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

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 53 (1965)

Heft: 54

Artikel: Emballages perdus

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-271112

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Suite de la page de l'acheteuse

Aux deux bouts de la chaîne

Paysans et consommateurs

Les revendications paysannes donnent à de nombreux consommateurs un sentiment de malaise. D'un côté, sans doute possible, ces revendications sont justifiées vu la hausse générale du coût de la vie, mais, d'un autre, il est indéniable aussi que, pour de nombreuses familles avec enfants, le poste alimentaire devient de plus en plus lourd, les produits laitiers et la viande y occupant une place considérable. Ce matin même, je rencontrais une jeune maman de trois enfants d'âge scolaire qui, sur ordre médical, a dû cesser elle-même de travailler. Or, son mari gagne 850 fr. par mois. Déduisez le loyer et voyez ce qui leur reste. Elle m'a avoué qu'elle ne pouvait plus envisager l'achat de vêtements...

Mais ce malaise, qu'éprouvent bien des consommateurs devant les revendications paysannes, un article du professeur Meynaud peut, sans doute, contribuer à le dissiper. Nous allons tenter de résumer ici ses idées publiées dans une revue italienne.

LAISSERONS-NOUS ALLER LES CHOSES ?

Etudiant ce qui se passe aux Etats-Unis, pays qui est toujours de 15 à 20 ans en avance sur notre continent, il constate que les frais d'alimentation ne cessent de croître pour le consommateur. Ils auraient augmenté en dix ans (1953 à 1963) de 9,7 % — ce qui justifie les plaintes des consommateurs les moins favorisés — tandis que, dans le même temps, les revenus des agriculteurs seraient tombés de 5,3 %. « En 1963, des 67 milliards de dollars payés par les consommateurs pour acheter des articles alimentaires produits par l'agriculture, les agriculteurs n'ont touché que 21,3 milliards, soit moins du tiers. » Et où ont passé les 45,7 milliards restants ? Ils sont allés au commerce et à l'industrie alimentaire.

En effet, les produits de l'agriculture sont de moins en moins offerts à l'état naturel au consommateur. Ils sont achetés par l'industrie pour être transformés en conserves, en produits surgelés, en plats préparés. Toutes ces transformations demandent une nombreuse main-d'œuvre payée au tarif syndical. L'industrie a tendance à se retourner contre l'agriculteur pour obtenir de lui les prix les plus bas et on aboutit, dit le professeur Meynaud, à ce que « désormais le marché des produits alimentaires fonctionne au détriment de ceux qui sont aux deux bouts de la chaîne, c'est-à-dire des agriculteurs et des consommateurs ». Ainsi donc, si nous payons de plus en plus cher pour nous nourrir, les agriculteurs n'en profitent pas, les bénéfices réalisés allant soit à l'industrie, soit aux intermédiaires, soit aux distributeurs.

... OU SAURONS-NOUS RÉAGIR ?

Pour échapper à cette condition, voici le conseil de M. Meynaud :

Si l'agriculteur veut cesser d'être un parent pauvre de nos sociétés en voie d'enrichissement, il faut que l'agriculture investisse dans les secteurs qui rapportent : ceux de stockage, du conditionnement et de la transformation afin de bénéficier de la valeur ajoutée qui profite actuellement aux secteurs d'activité situés en aval de la production.

... La condition élémentaire de cette transformation est le passage de l'agriculture individuelle à l'agriculture de groupe...

En rapprochant l'agriculture de la consommation finale, il serait certainement possible d'éliminer des gaspillages commerciaux et pour tout dire des prélèvements parasitaires.

Le problème d'une amélioration conjointe de la position des paysans et des acheteurs finals est insoluble si l'on tient pour intangible la structure de l'appareil industriel-commercial qui assure de larges rémunérations à tant de gens dont plusieurs ne contribuent guère au bien-être du consommateur. ... On peut hésiter à écrire, tellement le pronostic est facile, que, si aucun effort n'est accompli en ce sens, l'agriculture continuera à demeurer ce qu'elle est : une source de peine et souvent d'appauvrissement pour les paysans : une source de mécontentement pour les consommateurs et les contribuables ; une source d'enrichissement pour les industriels et les commerçants de l'alimentation (enrichissement assez substantiel pour susciter un vaste effort de colonisation systématique de cette branche par les grands trusts étrangers de l'alimentation). Quand tout va de travers, c'est dans la volonté de bousculer les situations acquises, fussent-elles, selon le jargon à la mode, structurelles, que réside la sagesse.

