Bagatelles

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (1979)**

Heft 500

PDF erstellt am: **24.05.2024**

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

CONSOMMATION

La grande farce des raviolis

Les travailleurs ont le droit de faire grève, les consommateurs celui de ne pas acheter. Et dans ce cas aussi, l'épreuve de forces n'a pas qu'une valeur démonstrative, mais aussi des conséquences, mesurables en chiffres d'affaires sonnants et trébuchants.
On vient d'en avoir la preuve en Suisse, avec l'affaire des raviolis, qui, même encore en cours sur le plan de la juridiction, a déjà les allures d'un cas d'école.

En mars 1978, la Fondation pour la protection des consommateurs (FPC), proche de Coop et de l'Union syndicale, publie son 91e test comparatif, en l'occurence un travail portant sur les raviolis en boîte.
Les résultats les plus spectaculaires de ces essais sont repris le 10 mars 1978 dans "Kassensturz", magazine économique et social très suivi par les téléspectateurs et consommateurs suisses alémaniques.
Dès le lendemain de cette émission, les ventes de raviolis en boîte tombent quasiment à zéro, et même les autres conserves, spécialement celles portant la marque de la maison Roco, souffrent d'une espèce de contagion négative.
Grand émoi à Rorschach et à Lenzbourg où, parallèlement à la préparation d'une plainte civile, on élabore en toute hâte une campagne d'annonces pour la défense et l'illustration des merveilleux raviolis en boîte. Effectivement, les premières pages publicitaires paraissent huit à dix jours après la femeuse émission de télévision.
Les effets de cette campagne publicitaire et du temps qui passe amortissent en fait quelque peu les réactions; après des diminutions de ventes de l'ordre de 40 à 50% dans le courant du printemps dernier, 1978 s'est soldé par une baisse de 20 à 25% par rapport à 1977. Ce que voyant, Roco vient de chiffrer à un million le manque à gagner consécutif à l'affaire des raviolis, compte tenu de Fr. 400 000.– dépensés pour la publicité (sensément) réparatrice.

Qu'y a-t-il donc dans cette émission, ou plutôt dans ces raviolis, pour mettre ainsi en fuite une clientèle auparavant nombreuse et plutôt fidèle? En bref, beaucoup de choses inattendues, et pas trop ragoûtantes.

Alors que les consommateurs pensaient manger de la viande de bœuf ou de porc – hâchée et un peu trop assaisonnée, certes, mais quand même –, certaines boîtes leur offraient, sans toujours le mentionner sur l'étiquette évidemment, des farces peu attirantes à base de tissus conjonctifs poreux et tendus et de musculature du squelette; dans le cas des raviolis Sargans (filiale et sous-marque de Roco), les analyses avaient même révélé la présence de morceaux aussi sympathiques que les ris de veau, les rognons, le pancréas, le poumon et même de la muqueuse cutanée, – moins bien que pour les chats!

Les raviolis en boîte vendus dans les magasins de Suisse sont fabriqués par Hero (et sa filiale St. Gall), Roco (et sa filiale Sargans) et par Migros (à Bischofzell). Les marques de commerce (Midi/Coop, Denner, etc.) sont fournies principalement par les filiales de Hero et Roco.

BAGATELLES

Récemment, un grand quotidien lausannois a raconté comment plusieurs dizaines de membres de l'équipe à Jean-Michel Cravanzola sont parvenus à obtenir un rabais sur le prix d'entrée au cinéma qui projetait "Moïse" en se présentant comme membres d'une union chrétienne. Il s'agissait peut-être là d'une application des principes du "fund raising" (technique pour l'appel de fonds en vue du financement de bonnes causes), dont Jean-Michel Cravanzola est un expert particulièrement redoutable. Pour parfaire encore ses connaissances en manipulation des âmes et des porte-monnaies, il a d'ailleurs suivi récemment, pour le compte des Editions Maranatha à Cheseaux-sur-Lausanne, un séminaire d'un jour donné par un crac américain de la vente par correspondance ainsi qu'un congrès de trois jours sur le "marketing direct". Diantre, il faut bien apprendre à récolter de l'argent quand on dépense près de dix mille francs en quatre jours de séances à Montreux, avec son propre directeur d'édition (Moïse Prenleloup – sic).

* * *

La revue américaine de publicité "Advertising Age" vient de publier la liste des cinquante agences de publicité ayant réalisé les plus gros chiffres d'affaires en 1978. On y trouve trois agences suisses: au 30e rang Intermarco-Farner, qu'il n'est pas besoin de présenter, au 42e, TBWA (campagne Cardinal sur la frontière des langues en Suisse) et au 47e, GGK (les annonces assez exceptionnelles de Swissair). Le total des chiffres d'affaires réalisés par ces trois agences est inférieur au chiffre d'affaires de l'agence classée au 19e rang. Plusieurs des agences américaines ou autres, bien placées, ont aussi une activité en Suisse.

* * *

Les géants: le "Tages-Anzeiger" a un budget d'investissements de 200 millions pour le proche avenir.

