Attention ! Attention ! Bientôt les ventes de soldes

Autor(en): **Schmitt, Arianne**

Objekttyp: **Article**

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

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

Heft 20

PDF erstellt am: **14.08.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-270038

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

la page de l'acheteuse

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

Ce que cache un bon de réduction

La maison Dr A. Wander S. A. a fait distribuer un bon dans toutes les boîtes aux lettres. On peut y lire : « VOUS ÉCONOMISEZ 80 ct. ! Contre ce bon, vous obtiendrez, chez votre détaillant, une boîte de Pront Ovo pour 3 fr. 95 seulement, au lieu de 4 fr. 75 ! »

Cela paraît extrêmement tentant, n'est-ce pas ?

La maison Dr A. Wander S. A. oublie cependant de nous dire une toute petite chose. C'est qu'EN MÊME TEMPS QU'ELLE LANÇAIT CE BON, ELLE AUGMENTAIT LE PRIX DU PRONT OVO DE 45 ct.

Par rapport à l'ancien prix (4 fr. 30), la réduction effective n'est donc que de 35 ct. Une fois le bon employé, les acheteuses payeront la boîte 45 ct. plus cher. L'avantage pour elles, est donc bien éphémère.

La Commission romande des consommatrices a protesté auprès de la maison Wander S. A. contre cet habile camouflage d'une hausse de prix. N'est-ce pas magnifique : au moment où l'on hausse les prix, on dit aux acheteuses : « Vous économisez 80 ct. ! » Et elles ne s'aperçoivent de rien.

La maison Wander S. A. nous écrit ce qui suit pour justifier sa hausse de prix : « Il n'a malheureusement pas été possible d'éviter une correction de prix pour le Dawamalt et le Pront Ovo. Nous nous trouvons ici dans une situation d'absolue contrainte. Mais la communauté n'est-elle pas fortement intéressée au maintien de nos capacités compétitives ? L'intégration européenne qui progresse va, sans doute, imposer additionnellement de grandes exigences aux capacités de production de notre entreprise.

» De plus, nous devons faire face comme beaucoup d'autres entreprises industrielles à des difficultés accrues en ce qui concerne le renouvellement des installations et machines. Le développement technique est si rapide qu'il devient de plus en plus difficile de procéder à temps et avec ses propres moyens aux adaptations nécessaires. »

Si nous comprenons ce langage, quelque peu sibyllin, cela signifie que la maison Wander n'a pas augmenté ses prix à la suite d'un renchérissement quelconque des matières premières, mais seulement pour pouvoir faire de nouveaux investissements en installations et machines et « maintenir ainsi ses capacités compétitives ».

Nous la remercions de son apport efficace à la stabilisation des prix !

Contrôle des prix et de la qualité des fruits indigènes

La Commission romande des consommatrices organise le jeudi 21 juin, à 15 h. 30, au restaurant du Grand Chêne, à Lausanne (salon rose) une séance d'information destinée aux responsables des associations féminines. Un représentant de l'Office fédéral du contrôle des prix leur expliquera le rôle que peuvent jouer les acheteuses dans le contrôle de la qualité et des prix des fruits indigènes. L'an dernier, il est arrivé à maintes reprises que des abricots du Valais de second choix soient vendus au prix du premier choix. Nous pouvons contribuer à ce que ces faits regrettables, préjudiciables aux producteurs comme aux consommateurs, ne se reproduisent plus.

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

Attention ! Attention !

Bientôt les ventes de soldes

Bien que nous ayons déjà parlé des ventes de soldes dans ce journal, il y a 18 mois, nous pensons utile de revenir sur la question pour vous rappeler certains faits.

Législation — L'Ordonnance fédérale réglant les liquidations et opérations analogues, date d'avril 1947. Elle prévoit une distinction fondamentale entre les ventes de fin de saison, destinées à écouler une marchandise non vendue, et les ventes au rabais, dont le but est de stimuler les affaires. Dans le premier cas, il est interdit d'acheter des marchandises en vue de la vente, tandis que c'est licite dans le second. Ces marchandises, selon l'ordonnance, doivent être complètement séparées du reste du stock. Les magasins désirant faire l'une ou l'autre vente doivent demander un permis spécial.

