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: 62 (1974)

Heft: 1

Artikel: Le coin de la publicité... ridicule

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-273594

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

La page de l'acheteuse

La vente en salon particulier

Après l'émission « La femme qui travaille, situation conflictuelle », nous avons reçu un appel qui nous faisait part des doutes de son auteur, le voici :

« Je vous téléphone parce que je travaille. Ce n'est pas avec mon mari que cela crée un problème, mais vis-à-vis de moi-même, j'ai l'impression que mon travail n'est pas très « juste ». Je crois que la Fédération romande des consommatrices est contre. »

Mme S., Neuchâtel, 45 ans, enfants de 11 et 15 ans — le mari employé communal (voirie) rapporte, tout déduit, 1 400 francs — habite une villa, achetée pas cher et arrangée entièrement par le mari.

Les enfants et le mari rentrent à midi bien que la villa soit en dehors du centre.

Mme S. a eu une formation de nurse, autrefois, avant son mariage.

Depuis quelques années, elle est représentante-démonstratrice des produits Tupperware. Elle possède la carte rose des représentants de commerce (200 fr. dont elle n'a payé que 25 fr.). A une carte AVS. Aucune assurance payée par l'employeur ; elle travaille comme indépendante.

Elle organise une à deux séances par semaine et a un revenu moyen de 150 à 200 fr. par mois.

Tous les 15 jours elle assiste au « meeting » à Neuchâtel. Elle y retrouve les autres représentantes du canton et une spécialiste de la firme, et apprécie énormément l'ambiance.

Son travail lui plaît beaucoup, il est indépendant, propre, lui fait voir du monde. Elle ne pourrait plus rester seule à la maison et son gain « met bien du beurre dans les épinards ». « Quand je dois toujours dire « non » aux enfants, cela crée un malaise. »

Mais voilà ' démontrer les produits chez des hôtesses et prendre ensuite les commandes... c'est un peu la carte forcée. Pourtant elle est convaincue que les produits qu'elle vend sont bons, durables, utiles. « C'est quand même mieux que des produits de beauté. » Mais c'est aussi cher.

Ma réponse : **Vous participez à un système de vente qui « force » les clientes à acheter. Vous exercez un métier... Mais la personne la plus exploitée dans ce système, c'est l'hôtesse, ce n'est pas vous ; vous recevez votre pourcentage sur vos ventes comme toutes les démonstratrices.**

J. B-W, novembre 1973

Or, « Femmes suisses » avait déjà eu maille à partir avec la maison Tupperware, il y a environ huit ans.

Cette maison vend essentiellement des boîtes en plastique avec fermeture hermétique, permettant de conserver les « restes » au frigidaire, par exemple. A l'époque, nous avions procédé à une comparaison de prix avec les boîtes du même type vendues dans le commerce. Les produits Tupperware étaient beaucoup plus chers. Ils le sont toujours. Bien sûr, ils prétendent à une plus haute qualité.

Il en va de même pour les autres produits vendus par cette maison, qu'il s'agisse de seaux, de rouleaux à pâtisserie, de saladiers ou de baquets d'évier.

Mais, hélas, ne nous étonnons pas. Ce système de vente est prospère. Mentionnons aussi la maison Beverley qui vend des produits de beauté à domicile, coûteux, sans comparaison possible avec d'autres marques. Et cela marche. A qui faut-il s'en prendre si ce n'est aux consommatrices...

Mais revenons au problème de l'hôtesse que Mme Berenstein avait traité en son temps dans « Femmes suisses » sous le titre : Un petit commerce distingué !

Un petit commerce distingué

Une hôtesse apporte des précisions.

L'article paru dans la dernière page de l'Acheteuse de « Femmes suisses » n'a pas été apprécié de la Maison Tupperware qui, sans être nommée, était en fait visée. Cette firme fit une rapide enquête pour savoir qui avait osé mettre en doute ses méthodes de vente ; une démonstratrice, soupçonnée d'avoir mal fait son travail et surtout mal « préparé » son hôtesse, eut quelques difficultés. Or, l'hôtesse c'était moi ! et je pense utile d'expliquer dans ce journal quelle est cette nouvelle méthode de vente à domicile.

