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: 58 (1970)

Heft: 3

Artikel: Discount...: ...quand tu nous tiens

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-272546

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: 28.11.2025

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

FEMMES SUISSES



DISCOUNT... ...quand tu nous tiens

Intriguée par la création d'un « discount » au dernier étage des Grands Magasins Innovation S.A., à Lausanne, nous sommes allée questionner à ce sujet M. Louis Alain Moret, fondé de pouvoir, lequel ne nous a pas paru très amoureux du « discount » en général : « Ce mot anglo-saxon est un mot utilisé par tout le monde à tort et à travers. Il angio-saxon est un moi utilisé par tout le monue à tort et à travers. It nous vient d'ailleurs des États-Unis d'Amérique, Qui dit discount dit baisse du prix de vente due à une diminution de la marge bénéficiaire sur les articles, les frais généraux ayant été réduits au maximum. L'emballage est alors tout à fait sommaire, la présentation sans éclat, sans recherche, fruste comme elle l'est chez le grossiste.

N'y a-t-il pas eu de violentes discussions entre Société coopérative de consommation et Coopératives Migros au sujet des prix « discount » ?

 Certainement. Et les petits petits magasins s'y sont mis éga-lement, si bien que maintenant, discount when the discount with the monde of discount with the monde of discount with the mieux mieux. C'est un pur attrapemieux mieux. C'est un pur attrape-gogo à mon avis, d'autant plus que tous ces mots anglais font toujours beaucoup d'effet chez nous! Ainsi, on a fini par trouver des meubles, des disques, des voyages à prix discount. Il n'y a plus de raison que cela s'arrête...

- Il vous a fallu du temps pour

 Il vous a fallu du temps pour vous y mettre aussi!

 Je dois avouer que les Grands Magasins Innovation ont toujours été prudents, ne pouvant se permettre de déplaire au public. Il existe d'ailleurs des maisons toutes désignées pour un véritable « discount », par exemple Denner, qui nous vient de Suisse alémanique et qui est le plus grand « dise qui nous vient de Suisse alemanique et qui est le plus grand « discounter » de Suisse. Denner n'estil pas à l'origine du cassage des prix imposés, en particulier dans une certaine attaque contre le prix des cigarettes ?

Mais alors, si vous n'êtes pas vous-même pour le « discount », pourquoi avez-vous ouvert le vôtre ?

— L'ouverture de nos quelques rayons « discount » doit être, à vrai dire, considérée comme une mini-réaction en face des batailles environnantes. Mais le « discount » en lui-même ne nous paraissait pas suffisamment valable pour nous inquièter. Car, voyez-vous, la véritable force du Grand Magasin c'est le choix, et l'Innovation, en l'occurrence, offre à sa clientèle plus de 200 000 articles que dis-je, plus de 300 000 articles que dis-je, plus de 300 000 articles que dis-je, plus de 300 000 articles il l'on compte avec les coloris, et cela sur 110 rayons différents! Vous pensez bien que le Discount ne pourrait pas offrir un tel choix, sa gamme d'articles étant forcément très limitée. Ainsi ce sont moins gamme d'articles étant forcément très limitée. Ainsi ce sont moins de 1000 articles que propose Den-ner... Les Grands Magasins ont donc préféré contre-attaquer ce qui semblerait être une concur-rence et qui ne l'est pas, en mon-trant au public en quoi ils sont plus forts.

Par l'abondance et la varié-

— Bien sûr! Remarquez que nous n'avons cessé de créer de véritables actions d'envergure, telles qu'action sur le miel (52 miels différents!), action sur le pain (48 sortes de pains!), action sur le fromage (162 sortes de fromages!), etc. Un magasin « discount » ne saurait offrir aux gens, dans le domaine de la brosserie, par exemple, 180 brosses différentes comme nous le faisons. Car s'il veut tenir des prix « discount », sil veut tenir des prix « discount ». s'il veut tenir des prix « discount »,

la rotation de ces articles serait beaucoup trop lente. — Donc vous n'avez à craindre aucune concurrence, même pas celle de Denner?

celle de Denner?

