

Les jeunes et la publicité

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **54 (1966)**

Heft 64

PDF erstellt am: **19.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-271399>

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

Boucherie

Il a fallu passer par la Nouvelle-Zélande pour rendre nos prix abordables...

Le 28 avril dernier, les journaux annonçaient à grand fracas une action fédérale à des prix d'avant-guerre concernant la vente d'agneaux congelés de Nouvelle-Zélande. Cette vente était, évidemment, limitée, et la viande en question, de superbe qualité, disait-on. Ce fut assez pour que le tout-Lausanne se ruât sur les boucheries, le 29 au matin. A midi, le même jour — et ce n'était pas le saint jour de Pâques — toute la ville mangeait de l'agneau, et toutes les ménagères avaient pu se mettre quelques francs de côté ou faire une folie du côté des légumes ou du dessert. C'était comme si leur boucher leur avait donné non seulement de la viande, mais encore de l'argent avec!

Cela était si beau, cette possibilité soudaine d'acheter bon marché de la bonne viande, alors qu'à notre époque, on est forcé de se faire végétarien un jour sur deux si l'on ne veut pas mourir ruiné, cela était si prodigieuse que nous avons aussitôt ouvert notre petite enquête pour savoir si une telle action se renouvellerait et si les bouchers en étaient aussi enchantés que nous. Il paraît que ces messieurs auraient vendu jusqu'à 20 000 kg, et qu'au second jour de cette campagne on ne trouvait déjà plus un gigot en ville. En fait, l'occasion était trop belle. Pensez donc, nos boucheries de quartiers affichaient :

Entre 5 fr. 60 et 7 fr. le kilo de gigot, d'épaule roulée sans os et de carré ;
5 fr. l'épaule avec os ;
Entre 2 fr. 50 et 3 fr. la poitrine et le cou ;
La Migros, elle, vendait :
6 fr. le kilo de côtelettes ;
6 fr. 50 le gigot entier ;
8 fr. le gigot roulé sans os ;
4 fr. l'épaule entière ;
5 fr. 80 l'épaule roulée sans os ;
2 fr. le ragout !

Au surplus, ces agneaux, qui avaient été surgelés pour le transport, étaient de premier choix. Nous avions donc pu obtenir — en Suisse où la viande est si chère, ma chère ! — de l'excellent agneau à moitié prix... Mais oui, puisque mon boucher, par exemple, qui achète en général son kilo d'agneau entre 8 fr. 20 et 8 fr. 80, me l'a toujours vendu 12 fr., l'épaule 9 fr. 50, la poitrine 5 fr. et le ragout 6 fr. Et je sais que certaine grande boucherie du centre lausannois vend son gigot 13 fr. 50. Quant à la Migros, ses prix ne diffèrent pas beaucoup de ceux de mon boucher : 12 fr. 40 le gigot, 9 fr. 20 l'épaule et 6 fr. le ragout.

EXPÉRIENCE RENOUVELÉE MAIS MOINS AVANTAGEUSE POUR LE CONSOMMATEUR

Nous avons donc questionné quelques bouchers, « entre quatre-yeux ». En général, chacun d'eux s'est défendu d'avoir réalisé le plus petit bénéfice lors de cette « action pour l'agneau et le client » (une B.A. scout, en somme !) Bien sûr, il fallait obéir à M. Schaffner, du Conseil fédéral, et il y avait des prix maxima imposés... En revanche, le responsable des magasins Migros nous a exprimé son étonnement, tous les magasins de la place ayant, paraît-il, vendu leurs agneaux 1 fr. de plus que la Migros, et la Migros ayant fait un léger bénéfice, soit un bénéfice commercial normal...

Selon lui, cette campagne fut un succès pour tout le monde, c'est pourquoi l'action en question sera renouvelée en juin ou juillet prochain, mais, malheureusement, les prix seront un peu plus élevés tout en n'étant évi-

Mlle Marie-Louise Schlé, de La Chaux-de-Fonds, que nous remercions de son aimable lettre, nous écrit, entre autres, ce qui suit :

« ... J'ai acheté, la semaine dernière, à l'occasion d'un anniversaire, du filet de sole. Savez-vous le prix, chez nous ? 26 fr. le kilo ! Stupéfaite par ce prix, je téléphone, à titre de renseignement, à notre deuxième traiteur : même prix ! Intriguée, je téléphone chez un important traiteur de Neuchâtel : le prix était de 20 fr. le kilo, ce qui me paraît déjà pas mal. Je suis certaine que, dans les cantons de Vaud et Genève, le prix est encore inférieur.