La firme ne possède pas de magasins mais seulement des bureaux et des salles de cours pour former et entraîner des démonstratrices. N'importe qui peut devenir démonstratrice ; après un training, celle-ci doit réaliser dans le premier mois, je crois, un certain chiffre d'affaires.

La démonstratrice reçoit un assortiment de toute la gamme des produits à vendre ; il s'agit en général d'objets en matière plastique avec fermeture hermétique destinés à recevoir des denrées alimentaires et que l'on met, entre autres, dans les frigos.

La présentation ne se fait pas dans un magasin ou sur le pas d'une porte. La démonstratrice — et c'est là l'originalité du système — doit trouver parmi ses amis et connaissances, une « hôtesse », c'est-à-dire une personne qui invitera chez elle, autour d'une tasse de thé et de petits biscuits, une douzaine d'autres amies pour assister à une démonstration qui se terminera, évidemment, par la distribution de bulletins de commande.

Les articles achetés sont payés à l'hôtesse immédiatement ou à la livraison.

La démonstratrice reçoit en argent le 25 % du chiffre d'affaires réalisé ; il fut chez moi de 157 fr. C'était peu. Il oscille en général entre 200 et 300 fr. (faites votre calcul !). L'efficacité de la démonstratrice est contrôlée par les fiches de commande qu'elle apporte chaque semaine et par le nombre de démonstrations qu'elle arrive à organiser. L'idéal c'est qu'à chaque démonstration une nouvelle hôtesse se propose pour continuer la chaîne.

Et l'hôtesse, direz-vous ? Tout le système repose sur **l'hôtesse** qui trouve la clientèle, fait elle-même les invitations, paye ce qu'elle offre à ses hôtes, reçoit chez elle l'ensemble des produits commandés, en devient en quelque sorte dépositaire, doit s'arranger pour que ses amies viennent les chercher, quand elle ne doit pas les livrer elle-même. Elle encaisse l'argent. Que reçoit-elle pour tout ce travail ? **8 % du chiffre d'affaires réalisé par ses soins, et non pas en argent mais en produits-cadeaux, selon un savant système de points-étoiles !**

Malgré les tâches multiples demandées à l'hôtesse et sa maigre rétribution, ce système de vente semble rencontrer en Suisse romande, dans la bonne société, un réel succès. On peut se demander pourquoi. Certes, cette technique de vente, déjà pratiquée aux Etats-Unis, est bien au point et sait utiliser au maximum à son profit, la psychologie féminine.

— Le bol en plastique devient l'occasion d'inviter des gens et de se faire inviter.

— Bien qu'on répète que personne n'est obligé d'acheter, lorsque vient la distribution des feuilles de commandes, les **personnes présentes se sentent moralement obligées d'acheter.** Quelle merveilleuse utilisation de la pression psychologique du groupe !

— Une fois l'objet acheté, **il faut assister à une nouvelle démonstration pour en acheter un deuxième,** compléter une série par exemple. Quelle perte de temps pour l'acheteuse !

— Ce qui est très astucieux, c'est de faire accomplir par des hôtesses pour une bien faible rétribution, **une véritable activité commerciale** (dépôt et livraison de marchandises, encaissement, etc.), dont on peut se demander si elle ne devrait pas être soumise à un impôt ? C'est là un problème qu'il serait intéressant de confier à un juriste.

On voit décidément mal les raisons qui peuvent inciter certaines dames à se prêter aussi naïvement à une telle activité !

Jacqueline Wavre

Note de la rédaction : Nous enregistrons avec intérêt les précisions apportées par Mlle Wavre. Elles montrent sans qu'il soit besoin de longs commentaires qu'il n'est pas souhaitable de voir se généraliser dans notre pays de tels systèmes de vente qui exploitent habilement l'inexpérience des hôtesses et de leurs amies.