— Tant que Denner vendra hon-nêtement au public ses 1000 arti-cles, un Grand Magasin n'y verra aucun inconvénient. Mais au mo-ment où il agirait de façon agres-sive à notre endroit, en faisant, par exemple, des comparaisons de prix, nous réagirions comme nous avons déjà réagi en pareille occurrence: en brandissant notre propre « Discount ». L'opinion publique a été traumatisée par le « discount ». C'est pourquoi nous avons tenu à prouver que nous pouvons, nous aussi, si nous le voulons, vendre 700 articles aux prix Denner ou Aligro.

Vous avez donc ouvert votre « Discount » un peu à contre-cœur si j'en juge par votre peu d'enthousiasme...

- J'avoue que cela ne nous a pas beaucoup intéressé. Nous n'a-vons fait paraître que deux an-nonces publicitaires, et nous avons logé notre « Discount » au der-nier étage, derrière la section « meubles ». La surface de vente y est moins grande que celle des étages inférieurs, l'éclairage moins soigné. L'ascenseur n'y monte pas, et il n'y a pas d'escalator... Il y a une seule caissière et pas de ven-deuses ni de vendeurs pour rendeuses ni de vendeurs pour renseigner. En outre, on ne livre pas à domicile, puisque, pour diminuer les frais généraux, nous devons renoncer au camionnage. Alors, tous comptes faits, la plupart des clients préfèrent payer 1 ou 2 francs plus cher et ne pas avoir à transporter chez eux des boîtes géantes de lessive Vel ou Radion. Ils préfèrent l'ascenseur, l'ambiance sympathique. En somme, le biance sympathique. En somme, le prix n'est pas l'objet principal du client. Le client aime pouvoir être servi avec soin, pouvoir échanger sa marchandise si elle ne lui don-ne pas toute satisfaction. Il préfère trouver un personnel de magasin! Comment conclueriez-vous?

Si certains vendeurs veulent vendre à perte un article pour at-tirer le client et se rattraper sur d'autres articles, c'est leur affaire. d'autres articles, c'est leur affaire.

Je préfère, pour ma part, une
marge normale sur tous les articles. C'est un truc trop facile: le
camelot offre 9 stylos gratuits et
fait payer le dixième 10 francs.
Ainsi dix stylos pour 10 francs, ce
n'est déjà plus un miracle. Ditescus bien que tout le monde doit vous bien que tout le monde doit quand même arriver à avoir un bénéfice... Pardonnez-moi d'avoir démystifier le thème « discount », mais le public est en général trop crédule. Il manque de sens criti-

Réd.: Prochainement l'avis de quelques acheteuses. Si vous avez un point de vue intéressant à exprimer, écrivez-nous!

II y a poulet

La différence n'est pas toujours celle à laquelle on pense

et poulet

Les Français, qui en sont très friands, nous le présentent par la plume d'Alexandre Dumas (Dictionnaire de cuisine paru chez Tchou Editeur):
« Ce furent les habitants de l'île de Cos qui apprirênt aux Romains l'art d'engraisser les volailles dans des lieux clos et sombres. La profusion qui existait à Rome de volailles engraissées obligea le consul Canius Fanius à édicter une loi qui défendait d'élever les poules dans Canius Fanius à édicter une loi qui défendait d'élever les poules dans les rues. La poule est originaire de l'Inde; mais du lieu de sa naissance elle s'est répandue sur presque tous les points du globe. Elle offre différentes variétés assez remarquables: en Turquie, son plumage est presque aussi riche que celui du faisan; en Chine, elle a de la laine au lieu de plumes; en Perse, il y en a toute une espèce qui n'a point de queue; dans l'Inde, elles ont la chair et les os noirs, ce qui ne les empêche pas d'être très bonnes à manger. Les poules furent poursuivies par les lois somptuaires, qui défendirent (et c'est celles-là qu'invoqua le consul Fanius) de servir sur la table une autre poule que la simple poule de basse-cour. Comme nous n'avons pas de lois somptuaires qui défendent d'engraisser la volaille, disons la manière qui leur donne à la fois le meilleur goût et la meilleure graisse possible.

