**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:** 53 (1965)

**Heft:** 52

**Artikel:** Bons et primes

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-271049

**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

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

## Bientôt les fraises

### Vérifiez les poids !

Les premières fraises ont fait leur apparition sur le marché, encore en grandes dames précieuses et fort chères, mais bientôt elles seront plus abondantes, et nous nous en réjouirons.

Toutes rutilantes, elles sont présentées dans les petits cartons que nous connaissons bien et que nous apprécions parce que nous savons qu'ils évitent au fruit de nombreuses manipulations et le laissent plus frais.

Mais...

La Fédération romande des consommatrices, malgré ses démarches, n'a pas encore réussi à obtenir que soit imposée la mention du poids sur ce type d'emballage. Il est bien entendu que nous ne demandons pas une indication au gramme près et qu'un léger déchet est toujours prévisible. Mais rien n'empêche d'indiquer le poids au moment de la mise en carton.

Cette demande est accueillie sans entrain par les détaillants et les grossistes, chacun renvoyant la balle sur l'autre. Or, les grossistes, ou les expéditeurs peuvent s'organiser pour le pesage et le marquage automatiques ; de grandes chaînes de distribution le font pour tous leurs fruits. La vente en petits cartons, qui tend à se généraliser pour d'autres catégories de fruits, présente, pour les grossistes et les détaillants, des avantages certains : moins de manipulation, moins de perte, pas de pesée. On peut donc exiger, en contrepartie la mention du poids qui est un droit formel de l'acheteur, inscrit d'ailleurs dans notre législation.

**Nous invitons donc les ménagères à exiger la pesée de tout carton ne portant pas la mention du poids** et à ne pas se contenter d'affirmations telles que : « environ 500 g. » (ce qui représente, en général, 400 g. au maximum). Les acheteurs doivent pouvoir vérifier quel est le prix de leur achat au kilo ; en faisant ce petit contrôle, ils constateront parfois qu'on arrive à des prix véritablement surfaits. Nous en avons fait l'expérience une fois avec des abricots qui, ainsi présentés, coûtaient, en réalité, 5 fr. 20 le kilo.

Nous comptons donc sur votre collaboration et sur votre fermeté pour appuyer notre action pour des emballages indicatifs !

## La section de Genève

de la Féd. romande des consommatrices

organise, **le mercredi 9 juin, à 20 h. 30,** au Buffet de la Gare de Cornavin, Salle des fêtes, au 1er étage, une causerie de Mme P.-E. Haag, diététicienne et membre du comité de la FRC, sur le thème :

**Nos achats de viande, leurs utilisations en fonction du budget familial.**

Cette causerie sera suivie d'un débat et vous y êtes toutes cordialement invitées.

## Bons et primes

*L'action contre les bons et primes se poursuit sans désemparer. Nous tenons à disposition de toutes celles qui le désirent et des associations*

un texte de retour des bons

*préparé par la FRC et qui peut être demandé à Mme R. Bonardelly, 112, route de Chêne, à Genève.*

*En Suisse alémanique, plus de 30 000 bons ont été recueillis par des associations et retournés au fabriques. Il est souhaitable que cette formule soit aussi adoptée en Suisse romande car elle donne un poids particulier à l'action de refus.*

# VIe Journée d'information

## de la Fédération romande des consommatrices

C'est à Lausanne, au Restaurant du Rond-Point, que s'est tenue, le 28 avril, cette importante réunion des consommatrices romandes.

Elle débuta par l'assemblée générale, au cours de laquelle **Mme Ariane Schmitt,** présidente sortant de charge, put présenter un tableau réjouissant du développement de la FRC, puisque le nombre des associations membres a passé, l'an dernier, de dix-sept à nonante-trois, soit huit associations suisses, trente-huit vaudoises, vingt et une genevoises, douze neuchâteloises, neuf bernoises, dont huit jurassiennes, et une de la ville de Berne. Le nombre des membres individuels a également sensiblement augmenté, passant de cent quatre-vingt-deux à cinq cent cinquante-huit.