Le coin de la publicité... ridicule

« Un jour, la maison vous paraît plus grande. Vous vous retrouvez « enfin seule avec lui ».
Comme à 20 ans, seulement, vous n'avez plus 20 ans. Votre beauté s'est enrichie de ces joies qui gonflent si fort la poitrine, de ces peines qui l'alourdissent si doucement.
Pour votre poitrine, aujourd'hui, il existe un nouveau soutien-gorge de maintien, « Certitude » (...)
Avec Certitude, votre poitrine est naturellement belle. C'est une assurance qui compte, quand vient le jour où l'on se regarde à nouveau l'un l'autre... »
Ce n'est pas plus compliqué que cela. Mais que pensez-vous de l'exploitation d'une situation à laquelle, en effet, toute femme ne songe pas sans une certaine appréhension ?

La jeunesse se jette sur de "nouvelles" drogues

Depuis peu, ce n'est plus le haschisch mais l'eau-de-vie qui est « in » auprès de la jeunesse américaine. Les services de la santé communiquent qu'ils doivent s'occuper maintenant d'alcooliques de 12 ans. Beaucoup de jeunes de 12 à 20 ans s'enivrent plusieurs fois par semaine. De ce fait, le danger que toujours plus de jeunes se ruinent la santé et deviennent dépendants de l'alcool est très grand.

Contrairement aux autres drogues, les jeunes peuvent se procurer de l'alcool sans grandes difficultés. Bien des fois ils n'ont qu'à ouvrir le bar de leurs parents...

Avant, les jeunes ne voulaient pas s'abstenir de drogues, car ils pouvaient à tout moment se référer à la consommation d'alcool de leurs parents ; maintenant, avec l'alcool, ils s'en laisseront encore moins dissuader, à moins que les parents ne leur donnent l'exemple de l'abstinence. Le « Newsweek » écrit à ce sujet : « Ici... le soutien des parents serait de grande importance. Mais la plupart des parents sont tellement soulagés que leurs enfants ne prennent plus de drogues que, par une tolérance tout à fait déplacée, ils ne voient pas que l'alcool est une drogue avec un potentiel très grand de toxicomanie ».

En République fédérale allemande, les médecins spécialisés dans le domaine des drogues et les centres d'information pour toxicomanes constatent un développement semblable à celui des Etats-Unis. Les alcools forts qui, il y a peu de temps encore, étaient dédaignés comme « stupéfiants des vieux », sont consommés de plus en plus par la jeunesse. La « bouteille est plus facile à atteindre et, au surplus, meilleur marché ».

Mais : drogues dures ou alcools forts — les suites sont, surtout pour l'être jeune, une catastrophe.

SAS

La Suisse et l'année internationale de la femme

Congrès féminin de janvier 1975

Thème : La collaboration dans l'égalité

La grande rencontre des femmes suisses pour fêter le début de l'année internationale de la femme se prépare activement.

Le 17 décembre à Olten, la communauté de travail groupant les associations participantes au Congrès a approuvé le choix des thèmes et le premier budget global. C'est sous le signe de la participation (Partnerschaft que près de 5000 femmes sont censées se rencontrer les vendredi 17, samedi 18 et dimanche 19 janvier 1975 à Berne. Objectif : atteindre Madame Tout-le-Monde, lui faire prendre conscience qu'un des buts de l'émancipation est la participation.

Chaque jour une conférence plénière (avec traduction simultanée) sera suivie ou précédée d'activités multiples et simultanées telles que groupes de discussion, tables rondes, films, exposition, atelier, consultations, etc... Ainsi le ou la congressiste pourra choisir ce qui l'intéresse le plus, avoir des contacts personnels, demander des conseils. Le Congrès se terminera par des vœux ou des résolutions.

Chaque jour l'accent sera mis sur un thème plus particulier comme par exemple : éducation en vue de la participation - être soi-même, une condition essentielle pour être partenaires - partenaires responsables de la société de demain - être partenaires, une condition pour vivre en paix.

Un questionnaire beaucoup plus terre à terre, s'adressant à Madame Tout-le-Monde paraîtra dans les grands quotidiens. Il sera le premier acte de sensibilisation du public à ce Congrès. Voici à titre d'exemple quelques questions dont les sujets seront repris sous forme d'activités diverses durant le Congrès :

— Estimez-vous juste que la femme soit partenaire à égalité avec l'homme

a) dans le mariage
b) dans la profession
c) dans la société en général

— Pensez-vous que la femme qui « n'est-pas ménagère » soit sous-estimée

a) par son mari
b) par ses enfants
c) par les autres femmes

— Pensez-vous que le travail à temps partiel soit une solution pour une mère dont les enfants sont d'âge scolaire ?

