

**Zeitschrift:** Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

**Herausgeber:** Société de communication de l'habitat social

**Band:** 46 (1973)

**Heft:** 6

  

**Artikel:** Vive la savonnette!

**Autor:** J.D.

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-127502>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 04.01.2025

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



### **Nous sommes à votre disposition:**

16 équipes dirigées par radio garantissent un Top-Service.



Portes-accordéon  
Portes coulissantes accordéon  
Portes coulissantes

Entraînements et commandes de portes

Paroi pliante et coulissante  
Brevet bator

# **bator**

3360 Herzogenbuchsee  
Téléphone 021 / 95 80 69

Bureau de vente Suisse romande  
J. P. Bovey  
1522 Lucens

taux d'intérêt à 1% des prêts d'une durée supérieure à quarante ans.

A côté de ce système fédéral, qui touche la construction d'habitations nouvelles, il existe un système d'amélioration de l'habitat, au profit des sociétés sans but lucratif, celles-ci pouvant acheter et remettre en état d'habitabilité des logements anciens soit pour la vente soit pour la location.

Le Gouvernement fédéral intervient par l'intermédiaire de la Federal Housing Administration en abaissant le taux d'intérêt à 1% des prêts supérieurs à quarante ans.

Les villes ont également conçu diverses aides aux ménages à bas revenus: primes de déménagement, versement de sommes forfaitaires pour les expulsés.

On peut estimer qu'en 1971, il existait 800 000 logements sociaux aux Etats-Unis logeant environ 2 400 000 personnes, soit un peu plus de 1% de la population.

## **Vive la savonnette!**

Louis XIV et les hommes de son temps, on le sait, masquaient de flots de parfum une absence d'hygiène regrettable. Aujourd'hui la finesse olfactive de nos contemporains - exaltée par la publicité - justifie la création de «déodorants» de toutes sortes.

L'«odeur corporelle», quelle que soit son origine, est devenue l'ennemie qu'on poursuit, obstinément, pour la plus grande satisfaction d'une branche industrielle en pleine expansion. Pour les seuls «déodorants», le chiffre d'affaires en France a presque sextuplé de 1966 à 1971, passant de 16 700 000 francs hors taxes à près de 94 millions de francs.

C'est ainsi que sont apparus sur le marché des «déodorants intimes» présentés en bombes sprays, destinés à faire disparaître les odeurs «féminines»; la revue «Que choisir» en a testé sept (Déobelle de Vichy, Fem Fresh, Fem Kleen, Nett, Ruby, To San, Vionell), parmi lesquels deux seulement ne contiennent pas de bactéricides (Fem Fresh et Fem Kleen). Pour la revue, les produits qui contiennent un bactéricide sont dangereux; s'ils n'en contiennent pas, ils sont inutiles; de toute façon, ils sont chers (environ 10 fr. les 100 grammes)...

Les industriels rétorquent que leurs produits sont soumis à un contrôle rigoureux, que les doses de bactéricides (hexachlorophène ou Irgasan) sont calculées avec de très importantes marges de sécurité. Pourtant, affirmer qu'un tel produit «doit être utilisé chaque jour ou même plusieurs fois par jour en toute sécurité» est sans doute excessif.

Autre conséquence de cette multiplication des déodorants: ne va-t-on pas laisser croire aux consommateurs que les produits d'hygiène remplacent l'hygiène? Il serait dommageable pour tous de ranger au rayon des accessoires démodés la simple savonnette, l'eau claire et la brosse. Peu coûteux, ces modestes articles, dont nul publicitaire ne vante les vertus, sont pourtant à la base d'une qualité essentielle: la propreté.

J. D.