

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: 50 (1962)

Heft: 19

Artikel: Nous comparons les étiquettes

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-270013>

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: 18.07.2025

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

Encore le prix des médicaments

La discussion du projet de révision totale de la LAMA attire à nouveau notre attention sur le problème des prix des médicaments, dont il était question dans la « page de l'acheteuse » publiée le 18 novembre 1961.

Les réponses données par un pharmacien aux différentes questions qui lui avaient été posées risquent d'être mal interprétées, et les rectifications suivantes semblent indiquées :

— Est-il vrai que les médicaments suisses soient particulièrement chers ?

En Suisse, les médicaments (suisses et étrangers) sont chers comparés avec les mêmes médicaments dans les pays voisins. Il est vrai qu'ils ne subissent pas dans la même mesure que d'autres articles la hausse du coût de la vie.

— Mais les remèdes français sont tout de même beaucoup moins chers ?

Les médicaments français sont plus chers en Suisse que les médicaments suisses, mais les médicaments suisses et français, comme nous venons de le mentionner, sont plus chers en Suisse qu'en France. Il convient de signaler à titre d'explication que la plus grande partie des produits suisses en vente en France y sont fabriqués. Il est certain que les produits américains en vente chez nous sont chers, mais on les utilise en général seulement lorsqu'il s'agit de nouveautés que notre propre et puissante industrie pharmaceutique n'a pas développées elle-même.

— J'ai vu dans une revue étrangère qu'on pouvait acheter des médicaments en vrac à un prix bien inférieur. Est-ce possible en Suisse ?

Le problème du prix n'est pas décisif à lui seul lors d'achat de remèdes. Il s'agit avant tout de savoir si on peut, ou doit, acheter une quantité élevée d'un produit pharmaceutique. Prenons comme exemple le nombre élevé de médicaments prescrits par le médecin pour combattre un début de maladie, mais dont la consommation prolongée, ou l'administration à un seul malade ou lors d'une autre maladie sans avoir consulté le médecin, serait nettement nocive. N'oublions pas non plus que la plupart des médicaments se détériorent lorsqu'on les conserve pendant un certain temps une fois que leur récipient a été ouvert. En effet, lors de la discussion des frais pharmaceutiques remboursés par la caisse-maladie, la question se pose de savoir à quel point ces frais sont augmentés par les quantités de remèdes prescrits, achetés et

Cette page a été fournie par la Commission romande des consommatrices.

non utilisés (parfois la moitié ou plus de la quantité contenue dans un emballage).

Lorsqu'il s'agit de médicaments qui doivent être pris régulièrement ou pendant une durée prolongée, ou encore de reconstituants pris par plusieurs membres de la famille, alors il convient d'acheter un grand emballage (appelé couramment « emballage clinique ») ou un emballage du cure, qui reviennent nettement meilleur marché.

Un certain nombre de nouveaux médicaments élaborés à la suite de longues et coûteuses recherches, peuvent être réservés, en les protégeant par un brevet, à l'entreprise qui les a trouvés, protection qui dure 20 ans. Ce délai passé, ou pour les nombreux médicaments non brevetables — mais non moins efficaces — différentes maisons fabriquent des médicaments analogues souvent par des méthodes moins coûteuses. Les prix de ces produits analogues ou copies sont donc en effet souvent plus avantageux.

L'interview, mentionnée au début, finit sur une note sur laquelle il vaudrait la peine d'insister : la puissance de la publicité. La publicité sous forme de présentations attrayantes ou de réclames les plus diverses augmente sans aucun doute le prix des médicaments. Cela est d'autant plus regrettable qu'il s'agit en l'espèce d'articles pour lesquels on devrait

le gaz est indispensable

éviter de pousser à la consommation. Les calmants, élixirs et autres, joliment exposés à portée de la main sur les comptoirs, ou dans des vitrines alléchantes de nos pharmacies, renchérissent tous les médicaments sans profit pour ceux qui les vendent ou les fabriquent, et certainement sans profit pour votre santé.

M. M.

La III^{me} Journée d'information de la Commission romande des consommatrices

La journée d'information, organisée à Genève, le 3 mai, par la Commission romande des consommatrices, a connu une affluence remarquable. D'année en année, ces journées intéressent un plus vaste public.

La séance du matin fut ouverte par quelques mots de Mlle Weibel, présidente du Centre de liaison de sociétés féminines genevoises, et de la présidente de la Commission, Mme A. Schmitt, Lausanne, qui annonça la participation de 40 associations sur les 55 membres de la Commission romande.