* * *

Les élections communales auront lieu le 10 juin dans les importantes communes lucernois de Lucerne, Emmen, Horw, Kriens et Kittau. Une

Pire, les comparaisons avec l'étranger avaient montré que les consommateurs autrichiens étaient mieux traités par Roco, qui leur fournit des raviolis contenant davantage de viande (et d'une meilleure qualité) et moins d'eau et de panure qu'aux consommateurs indigènes.

Il n'en fallait évidemment pas plus pour dégoûter les Suisses; sans mot d'ordre formel mais avec un bel ensemble, de très nombreux consommateurs ont tout simplement cessé d'acheter des raviolis en boîtes (certains ont même jeté ceux qu'ils pouvaient avoir en réserve). Et même dans les restaurants servant des spécialités italiennes, les raviolis ont progressivement disparu de la carte, – à moins qu'ils ne soient affichés "faits maison".

Roco peut bien crier, déposer plainte, prétendre à des dommages et intérêts. Hero peut bien déplorer qu'un "produit alimentaire nutritif et de bonne qualité ait été cassé (Kapputtgemacht) par une présentation non objective (unsachgemäss)!" Les raviolis ne s'en remettront pas, comme les cervelas ne se sont jamais remis de la grève des polyphosphates jadis déclenchée par les consommatrices romandes. Voilà deux cas qui illustrent le pouvoir des organisations de consommateurs, dûment servies par les mass-media. Les résultats de tests comparatifs qu'elles effectuent ou les consignes de non-achats qu'elles donnent atteignent un très large public, qui n'hésite pas à modifier, en conséquence, il faut l'admettre, son comportement d'achat.

Ces changements peuvent porter sur des points mineurs, et ne pas entraîner de trop gros sacrifices sur le plan du confort quotidien ou d'autres motivations égoïstes. Le phénomène n'en reste pas moins significatif: le respect à l'égard des producteurs, des fabricants et autres fournisseurs se perd enfin assez pour que leurs assertions et leurs livraisons puissent être soumises à l'analyse critique.

Il fut un temps où un tel exercice passait encore systématiquement pour une sorte de profanation, et pour une tentative de sabotage de la prospérité économique, de l'entreprise libérale, et aussi de l'emploi. Aujourd'hui, ces arguments ont perdu leur poids, et la population de Rorschach ou de Sargans n'a pas lancé de pétition pour sauver les raviolis et les places de travail.

Voilà qui est fort bien, mais qui engage aussi. Il appartient aux organisations de consommateurs de prendre leurs responsabilités, et aux moyens d'information de bien mesurer les leurs. La qualité des produits et des services, qui contribue à faire ou non celle de la vie, est une notion assez délicate à définir, même pour certains cas particuliers (voyez les vêtements, les assurances ou les transports publics). Quand il y a une composante sécurité, l'affaire est claire: tout danger doit être dénoncé aussitôt qu'établi. Mais toutes les formes de tromperie et d'induction en erreur plus ou moins raffinées? Et les défauts plus ou moins bien cachés? Et les arguments publicitaires fallacieux, retors ou tout simplement bêtes et humiliants? A ce taux-là, la société de consommation risque bien de ne pas tenir le coup...

Tant pis pour cette société-là! Mais où est le projet, au moins l'esquisse d'une autre société, profondément différente, non marchande et solidaire?

occasion de rafraîchir les clichés colportés en Suisse romande à propos d'une région réputée "noire". Six partis soutiennent des candidats dont quatre dans cinq communes (socialistes, radicaux, appelés à Lucerne libéraux et jeunes libéraux, démocrates-chrétiens et jeunes démocrates-chrétiens, ainsi que l'Alliance des indépendants). Ces quatre formations sont actuellement représentées dans ces cinq communes. Les organisations progressistes POCH, présentes jusqu'ici uniquement à Lucerne, font front avec des listes dans quatre communes et les chrétiens sociaux, pourtant implantés jusqu'ici dans trois communes, ne présenteront des listes que dans deux et renoncent à lutter à Kriens. La progression des POCH et le recul de l'Alliance des indépendants aux récentes élections cantonales seront-elles confirmés sur le plan communal le 10 juin?

* * *

L'ancien municipal zurichois Walter Thomann vient de présenter un exposé aux vétérans de la section socialiste de Zurich 4. Issu de milieux paysans de la vallée de Hasli, dans l'Oberland bernois, il évoquait la façon dont il était venu au socialisme. Un des premiers éléments de sa prise de conscience : La Chaux-de-Fonds, 1917, il est réveillé dans une nuit d'un samedi à un dimanche par un vacarme: les jeunes socialistes prennent d'assaut la prison et libèrent Paul Graber, rédacteur de "La Sentinelle", emprisonné. Walter Thommen, âgé de 16 ans, était à la Chaux-de-Fonds comme porteur de pain au salaire de 18 francs par mois, nourri et logé dans une petite mansarde, où il y avait quatre à cinq lits de fer destinés aux employés du maître boulanger.

* * *

Le magazine "Soziale Medezin" (mai 1979) donne dans son numéro de mai une série d'articles sur la médecine du travail. Sous le titre : de la médecine du travail à la médecine des travailleurs, elle cherche à populariser une idée, développée depuis une dizaine d'années par les syndicats italiens, qui correspond à une nouvelle conception de la médecine du travail plus proche des vrais besoins des travailleurs. (adresse utile : Case 2105, 4001 Bâle).