**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:** 54 (1966)

**Heft:** 69

**Artikel:** Automobilistes : la "Super" est un luxe !

Autor: Vuilleumier, Hervé

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-271509

## 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:** 15.07.2025

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

ses produits, ses prix, son pouvoir d'achat

## Automobilistes: la "SUPER" est un luxe!

Nous vivons une curieuse époque : de tous les côtés, on se plaint de la vie chère, mais le consommateur est trop souvent le premier à vouloir « ce qu'il y a de mieux » (c'est-à-dire le plus cher). Cette façon de procéder est particulièrement à la mode dans le domaine de l'automobile. De nombreux constructeurs font figurer à leur tarif un « modèle standard » qui vaut souvent plusieurs centaines de francs de moins que le modèle « lux» ». Néammoins, seul ce dernier se vend, personne ne voulant se contenter de quelque chose « d'économique » qui pourrait nuire à son « standing ».

### Super ou normale?

Super ou normale?

Le problème se corse encore plus dans le domaine du carburant: la consommation de «super» ne fait qu'augmenter, jusqu'à atteindre aujourd'nui 60 % de la consommation totale des voitures de tourisme, alors qu'il est admis qu'au maximum 30 % des voitures en circulation ont réellement besoin de super-carburant! Les raisons de cet engouement pour la super sont d'ordre commercial et subjectif.

Du côté commercial, il est évident que tous les garagistes et les pompistes ont le plus grand intérêt à conseiller la «super» à leurs clients: leur marge est supérieure à celle qu'ils perçoivent sur la «normale».

Côté subjectif, les arguments employés per les garagistes ont vite fait d'influencer l'automobiliste.

"normale". Colé subjectif, les arguments employés per les garagistes ont vite fait d'influencer l'automobiliste. En effet, on lui pariera de «meilleures reprises », de «moindre consommation» ou d'«encrassement diminué dans le moteur ». Etant donné qu'aucun automobiliste n'est outillé pour contrôler ses «meilleures reprises » avec des chronomètres, que personne ne peut enlever la culasse de son moteur pour en vérifier l'encrassement et qu'enfin très rares sont ceux qui calculent exactement leur consommation, la grande majorité des conducteurs se fie aveuglément à ces arguments et y croit pour finir en toute bonne foi !

## Comment faire son choix

Comment faire son choix

En conclusion, qu'y a-t-il lieu de préconiser aux automobilistes pour leur éviter ce gaspillage de 5 centimes par litre d'essence?

La seule preuve évidente qu'une voiture a effectivement besoin de « super» est qu'avec de la normale» se produit ce qu'on a appelé le « cliquetts» lors d'accélérations à bas régime.

Nous suggérons à tous les automobilistes disposant de voitures de grande série de faire des essais prolongés avec de l'essence normale, en notant soigneusement leur consommation et en restant très attentifs au comportement de leur véhicule, Encore une fois, seule une voiture sur trois au maximum a besoin de super-carburant. De plus, et pour plus de soreté, chaque automobiliste peut s'adresser à l'importateur de sa marque pour lui demander si ce dernier préconise de la super ou de la normale. L'importateur n'ayant pas le même intérêt que le garagiste à recommander systématiquement la super pourra répondre plus objectivement à ces demandes.

De toute manière, l'amélioration des carburants vaut la peine que chacun tente l'essai, car pour une voiture consomment 10 litres avs 100 km et nac-

be toute maniere, raintendation des carburants vaut la peine que chacun tente l'essai, car pour une voiture consommant 10 litres aux 100 km et parcurant 18 000 km par an (moyenne suisse), l'éconemit réalisée se montera à Fr. 90—, soit largement le prix d'un pneu, par exemple.

Hervé Vuilleumier.

## Nos lecteurs nous écrivent

# Boulangerie: augmentation 50°/o

Madame.

Le 1er novembre, les boulangers ont décidé d'augmenter de 5 cts le prix de la livre de pain blanc. En ce qui concerne les petits ballons à 10 cts., le prix en a été porté, non pas à 11 cts mais à 15 cts ce qui correspond à une majoration de 50 %!

Et dire que nos autorités recomman-dent de lutter contre l'augmentation du coût de la vie!

Avec mes meilleures salutations.

Marguerite Gysin.