La plupart des cantons appliquent à la lettre cette ordonnance. Malheureusement, deux cantons romands, Genève et Vaud, y dérogent dans leur règlement d'exécution, cette possibilité de dérogation étant d'ailleurs prévue dans l'Ordonnance fédérale. Ces deux cantons octroient donc à tous les commerces un permis général les autorisant à faire **à la fois** des ventes de fin de saison et des ventes au rabais. Dans ces deux cantons, les acheteuses sont dans l'impossibilité de distinguer les entreprises pratiquant l'une de ces ventes à l'exclusion de l'autre et, dans les magasins mêmes, les marchandises vraiment soldées des marchandises à bas prix.

le gaz est indispensable

Le prix barré — Nous rappelons que la véracité du prix barré, que portent la plupart des articles en vente, lors des soldes, n'est **jamais** contrôlée par les autorités de ces deux cantons.

Ce prix barré peut être

— au-dessous du prix réel de vente, s'il s'agit d'une pièce de haute couture, en magasin depuis plusieurs années (le cas est rare)

— le prix que portait la marchandise en début de saison et qui avait déjà été abaissé avant les soldes

— le prix de marchandises « analogues » si l'objet a été acheté en vue des soldes

— un prix purement fictif, si aucune marchandise « analogue » n'est tenue habituellement en magasin.

Ce prix est uniquement destiné à **donner l'impression** d'une baisse de prix. Il ne faut, en aucun cas, le considérer comme **une garantie de qualité.**

On nous a déjà signalé deux cas, absolument sûrs, où le prix d'une marchandise avait été haussé pendant les soldes. Grâce au prix barré que portaient tout de même ces articles, l'acheteuse avait eu l'impression de faire une bonne affaire. Nous voulons espérer que ces cas sont rares.

Les prétendus « sacrifices » — Le terme de « sacrifié », employé à tort et à travers par les commerçants au moment des soldes, est dans leur bouche absolument révoltant, quand on sait que, pratiquement, aucune marchandise n'est vendue à perte pendant la période des soldes. Bien au contraire, les fabricants consentant de substantielles réductions de prix, la plupart des marchandises soit-disant soldées sont vendues avec un bénéfice normal par le magasin. Le procédé est le suivant : le commerçant acquiert une marchandise à 10 fr., il la « solde » à 15 fr., en indiquant un prix barré de 20 fr. ! Il y a peut-être eu sacrifice de la part du fabricant, mais on comprend mal pourquoi le commerçant a le droit de s'en attribuer le mérite.

Même les magasins de haute couture ! Nous avons eu la désagréable surprise de constater au cours des soldes de l'hiver dernier que même certains magasins de haute couture achetaient de la marchandise à bas prix pour la revendre avec des prix barrés défiant l'imagination. Nous avons **vu** des manteaux portant le prix barré de 358 fr., « soldé » 90 fr. La vendeuse, un peu cuisinée, n'a fait aucune difficulté pour avouer que les manteaux n'avaient jamais été vendus au premier prix. Quand une acheteuse acquiert un de ces articles, la maison, prudente, **coupe** l'étiquette compromettante.

Que faire ? La Commission romande des consommatrices cherche à obtenir une réglementation plus sévère des ventes de soldes dans les cantons de Vaud et Genève. Elle a entrepris plusieurs démarches à cet effet et elle les poursuivra. Toutes les acheteuses qui constateraient, au cours des prochaines ventes de soldes, des irrégularités comme prix barrés nettement exagérés, non conformes à la réalité, prix haussés, etc., nous rendraient un immense service en les signalant immédiatement à la Commission romande des consommatrices, Planches 32, Prilly (VD). Plus nous aurons de cas authentiques, plus nous serons fortes pour réclamer une modification de la loi. Merci de nous aider.

Ariane Schmitt

Pour mieux utiliser les produits de lessive

L'Institut suisse de recherches ménagères vient de publier en français un tableau des principaux produits de lessive connus sur le marché suisse, en les classant d'après l'usage qui doit en être fait. Ce tableau nous permet de distinguer les produits de lessive à base de savon des produits de lessive purement synthétiques, indications que nous ne trouvons pas sur les emballages.

On peut se procurer ce tableau, au prix de 50 ct., auprès de Mme Mayor, Avenir 24, Renens.

Nous rappelons qu'à la même adresse sont en vente les brochures publiées par la Commission romande des consommatrices sur les menus à 2, 3 et 4 fr. par jour et par personne.

