

**Zeitschrift:** Le conteur vaudois : journal de la Suisse romande  
**Band:** 70 (1931)  
**Heft:** 48

**Artikel:** Po fère quaizi lè dzein  
**Autor:** Marc  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-224235>

#### 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:** 14.01.2026

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



# CONTEUR VAUDOIS

FONDÉ PAR L. MONNET ET H. RENOU

Journal de la Suisse romande paraissant le samedi

**BUVONS-LE QUAND MÊME**

**L**E vin de 1931 — tout le monde en conviendra — est décidément de qualité médiocre.

C'est égal, buvons-le quand même. Nous savons au moins que s'il ne réunit pas les conditions qu'on recherche ordinairement dans les produits de nos coteaux, il en est l'enfant légitime.

Il a du reste le mérite de se vendre à un prix qui fera une heureuse concurrence à ces affreuses et démoralisantes boissons sur lesquelles se rabatent tant de gens lorsque le vin n'est plus à la portée de leur bourse.

Et d'ailleurs, quelle qu'en soit la qualité, n'est-il pas infinité préférable et plus sain que tous les vins fabriqués ou frelatés qui nous arrivent d'année en année plus nombreux ?...

Non, le peuple vaudois ne doit jamais se désaffectionner de ses propres vins. Dans le cas contraire, ce serait une parcelle de solidarité qui s'en irait. En effet, cette solidarité dans la consommation des vins du cru, outre qu'elle a un caractère éminemment patriotique, a encore pour résultat de maintenir une bienfaisante cohésion entre tous les habitants de la famille vaudoise.

L'usage habituel et raisonnable du vin du pays exerce, quoiqu'on en dise, une sérieuse influence sur ses habitants, sur leur économie physique d'abord, puis, sur leur caractère, leur esprit, la direction de leurs pensées. Et si les mêmes causes produisent les mêmes effets, tous ceux qui se désaltèrent à la même coupe, qui retrempent leurs forces à la même source, doivent avoir une affinité bien plus grande que les transfuges qui s'en vont demander leurs cordiaux aux quatre vents des cieux.

Autrefois, quand nous ne buvions que nos vins, nous montrions une bienveillance universelle, de la cordialité dans l'accueil, une facilité de liaison qu'on rencontre beaucoup moins fréquemment.

On nous répliquera sans doute qu'il y a des Vaudois qui ne boivent que de l'eau et qui sont des modèles d'urbanité et de savoir-vivre. Cela n'infirme en aucune façon notre manière de voir, car il est probable que ces abstinents ont eu un père, un grand-père, un aïeul qui buvait du vin. Les vertus qu'ils ont, ils les doivent à ce phénomène physiologique qu'on appelle atavisme : un héritage lointain de bonnes qualités.

Car il est incontestable que le vin rend bon, généreux, aimant ; qu'il délie les langues, enhardit les timides, console les affligés, rapproche les cœurs.

Nos vins ont toutes ces qualités. Et pourtant plusieurs les délaissent. Pour boire quoi ? Des liquides de toutes les provenances et surtout de provenances suspectes. La France, la Hongrie, l'Espagne, l'Italie, la Sicile, la Grèce, l'Algérie, l'Amérique, nous envoient des vins blancs et des vins rouges plus ou moins authentiques, plus ou moins réels, plus ou moins sincères.

En général, on se livre sur ces nectars exotiques à toute espèce de travaux, à tous les genres de manipulation.

On les allonge, on les étend, on les mélange, on les dilue, on les colore, on les raffermit, on les remonte et on finit par en tirer un vin quali-

fié « bonne côte », agréable à l'œil, mais sans chaleur, sans arôme et sans relief; un vin qui au lieu de faciliter la digestion, s'infiltra sournoisement dans notre estomac, sans procurer à celui qui le boit aucune des jouissances, aucun des bénéfices qu'on pensait pouvoir lui demander.

Et encore, si l'on s'en tenait là. Mais on avale bien d'autres choses.

La consommation de l'eau-de-vie, c'est-à-dire du trois-six coupé d'eau, a augmenté dans des proportions effrayantes. C'est l'ivresse à bas prix, l'abrutissement au rabais. Et ces liqueurs moins banales qu'on décroît du nom de cognac, rhum, kirsch, cocktail, ne sont le plus souvent, dans les qualités ordinaires, que d'affreux coupages à peine déguisés.

Dans une période d'années où le vin fut rare et cher, on vit se produire des liqueurs, des boissons économiques, moitié cidre, moitié tisane, dans lesquelles il entraînait des pommes, des raisins secs, des racines, du vinaigre, de l'alcool, de la mélasse, que sais-je ? Des boissons à faire dresser les cheveux !

Nous estimons que la question nationale de l'influence d'une bonne récolte de vin sur le bien-être moral et physique des citoyens, est un point qui devrait solliciter l'attention des penseurs.