Nourrissez-les pendant plusieurs jours avec de l'orge moulu, du son et du lait; mettez-les en cage dans un lieu obscur, mais non humide; enfin, laissez toujours à leur portée de la farine d'orge pétrie avec du lait. En trois semaines, ou en un mois, nos poules deviendront des poulardes. La nourriture du chapon est la même. Les Romains châtraient

latt. En trois semaines, ou en un mois, nos poules deviendront des poulardes. La nourriture du chapon est la même. Les Romains châtraient les petits coqs à l'âge de trois mois, et ils engraissaient ces nouveaux chapons avec une pâtée de farine et de lait dans un lieu sombre. Ils châtraient aussi les poules en leur enlevant les ovaires pour en faire des poulardes grasses. Le sarrasin, plus encore que l'orge, se recommande aux gourmands pour l'engrais des oiseaux de basse-cour ».

LES TROIS RACES

Ce sont : la race lourde (la Faverolles, race au plumage jaunâ-tre), les races légères (la Bresse noire, le poulet jaune des Landes, la Leghorn), et les races moyennes. Ces races moyennes sont les plus nombreuses et comprennent, outre les races bourbonnaise, gasoutre les races bourbonnaise, gas-conne, noire du Berry, géline de Touraine, etc., le poulet du Gâti-nais, au plumage blanc, qui four-nit des poulardes dodues et fa-meuses, le poulet nantais, élevé dans toute la Bretagne, mais ex-pédié de Nantes, d'où son nom, et le poulet de Bresse. et le poulet de Bresse.

qui aurait desséché et décoloré sa peau, rougi ou bruni sa chair et noirci ses os — garde sa compo-sition chimique initiale. Cependant, certains poulets sur lesquels on a opéré le plumage à l'eau contiennent une bonne quantité supplé-

NOIN								My	e	Polus			
Poussin Coquelet ou Poulet nouveau	ou				4	à			emaines ois		800-500 g 600-1 kg		
Poulet 4/4 ou													
Poulet portion													
Poulet de grain						3	à	6	mois		600-1 kg		
Poulet gras .						8	à	9	mois	1	,200-3 kg		
Poularde ou						7	à	8	mois	2	-3,500 kg		
Chapon													
Coq ou poule					10	r	no	is	et plus	1	,500-3 kg		

poulet nantais, passablement volumineux, présente, le plus souvent, une belle couche de graisse sur une chair fine, et les graisse sur une chair impe, et les étiquettes précisant « poulet nan-tais » sont la garantie d'un contrôle sérieux de la qualité, des métho-des de ramassage, de tri, de trai-

des de ramassage, de tri, de trattement et d'expédition.

Quant au poulet de Bresse blanc, offert aux consommateurs sous un scellé tricolore marqué « Bresse » qui garantit son origine, ses pattes sont bleutées et ba-guées, leur producteur pouvant être ainsi identifié. Le label « Bresse » apporte d'ailleurs une assu-rance formelle sur des éléments tels que l'origine, la nourriture, le rendement en chair, la tendreté et la sapidité de la volaille.

LEUR COMPOSITION

Chez le poulet de 7 à 15 semaines, la teneur en eau s'abaisse de 15 % et le teneur en lipides aug-mente de 17 %. Quant à la teneur du poulet en graisses, elle varie selon qu'il s'agit du blanc ou de la cuisse. Chez le poulet de 12 se-maines, le banc est plus riche que la cuisse en protéines et en miné-raux, mais beaucoup moins riche en lipides

en lipides.
En ce qui concerne la teneur en protéines d'origine animale, la chair du poulet est supérieure de 10 % environ au muscle de bœuf, et sa digestibilité est excellente.

Le poulet congelé, lui, s'il n'a pas été sorti des frigorifiques industriels, puis remis au froid — ce

nent une bonne quantité supplémentaire de cette substance. Plongées dans leur bain d'eau froide, leurs pores se sont refermés en gardant le liquide. On congèle le tout. Et finalement, le consommateur paie toute cette eau qu'on a pesée pour lui avec le poulet et qui, de plus, donnera à la bête ce goût fade qu'on lui trouve parfois. Evidemment, avec les poulets frais, on ne peut utiliser ce sys-LE TABLEAU DE FAMILLE

tème de plumage à l'eau, ce qui est assez rassurant quant à leur qualité. La vieille méthode de plumage à la main et même l'actuelle méthode de plumage à la chaîne, avec les machines, et à sec, sont certainement les meilleures.