**Sur le plan romand,** deux nouvelles brochures sont sorties et ont rencontré l'habituel succès : celle sur **les huiles et les graisses,** et celle sur **les crèmes glacées.** La Page de l'acheteuse, dans « Femmes suisses », a continué la publication **de comparaisons d'achats** qui suscitent parfois quelques réactions des maisons auxquelles ces examens ne sont pas favorables. Mais il s'agit de réactions saines qui permettent des mises au point fort utiles.

Les **émissions radio et télévision** sont parfaitement efficaces et — surtout cette dernière — provoquent un abondant courrier.

Les cantons de Vaud et de Genève ont accordé, en 1964, à la FRC, une modeste subvention qui a été consacrée principalement à faciliter le travail des sections cantonales dans leurs activités.

Les députées romandes, dans les trois cantons à suffrage féminin, ont déposé une motion demandant de meilleures mesures de protection des consommateurs. La motion a été déposée à Lausanne par Mme E. Carrard, libérale, à Neuchâtel par Mme Schweizer, socialiste, et à Genève, par l'ensemble des députées, sur l'initiative de Mme Lise Girardin, radicale. Cette action unanime des députées des différents partis n'est-elle pas encourageante ?

L'assemblée entendit ensuite les rapports des présidentes cantonales : Mme Chavan, pour la Section vaudoise, Mme Haag, pour la Section fribourgeoise, Mme Jeanneret, pour la Section neuchâteloise, Mme Bonardelly, pour la Section genevoise, et Mme Reber, pour la Section jurassienne. Ces rapports révèlent l'intérêt grandissant que rencontre notre mouvement grâce aux initiatives heureuses des sections cantonales.

Mme Schmitt ayant remis en cours d'exercice la présidence à **Mme Bonardelly,** l'assemblée des déléguées avait à confirmer cette dernière aux fonctions de **présidente,** ce qui fut fait à l'unanimité. Félicitations, applaudissements et fleurs allèrent spontanément aux deux présidentes pour le vaste et remarquable travail qu'elles accomplissent. L'assemblée procéda ensuite à l'élection du comité.

Il appartenait à Mme Bonardelly de présenter **la situation sur le plan suisse.** On sait que les autorités fédérales ont invité les milieux de consommateurs à se grouper dans une grande association de faîte. Ce vœu n'a pu, pour le moment, se réaliser, l'Union syndicale suisse ayant préféré avoir sa propre organisation avec l'appui de l'Union des coopératives suisses de consommation, sous le nom de « Fondation pour la protection des consommateurs ». Les autres groupements de consommateurs se sont réunis dans **la Fédération suisse des consommateurs,** dont fait partie la Fédération romande des consommatrices. Les représentantes de cette dernière ont joué un rôle actif dans la création de la Fédération suisse des consommateurs ; elles ont veillé à ce que la Suisse romande, pionnière du mouvement des consommateurs, soit représentée aussi largement que possible dans le nouvel organisme, dont la présidence a été confiée à un romand, **M. Frédéric Campiche,** ancien directeur de l'Office fédéral du contrôle des prix ; M. Campiche avait bien voulu nous faire l'honneur d'assister à la sixième journée d'information et nous regrettons, la place nous étant limitée, de ne pouvoir transcrire ici son allocution pleine de sérénité, de sagesse, d'objectivité et d'une parfaite compréhension de l'évolution de la protection des consommateurs.

### La voix de la Belgique

Après la joyeuse ambiance d'un repas excellemment servi, déléguées et auditrices se retrouvèrent pour entendre M. **Paul Richely, directeur de l'Union féminine de défense et d'information du consommateur (UFIDEC)** venu tout exprès de Bruxelles pour nous faire part de sa large expérience dans le domaine **des tests comparatifs de marchandises.**

Rappelons que l'UFIDEC est une importante association belge de consommateurs qui groupe 50 000 membres individuels et dispose de ce fait de moyens lui permettant une très large activité et la publication d'une revue fort bien faite.

