Consommation : les commerces de demain

Autor(en): **sl**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **71 (1983)**

Heft [8-9]

PDF erstellt am: **28.03.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-276903

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Entre nous soit dit



Le sottisier...

...n'a plus de larmes pour pleurer, après la lecture de certains commentaires relatifs au débat du Conseil national sur le droit matrimonial. « **Adieu cellule familiale !** », s'exclame un lecteur de *24 heures*, ulcéré par la possibilité offerte aux femmes mariées de garder leur nom. « **Je suis né Soller, ma femme sera une Soller, mes enfants le seront** », poursuit ce brave garçon, avec un courage d'autant plus méritoire qu'il craint de s'attirer « **des ennuis avec les ligues féministes** ». Mais non, M. Alexandre Soller, nous ne vous en voulons pas. Tout au plus regrettons-nous que vous ne vous appeliez pas **Médor Pipi**, juste pour voir quelles seraient les limites de votre détermination.

Quant à vous, M. le pasteur **Roger Barilier**, qui signez dans la *Nouvelle Revue de Lausanne* l'éditorial dont nous reproduisons un extrait ci-contre, faites-nous l'amitié de nous envoyer votre adresse. Nous ferons parvenir un abonnement gratuit à votre épouse (pour autant que vous ayez eu l'heur d'en trouver une) avec le témoignage de notre sympathie.

« L'homme est le chef de la femme », dit l'Ecriture. Je sais bien — et c'est mille fois déplorable — que ces mots ont été invoqués beaucoup trop souvent pour justifier la tyrannie masculine, ce qui explique la réaction féministe de notre époque.

Pourtant, bien compris, le devoir de « soumission » de la femme est en réalité le « droit » d'être aimée, dirigée et protégée. Et le droit d'être « chef » est surtout le « devoir » de faire le bonheur de sa femme.

Cela doit être vécu à l'intérieur d'un amour réciproque, d'un échange constant et d'une collaboration étroite. Dans ce cadre, l'autorité n'a rien d'oppressif, et l'obéissance rien d'humiliant.

Mais vouloir rayer cela d'un trait, c'est créer une pagaille dont le mariage et la famille feront les frais.

R. B.

★ **Le succès en un temps record !**

Les hommes à qui la nature n'a pas donné de pilosité virile sur la poitrine peuvent désormais remédier efficacement à cet inconvénient grâce à «SAMSON», la lotion sensationnelle pour faire pousser rapidement et sans problème les poils sur le corps.

Les femmes apprécient les hommes qui ont une belle toison sur la poitrine !

Des sondages d'opinions ont révélé que les femmes trouvent les hommes poilus plus attirants, plus virils et plus dynamiques. Sur 100 femmes, 92 souhaitent avoir un partenaire dont la poitrine est couverte d'une épaisse toison.

Mais, en réalité, peu d'hommes répondent à cet idéal de beauté puissante et masculine.

Cette lotion sensationnelle stimule également la pousse de la barbe. **Vous deviendrez plus viril en un temps record !** Et cette authentique virilité renforcera votre succès.



ATTENTION !

Grand

CONTRE-SONDAGE exclusif

Femmes Suisses

Question unique : votre idéal de la virilité passe-t-il par la pilosité ?

Lectrices, ne ratez pas cette occasion ! Répondez en masse, afin que la volonté des femmes de ce pays se manifeste enfin au grand jour !

Consommation

Les commerces de demain

L'initiative du Mouvement républicain contre le dépérissement du petit commerce a été finalement retirée. Le problème qu'elle touchait reste cependant ouvert, et le restera sans doute pendant longtemps.

La Fédération romande des consommatrices en était bien consciente en choisissant le thème : « Petits détaillants, grandes surfaces : un choix pour l'avenir » pour la séance publique qui a suivi son assemblée des déléguées, le 31 mai dernier, à Lausanne. La FRC n'a pas soutenu l'initiative : elle considère, en effet, qu'il n'y a pas lieu en cette matière d'introduire un nouvel article constitutionnel, et qu'il suffirait d'appliquer, voire de modifier la législation existante. Elle en partage néanmoins les buts, et souhaite en particulier le maintien d'un système de distribution diversifié, non seulement en ce qui concerne les produits, mais également en ce qui concerne les lieux de vente et les types de commerce.

Il nous est impossible de rendre compte ici des nombreux exposés qui ont été présentés par les groupes régionaux de la FRC, et qui portaient sur l'évolution historique des différentes formes de commerce, sur les habitudes d'achat, sur les prix pratiqués, etc. Ces exposés sont d'ailleurs publiés dans le dernier numéro de « J'achète mieux ». Il nous paraît important de rappeler l'incidence du problème de la distribution commerciale sur l'organisation de la société à venir.

La FRC voudrait que le petit commerce fasse les efforts nécessaires pour rester un partenaire indispensable des consommateurs, en leur offrant par exemple, un service personnalisé, un choix plus étendu, des horaires souples. Or, ces exigences ne sont pas contradictoires, mais complémentaires avec les exigences de rationalisation des achats que les grandes surfaces permettent de combler.

Si la fonction « sociale » du petit commerce suffit de moins en moins à justifier son existence, sa contribution à la qualité de la vie reste encore à découvrir et à développer... pour le plus grand profit, entre autres, des femmes actives. *(sl)*