LES CONDITIONS D'ÉLEVAGE

Elles ont aussi leur importance. Les poulets de Bresse, par exem-ple, sont élevés selon des règles strictes, dans des conditions dé-terminées. Comme on fait pâturer les vaches on promène les poulaillers d'un champ à l'autre sur de grandes surfaces.

Les différents climats, les diver-Les differents climats, les diver-ses sortes d'eau ont leur influence sur le jeune poulet. De même qu'on ne peut faire du Beaujolais en Suisse — les cépages étant pourtant pareils — on ne peut faire, chez nous, des poulets de Bresse. Chaque région a sa race de poulets bien pure.

Il existe des usines à poulets où les malheureux ne voient jamais le

jour. Ils sont engraissés alors dans l'air conditionné et la lumière arti-ficielle, sous le contrôle perma-nent des ingénieur chimistes américains. Cette facon de faire rend le poulet bon marché, mais n'ar-range pas toujours son goût!

COMMENT CHOISIR UN POULET?

Dans un poulet de bonne qualité (c'est-à-dire que la ménagère doit (c est-a-dire que la menagere doit pouvoir conserver sans risque pendant qautre ou cinq jours à une température inférieure à 10º) acheté entier, plumé et vidé, la partie non comestible (tête, pattes, abats, os) représente, après cuisson, de 33 à 35 % du poids total. Il faut donc acheter, en principe, un poulet de 3 livres pour obtenir environ 2 livres de chair comesti-

La qualité se reconnaîtra avant tout à une poitrine bien enchair, de bonnes masses musculaires sur les cuisses et une couche de graisse sans excès et bien répartie sur tout l'ensemble du corps, ce qui laisse présumer une pro-portion appréciable de graisse d'infiltration dans les chairs. C'est celle-ci — comme nous l'avons vu pour le poulet de Bresse — qui donnera au poulet onctuosité et saveur.

Les volailles qui ont des pilons courts et ronds sont recherchées : leur squelette est léger et les dé-chets moins importants.

La présentation de sicots (plumes naissantes), de déchirures, incisions, meurtrissures, hématomes ou colorations anormales déclasse le poulet à des grades in-férieurs, car toute déchirure ou écorchure fait sécher la chair lors de la cuisson et altère sa saveur.

Qualité de la chair

Tendre, mais sans saveur Tendre et fondante

Savoureuse Très savoureuse Blanche, ferme, savoureuse

Un peu dure, sèche

Un poulet de qualité doit pré-senter une carnation nette et clai-re due à la transparence d'une peau au grain fin tendue sur une couche de graisse blanche. Celle-ci a tendance à prendre une teinte plus foncée avec l'âge, tandis que la peau s'épaissit et devien gra-

Il faut se méfier des poulets dont la peau est humide et vis-queuse, en particulier entre l'aile et le corps, la patte et le corps, ou dans la région du cou, et de ceux qui présenteraient une teinte ver-dâtre sur le cou, entre la cuisse et les côtes ou autour du croupion.

La coloration des pattes, blan-che, jaune, bleue ou noire, elle, provient de la diversité des races.

Disons, pour terminer, que le poulet est tout à fait favorable à l'alimentation humaine et que la constitution des lipides du poulet est très satisfaisante pour le diététicien puisqu'on y trouve des aci-des gras insaturés, sans doute utiles dans la prévention de l'artério-sclérose. L'Helvétie.

QUELQUES PRIX

Poules du pays									6.—		
Poules de Bresse								Fr.	7.—	le	kilo
Pintades de France								Fr.	12.—	le	kilo
Poussins								Fr.	5.80	la	pièce
Foie de volaille								Fr.	12.—	le	kilo
Poulets de Bresse								Fr.	13.—	le	kilo
Poulets du parc (avi	cole	de c	hez r	nous)				Fr.	9.—	le	kilo
Poulets Allier (Synd	icat o	des e	expéd	diteur	s bo	urboi	า-				
nais)								Fr.	7.50	le	kilo [.]
Poulets Houdan (ho								Fr.	7.50	le	kilo
Poulet Optigal Migro									4.90		