» Pourquoi, chez nous, devons-nous payer ce poisson si cher, c'est-à-dire encore plus cher

demment pas aussi hauts que les prix normaux actuels. En effet, l'importation récente massive de la viande de Nouvelle-Zélande, qui avait l'appui du Département fédéral de l'économie publique et l'assentiment de nos paysans puisque les milieux intéressés s'étaient engagés à prendre en charge la viande de mouton indigène à des prix couvrant les frais de production, visait surtout à compenser la balance déficitaire avec ce pays, nos exportations de produits industriels vers cet archipel du Pacifique ayant atteint, en 1963, 30,5 millions de francs — qui l'eût cru ? — alors que nos importations de laine, pommes et viande ne se montent qu'à 8,8 millions. Pour augmenter, donc, nos exportations, pour contribuer à l'abaissément du coût de la vie (ce n'est pas trop tôt !), et aussi pour familiariser la Suisse avec le goût du mouton et particulièrement du petit de la brebis, dont de nombreuses peuplades raffolent, et profitant aussi de la sécheresse néo-zélandaise qui forçait les indigènes à abattre leurs bêtes sans pouvoir consommer à eux seuls toute cette chair si nourrissante, nos autorités ont laissé passer ces 190 tonnes (déchets au dégel compris) que notre peuple a immédiatement englouties, et pour cause !

La prochaine fois, les commerçants devront s'engager à reprendre la marchandise du pays, laquelle, à l'achat, coûte plus du double. Pour rentrer dans leurs frais, ils devront donc augmenter le prix de l'action « viande d'agneau ». Mais, quoi qu'il en soit, ces prix seront encore avantageux pour nous. N'hésitons donc pas, avant de partir en vacances, à nous jeter une seconde fois sur cette manne céleste. Montrons à nos bouchers que nous sommes sensibles à des prix plus abordables. Et faisons la grève quand la côtelette remonte ! Quitte à ne manger que de l'agneau, qui est encore délicieux, servi froid, avec de la moutarde...

L'Helvétie

Les jeunes et la publicité

Tel est le thème mis au programme de la VII^e Journée d'information de la Fédération romande des consommateurs. Cette journée se déroulera le mercredi 18 mai, à Neuchâtel (Hôtel Terminus). L'après-midi, dès 14 h, 15, lors d'un débat, publicitaires et éducateurs s'affronteront.

Mlle M. Jaussi, de l'Institut d'études de consommation et d'analyses sociales commentera une enquête approfondie faite auprès de 2000 jeunes suisses. Puis, Mme A.-M. Matter, professeur à Lausanne, M. M. Calame (Orientation professionnelle à Neuchâtel), M. G. Roulier (Office des mineurs à Fribourg), M. J. Rufer (Maison des jeunes à Genève), MM. R. Chavannes et H. Chervet, conseils en publicité à Lausanne et Genève, M. A.-H. Rosset de la direction d'un grand magasin, interviendront au cours d'un forum qui s'efforcera de définir et de mesurer l'influence de la publicité sur la jeunesse.

Ce débat revêt aujourd'hui une importance particulière. On sait qu'après les femmes, les jeunes sont en passe de devenir une clientèle de choix, parce que docile et bien pourvue d'argent, et que les campagnes de publicité et de vente s'adressent désormais à elle.

Quel effet cela a-t-il sur le comportement des jeunes, leur façon d'envisager la vie, de choisir une profession, d'occuper leurs loisirs ? Faudra-t-il prendre certaines mesures, et lesquelles ? pour les protéger contre cette vague de tentations ? La famille, l'école, les organisations de loisirs ont-elles à un nouveau rôle à jouer ?

Que de questions à élucider !

le gaz est indispensable

Des prix du poisson...

que n'importe quelle viande (filet, filets mignons, etc.) ? Je serai très heureuse d'en trouver l'explication dans votre journal.

