

**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:** 82

  

**Artikel:** Le ridicule ne tue pas la publicité

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

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-271928>

### **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 prix, son pouvoir d'achat

S. V. P.

### Des indications sur tous les flacons

En débarrassant le gros paquet que j'avais reçu pour mon Noël, je découvre un superbe flacon de liquide d'un bleu étrange. Comme il n'y a aucune indication, sauf le mot « Fenjal », je prends cela pour de la liqueur, mais mon odorat me retient d'y goûter. Ce serait plutôt un parfum.

Le lendemain, comme je viens de préparer une friture pour ma famille et que mes multiples occupations professionnelles vont m'amener en des lieux où des relents de cuisine seraient déplacés, je me verse un peu de ce « Fenjal » bienvenu sans les cheveux, dans le cou et sur les bras, et je cours à mon travail.

Là commence l'après-midi le plus affreux de ma vie : je laisse des taches de graisse sur tout ce que je touche, le col de mon manteau est maculé, j'ai les mains qui poissent, et mes cheveux, jadis flous, sont devenus si plats et huileux que j'ai l'air d'un canard sauvage qui a barboté tout le matin dans une mare. Comme rien ne sèche, ni mes cheveux, ni mes mains, je m'affole, d'autant plus qu'un parfum de plus en plus écœurant me suit partout. Mais mes activités vont me retener loin de chez moi jusque tard dans la nuit. Je ne pourrai même pas prendre un bain à mon retour puisqu'il est interdit de faire couler l'eau de la baignoire après 22 heures...

Le matin suivant, je constate que mon oreiller est devenu jaune. Je me lave entièrement, y compris la tête, nettoie mes vêtements, plonge ma taie d'oreiller dans la machine à laver, et cours à la pharmacie pour me renseigner. Mais le pharmacien ignore si le flacon que je brandis est un flacon de sels de bain ou une bouteille de shampooing. Ma coiffeuse l'ignore aussi. Finalement, c'est le droguiste qui me donne les indications désirées : il s'agit d'une huile de bain à n'utiliser que parcimonieusement à raison d'une cuillerée à soupe par bain...

J'avais donc baigné ma tête, mon col de manteau et mes mains à l'huile pure, avant de partir en ville !

Aurait-ce vraiment été un luxe de doter ce flacon de luxe d'une minime indication permettant aux innocentes comme moi de savoir s'il s'agissait d'un liquide comestible, explosif, de nettoyage ou de beauté ?

Mme I.

### Le ridicule ne tue pas la publicité

Légende accompagnant la photo d'une adolescente dans une annonce publicitaire parue dans le « Daily Mirror » :

« Il a fallu un shampooing en sachet, un shampooing colorant, quelques jets de laque pour cheveux, deux crèmes faciales différentes, une application de fond de teint, des faux-cils, un coup de crayon pour sourcils, une application de fard sur les paupières, une couche de rouge à lèvres, quatre mouchoirs de papier tissu et vingt minutes de temps pour donner à ce visage un air « naturel ».

Voici la jeune lectrice type du « Mirror » — une parmi les 44% majoritaires que représentent les jeunes femmes de moins de 25 ans. Elle adore la mode, elle raffole des articles et de la publicité de mode, mais avant toute chose elle aime courir les magasins. Elle ne s'en rend probablement pas compte, mais elle passe presque autant de temps à choisir ses vêtements et ses produits de beauté qu'elle en passe à en faire usage. Elle est illogique, elle est impossible, mais lui vendre est un vrai plaisir. Demain, dans le train, regardé autour de vous le visage du « Mirror ». Vous y verrez l'argent. Ou il y a argent, il y a « Mirror ».

« Financial Times », 15 septembre 1966.

# De la différence des prix dans les hôpitaux régionaux

Grâce à l'amabilité de M. Eugène Zwahlen, président du Groupement des hôpitaux régionaux vaudois, nous pouvons vous donner aujourd'hui une liste de prix et de coût assez complète concernant les principaux hôpitaux vaudois. Cependant, avant de la reproduire ici même, nous nous devons de rendre nos lectrices et lecteurs attentifs à un certain nombre de choses qui éviteront tout malentendu. Et tout d'abord, nous leur ferons remarquer que les prix de revient indiqués sont calculés sur l'ensemble des dépenses de chacun des hôpitaux dont il est question. S'il en était autrement, si les administrateurs voulaient entrer dans les moindres détails, avec leurs infinies diversités (diète pour tel malade, sur-alimentation pour un autre), aucune comptabilité ne serait possible. Ce serait bien trop compliqué ! Expliquons-nous : prenons l'exemple du Pavillon de la Côte : 27 fr. 50 par jour. Nous ne trouvons là-dedans aucun amortissement, ce prix ayant été fixé toutes dettes et toutes les installations payées ou données gratuitement.