Les tests comparatifs, nous dit M. Paul Richely, sont pratiqués depuis longtemps par l'industrie pour apprécier les produits concurrents. Ce qui était révolutionnaire, c'est que les consommateurs réalisent eux-mêmes des tests comparatifs, à leurs frais, et en publient les résultats. C'est certainement là un des aspects les plus positifs de l'information des acheteurs, mais cette tâche impose aux associations de consommateurs, un travail considérable, des charges financières très lourdes et de sérieuses responsabilités.

**Choisir le produit à tester** n'est déjà pas simple. Les vœux des consommateurs sont innombrables. Mais le choix sera déterminé en premier lieu par **l'utilité réelle,** le désir de **démasquer des abus** ou **de contrôler la situation dans un secteur donné,** ces deux derniers objectifs appelant des tests sur une large échelle. Il a ainsi été décelé, en Belgique, d'importantes falsifications de vinaigre de vin et des ventes de chapelure « aux œufs » simplement colorées artificiellement, dont les consommateurs étaient inconscients. Dans le secteur de la viande, on a pu constater que le 30 % seulement des préparations de filet américain étaient conformes aux dispositions légales, les autres contenant des substances colorantes interdites.

**Les objectifs doivent être fixés en fonction des techniques** dont on dispose. Un produit peut être testé sous des angles divers, les uns étant simples, les autres se heurtant à des difficultés techniques rendant pratiquement impossibles des conclusions certaines. Prenons un exemple, les limonades de fruits. Il sera aisé de déterminer si elles sont colorées artificiellement. Mais si l'on veut fixer la quantité de jus de fruit contenue dans la limonade, on risque des erreurs parce que les techniques actuelles d'analyse sont insuffisantes et que certaines adjonctions sont prévues pour fausser les résultats des analyses de contrôle.

De plus, les analyses de laboratoire sont parfois insuffisantes et doivent être complétées **par l'expérimentation** exigeant des moyens techniques spéciaux. C'est ainsi que pour apprécier la valeur d'une huile de moteur, on utilise un appareillage montrant le comportement de l'huile dans le moteur ; pour les fume-cigarettes, il faut un appareil reproduisant l'acte du fumeur et pouvant effectuer des mesures certaines.

Les essais et analyses terminés, **il faut se garder de généralisations hâtives et s'astreindre à contrôler tous les résultats.** Un défaut peut provenir d'un accident de fabrication, d'une circonstance exceptionnelle. Seuls des examens répétés peuvent donner une certitude.

Les examens terminés vient le moment de les commenter et **de les publier.** Les consommateurs n'attendent pas le seul détail des résultats techniques ; ils désirent avoir, en clair, un avis sur **la relation qualité-prix.** Les formes de vente actuelles (3 boîtes au prix de 2, adjonction d'un autre article ou d'un objet-prime) rendent l'appréciation du prix normal difficile. Dans ce domaine, il est intéressant de relever que l'UFIDEC a fait, en Belgique, les mêmes expériences que la FRC en Suisse, soit qu'il arrive fréquemment **que les produits les plus chers ne sont pas forcément les meilleurs.** M. Richely a cité, en particulier, les expériences faites avec les sauces et jus de tomates, les légumes en boîte, les confitures, des produits diététiques, et des cosmétiques.

### LES TESTS COMPARATIFS ONT-ILS DES RÉSULTATS POSITIFS ?

Sans aucun doute, nous dit M. Richely. Ils sont, pour les acheteurs, une source d'information objective, leur permettant un choix judicieux et une meilleure utilisation de leur pouvoir d'achat.

