Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 8

Artikel: ZIKA : l'alimentation de l'avenir
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-540881

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: 02.10.2025

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

REVUE SUISSE DES HOTELS

Bâle, 20 février 1930
Nº 8

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

Basel, 20. Februar 1930
Nº 8

ZIKA

L'alimentation de l'avenir

(Traduit de l'allemand)

Une revue de ce qui est acquis, un regard vers ce qui est possible, tels sont les deux grands éléments qui constitueront la prochaine ZIKA, Exposition internationale d'art culinaire à Zurich. Une revue des coutumes et des méthodes traditionnelles, de tout ce qui existe maintenant, de ce qui a fait ses preuves et de ce qui, peut-être, a passé en partie dans le domaine des choses démodées. Un regard vers les horizons nouveaux qui s'ouvrent devant l'art culinaire, vers des horizons d'où les brumes de la routine sont balayées par le souffle purificateur des idées jeunes.

Car tous ceux qui, depuis la dépression profonde de la période de guerre, ont assisté au développement progressif de l'art culinaire et ont eux-mêmes contribué à lui faire une place toujours plus importante dans les établissements de l'hôtellerie et de la restauration ont l'impression — peut-être encore imprécise, vague, mais réelle — que le développement de notre cuisine et que l'art culinaire en général sont arrivés à un carrefour où il faut choisir le bon chemin qui mène au but.

La science de l'alimentation a marché beaucoup plus vite que l'art culinaire pratique. Non pas, comme nombre de réformateurs extrémistes le feraient croire volontiers, que la cuisine d'hôtel travaille aujourd'hui contrairement aux principes essentiels à observer dans l'alimentation. Mais les théories scientifiques ont déjà pénétré très profondément dans les masses; elles y ont mis au premier plan des idées qui, bien qu'encore souvent abstraites et sans ordre, nous font un devoir d'étudier une bonne fois et d'une manière approfondie le problème des innovations culinaires. Pour l'hôtellerie, la question se pose en première ligne sur le terrain purement économique; il s'agit de savoir dans quelle mesure notre cuisine actuelle d'hôtel — qui, soit dit en passant, est menacée de perdre son cachet spécial pour prendre un caractère regrettablement international — peut et doit s'adapter aux meilleures des tendances nouvelles.

Si le directeur d'une entreprise est appelé à prendre une décision sur des transformations internes, il cherche tout d'abord à se faire une idée exacte de tous les facteurs entrant en considération dans cette affaire. Chaque véritable progrès, chaque changement utile doit dériver et sortir de ce qui existe, en tirant le meilleur parti possible des fondations déjà établies et en s'adaptant aux circonstances économiques telles que les montre l'expérience acquise. Ainsi en doit-il être du progrès recherché pour notre cuisine hôtelière.

La science réclame aujourd'hui une alimentation plus rationnelle, plus saine, plus conforme à son véritable but; elle veut reléguer au second plan le dogme professé jusqu'à présent de la nécessité du raffinement dans les préparations culinaires. Cette tendance est du reste tout à fait dans l'esprit de notre époque, fait de réalisme et d'objectivité. C'est ce qui lui a valu si rapidement tant d'adeptes dans le public, qui l'a adoptée et l'a faite sienne. C'est pourquoi aussi elle se propage également dans les restaurants de toutes catégories et de toutes spécialités, dans les pensions et dans les hôtels, sans même que ces établissements connaissent dans leurs détails les théories parfois grandiloquentes et excessives des innovateurs. Il suffit qu'il s'agisse d'une « réforme », d'une « modernisation », et l'on entre dans le courant. On pourrait en écrire long sur ce sujet.

Mais ce qu'il ne faut pas perdre de vue, c'est que le grand public cherche de nouvelles voies dans le domaine alimentaire, souvent, parce qu'il y est contraint par des circonstances extérieures qui se sont elles-mêmes modifiées. Nous ne vivons plus au bon temps des Carème et des Dubois. La cuisine actuelle d'hôtel et de restaurant doit tirer elle aussi ses conséquences de ce fait élémentaire, si elle ne veut pas courir le danger de succomber dans la lutte pour le client et de passer parmi les choses vieillies et démodées dont personne ne veut plus.

La ZIKA a assumé la difficile tâche de collaborer à l'étude de cette modernisation scientifique de la grande cuisine.

D'après les méthodes suivies jusqu'à présent, une exposition internationale d'art culinaire doit simplement représenter pratiquement le niveau atteint à un moment donné. Elle doit montrer au grand public le haut degré de perfection auquel on s'est élevé et répandre ainsi dans les masses le goût de la bonne cuisine. Elle doit inciter la clientèle à fréquenter davantage les hôtels et les restaurants. Elle a également pour mission de réagir contre les préjugés erronés qui tendent à se glisser dans certaines sectes de la profession culinaire.