Les mauvais côtés de la publicité...

M. Oulès, professeur à l'Université de Lausanne et spécialiste de questions économiques et financières développa ensuite le sujet : « L'information des consommatrices et la publicité commerciale ». La publicité, dit-il, pourrait servir à l'éducation des consommatrices, mais elle ne joue pas ce rôle parce qu'elle est trop souvent déformative et corruptrice ; elle est parfois mensongère ; par la répétition de slogans, la suggestion, l'obsession, elle exploite la psychologie des consommateurs de l'acheteur, qui devient un robot ; elle renchérit le coût des biens de consommation, parce qu'elle augmente les frais généraux de production ; elle pousse au gas-

Nous comparons les étiquettes

De quoi est fait un zwieback ? Pour préparer la pâte de zwieback, on ajoute à la farine un mélange d'eau et de lait (ou du lait pur), de la graisse, du sucre, du malt et de la levure. Certains y ajoutent de l'œuf en poudre, de la lécithine ou des vitamines B1, B2 et PP. La qualité du zwieback dépend, en bonne partie, de la façon dont cette pâte est malaxée. Elle est ensuite cuite au four, refroidie (c'est l'ainback), coupée en tranches, cuite de nouveau et enfin emballée.

Nous avons comparé les indications portées sur l'emballage de quatre marques de zwieback :

NOM	POIDS	COMPOSITION ET ADJONCTIONS	Prix	100 gr.
Roland	165 gr.	Blé, lait entier, sucre, malt, lécithine	Fr. 1,35	Fr. 0,81
Migros	220 gr.	Contient autant de vitamines B1, B2, PP et de fer que le pain de grains entiers	Fr. 1,—	Fr. 0,45
Société Coop. Lausanne	200 gr.	Farine fleur	Fr. 1,10	Fr. 0,55
Boul. privé Lausanne	220 gr.	—	Fr. 1,50	Fr. 0,68

REMARQUES

Nous avons été surprises d'apprendre que les zwiebacks contenaient du lait, des corps gras et même, parfois, de l'œuf en poudre. Nous qui pensions que c'était un mets extrêmement léger pour enfants malades de l'intestin !

Nous avons été extrêmement surprises aussi de constater que le paquet tout préparé dans un cornet métallisé et imprimé, acheté chez un boulanger privé, ne contenait AUCUNE indication de poids. Nous avons demandé au boulanger de le peser devant nous.

Si la recette fondamentale du zwieback est partout la même, nous constatons que les adjonctions qui lui sont faites varient. Certains zwiebacks ne contiennent que du lait, d'autres un mélange de lait et d'eau. Nous regrettons que la Migros, la Coopérative de Lausanne et les boulangers privés ne nous donnent pas des détails plus précis sur la composition de leurs zwiebacks ; c'est ainsi seulement que la comparaison des prix prendrait tout son sens.

Si la composition du zwieback Migros était sensiblement la même que celle de Roland — ce que nous ignorons — il serait surprenant de penser que leurs prix varient du simple à près du double ! Nous supposons que l'emballage Roland, très perfectionné, entre pour une bonne part dans son prix élevé.

pillage, en organisant le vieillissement anticipé des modèles.

On peut réagir en éduquant les consommateurs, dès leur jeunesse, puis par la presse, la radio, la télévision ; on peut créer des laboratoires d'analyse qui donnent des renseignements désintéressés sur la valeur des marchandises présentées, qui fournissent des marques de garantie justifiées, qui créent des centres d'information valables et sûrs.

Dans le débat, des tenants de la publicité attaquèrent le conférencier, mais, en fait, seulement sur le point de la publicité parfois mensongère. Les autres désavantages ne furent pas contestés.

Après un repas en commun, la séance reprit avec un bref rapport de Mme Schmitt sur l'activité de la Commission qui, depuis trois ans, s'efforce de hausser l'acheteuse au rang d'interlocuteur dans les discussions officielles ; celles-ci, jusqu'ici, ne réunissaient que les commerçants et fabricants, le personnel vendeur et les autorités.