Victor Borie disait aux Français :

*Dis-moi ce que tu bois, je te dirai qui tu es.*

Et nous, Vaudois, quand nous aurons repris totalement l'habitude de boire nos vins, quand nous aurons chassé tous les faux prophètes et les marchands d'orviétan, que nous aurons repris notre part au grand soleil du bon Dieu, nous pourrons répéter avec reconnaissance et comme des enfants gâtés : *Il n'y en a point comme nous !*

**ONNA FENNA QUE DEPEINSE TRAO**

**G**ABRIET dão Battiau fasâi l'autr'hy s'plaignait à s'n'ami Maxis de la Resse : — Ah ! que désâi, cein ne va pas per tsî no, du quoqu'e tein : ma fenna ne sondzé qu'à dépeinsa, s'n'ardzeint; tot cein que vâi, lo lâi faut, po s'e veti, po son ménâdzô, po l'hottô, que sé-io ? N'a jamé botsi de roncannâ ! Cein n'est pliie tenâlliô !

— Mâ, mâ ! que répond Maxis, que m'e raconte-tou ice ? On sâi prâo que tsî vo on ne fâ pas dâi z'estra, que vo z'ai adî économisâ et qu'on ne vo vâi pas attatsâ voûtron tsein avoué dâi sâocessâ... Mîmameint que le crouté leingue dèsant qu'on ne medzê rein tant bien tsî vo...

— Ah ! l'e tserravouté !... Mâ po lo resto, t'as pardieu résôn !

— N'e pas lo tot : ta fennâ, la Luise, entré no sâi de, ne fâ pas à la dama, diabllio pas ! On ne la vâi pas, la demeinndze, avoué dâi z'hâillons dè retso ; le restè devant son sohy et ne rodè pas coumeint la Fanchette âo dzudzo, que l'e totè l'e senannâ à la vela...

— D'acco, Maxis, mâ la Luise passâ sa viâ à

Rédaction et Administration :  
**Pache-Varidel & Bron**  
Lausanne

III  
ABONNEMENT :  
**Suisse, un an 6 fr.**  
Compte de chèques II. 1160

ANNONCES :  
Agence de publicité Amacker  
Palud 3, Lausanne.

mè roncannâ de l'ardzeint... ti lè dzo, tè dio, m'ein démandè, mîmameint la né...

— Mâ, que dâo diabllio pâo-te bin ein fêre ? démandè Maxis.

— Nein s'e rein, que repond Gabriet, ne lâi ein è jamé bailli ! Sami.

**PO FÈRE QUAIZI LÈ DZEIN**

**I**A Méry à Bagnolet n'étai pas mouetta, — Dieu sâi bénî tot parâi, d'ailleu su pas son hommo — l'étai tot que cein. Onna leinga, vâide-vo, à vo bailli lo veret (*vertige*). Dèvesâve po dèvesâ. Se l'avâi faliu comptâ lè mot que poâve débliottâ d'onna dzorna, l'arant ètâ dobedzî d'ltre dâotrâi. L'étai pire qu'on mécanine. Son hommo l'étai venu soryâo rein que po ne pe rein l'ouïre.

On coup, va vè lo mайдzo po dâi z'eindzal're que crâio, jô l'a racontâ mè d'onn'hâora dourent tota l'histoire de sa via, et pu cliaque de son hommo, et pu de sa mère, de s'e biau-frâre, dâi vesin et tot lo diabllio et son train.

— Po fini, lo mайдzo lâi dit dinse :

— Trâide-vâi la leinga on bocon.

La Méry trâi son lampé tandu que lo mайдzo s'e met à écrire oquie.

Et la fenna lâi fâ, dhî menute aprî :

— Vo m'dite de terî la leinga et vo la guegnâ pas pire !

— Lo mайдzo lâi a repondu :

— N'e pas po la vouâiti, l'e rein que po que pouesso écrire tranquillamente l'ordonnance !

Marc à Louis.

**CHAPEAUX BAS**

**A** New-York, aussi bien qu'à Paris ou à Bruxelles, la jeunesse moderne ne veut plus porter de chapeaux. Elle ne s'en porte pas plus mal, d'ailleurs; au contraire, mais cela ne fait pas l'affaire des chapeliers qui ne redoutent rien tant que le chômage.

Ils ont songé à demander à des docteurs, comme on l'a fait pour la morue, la banane, le vin, de longs articles, en vue d'essayer de faire croire aux poires toujours prêtes à marcher, que le chapeau est indispensable, qu'il préserve de la goutte au nez, des inondations, des incendies de forêts et du bolchévisme.

Les chapeliers ont essayé de tous les moyens pour faire revenir les jeunes élégants sur cette mauvaise habitude de se promener partout le chef découvert, qui cause au commerce de la chapellerie un préjudice si considérable. Les jeunes snobs n'ont rien voulu savoir.

C'est en vain que les chapeliers ont affirmé sur l'écran que le prince de Galles ne portait à cheval que le chapeau melon. Les jeunes gens ne sont pas décidés à s'intéresser à ce légume.

A New-York, une des plus importantes chapelleries fit afficher, sur les murs de la ville, d'immenses placards mentionnant l'inscription suivante : « Charlie Chaplin ne porte exclusivement que des chapeaux de notre marque ». Elle attendit l'effet de cette réclame ultra-moderne. Elle attend encore, elle attend toujours. Les clients n'afflurent pas dans la boutique. Les garçons du magasin continuent à enlever les toiles que les araignées tendent dans tous les coins, à chasser les mites voraces, à chercher la solution des mots croisés, à s'ennuyer et, pour se distraire,