cent trente et les Suisses cent soixante-cinq (soit environ trois par semaine). Le total des œufs consommés en Suisse en 1962 fut de neuf cent dix-sept millions, dont cinq cent cinq millions fournis par la production indigène et quatre cent douze par l'importation.

Un boucher parisien «attendrissait» à l'insu de ses clients : un mois de prison

C'est sous ce titre que le «Monde» publie un communiqué dans lequel nous lisons qu'un boucher parisien a été condamné à un mois de prison avec sursis et à 3000 fr. d'amende pour avoir utilisé l'attendrisseur sans que la clientèle en fut avisée.

La Cour suprême a fait remarquer que «l'attendrisseur modifie les qualités essentielles de la viande» et que «cet usage constitue une tromperie sur la marchandise quand il s'opère à l'insu du client».

Et dire que chez nous, on ne peut bientôt plus acheter un bifteck qui ne soit attendri à notre insu alors qu'il nous est offert au prix d'une viande normale. Acheteuses, quand protesterez-vous ?

- l'organisation d'une Journée d'information (à Fribourg), la réunion du comité (cinq fois), de nombreuses conférences données dans les associations féminines,
- la campagne de renvoi des «bons» aux fabricants,
- les démarches auprès des autorités genevoises (couronnées de succès) afin de rendre la réglementation des ventes de soldes plus sévère,
- la préparation de tests comparatifs d'huiles d'olive et de tournesol confiés à un laboratoire cantonal et la comparaison des différentes boîtes de conserves de petits pois et de haricots,
- l'organisation de commissions de travail cantonales,
- le travail sur le plan suisse, à savoir la collaboration avec le Konsumentenforum der deutschen Schweiz und des Kantons Tessin, les pourparlers avec les autres associations de consommateurs en vue d'un travail commun et enfin la participation à la nouvelle Commission fédérale pour l'étude des problèmes touchant les consommateurs.

EXPOSÉS ET DÉBAT

Nous avons entendu, à Bienne, une remarquable conférence de M. G. Brandt, chimiste et professeur, sur «Les huiles et graisses comestibles». Au cours de cet exposé M. Brandt a vivement approuvé la teneur de notre nouvelle brochure «Quelle huile, quelle graisse comestible choisir ?» en vente dès le 15 mars, chez Mme Mayor, Avenir 12, Renens, au prix de 1 fr. (CCP II, 202 27).

Dans le courant de l'après-midi, nous avons entendu un bref exposé de M. L. Devaud, chargé de cours à l'Université de Genève, sur les ententes de prix et la nouvelle loi sur les cartels. Il ressort de son exposé que les ententes de prix entre fabricants sont surtout fortes et agissantes en cas de crise et de dépression ; elles visent avant tout à défendre les entreprises les plus faibles, en adoptant des prix qui leur permettent de subsister. Pour l'orateur, ce ne sont pas les ententes en tant que telles qui sont dangereuses mais les abus qu'elles peuvent commettre.

Dans le débat qui suivit et qui fut fort animé, deux thèses s'affrontèrent : MM. Arnold de la Fédération des coopératives Migros et Schopfer, directeur de la Société coopérative de Lausanne, attaquèrent vertement les ententes de prix et les prix imposés, l'un montrant que si les prix se sont maintenus relativement bas en Suisse, c'est grâce à la lutte acharnée menée par la Migros et les coopératives contre certaines ententes de prix, l'autre prouvant par des exemples concrets les pressions dont les coopératives veulent accorder la ristourne sur certaines marchandises aux prix imposés sont l'objet (jouets, disques, articles photographiques, lingerie féminine, etc.) Les exemples cités prouvaient clairement que les ententes de prix et les prix imposés maintenaient en l'occurrence des prix élevés. Quant à MM. Blattner, secrétaire central de la Vele-des et Schlaepfer, directeur de la maison Wander représentant Promarca, ils défendirent l'idée que la suppression des prix imposés et des ententes amènerait un désordre préjudiciable en définitive à l'acheteur, tandis que le système actuel nous garantit une grande stabilité non seulement des prix mais aussi des salaires.

De nombreuses autres idées furent lancées au cours du débat : prix excessif et importance exagérée des emballages, tendance fustige de l'acheteuse à préférer le produit le plus cher, nombre excessif de modèles lancés sur le marché, gaspillage insensé dans le domaine publicitaire etc.

S'il fut impossible d'en tirer des conclusions précises, le débat vif, mais gai et courtois, auquel elles assistèrent, permit aux nombreuses auditrices de jeter un regard curieux dans les coulisses de notre économie auxquelles elles ont si rarement accès.

En résumé : une journée pleine, vivante et parfaitement réussie !

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