Cette lucide analyse nous permet de mieux comprendre la nécessité des revendications paysannes, encore que ces revendications ne résolvent aucunement le problème de base. Nous souhaitons qu'elle permette également aux milieux agricoles de mieux comprendre les réactions des consommateurs devant la hausse constante des prix agricoles. Nous souhaitons surtout que la voix de M. Meynaud soit entendue et que des efforts soient tentés pour amener l'agriculteur du stade de la production primaire à celles du stockage, du conditionnement et éventuellement de la vente.

S.

Emballages perdus

Nous continuons à enregistrer des plaintes au sujet des augmentations de prix accompagnant l'introduction des emballages perdus pour différents produits.

Les gros distributeurs estiment que ces emballages vont se généraliser parce que répondant au besoin de rationalisation et de standardisation, face à la pénurie de main-d'œuvre, au manque de place, à l'augmentation des frais de transport.

La hausse de prix qui a coïncidé avec l'introduction de ces emballages aurait été, disent-ils, encore plus sensible sans ces emballages.

Du côté consommateurs, on ne se fait guère d'illusions : il faudra s'habituer à ce nouveau genre de conditionnement, même s'il représente un gaspillage certain. Reste à savoir si les emballages de pastique, plus sensibles au froid et au chaud que le verre, sujets des modifications en présence de certains corps chimiques, ne présenteront pas des inconvénients qui les rendront inaptes à certains usages !

Ce qui est, par contre, fort déplaisant, c'est qu'on ait abandonné les contenances usuelles du demi-litre et du litre pour des contenances variant de 7 à 8 dl. et rendant difficile un contrôle rapide du prix au litre.

Cet exemple illustre encore la nécessité d'exiger un étiquetage portant à la fois la contenance, le prix de vente et le prix au litre.

Quant à l'augmentation des prix, disons que l'argumentation des distributeurs ne nous a pas convaincues. Le nouveau conditionnement qui évite de la main d'œuvre (reprise et camionnage des verres rendus, nettoyage, etc.) représente des avantages compensant certainement son prix de revient.

Nous avons déjà relevé la hausse sur les vinaigres avec emballages perdus qui ont passé de 1 fr. 55 le litre à 1 fr. 50 **les 7 dl.** En ce qui concerne les sirops, vous verrez dans la comparaison qui figure dans cette page, que parmi les six sirops examinés, **les trois plus chers sont en emballages perdus.** Or, chose curieuse, on constate en magasin que les sirops en bouteilles de verre n'ont pas augmenté ! Il semble donc bien que l'augmentation des produits vendus sous emballages perdus n'était pas inévitable.

Il faut bien admettre, une fois de plus, que le consommateur ne bénéficie ni de la rationalisation du travail, ni des baisses des droits de douane sur toute une série de produits, mais que, au contraire, tout est prétexte à des hausses injustifiées, même l'introduction d'emballages qui représentent un avantage pour la distribution !

Beurre maître d'hôtel... & Cie !

Vous devez savoir que :

Les produits mis dans le commerce sous la désignation « beurre maître d'hôtel » ou « beurre Café de Paris » doivent être préparés avec du beurre, à l'exclusion d'autres matières grasses, ceci en application de l'article 15 de l'Ordonnance fédérale sur les denrées alimentaires.

Par contre, les produits désignés comme assaisonnement « Maître d'hôtel » ou assaisonnement « Café de Paris » peuvent être préparés avec n'importe quelle matière grasse comestible conforme aux dispositions légales.

Les consommateurs qui désirent un « vrai » beurre maitre d'hôtel devront être attentifs à l'étiquette.

OPTIQUE MODERNE
ALBERT KRAUER GENÈVE
OPTICIEN DIPLÔMÉ RUE DU MT-BLANC 8
MAITRISE FÉDÉRALE

Les vœux des acheteuses

La Fédération neuchâteloise des détaillants nous prie de lui ouvrir nos colonnes afin qu'elle puisse y exprimer son avis. Nous le faisons volontiers.

Mesdames,

Nous avons lu avec intérêt l'article de Mme Jenny Humbert-Droz intitulé « le Conseil d'Etat neuchâtelois prête l'oreille aux vœux des acheteuses » paru dans « Femmes suisses » du mois d'avril 1965.

Ignorant comme le problème a été exposé, il nous est évidemment difficile de nous introduire dans le débat ; nous avons toutefois le sentiment que les citoyennes neuchâteloises qui ont assisté à cette Table ronde ont été si heureuses et si impressionnées de siéger à la Salle des chevaliers du Château de Neuchâtel en présence d'un représentant du Conseil d'Etat, qu'elles ont perdu de vue le véritable nœud du problème qui leur était posé.

Nous avons cherché en vain dans l'article de Mme Humbert-Droz l'expression de ce qui nous paraît devoir correspondre à l'intérêt général de tous les consommateurs et des acheteuses en particulier.