— existe-t-il dans votre quartier un système quelconque d'entr'aide ?

Selon l'intérêt que ce Congrès aura suscité, selon les conclusions auxquelles il aboutira, rien n'empêche que d'autres manifestations se poursuivent durant l'année 1975.

L'important, d'après moi, c'est de créer de l'intérêt chez Madame Tout-le-Monde, de lui donner l'occasion de participer à son émancipation.

Jacqueline Berenstein-Wavre,
Vice présidente de la Communauté de travail « La Suisse et l'année internationale de la femme »

Pour combattre le rhumatisme

(suite de la page 1)

suite de la page 1

— développement de la résistance physique pour le travail intense et les sports,
— prophylaxie de nombreuses maladies, surtout celles qui sont causées par les refroidissements et les troubles de la circulation,
— soulagement, voire guérison, d'un certain nombre de maladies.

Danger du sauna

Les personnes en bonne santé peuvent utiliser le sauna sans courir le moindre risque, les autres ne doivent pas utiliser cette méthode sans avis médical. Le sauna est déconseillé dans les cas suivants :
— maladies infectieuses aiguës,
— affections inflammatoires progressives, surtout les cas d'arthrite rhumatoïde grave,
— tension artérielle élevée,
— faiblesse cardiaque et affections des vaisseaux du cœur.

NATATION

Les influences de la natation sur le corps humain sont multiples. Des effets bénéfiques résultent de l'influence de l'eau froide qui stimule le métabolisme (endurcissement, meilleur appétit), des conditions circulatoires favorables (position horizontale) et de l'augmentation de la consommation d'oxygène lors du travail dans l'eau (accroissement de la fonction respiratoire avec augmentation de la capacité vitale). L'entraînement vigoureux de tous les muscles du corps, les mouvements complets des articulations dans des conditions d'apesanteur presque totale (force de poussée de l'eau) et, ici également, l'endurcissement qui stimule une fonction vasculaire souvent défaillante, sont particulièrement précieux pour la prévention du rhumatisme.

La natation est un entraînement précieux et bénéfique pour la santé, spécialement en cas de :

— faiblesse ou **d'insuffisance posturales,** signes précurseurs de lésions rhumatismales dorsales ultérieures chez les jeunes, de maladie de Scheuermann des jeunes et en cas d'affections rhumatismales de la colonne vertébrale chez les adultes (affections des disques intervertébraux, spondyloses). Dans tous ces cas, la musculature du dos et du ventre (corset de muscles!) est fortifiée, améliorant ainsi le maintien du corps ;

— **maladies dégénératives** des articulations, telles qu'arthroses de la hanche et du genou ;

— **ankylose de l'épaule ;**

— **rhumatisme extra-articulaire.**

Cependant, la natation n'est pas indiquée dans tous les cas. Il faut observer quelques contre-indications et éviter certains inconvénients.

— Il y a lieu d'être prudent en cas **d'affections inflammatoires** des articulations. Les inflammations actives, en particulier la polyarthrite chronique dans ses poussées récentes, n'ont pas leur place dans l'eau !

— La **brasse** est une nage inappropriée en cas d'affections rhumatismales de la colonne vertébrale, en particulier de la nuque. En effet, pour permettre la respiration, la tête doit être tenue en position élevée, provoquant ainsi une hyperlordose (reins et nuque creusés) qui se répercute défavorablement sur la colonne vertébrale. Le mouvement des vagues (natation dans les lacs et la mer) accentue ce mécanisme.

— On évitera les **plongeons** en cas d'affections à la colonne vertébrale.

— La prudence est de rigueur dans **l'eau froide.** La musculature refroidie perd une partie de sa capacité de réaction et se raidit. Ceci peut avoir des effets défavorables sur la musculature déjà contractée par le rhumatisme.