» Je vous dirai, par la même occasion, que fruits et légumes sont toujours vendus, chez nous, au-dessus des prix indiqués à la radio pour Neuchâtel. Est-ce l'altitude de notre bonne petite ville qui fait monter les prix en flèche ? Le transport Neuchâtel-La Chaux-de-Fonds est-il élevé au point de nous compter une différence de 6 fr. en plus par kilo de filet de sole ? Pour votre gouverne, le filet de perches est à 15 fr., chez nous. Après cela, les pêcheurs sont décidément bien placés pour nous faire la réclame de leur marchandise !

Un traiteur neuchâtelois nous a confirmé le prix de 20 fr. le kilo de filet de sole et nous a appris qu'à Neuchâtel, le kilo de filet de perches se vend 14 fr., donc 1 fr. de moins qu'à La Chaux-de-Fonds.

De Genève, on nous communique que le kilo de filet de sole coûte 24 fr. et celui de filet de perche, 14 fr.

Enfin, à Lausanne, nous avons découvert que les prix différaient d'un magasin à l'autre (les Coopératives et Marché Migros étant hors jeu, évidemment...). Par exemple, l'un d'eux affichait 26 fr. le kilo de filet de sole et 14 fr. le kilo de filet de perche, et un autre 28 fr. le kilo de filet de sole et 16 fr. celui de filet de perche. Le directeur de ce dernier magasin nous dit que son commerce fixe ses prix après avoir consulté deux autres mai-

sons de la place. Ces trois magasins se concertent donc, c'est pourquoi leurs prix sont identiques.

Si les prix diffèrent, en général, d'une ville à l'autre, voir d'un quartier à l'autre d'une même ville, c'est que l'origine de la marchandise n'est pas la même. Selon que le commerçant se fait livrer sa sole de France ou du Danemark, par exemple, le prix de revient n'est pas le même et il doit en tenir compte. En outre, on peut afficher « Filet de sole » et vendre de la fausse sole ou filet de limande. Les clientes s'exaltent sur le bas prix de ce « filet de sole », alors qu'elles ne font que payer le prix normal de la limande...

Enfin, en ce qui concerne les poissons du lac, tout dépend, en définitive, non pas des commerçants eux-mêmes, mais des pêcheurs qui ont fait une meilleure pêche et des frais d'expédition, de transport, de douane, etc.

A notre avis, les deux traiteurs chaux-de-fonniers dont parle M^{lle} Schlé doivent avoir le même fournisseur ou un même pays d'origine de leur marchandise, c'est pourquoi leurs prix sont les mêmes, alors qu'à Neuchâtel, le traiteur contacté se sert ailleurs, voire dans un pays différent. Car nous voulons espérer que nos commerçants ne sauraient vraiment faire leurs prix d'après la tête du client ou sous le simple prétexte que chaque ville doit avoir ses prix propres et bien personnels ! De telles compétitions « interville » seraient de nature plutôt infantile.

L'Helvétie

Framboises et abricots

Madame,

Votre article paru dans le n° 62 « Framboises et abricots », pourrait me sembler-il avoir la réponse suivante :

Mme Pittet, dans son article sur les poids des petits emballages, a raison ; il paraît justifié d'exiger le poids.

« PAPETS » ET FRUITS APPÉTISANTS

Mais ce poids est-il contrôlable et exigible ?

Les petits emballages sont, depuis assez peu d'années, sur le marché ; grâce à eux il nous est impossible d'obtenir de très beaux fruits frais que le transport et le transfert d'un emballage à l'autre abîmait au point qu'il fallait ou renoncer à les vendre ou, souvent, vendre de la bouillie ! Maintenant, il est possible de déguster des framboises sèches, veloutées, parfumées à souhait, des myrtilles enveloppées de leur fard, des mûres appétissantes avec encore leur poil.

En un mot, grâce à ces petits emballages on peut manger des « petits fruits » avec un réel plaisir. Ce ne sont plus les « papets » compacts, mouillés, fermentés déjà, que l'on achetait il y a quelques années à peine qui, de la corbeille de la cueilleuse avaient été versés dans des paniers ; des paniers, le premier, vous les versait sur un papier pergamin, enveloppait le tout dans un journal où le glissait dans un cornet. Arrivé chez vous, ce n'était plus qu'une compote, une bouillie qu'il fallait se résigner à cuire ou à écraser.

