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: 56 (1968)

Heft: 85

Artikel: Il y a un an...

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-271990

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: 16.07.2025

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

la page de l'acheteuse

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

Les «actions» avantage réel?

Je ne crois pas que le terme soit bien choisi pour désigner ces soudaines ventes en gros et au rabais, dans la plupart de nos magasins, grands et petits. Le dictionnaire précise: «Fait de produire une œuvre, un résultat. Tout ce que fait l'homme. Petit combat. Titre émis par une société commerciale et donnant droit de participer aux bénéfices et aux assemblées générales ». Peut-être est-ce cependant un peu de tout cela : une bonne œuvre (on nous accorde un rabais !), un petit combat que la modicité des prix affichés livre à notre désir de ne pas nous laisser tenter, et, pour nous, un bénéfice de quelques centimes réalisé dans cette véritable assemblée de ménagères qu'est une boutique. Mais il faudrait parler de «ventes-réclames » plutôt que d'« actions ». Ce serait plus juste et plus français.

L'Institut suisse d'opinion publique a déterminé, par un sondage, quelles étaient l'opinion et la réaction des femmes à l'égard des « actions » en général. Pour la plupart, les ménagères n'ont pas su se souvenir de la marque des produits qu'elles avaient achetés lors d'une vente-réclame. Il faut donc croire que l'« action » en elle-même n'est pas un si sûr moyen de publicité. La ménagère achète parce que ce n'est pas cher, mais ensuite, elle ne se rappelle plus ce qu'elle a acheté...

En outre, ces dames ont estimé, en majorité, que c'est pour les bons produits qu'on organise des ventes au rabais, alors que j'aurais parié qu'on offre en « action » des marchanchandises menaçant de se gâter... Quand un article s'écoule bien, il n'y a pas besoin de le vendre au rabais !

Enfin, à la question : « A votre avis, quelles sont les définitions qui conviennent le mieux à une « action » ?, mes consœurs ont répondu que l'action fait connaître un nouveau produit (39 %), qu'elle augmente les ventes d'un produit (39 %), quelle permet de liquider rapidement des articles en stock (35 %), qu'elle fait faire à la ménagère des achats bon marché (30 %) et qu'elle nous donne la possibilité d'essayer la qualité d'un nouveau produit à un prix avantageux (24 %). (A noter que si le total des réponses dépasse 100 %, c'est que plusieurs femmes ont donné plusieurs définitions.)

Le point de vue du petit commerçant

Dans un magasin de la place, spécialiste des bons fromages, la gérante mène rondement une vente-réclame de « Fontal », lequel n'était déjà pas dans la catégorie des fromages chers...

— Votre action a-t-elle du succès ?

— Certes, oui, beaucoup. Dès qu'ils s'aperçoivent qu'ils peuvent acheter meilleur marché que d'habitude, les gens n'hésitent pas.

— Y trouvez-vous votre compte, rabais compris ?

— Bien sûr ! Si ce n'était pas le cas, nous ne ferions pas une « action » par semaine...

— Comment donc réagit la ménagère ?

— Elle se laisse d'abord tenter par le produit proposé en action, puis elle fait connaissance de notre maison, voit d'autres produits, se laisse encore tenter... et revient le lendemain !

— En somme, l'action sur un produit non seulement fait connaître ce produit, mais encore d'autres produits, et la maison qui les vend...

— Exactement.

— Est-ce vous qui organisez toujours ces ventes spéciales ou est-ce le fabricant ?

— Tantôt l'un, tantôt l'autre. Par exemple, chaque année, le fabricant des « Petits pâtres » français nous demande de faire une « action » de ce produit.

— N'est-ce pas un fromage déjà fort connu ?

— A vrai dire, ce n'est pas pour le faire connaître qu'on le met en vente de cette façon, mais bien pour le rappeler au bon souvenir des clients qui auraient tendance à l'oublier.

— Je suppose que les gens viennent chez vous, attirés par les « Petits pâtres », et ressortent avec, sous le bras, non seulement du fromage français, mais encore du suisse...

— Cela arrive très souvent, c'est vrai.

— Vous arrive-t-il de lancer une « action » pour liquider un stock en voie de corruption ?