A notre avis, l'intérêt du consommateur est de pouvoir s'approvisionner convenablement dans tous les domaines, sans perdre de temps, au moment ie plus propice et dans les conditions les plus agréables. Le consommateur doit pouvoir comparer, choisir et acheter librement. Pour cela il faut qu'il trouve des magasins ouverts aux heures qui lui conviennent le mieux. (Il y a des gens qui travaillent avec des horaires très divers et d'autres personnes — maîtresses de maison, rentiers, etc. — qui ne sont pas tenus par un horaire rigide.)

Il ne faut pas vouloir rechercher à tout prix une solution unique pouvant convenir à tout le monde ; il faut pouvoir adopter si possible dans chaque région, dans chaque quartier et dans chaque branche la solution qui convient au plus grand nombre de consommateurs.

Est-ce tout à fait par hasard que les vœux exprimés dans cet article correspondent exactement à ceux du personnel de vente ? Pourquoi cette déviation ? Tout simplement parce qu'il y a confusion de deux problèmes totalement différents :

1. **Problème de la durée du travail du personnel de vente qui peut et doit être résolu dans le cadre des contrats collectifs de travail.**
2. **Problème de l'ouverture et de la fermeture légale des commerces, qui doit être résolu sans enfreindre le principe constitutionnel de la liberté du commerce et de l'industrie.**

A la lecture de votre article, il semble que les acheteuses présentes au débat aient admis sans discussion qu'une réduction des heures d'ouverture des magasins s'imposait et qu'elles n'avaient plus qu'à se prononcer sur les jours et les heures de fermeture des magasins. Il est parfaitement compréhensible et légitime que le personnel de vente revendique la semaine de cinq jours qui a tendance à se généraliser. Nous vous signalons à ce propos que la Fédération neuchâteloise des Sociétés de détaillants qui groupe un millier de commerces a signé avec la SSEC et la FCTA un contrat collectif fixant la durée du travail du personnel à quarante-cinq heures par semaine au maximum dès le 31 décembre 1965 en précisant que le personnel a droit à deux demi-journées ou à une journée libre par semaine, ce qui correspond bien à la semaine de cinq jours.

Il ne viendrait à l'idée de personne de demander que le personnel des hôpitaux, des hôtels, des restaurants, des transports publics, des stations d'essence ou des cinémas, soit mis au bénéfice de la semaine de cinq jours en décrétant la fermeture de ces établissements le samedi et la cessation de toute activité ce jour-là !

La constatation « que les ouvrières et les paysannes entre autres salueraient une mesure ramenant progressivement » la fermeture complète des magasins d'alimentation le samedi après-midi, constitue certainement une généralisation hâtive. Passe encore si l'on disait que les ouvrières et les paysannes s'accommoderaient d'une fermeture des commerces alimentaires le samedi après-midi pour autant qu'elle soit nécessaire.

Si les difficultés de recruter le personnel vendeur provenait essentiellement des heures de travail du samedi après-midi, ce ne serait ni les ouvrières, ni les paysannes qui salueraient la fermeture du samedi après-midi, mais bien les commerçants eux-mêmes. Or, ni la Fédération neuchâteloise des sociétés de détaillants, ni l'Association des grands magasins, ni la Société coopérative Migros n'ont jamais demandé une telle mesure qu'ils jugent contraire à l'intérêt des consommateurs. Lorsque Mme Humbert-Droz aborde l'idée de l'ouverture des magasins un soir dans la semaine pour compenser les heures de fermeture du samedi après-midi il n'est pas étonnant que cette idée n'ait pas eu d'écho. Le problème est mal posé : il ne s'agit pas d'un problème de compensation des heures de travail, mais d'offrir aux consommateurs une possiblité d'acheter tranquillement et peut-être en famille certains objets qui demandent réflexion, essayage, démonstration, etc., et tout cela en dehors de la cohue et des bousculades du samedi ou des autres jours entre 17 h. 30 et 18 h. 30. Il est curieux que les ouvrières, les employées et les paysannes, qui sont à la tâche toute la journée, ne voient pas là une possibilité intéressante. Et pourquoi ne pas laisser la porte ouverte à un essai, d'autant plus qu'il n'est pas du tout certain que les commerçants y trouvent un intérêt, si le public ne modifie pas ses habitudes. Au surplus, précisons que l'ouverture de certains magasins un soir par semaine peut fort bien s'effectuer sans préjudice pour la durée du travail du personnel.