Les petits emballages sont un progrès évident, la maîtresse de maison doit les acheter « à l'œil ». Si vos pérégrinations ne vous ont jamais conduites en Valais, voici comment cela se passe. La ramasseuse reçoit un cadre de bois dans lequel se trouve huit à douze petits paniers où cartons. Elle les remplit de manière égale, elle ne les pèse pas pour la bonne raison qu'elle n'a pas de balance qui la suit et que sortir chaque panier serait un temps perdu. Le grossiste qui les transporte, les achète brut pour net, c'est-à-dire poids du cadre compris. Le détaillant, lui aussi les achète brut pour net. Lorsque le moment est venu de les vendre à la ménagère, il ne peut pas vendre un morceau du cadre avec chaque panier. Il établit son prix de vente à l'unité. Exemple : s'il a reçu un cadre de huit paniers qu'il veut vendre 8 fr. il ne va pas fixer selon le poids de chacun des paniers soit un à 95 ct., un à 1 fr. 05 ; il va diviser son prix de vente par huit = 1 fr. le panier.

D'autre part, il n'est pas impossible qu'au long du voyage il y ait une, deux, trois framboises qui aient moisi. Le détaillant les enlèvera, il ne peut pas les remplacer, donc le poids en sera diminué de quelques grammes évidemment.

Il m'est arrivé de voir, dans un magasin à libre service une personne qui prenait un petit carton de myrtilles, elles étaient si belles, mais avant de prendre « son » carton elle a soigneusement secoué celui d'à côté sur le sien pour bien le remplir ! La cliente qui a

acheté celui « d'à côté » n'aura pas eu le poids c'est certain !

En conclusion, il me semble que pour ce genre de marchandise et ce genre d'emballage, il est impossible d'exiger un poids exact. Si l'on veut rester dans la logique, il est pratiquement impossible de réaliser ce tour de force. Madame, si vous aimez les petits fruits, il faut les acheter au banc du premier en regardant bien et prendre le panier qui vous plaît le mieux, qui vous paraît le plus frais, le plus plein, le plus beau. Si vous êtes cliente fidèle à un endroit alors dites à votre détaillant qu'il vous mette de côté à l'arrivage le plus beau panier. Vous serez alors bien servie et vous aurez fait le meilleur achat possible.

L. Geiser

* * *

Réd. - Nous remercions vivement Mme Geiser de tous les renseignements donnés dans sa lettre. Cependant, nous croyons qu'il y a confusion quand elle dit qu'il est impossible d'exiger un poids exact pour les petits emballages. Nous ne demandons pas un poids exact mais un **prix exact**, ce n'est pas du tout la même chose !

Nous n'aurions pas idée d'exiger que tous les paniers aient même contenance, mais nous voulons payer le **prix qui correspond à la marchandise vendue**. L'exemple que donne Mme Geiser sur la cliente qui verse le dessus du panier d'à côté dans le sien est bien convaincant !

Il n'est pas très compliqué, pour le détaillant, au début de la journée, d'établir un prix de détail au kilo, brut pour net. Nul n'est besoin, pour cela, de débiter en morceaux le cadre de bois...

Dernièrement, la Migros de mon quartier vendait des paniers de fraises qui paraissaient avoir tous la même contenance. Pourtant, le prix du panier variait de 3 fr. 40 à 4 fr. 30 d'après les ventes effectuées pendant que j'attendais mon tour. Le procédé de vente est bien simple. Chaque cliente choisit son panier que pèse ensuite la vendeuse. L'acheteuse paie alors son dû, une affiche précisant, au-dessus de l'étalage, le prix par kilo brut pour net. Ainsi, on n'est pas tentée de se livrer subrepticement à de petits transvasages malhonnêtes.

Nous croyons que les acheteuses devraient refuser de payer un prix qu'elles ne peuvent vérifier, ou renoncer purement et simplement à acheter. Quand la marchandise leur restera et risquera de s'abîmer, les vendeurs comprendront ce que nous voulons.

H. N.