— Non. Chez nous, la marchandise est toujours de première fraîcheur. Mais, quand il y a des erreurs d'envoi, nous devons alors liquider à tout prix le surplus. Par exemple, l'autre jour, nous avions commandé en France un certain nombre de petits fromages qui nous sont parvenus en boîtes de deux pièces chacune. Comme il y avait autant de boîtes que nous avions commandé de fromages et que nous proposions au fabricant de lui retourner la moitié de cette marchandise, il a trouvé plus simple que nous la gardions ici et que nous l'écoulions en la vendant moins cher. D'où une nouvelle « action »...

Le point de vue du grand magasin coopératif et de la cliente

— Il nous arrive, à nous, de liquider un stock de marchandise périssable, mais bien avant qu'elle ne périsse... Tenez, nos sérés à la mandarine n'ont pas tous été vendus, et leur délai de vente (et pas de consommation, j'insiste, car les clients ont la possibilité de les garder encore quelques jours chez eux, au frigo) se termine ce soir. Alors, nous avons organisé cette action. Mais si, malgré celle-ci, nous ne parvenons pas à écouler ce petit stock avant ce soir (ce qui nous étonnerait beaucoup !), nous n'insisterions pas : les sérés restants seraient retirés immédiatement du commerce, bien qu'ils soient encore excellents...

(Là, je dois avouer que le gérant de ce grand magasin disait la vérité. Je n'ai mangé ce séré en action que le lendemain : il était délicieux, et je n'ai pas été malade...)

— Mais vos « actions » sont-elles toujours dictées par une nécessité ?

— Pas le moins du monde ! Au début de chaque nouvelle année, toutes les « actions » sont prévues et fixées pour les douze mois à venir, et, au fur et à mesure, des rations doubles de marchandises sont commandées en fabrique en prévision de chaque vente-réclame annoncée par la direction. En outre, nous organisons aussi des « actions » pour faire connaître de nouveaux produits, par exemple des fruits exotiques...

— ... Tels que ces ananas de la Côte d'Ivoire qu'un temps vous vendiez 2 francs pièce ?

— Oui. Et je suis sûr que vous en avez acheté...

— Naturellement ! 2 francs pour un ananas entier, que je n'aurais jamais songé à acheter autrement qu'en boîte! C'était une aubaine, une occasion unique ! Le goût en était d'ailleurs exquis. Je me demandais comment il se faisait que des fruits exotiques aussi juteux et aussi sucrés et venant de si loin fussent si bon marché...

— Et maintenant qu'ils sont à 3 fr. 50 pièce, en rachèterez-vous ?

— Non, parce que, même si c'est bon, c'est redevenu un luxe...

Le point de vue de la ménagère

La ménagère, en général, achète au plus près de sa bourse. Si on lui présente n'importe quel produit à un prix inférieur, elle se laisse presque toujours tenter. («C'est toujours cela de pris à l'ennemi », s'est écrié un joyeux loustic qui accompagnait sa femme en courses.) En revanche, ce sont les femmes les plus aisées qui se décident à prendre deux boîtes à la fois de légumes ou de fruits, en action avec rabais sur les deux pièces (quand ce n'est pas sur les trois pièces !). La ménagère aux cordons de bourse trop serrés, qui vit et achète au jeur le jour, préférera la boîte unique, même si on lui fait un prix spécial pour deux ou trois boîtes. Elle aurait autrement l'impression d'acheter pour acheter et de gaspiller. Mieux vaut, n'est-ce pas, un boîte de légumes par jour, accompagnée d'un morceau de viande, que trois boîtes de légumes à acheter à la fois et pas assez d'argent pour le bifteck du jour ! Ce sont les gens fortunés qui peuvent stocker.

Mais, en général, les femmes aiment les « actions », qui leur donnent l'impression de « faire une affaire ». Après l'achat, elles se sentent plus riches ! On peut donc dire que, quand il y a vente-réclame, il y a bénéfice des deux côtés. Chacun y trouve son compte : la maison qui organise l'« action » vend beaucoup plus que d'habitude, et la ménagère qui s'approvisionne aux « actions » se nourrit meilleur marché. Peu d'entre elles pensent qu'il vaudrait mieux que les prix baissent. Un produit au prix stabilisé ne donne pas l'impression de faire une affaire. Les fabriquants le savent bien ! Si l'acheteuse veut que cela change, il faudra qu'elle change beaucoup elle-même.