D'autre part, les fabricants, sachant que leurs produits peuvent être, à tout moment, l'objet d'un test, sont plus attentifs à la qualité. Certains tests, renouvelés après quelques mois, ont montré que les fabricants, dont les produits avaient été mal notés lors du premier examen, **avaient amélioré leur production.** Ce fut notamment le cas pour des purées de pommes de terre instantanées qui avaient révélé une teneur bactériologique peu satisfaisante.

Enfin, les tests rendent plus difficile le lancement sur le marché de produits constituant une véritable duperie.

L'exposé de M. Richely a donc confirmé l'utilité du travail engagé en Suisse par les organisations de consommateurs, notamment la FRC, mais il a montré aussi combien il était nécessaire que celles-ci disposent des moyens suffisants pour aborder des tests aux exigences coûteuses, et pourtant indispensables.

**M. Matthey,** chimiste cantonal vaudois, tint à souligner que l'Ordonnance fédérale sur la protection des denrées alimentaires, qui mettait surtout l'accent sur l'hygiène et la répression de la tromperie, était une législation valable. Répondant à des auditrices qui insistaient pour l'étiquetage indicatif, M. Matthey releva que de nombreuses maisons utilisent des indications chiffrées qui permettent aux services de contrôle de vérifier l'état de fraîcheur des produits. Nous pensons que cette mesure est insuffisante et l'auditoire n'a pas caché son avis à ce sujet : à l'époque des self-services, les acheteurs doivent pouvoir contrôler eux-mêmes les dates de consommation.

En ce qui concerne les colorants artificiels, M. Matthey apporta une indication intéressante : la Suisse a réduit de trente à treize les colorants artificiels autorisés. Malicieusement, M. Matthey fit observer que nous absorbons certainement plus de colorant artificiel avec le rouge à lèvres qu'avec les produits alimentaires !

* * *

Cette sixième journée des consommatrices romandes a été, pour toutes celles qui y ont participé, une source d'informations précieuses. En plus des personnalités déjà citées, elle était honorée de la présence de M. Villars, chimiste cantonal de Fribourg, de M. R. Berset, chef de service au Département de l'intérieur de Fribourg, de M. A. Perriraz, chef de l'Office vaudois du contrôle des prix,, représentant le Département de l'industrie, du commerce et de l'agriculture du canton de Vaud, de M. Paoliello, délégué par le Département du commerce et de l'industrie de Genève.

Nous avons noté également la présence de M. Dubois, du Centre d'informations agricoles, et de M. Allenbach, président de l'Association lausannoise des maîtres bouchers.

Remercions en terminant, nos amies de la Section de Lausanne qui avaient organisé à la perfection cette journée.

Jeanne Berner

*A propos du dépliant sur les glaces*

## Nouvelle analyse d'une glace aux fraises

Sur la demande de la maison Alemagna, nous avons fait procéder, le 10 mars 1965, à l'analyse d'un pavé de glace aux fraises récemment livré dans le commerce. L'analyse a donné les résultats suivants :

teneur en eau : 66,15
teneur en extrait sec : 33,85
teneur en sucre total : 22,25
teneur en matière grasse : 4 %
indice de réfraction de matière grasse : 14 558
extrait sec dégraissé et sans sucre : 7,60
coloration : artificielle.

Il ne saurait être question de mettre en doute l'exactitude de l'analyse de la glace achetée cet automne. Mais nous tenons à constater que la glace achetée récemment présente une composition différente.

Deux chiffres, en particulier, méritent d'être relevés : le pourcentage de matière sèche dégraissée et sans sucre qui n'est plus de 0 % comme lors de la première analyse, mais de 7,6 %. On ne peut donc plus parler d'une « glace aux fruits, sans fruits » comme nous l'avions fait. La teneur en matière grasse n'est, par contre, plus que de 4 %. Elle est cependant conforme puisque la partie fraise du Pangelato Alemagna est dénommée « glace aux fruits » et non « crème glacée » (ce qui exigerait 6 % de matière grasse au minimum).

**La présente communication doit être considérée comme complément au dépliant sur les crèmes glacées et glaces que vous aurez certainement acquis.**

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