Heures d'ouverture des magasins ... des solutions de souplesse

A cet effet, la Commission a procédé, en automne, à une enquête auprès des acheteuses au sujet des heures d'ouverture des magasins. Mme Bonardelly, présidente de la Commission économique (Genève), a résumé les résultats de cette enquête. Dans la discussion qui suivit, la parole fut d'abord donnée au représentant du personnel vendeur, qui souhaite la journée de travail plus courte et le samedi après-midi libre. M. Aubry (Société coopérative de consommation) voudrait donner satisfaction aux acheteuses en allongeant les heures d'ouverture ; il faudrait, alors, un système de rotation du personnel qui augmente les frais, donc le prix de la marchandise. M. M. Brunschwig (Bon Génie) et Montangéro (détailants) ont parlé de la difficulté à concilier les vœux de chacun. Mais M. Brunschwig croit possible d'arriver à des solutions de souplesse, lui-même n'a pas moins de 80 horaires différents pour son personnel.

Une discussion nourrie permit de constater que les suggestions et les souhaits sont très divers. L'assemblée s'écarta plutôt des solutions rigides, imposées par lois et règlements officiels, pour préférer les prises de contacts entre parties divergentes, afin d'aboutir à des ententes, soit à l'intérieur des entreprises, soit entre consommateurs et détaillants d'une même localité, d'un même quartier. C'est ainsi qu'on sauvera le mieux

les intérêts et les commodités de chacun. Pour citer un exemple : les villes-frontière, les centres touristiques, ont intérêt à ne pas devenir ville morte le samedi après-midi, tandis que d'autres villes pourront fermer sans inconvénients. Surmontons nos égoïsmes et nous parviendrons à satisfaire le plus grand nombre possible.

Nourrir sa famille avec 2 francs par jour et par personne !

La vie est aujourd'hui terriblement chère. De très nombreuses familles, surtout celles qui ont plusieurs enfants, sont dans l'impossibilité de consacrer plus de 2 fr. par jour et par personne au poste alimentaire. Certaines mères doivent se tirer d'affaire avec moins encore. Ne risquent-elles pas de donner toujours la préférence à des aliments du type farineux et de souffrir de véritables carences alimentaires ?

Cette préoccupation a incité Mme Haag, diététicienne et maîtresse d'enseignement ménager à Fribourg, à préparer une semaine de menus équilibrés pour une famille de cinq personnes et ne revenant qu'à 2 francs par jour pour chacun d'eux. Mme Haag a pris grand soin que les rations de chaque type d'aliment correspondent aux besoins physiologiques.

Ces menus prévoient des fruits et légumes tous les jours, beaucoup de lait, suffisamment de corps gras, de fromage, de viande et d'œufs. Ils sembleront ingrats à beaucoup, voire même insuffisants. Pourtant, ils satisfont nos besoins réels, pour un prix minimum ; c'est dans ce sens qu'ils peuvent nous être utiles.

La Commission romande des consommatrices vient de publier ces tableaux et les met en vente au prix de 50 ct. (40 ct. par 10 ex., 30 ct. par 50 ex. aux associations membres de la Commission romande).

Les commandes sont à adresser à Mme Mayor, Avenir 24, Renens (Vd) ou directement par paiement au compte de chèques II. 213 14, Lausanne.

Nous vous conseillons vivement de vous procurer cette brochure, établie sur la base des prix du mois dernier. Elle vous permettra une véritable auto-critique, c'est-à-dire de dépister quels sont les postes qui grèvent trop lourdement votre budget alimentaire.

Sur des sandales, une étiquette informative

Achetant des sandales d'enfant sur la place de Lausanne, une maman a eu la surprise d'y découvrir l'étiquette ci-dessous ; avant de

nous la faire parvenir, elle en a pris connaissance avec l'intérêt qu'on devine. Quand aurons-nous des étiquettes « Qualité suisse » ?

QUALITÉ FRANCE délivre des Notices de qualité qui ont pour objet de donner au consommateur une information loyale, claire et impartiale sur la qualité des produits

QUALITÉ FRANCE

contrôle :

- La résistance de la sandale à l'usage,
- La solidité du montage,
- L'inoxidabilité de la bouclerie,
- L'exactitude des pointures.

Ces sandales extrêmement résistantes peuvent être indifféremment utilisées sur le sol et dans l'eau de mer.

■ La matière qui constitue la semelle et les lanières est un chlorure de polyvinyle d'une très grande résistance à l'usure.

Les semelles ont subi sans détérioration des épreuves de pliage correspondant à environ 1000 km. de marche.

■ La bouclerie est en laiton nickelé. Le nickel est susceptible d'être à la longue usé par le frottement, mais le laiton est inattaquable à l'eau de mer.