L'Helvétie.

Une question:

Café décaféiné: danger?

Des professeurs de l'Université de Genève ayant fait état des dangers que présenterait le café décaféiné pour les consommateurs, et la presse s'étant saisie de la chose, Mme Geneviève Jovignot, députée au Grand Conseil de Genève, a demandé au Conseil d'Etat s'il y avait lieu d'ajouter foi à l'information selon laquelle l'une des méthodes d'élimination de la caféine (celle où l'on traite les grains verts humides avec un solvant appelé trichloréthylène) pourrait provoquer la formation de composés toxiques capables de dérégler la répartition des globules rouges et blancs, et quelles sont éventuellement les mesures prises ou envisageables pour la protection du consommateur.

La réponse du Conseil d'Etat

« Le problème soulevé par Mme Jovignot relève de l'ordonnance fédérale réglant le commerce des denrées alimentaires et de divers objets usuels. L'application de ces dispositions légales appartient aux cantons. A Genève, l'autorité compétente est le service du contrôle des denrées alimentaires. L'article 294, alinéa 5, de cette ordonnance précise : « Le café décaféiné ne doit pas contenir de reste des substances employées pour en extraire la caféine ».

Les solvants organiques utilisés pour extraire la caféine sont nombreux : ce sont, par exemple : la benzine, le pentate, l'acétone, l'isopropanol, l'acétate d'isopropyle, le chloroforme, le tétrachlorure et le dichloréthylène, les deux derniers étant les plus couramment utilisés. Mais il est difficile d'éliminer les dernières traces de solvants après élimination de la caféine. Les cafés décaféinés contiennent tous, quel que soit le solvant utilisé, des traces résiduelles de solvant. Il est également difficile analytiquement de doser ces traces résiduelles. Le laboratoire cantonal avait mis au point une méthode sensible. Actuellement, d'autres méthodes encore plus sensibles sont appliquées.

Le service fédéral de l'hygiène publique, après avis de l'Association suisse des chimistes cantonaux, a admis comme teneur limite maximale 20 milligrammes de chlore par kilo de café. Si l'on admet qu'il faut 8 g de café en poudre pour une tasse de café, la concentration limite maximale s'élèverait à 0,00016 milligramme de chlore, c'est-à-dire, exprimée en trichloréthylène, 0,00019 milligramme.

Il a été aussi démontré que, lors de la préparation de l'infusion, une partie importante des traces de solvant est évaporée. Ainsi, une infusion préparée selon les méthodes ménagères, avec un café sans caféine contenant 1,18 mg de chlore, a permis d'identifier dans l'infusion 0,05 mg, soit 4 % environ de la quantité présente dans le café original. Ces quantités doivent donc être considérées comme négligeables, même dans le cas de cafés contenant les doses tolérables maximales admises par les dispositions légales suisses.

Le laboratoire cantonal de chimie procède au contrôle systématique des cafés décaféinés, tant du point de vue des teneurs maximales en caféine que des teneurs résiduelles en solvant. Ainsi, **lors des contrôles effectués sur 56 cafés décaféinés : 39 contenaient entre 0 et 5 milligrammes de chlore par kilo, 10 contenaient entre 5,5 et 10 milligrammes de chlore par kilo, et 7 contenaient entre 11 et 20 milligrammes de chlore par kilo.**

Il est probable qu'avant la mise au point des méthodes sensibles, certaines teneurs anormales aient été constatées, mais, actuellement, un effort est fait par l'industrie suisse pour ne mettre sur le marché que des produits satisfaisants. D'autre part, le contrôle des denrées alimentaires surveille ces produits afin que les prescriptions fédérales en la matière soient respectées.

Il est certain que la consommation d'infusions de café décaféiné présentant des concentrations élevées en solvants chlorés tel que le trichloréthylène pourrait présenter des inconvénients pour la santé. Mais il n'apparaît pas que les produits mis actuellement sur le marché puissent présenter de tels inconvénients. »

Un chimiste nous rassure

Pour en avoir quand même le cœur net, nous avons demandé l'avis d'un chimiste du Laboratoire cantonal et contrôle des denrées alimentaires de Lausanne :

— N'y a-t-il vraiment aucun danger pour les gros consommateurs de café décaféiné que sont les malades, les vieillards, les nerveux, et pour les petits consommateurs de café décaféiné que sont les enfants, qui veulent aussi boire leur café (comme Maman) et à qui l'on ne permet pas le café pur ?