La consommation de lait, beurre et fromage dans la famille suisse

La consommation de lait est plus forte en Suisse que dans la plupart des autres pays européens, puisqu'on l'estime à 0,53 litre par personne et par jour. A vrai dire, ce chiffre était encore de 0,8 litre il y a trente ans. Ce recul regrettable est dû à plusieurs causes, parmi lesquelles il sied de mentionner la diminution du nombre d'enfants dans nos familles, les modifications dans les habitudes alimentaires et la concurrence exercée par d'autres boissons. Ce recul est déplorable non seulement du point de vue économique (puisqu'un tiers des recettes de notre agriculture — en bonne partie vouée par les conditions naturelles à la production herbagère — provient de la vente du lait), mais aussi de celui de la santé publique. On enregistre heureusement d'autre part un développement constant de la consommation de spécialités laitières comme le yogourt, le fromage blanc, la crème glacée et les boissons à base de lait. Il ne suffit cependant pas à compenser entièrement le recul général de la consommation du lait, en dépit de tous les efforts déployés dans le domaine de la qualité.

Consommation de lait par famille, selon les comptes de ménage de personnes de condition dépendante, dans les localités urbaines

	Ouvriers	Employés
1921	1029 litres	989 litres
1936 / 1937	888 litres	746 litres
1954	734 litres	618 litres
1955	733 litres	613 litres
1956	715 litres	589 litres
1957	688 litres	584 litres

La consommation suisse de beurre est en revanche plutôt faible, en dépit du haut niveau de vie de notre pays. La Belgique, l'Angleterre, le Danemark et la Suède dénotent une consommation plus forte par habitant. On voit par-là que même un accroissement du revenu national et une qualité de tout premier choix restent sans effet notable sur la demande.

La consommation de beurre était la suivante par habitant et par an :

1911	5,2 kg.
1926 / 1930	5,6 kg.
1936 / 1940	6,5 kg.
1951 / 1958	6,3 kg.
1959	6,5 kg.

La situation est plus réjouissante pour ce qui est du fromage. La consommation reste cependant ici aussi inférieure à ce qu'elle était avant la première guerre mondiale. On l'évaluait, en effet, à 10,4 kg. en 1886, par habitant et par an, et 9,8 kg. en 1911. Depuis 1955, elle oscille entre 7,9 et 8,3 kg. par habitant et par an, dénotant une légère tendance à augmenter. Voici quelle est, selon une évaluation de l'Union suisse du commerce de fromage, la part prise par les diverses variétés de fromage dans la consommation du pays, y compris les fromages étrangers importés.

Emmental	25 %
Gruyère	25 %
Sbrinz	3 %
Tilsit et fromage d'Appenzell	14 %
Fromages à pâte molle du pays	7 %
Fromages d'une teneur en graisse inférieure	5 %
Fromages importés	14 %
Fromages de montagne	7 %

Nous comparons les étiquettes

Des cafés solubles

NOM	POIDS	PRIX	PRIX DE 1 g.
Nescafé	48 g.	Fr. 3,20	6,6 ct.
(Nestlé)	100 g.	Fr. 6,30	6,3 ct.
	250 g.	Fr. 15,50	6,0 ct.
Inca	41 g.	Fr. 2,70	6,5 ct.
(Thomi et Frank	90 g.	Fr. 5,55	6,1 ct.
Voncafé	50 g.	Fr. 1,85	3,7 ct.
(Migro)	100 g.	Fr. 3,50	3,5 ct.
Elite	56 g.	Fr. 2,—	3,5 ct.
(Coop)	170 g.	Fr. 4,90	3,4 ct.

REMARQUES

Sur toutes les boîtes, il est mentionné un nombre approximatif de tasses obtenues avec le contenu. Il est calculé environ 1,5 g. par tasse, mais tout dépend évidemment de la façon dont on remplit la cuiller, si on aime le café léger ou fort. Nous avons donc préféré vous donner le prix d'un gramme. Il est frappant de constater que ces cafés forment deux groupes de prix avec, entre eux, une différence considérable. Pourtant, ce sont tous des extraits de café pur.

Dans la revue « Which », de mai 1961 — revue publiée par l'Association des consommateurs anglais — nous trouvons une comparaison entre 23 marques de café soluble. De ses 23 marques, nous en avons deux ici : Nescafé et Elite. Quelle n'est pas notre surprise de constater qu'en Angleterre, ces deux cafés sont vendus au même prix (le Nescafé 2 sh. 3 d. et Elite 2 sh. 2 d.). Ils sont d'ailleurs de poids identique, ce qui n'est pas le cas en Suisse. Nous serions curieuses de savoir pourquoi Nescafé coûte, en Suisse, près du double d'Elite. Il faut enfin remarquer qu'il n'y a pas un réel avantage à acheter une grosse boîte plutôt qu'une petite. Comment peut-on expliquer que 250 g. de Nescafé coûtent 15 fr. 50 et 400 g. d'Inca 8 fr. 30 ? Il y a là un vrai mystère !