# Surgélateurs



Nos étés ont beau ne pas être chauds, rares sont les gens qui se passeraient de frigo. A défaut d'armoire frigorifique particulière, on emprunte le congélateur collectif. En France voisine, on est en pleine « affaire des surgélateurs gratuits », la Défense et Information du Consommateur (UFIDEC) ayant qualifié e système de vente d'aliments surgelés avec placement gratuit d'un surgélateur de « nouvelle duperie pour le consommateur ». Même en Belgique, dans la région bruxel-endémie en Belgique, dans la région bruxelépidémie en Belgique; dans la région bruxel-loise, une firme introduit dans son mode de vente un élément nouveau: l'infraction aux dispositions sur la vente à tempérament. Elle offre des contrats assurant aux acheteurs de surgelés la propriété d'un surgélateur dans un délai de deux ans, et cela sans bourse délier l Il s'agit, en fait, de ventes à tempérament déguisées (illégales, évidemment), comportant

de sérieux dangers pour l'acheteur.

Nous avons voulu savoir ce qui se faisait
en Suisse dans ce domaine. C'est ainsi que nous avons contacté l'une de nos grandes maisons fabriquant des produits surgelés. « Le système français a-t-il cours également

en Suisse?

Mais bien sûr! Et sur une très grande échelle, encore!

- Les Français ont l'air de trouver que c'est une duperie pour le consommateur...

— Ils ont tort. Nous sommes sous contrats de prêt à usage. C'est légal. Et d'ailleurs, c'est entré dans les mœurs. Si nous refusons ce sysentré dans les mœurs. Si nous refusons ce système de vente à nos clients, ils iront s'adresser à une autre firme. L'habitude est prise. On ne peut plus s'arrêter... D'ailleurs, si le public n'était pas satisfait de ce système, il ferait l'achat d'une installation. Le nombre considérable de congélateurs gratuits (en Suisse, on appelle cela « congélateurs », et non « surgélateurs ») que nous plaçons par année est la preuve que c'était un besoin... Il nous arrive de vendre nos congélateurs, à des prix plus avantageux que ceux fixés par les commerçants, mais nos clients préfèrent qu'on leur prête le congélateur.

- Et qu'exigez-vous en contrepartie?
- La vente exclusive de nos produits par

le restaurateur ou le commerçant où nous avons placé gratuitement notre appareil. Mais nous retirons cet appareil si le chiffre d'affainous retirons cet appareil si le chiffre d'affaires du client en question ne dépasse pas 400.—
ou 500.— fr. En fait, il doit nous acheter
pour 800 à 900 francs de produits, par année,
au minimum. Depuis que nous avons adopté
e système, nous n'avons presque plus besoin
de faire de la publicité... Malheureusement,
cette année, avec l'êté déplorable que nous
avons eu, nos bénéfices ont été réduits au moins
de 30 %. La vie est aussi dure pour nous, vous
savez. Ecrivez-le dans votre journal! »

## ... et produits surgelés

En général, les ménagères ne craignent pas

En général, les ménagères ne craignent pas de garder, quelques jours, dans le frigo, lait, légumes, viandes et fruits. En revanche, elles paraissent encore se méfier des produits surgelés. Et pourtant, le poisson surgelé est bien plus frais qu'une momie, et bien malin celui qui verrait une différence entre des épinards surgelés qu'on a réchauffés et des épinards frais cuits à l'eau. De plus, ces produits ont conservé presque intacts tous les éléments nutritifs (vitamines, sels minéraux, etc.).

Il est d'ailleurs curieux de constater que ce sont justement les citadins qui se méfient des produits surgelés, alors que les ménagères rurales les ont adoptés presque à l'unanimité (ne dénombre-t-on pas trois mille installations communautaire de congélation permettant de tirer parti des excédents de récoltes ?). Je crois que le fait est psychologique. La citadine a moins souvent que la paysanne l'occasion de manger des fruits frais et des légumes crus. Elle a tendance à comparer les produits surgelés aux produits en conserve, et elle a l'impression que ce serait un crime de donner à sa famille nêle de l'eir des villes duits surgelés aux produits en conserve, et elle a l'impression que ce serait un crime de donner à sa famille, pâle de l'air des villes, quelque chose qui ne soit pas frais. En réalité, les produits surgelés ne sont pas des produits morts. Je les comparerais même à ces personnes qui passent par l'hibernation artificielle pour se retrouver ensuite en pleine forme avec un regain de vitalité.