Nul n'ignore qu'il y a des hôpitaux particulièrement riches, et d'autres beaucoup moins. Les uns ont bénéficié de dons, les autres ont emprunté. Mais pour chacun d'entre eux, les prix ont été calculés sans intérêts passifs, sans amortissement des investissements et sans honoraires.

On ne saurait comparer, par ailleurs, un hôpital cantonal et un hôpital de district. L'Hôpital cantonal, qui demande 150 francs par jour à ses malades est une institution qui supporte les charges de l'enseignement universitaire, lesquelles sont comprises dans le prix de revient. En somme, les différences entre les divers hôpitaux viennent non des

faudra sortir 90 francs. Les raisons de ce renchérissement hospitalier ? Tout d'abord, il y a les augmentations de salaires des infirmières, lesquelles touchent déjà 1000 francs environ dès l'âge de 21 ans (elles sont donc payées plus qu'une institutrice au départ, mais sont combien précieuses !). De par le phénomène social « Travail égal, salaire égal », qui est devenu d'actualité, deux étapes ont été prévues par l'Etat de Vaud, notamment, pour l'augmentation des salaires, lesquels ne vont évidemment pas rester stationnaires... En outre, la diminution des heures de travail du personnel infirmier ne va pas sans entraîner des frais supplémentaires. L'horaire classique de 48 heures par semaine fera place à celui de 44 heures hebdomadaires. Ces quatre heures hebdomadaires de travail en moins ne représentent-elles pas l'activité de deux ou trois infirmières extra sur un service ? Enfin, l'augmentation de la durée des vacances annuelles, lesquelles ont été portées à cinq semaines, entraîne la nécessité d'engager une infirmière supplémentaire. Tout ceci marque un budget, sans compter la légère mais régulière augmentation du coût de la vie en général.

Ceci dit, voici la liste des prix de pension des hôpitaux régionaux vaudois au 1er janvier 1967, suivie de celle de l'exploitation hôtelière et médicale de ces mêmes hôpitaux en 1966 (on entend par « prix de revient » d'une journée de malade le coût de cette journée, mais, comme nous l'avons vu, sans les intérêts passifs, sans les amortissements des investissements et sans les honoraires). A noter que le coût final de la construction d'un nouvel hôpital pour un lit se monte à 100 000 francs).

L'Helvétie.

### Prix de pension des Hôpitaux Régionaux Vaudois

HOPITAUX	Salles communes	Demi-pensionnaires	Pensionnaires	Prix de revient journ. malade
Aigle	20.—	—	35.—	42.90
Aubonne	18.— à 22.—	26.— à 30.—	34.— à 38.—	26.93
Bex	14.— à 20.—	—	—	23.55
Château-d'Ex	18.—	—	30.—	30.22
Cully	17.— à 18.—	25.— à 27.—	30.— à 33.—	37.18
Montreux	27.— à 30.—	35.— à 37.—	45.— à 47.—	54.54
Morges	20.—	25.—	31.—	42.39
Moudon	20.—	30.—	40.—	35.97
Nyon	25.—	34.—	45.— à 50.—	67.24
Orbe	22.—	—	32.— à 35.—	36.04
Payerne	22.— à 25.—	24.— à 30.—	30.— à 35.—	44.34
Rolle	14.— à 16.—	22.— à 24.—	30.— à 32.—	27.45
Sainte-Croix	17.50	24.—	30.—	32.04
Saint-Loup	19.— à 22.—	—	35.— à 40.—	39.87
Vevey, Samaritaine	18.— à 20.—	27.— à 30.—	40.— à 50.—	47.98
Vevey, Providence	18.—	24.—	24.— à 35.—	35.44
Yverdon	20.— à 22.—	30.— à 35.—	40.— à 45.—	54.29
Hôpital orthopédique	26.—	38.—	45.— à 60.—	62.42
Hôpital de l'Enfance	20.—	35.—	40.—	33.58
Pavillon de la Côte	27.50	—	37.50	27.50

### Pommes pour tous ?

L'automne dernier, la récolte des pommes a été particulièrement abondante. Le consommateur oisif espère que ces fruits seraient vendus assez bon marché. Or, il n'en est rien.