Lorsque Mme Humbert-Droz écrit qu'il est indispensable de prévoir un système de rotation entre les magasins d'une même branche qui ferment le même jour afin de permettre à la clientèle de se ravitailler le jour de fermeture, c'est méconnaître totalement les réalités économiques. Si la chose est encore possible pour les pharmacies qui sont des commerces relativement peu nombreux relevant d'une profession bien réglementée, la rotation devient impossible dans la plupart des autres cas. Comment établir une rotation équitable entre des éléments aussi différents que des grands magasins à rayons multiples, des supermarchés, des magasins à succursales multiples et une foule de petits commerces. Entre la théorie et la pratique il y a parfois un abîme que nos concitoyennes averties ne sauraient ignorer. Un point où nous ne pouvons pas du tout suivre l'auteur de l'article est celui qui parle des autres mesures qui devraient accompagner les recommandations des soi-disant acheteuses : « Il s'agit en particulier de l'application généralisée de la semaine de cinq jours tant dans les écoles que dans les usines et les bureaux, corollaire indispensable à la fermeture des magasins le samedi après-midi. » En tant que commerçants au service des consommateurs et plus particulièrement de ces acheteuses que vous prétendez représenter, nous protestons contre le procédé qui consisterait à contraindre par la loi les commerçants à fermer les magasins le samedi après-midi pour justifier ensuite l'application généralisée de la semaine de cinq jours dans les usines, les bureaux et les écoles. Nous ne saurions mettre la charrue devant les bœufs.

En terminant, nous aimerions demander aux acheteuses qui ont eu l'honneur de siéger au Château de Neuchâtel de ne pas oublier qu'elles sont à l'occasion :

1. **Le touriste ou l'automobiliste qui profite du week-end pour découvrir son pays et qui aime bien trouver des commerces ouverts dans d'autres localités pour acheter ou compléter le piquenique ou pour rapporter un objet, un souvenir.**
2. **La femme d'un bricoleur qui consacre son samedi aux occupations les plus variées qui nécessitent du matériel, des outils et des fournitures qu'il n'a pas le temps de se procurer en semaine.**
3. **La femme qui travaille cinq jours par semaine et qui aimerait faire tranquillement des achats de vêtements ou de chaussures pour ses enfants.**
4. **La femme qui aimerait choisir, avec son mari, un meuble ou un appareil ménager.**
5. **La femme qui habite en dehors d'un centre d'achat et qui, à la sortie du travail, est tenue, par un horaire de train ou d'autobus qui ne lui laisse pas de temps pour faire des achats.**
6. **La mère de famille qui doit faire tous les gros travaux de ménage le samedi et qui préfère encore que ses enfants aillent à l'école le samedi matin plutôt que de traîner dans la rue.**

Les méthodes de vente et de travail dans le commerce ont beaucoup évolué ces dernières années ; ce n'est pas une raison, à notre avis, pour dévaloriser la notion de service à la clientèle qui a déjà subi bien des atteintes qu'une diminution des heures d'ouverture des commerces imposées par la loi ne manquerait pas d'aggraver encore.

Par ces quelques considérations, nous espérons avoir apporté une contribution objective à l'étude d'un problème qui devrait passionner toutes vos lectrices mais qui ne peut être résolu que par l'examen approfondi de tous les aspects de la question.

Fédération neuchâteloise
des sociétés de détaillants

Un petit commerce distingué !

Décidément, la mode s'en répand chez nous et dans la meilleure société. Un jour, vous êtes invitée à un thé. Votre hôte ajoute cependant, à votre surprise, qu'il y aura une petite démonstration.

Le jour venu, vous voilà au milieu d'un cercle de connaissances. On vous offre de petits gâteaux. Après le thé, une personne, que vous ne connaissez pas, fait une démonstration des boîtes soi-disant extraordinaires pour votre frigo. Vous n'en avez nul besoin et cependant vous êtes là, très gênée : on vous a offert le thé et vous connaissez votre hôte de si longue date ! Comment refuser ? Vous pensez pouvoir vous risquer pour une toute petite commande, histoire de faire un geste. Aïe, les fameuses boîtes ne se commandent que par série complète et vous en avez pour 30 fr.

30 fr. pour une marchandise dont vous n'avez pas l'emploi, c'est cher !

Le colportage se fait-il maintenant à domicile, de façon chic, dans les thés de dames ?

Mauvais achat pour les malheureuses qui se sont laissé prendre au piège de la carte forcée, mais bonne affaire pour ceux qui lancent cette nouvelle forme de vente dont le chiffre d'affaire échappe certainement au contrôle.

Employer des acheteuses pour en convaincre d'autres, moyennent un petit dédommagement, c'est astucieux ! Allons-nous vraiment nous laisser prendre, nous aussi ?

Mais que penser des dames « bien » qui se prêtent à cela ? Mesurent-elles le tort qu'elles font aux commerçants qui payent leurs impôts, supportent des loyers souvents élevés et doivent assurer la paye de leur personnel ?