cicle pour se retrouver ensure en piene ror-me, avec un regain de vitalité. Evidemment, il y a des exceptions, des ac-cidents, par manque de précautions, par exem-ple. C'est que la «chaîne du froid » fait pas-ser les denrées par une longue succession d'o-

pérations, telles que préparation, conditionne-ment, emballage, surgélation, stockage à bas-se température à l'abri de l'air, transport au lieu de la consommation et entreposage dans les magasins. De multiples paires de mains, les magasins. De muitiples paires de mains, souvent pressées, s'occupent de ces denrées anonymes, dans toutes les villes du monde. En revanche, à la campagne, la ménagère contrôle elle-même toutes les étapes de sa propre chaîne du froid, ce qui lui donne entière confiance en les produits dont elle va nourrir les siens.

## Exigences européennes

C'est ce que remarque très justement notre confrère « Alimentation saine », qui, par la plume d'une hôtelier de Montreux interrogé lors d'un séminaire, nous fait part des désirs de l'hôtellerie à ce sujet, désirs qui sont, en somme, les exigences mêmes du consommateur en matière de congélation. Je cite : « A l'heure où le ravitaillement des communautés modernes va de plus en plus se faire par le réseau de la chaîne du froid, il ne s'agit pas d'imiter les Américains avec vingt ans de re-tard. Il serait faux de vouloir introduire à tard. Il serait ratux de vouloir introduire a totu prix chez nous des produits qui ne conviennent ni à nos habitudes alimentaires, ni à nos exigences de qualité. Il faut, au contaire, prendre une nette position de départ et s'adapter au goût des populations européennes.

Et quel est ce goût propre à l'Europêen?
Eh! bien, nous n'aimons pas le « cuisiné d'a-

# le gaz est indispensable

vance », les mélanges, les « papettes », la cui-sine de cantine, les repas en série. D'ailleurs, comment font donc les Américains pour que, lors de la décongélation de leurs mixtures

comment tont donc les Americains pour que, lors de la décongélation de leurs mixtures, les sauces ne se séparent pas, les pommes de terre ne prennent pas le goût des autres aliments, l'intérieur de la viande n'ait pas tendance à rester froid, etc., etc. ?

Notre palais est plus difficile. Nous préférons que les produits surgelés soient des produits naturels que nous pourrons apprêter ensuite à notre goût, avec sobriété ou fantaisie, en assaisonnant, à notre convenance, ni trop, ni trop peu.

Il est, en outre, nécessaire de congeler les aliments par les procédés permettant une baise très rapide de température. L'idéal, c'est l'azote liquide à —196° C, qui congèle rapidement et totalement jusque dans les structures cellulaires du produit, éloignant ainsi tout risque de formation de ces cristaux qui déchirent les parois.

Au surplus, stockage, transport et entrepo-

rent les parois.

Au surplus, stockage, transport et entreposage dans les magasins doivent se faire à une température inférieure à —20° C, faute de quoi on ne tardera pas à déplorer rancissement, oxydation, altération. (Par mesure de sécurité, on s'est proposé d'entourer les produits surgelés d'un ruban imprégné d'un sel changeant de couleur quand la température changeant de couleur quand la température atteint la cote d'alarme.)

Enfin, tous les produits devraient présenter une date limite de consommation pour la bon-ne raison qu'ils ne se conservent, surgelés, pas au-delà de 8 à 12 mois environ.

On pourrait même les emballer par petites quantités, sous forme de portions individuel-les séparées, ce qui éviterait le gaspillage ou le gavage (« Il faut absolument tout manger maintenant, sinon c'est quand même per-

Les avantages des produits surgelés ? Repas rapidement préparés, sans peine ni travail fastidieux (épluchage, lavage, cuisson), alimentation variée toute l'année, et saine aussi.

### **PUBLICITÉ ABUSIVE**

Le mois passé, nous demandions à nos lec-teurs de nous signaler tous les cas de publicité abusive dont ils pourraient avoir connaissance. En voici un que nous signale un lecteur et qui est tout à fait dans le style de celui mentionné il y a un mois.