Au Marché Migros, le kilo de Golden vaut 1 fr. 50 (magasins de détail, 1 fr. 80). Ce sont certes, de très beaux fruits, tant pour ce qui est de la grosseur que de la coloration. Quand on compare avec les oranges Moro, douces et juteuses, vendues 2 fr. 40 les deux kilos, on comprend les difficultés d'écoulement de nos propres fruits, dont la consommation est pourtant chèrement recommandée par les médecins et les dentistes pour leur grand nombre de vitamines et de sels minéraux.

Qu'on veuille améliorer le produit de nos vergers, c'est bien et c'est nécessaire, mais qu'on en vienne à éliminer de la vente les fruits légèrement tachés, mais très beaux tout de même et parfaitement bons à croquer, c'est exagérer.

Les coopératives fruitières vendaient cet automne de ces fruits à... 20 centimes le kilo comme fruits à cidre. Ils étaient si beaux qu'on avait vergogne à les mener au pressoir pour en faire du jus de pomme pasteurisé.

Nombre de familles se contenteraient de pommes moins belles pour que les enfants en aient toujours à portée de main. Les caries dentaires seraient certainement en diminution.

Toujours plus beau, toujours plus gros, toujours plus parfait mais, hélas ! toujours trop cher.

N.

Inde

### Initiative contribuant à maintenir les prix

Dans le cadre du mouvement grandissant intitulé « maintenir la ligne des prix » de la ville de Bombay, la section féminine du Parti du Congrès a décidé la mise en route d'une chaîne de magasins coopératifs « Sahakari » destinés à vendre des produits de première

### le gaz est indispensable

nécessité tels que les plantes légumineuses, les épices, l'huile, etc.

Au début, ces centres seront ouverts une fois par semaine, de 11 à 17 heures. Leur première raison d'être est de rester en contact avec les ménagères de Bombay et de les tenir informées des plus récents prix des denrées de première utilité, mais ils recevront aussi les réclamations du public touchant aux prix excessifs pratiqués par les commerçants de la place, en rendront compte aux autorités compétentes et organiseront une publicité contre les commerçants incriminés en invitant le public à les boycotter.

The Bombay Co-operator.

Le rapport du Conseil d'Etat sur le vaste plan hospitalier cantonal vaudois, voté récemment par le Grand Conseil, prévoit que d'ici une quinzaine d'années les caisses-maladie ne paieront plus que le 30% des frais provoqués par leurs assurés, les pouvoirs publics (l'Etat et les communes) devront alors assumer 55% de la charge totale de l'hospitalisation, c'est-à-dire 148 millions de francs par an.

soins qui y sont prodigués, mais de la façon dont est compris chaque hôpital en particulier. Pour illustrer ceci, remarquons, par exemple, qu'à Rolle, il y a moins de lits et que l'organisation générale est plus familiale, plus intime qu'à Nyon, où les lits sont plus nombreux, d'où une atmosphère plus impersonnelle. Pour l'observateur qui examine la liste des prix de ces hôpitaux si divers, des réserves sont de rigueur. On ne peut prétendre qu'un hôpital est mal géré parce que son prix de revient est plus élevé.

Chez nous, on est régionaliste. Chaque hôpital a ses problèmes particuliers, son histoire, son ambiance et ses habitudes. L'un demande 25 francs comme prix de base, mais les médicaments ne sont pas facturés, alors que, dans un autre, qui ne fait payer que 18 francs par jour, les médicaments sont facturés. Les prix de pension ne concordent donc jamais les uns avec les autres. Certains comprennent les honoraires de médecins, la location de la salle d'opérations, les frais de narcose, de radiologie et d'examen de laboratoire. D'autres ne comprennent que la nourriture, le logement et les soins par l'infirmière. Les prix sont exacts, mais la comparaison est difficile entre eux, d'un hôpital de district à un autre, et de l'Hôpital cantonal à celui de district.

### QU'EN SERA-T-IL DANS QUELQUES ANNEES ?

Le coût de la vie augmente régulièrement, comme chacun le sait. Aussi ne demanderions-nous pas aux hôpitaux de faire exception à la règle... Si l'on paie 50 francs aujourd'hui, il nous sera demandé 65 francs d'ici deux ou trois ans, et, dans une quinzaine d'années, il

### FRAISSE & C<sup>e</sup>

TEINTURERIE  
GENÈVE

Magasins :  
Terreaux-du-Temple 20 Tél. 32 47 35  
Rue Micheli-du-Crest 2 Tél. 24 17 39  
Boulevard Helvétique 21 Tél. 36 77 44

Magasin et usine :  
Rue de Saint-Jean 53 Tél. 32 89 58

SERVICE A DOMICILE