— Il n'y a aucun danger, je vous le promets. Certes, il ne devrait rester aucune trace de chlore dans le café décaféiné, mais c'est une chose quasi impossible à réaliser. Quoi qu'il en soit, la quantité infinitésimale de chlore que l'on y trouve est beaucoup trop infime pour qu'elle puisse présenter un danger quelconque, même si le consommateur est un très grand amateur de café décaféiné. Tenez, jugez vous-même : on compte, en moyenne, 5 g de café par tasse. Alors, même si un consommateur absorbait un kilo de café par semaine — ce qui représente 200 tasses — il n'aurait avalé, par la même occasion, que 2,85 milligrammes de chlore par jour, au cas où ce café contiendrait 20 milligrammes par kilo ! Or, vous n'ignorez pas que, dans tous les grands réseaux, comme Genève et Lausanne, par exemple, tout le monde ne boit que de l'eau chlorée et ne s'en porte pas plus mal... »

L'Helvétie.

le gaz est indispensable

Quand se faire couper les cheveux?

Mon mari, qui travaille au dehors, ne rentre qu'à 19 heures, en semaine, et à 17 h. 30, le samedi. Samedi dernier, à 17 h. 30, comme il avait besoin d'avoir les cheveux coupés, nous avons téléphoné en vain à tous les coiffeurs de Lausanne, lesquels ferment **obligatoirement** à 17 heures. Que faire ? Comment font tous ces messieurs qui travaillent, au bureau ou en atelier ? Toutes les chevelures de la place sont-elles coupées entre 18 h. 15 et 19 heures, les jours ouvrables, et entre 14 et 17 heures le samedi ? Mais que doivent faire ceux qui travaillent au dehors et, au surplus, une partie du samedi après-midi ? Sont-ils destinés à devenir « beatniks » ou « hippies » à crinières ? Et les coiffeurs eux-mêmes ? Comment peuvent-ils gagner leur vie si leurs clients ne peuvent se libérer que trois quarts d'heure par jour ? A moins que les fonctionnaires aient le droit d'aller se faire coiffer au milieu de la journée...

Ne serait-il pas plus rationnel d'échelonner les congés des coiffeurs comme on échelonne les vacances ? Il y a bien des pharmacies de service... Pourquoi pas des coiffeurs de service, qui travailleraient jusqu'au samedi soir, à tour de rôle ?

De même qu'il y a pénurie de médecins, à Lausanne, chaque jeudi après-midi. Qu'arriverait-il si une épidémie éclatait, dans le chef-lieu vaudois, un jeudi à midi ?

L'échelonnement des congés, il n'y a que ça...

Une Lausannoise.

Il y a un an...

L'année dernière, au mois de juin, la guerre éclatait entre Israël et les nations arabes.

Chez nous, tandis que l'on se battait et que l'on mourait en Moyen-Orient, c'était la bataille des cornets de sucre et des litres d'huile. On n'a pas oublié la réaction affligeante des accapareurs qui, pour assurer leur petit confort, coururent acheter les denrées alimentaires par dizaines de kilos.

Peut-on lutter contre l'accaparement et l'affolement de la dernière minute ? Oui, si l'on suit l'appel du délégué à la défense nationale économique, autrement dit en ayant chez soi les provisions de ménage « officielles » (2 kg de sucre, 1 kg de riz, 1 kg de pâtes alimentaires, 1 kg de graisse, 1 litre d'huile par personne). Quoi qu'il arrive, l'on dispose de ce qu'il faut à la maison, même si le Conseil fédéral devait, pour une raison ou pour une autre, bloquer les ventes au détail durant quelques semaines. L'on ne répétera jamais assez que plus de la moitié de notre approvisionnement nous vient de l'étranger et qu'en cas de difficultés dans nos importations l'autorité fédérale devrait prendre des mesures sévères.