INVITATION A TOUTES LES MÉNAGÈRES DE 2610 ST-IMIER / JB
POUR UNE COURSE EN AUTOCAR, JEUDI, LE 20 OCTOBRE 1966, AVEC LUNCH GRATUITS ET SANS ENGAGEMENT

Cette course ainsi que le lunch sont offerts par la maison R. MORAUD de Zurich et les participants n'auront à payer que les boissons

Vous avez la possibilité de vous faire ac-compagner par les membres de votre famille (adultes) ou par des connaissances. La course est gratuite pour tout le monde. Ces courses se font dans des autocars lu-

xueux et confortables de 13.30 à 18.30 h environ. Nous espérons que vous serez nombreuses à vous inscrire. Vous voudrez bien le faire au moyen du bulletin d'inscription cidessous, qui devra être déposé ou envoyé aussi vite que possible à

vite que possible a (Ici, quatre noms de personnes de St-Imier.) Départ de St-Imier, jeudi, le 20 oct. 1966 à 13.30 h précises sur la place de la gare.

Bulletin d'Inscription	
Nom et prénom :	
Adresse:	
Nombre des parti-	
cipants: Signature:	

Ce système de vente ne fleurit pas que chez nous, si l'on en croit la revue belge UFIDEC qui, dans son dernier numéro, consacre à cette méthode un article intitulé «Un test sur les matelas thérapeutiques», dont voici

Eh oui, il suffit, ce qui n'est guère difficile, de s'adresser aux administrations communales, aux commissions d'assistance publique, pour contacter une clientèle que l'on pourra tondre et exploiter sans vergogne.

Comment?
Voici la recette.
Le service «Public relations» récolte les adresses
des groupements de pensionnés auprès des administrations communales, s'efforce de convaincre un
échevin, assiège un président d'Assistance publique
et finalement envoie à un mandataire public, ou un
dirigeant d'association une lettre du style suivant :
«Nous avons le plaisir de mettre à votre disposition 45 billets pour une excursion entièrement gratuite (diner compris), réservés àux membres de voite
organisation.

uulte (dîner compris), réservés aux membres de votre organisation de la compris), réservés aux membres de votre organisation de la companisation d

Suit une comparaison des matelas théra-peutiques valant de 1950 à 2200 fr. belges (environ 200 fr. suisses) portant sur la résis-tance à l'humidité, la résistance mécanique, l'examen constructif, l'incombustibilité des

Dans ses conclusions, UFIDEC écrit :

Dans ses conclusions, UFIDEC écrit:

Il est bien connu que la chaleur soulage les douleurs des rhumatisants. Partant de cette observation
banale des commerçants astucieux ont lancé sur le
marché des couvertures chauffantes de petites
dimensions auxquelles ils prétent des vertus thérapeutiques et médicales. Le processus de vente,
admirablement organisé, repose essentiellement sur
l'exploitation du désir des personnes âgées, des
rhumatisants ou des malades en général de soulager et même de guérir leurs maux. Ceci se traduit
par les séances de cinéma gratuite et les excursions
gratuites également, destinées notamment aux pensionnés.

gratultes egaetinent, destriese indicamment aux por-sionnés.

On doit regretter qu'un médecin d'Anvers ait accepté de superviser la réalisation d'un film qui a été largement utilisé, pour conditionner le public et ainsi permettre à des individus douteux de vendre par milliers de banales couvertures chauffantes dont le prix est trois fois trop élevé.

Les personnes qui se laissent prendre à ces pro-cédés dépensent 1300 à 1500 fr. de plus que pour une couverture chauffante d'excellente qualité ven-due dans les magasins spécialisés. Elles auront ainsi payé bien cher l'excursion qui leur était pour tant offerte... gratultement.

## Le séchage du linge n'est plus un problème !

En 2 à 3 minutes : 10 kg, de linge mouillé prêts à repasser. Toute la contenance d'une machine à laver est essorée à la fois! Pour les grosses et petites lessives. Se place aisément n'importe où : évier, baignoire vide ou claie pour baignoire, etc. Fr. 186.— seulement pour cette essoreuse électrique déjà vendue par dizaines de milliers. Demandez le prospectus gratuit au fabricant :



SATURN S. A. - 8902 URDORF ZH