Mais il est devenu opportun de montrer aussi dans une section particulière, dénommée « *les formes pratiques de l'alimentation* », comment les méthodes culinaires actuelles peuvent être *complétées*, soit au point de vue économique en ce qui concerne l'exploitation d'une cuisine, soit au point de vue de la technique alimentaire.

Un comité spécial s'est mis à l'étude de ce problème. Il est placé sous la direction de M. le professeur A. Alder, président de la Société de médecine de Zurich. En font partie M. P. Manz, administrateur de la clinique cantonale féminine à Zurich (vice-président), M. le professeur Dr W. von Gonzenbach, directeur de l'Institut d'hygiène de l'Ecole polytechnique fédérale, M. le professeur Dr W. Silberschmidt, directeur de l'Institut d'hygiène de l'Université de Zurich, M. le professeur Dr G. Fanconi-von Grebel, directeur de l'Hôpital des enfants à Zurich, M. le professeur Dr E. Waser, chimiste cantonal à Zurich, M. le Dr Armin Haemmerli-Steiner, médecin à Zurich, M. le Dr M. Bircher-Benner, médecin en chef du sanatorium « Lebendige Kraft » à Zurich, M O. Künzler, restaurateur au Casino Zurich-Horn, et M. C. Waser, chef de cuisine de l'hôtel Habis Royal à Zurich.

Ce comité, composé d'autorités dans la science de l'alimentation et dans l'art culinaire pratique, a pour mission particulière d'élaborer des directives et des propositions pour une forme moderne d'alimentation à l'intention des personnes saines ou qui du moins se sentent en bonne santé, puis d'établir les conditions techniques de l'adaptation pratique de ces théories à la cuisine des hôtels et des restaurants. Les travaux préparatoires sont en plein cours. Ils exigent le dépouillement et l'étude d'une documentation extrêmement vaste. Mais déjà ces travaux permettent d'attendre avec une grande confiance et un vif intérêt les résultats de recherches et d'efforts aussi sérieux, qui créeront peut-être des voies nouvelles pour tout un avenir. De ce fait, cette partie de la ZIKA acquiert une extraordinaire importance.

Qui devrait payer la publicité touristique?

On se rend toujours mieux compte, dans tous les pays, de la valeur économique du tourisme. Certains indices font craindre que sous ce rapport la Suisse ne se laisse devancer par des pays concurrents, où l'esprit moderne fait des progrès plus rapides. Quelques milieux des transports et de l'alimentation se rendent compte chez nous de la situation exacte ; mais les autres, sans oublier ceux des autorités, ne songent généralement aux industries touristiques que pour en tirer le plus de profit possible, oubliant que nul ne peut récolter là où il n'a pas semé.

La semence principale, ici, c'est la publicité. Il n'y a pas de tourisme prospère sans propagande, comme il n'y a pas de commerce florissant sans réclame appropriée. Il semble par conséquent que toutes les branches de la production alimentaire, de l'industrie, du négoce, des transports et de la finance, intéressées d'une manière plus ou moins directe au développement du mouvement touristique dans le pays, contribuent naturellement à couvrir les frais de la propagande et de la publicité en faveur du tourisme. Mais qu'est-ce qui arrive dans la pratique? Chacun considère comme évident que cette publicité doit être payée en première ligne par l'hôtellerie. Les masses considèrent que le tourisme et l'hôtellerie ne font qu'un et que si les hôtels veulent avoir de la clientèle, il est juste qu'ils payent la réclame indispensable.

Cette erreur colossale n'est pas particulière à l'Europe ; on la retrouve telle quelle de l'autre côté de l'Atlantique. Mais il y a une différence : les hôteliers américains réagissent et les hôteliers européens n'en ont pas encore eu le courage.

Notre excellent confrère de la *France Hôtelière*, de Paris, M. J. Gillet, a écrit à ce propos :

« Nos collègues américains ont fait des enquêtes, publié des statistiques et prouvé cette chose surprenante que l'hôtellerie est l'une des industries qui rapportent le plus au pays, à ses autres industries, à son commerce, à son agriculture, mais que par contre c'est à elle que le tourisme rapporte le moins.»

Il ne s'agit pas là d'un paradoxe, mais d'une simple vérité.

Pour le prouver, M. Gillet reproduit des déclarations qui lui avaient été faites par un hôtelier américain éclairé et actif, parvenu par ses qualités de travail et d'intelligence aux premiers rangs dans son pays. Nous nous permettons de reproduire ici en résumé les plus frappantes de ces déclarations :

« Nous sommes en Amérique plus avancés qu'en Europe au point de vue de la juste compréhension, par le public et par le gouvernement, de notre importance dans l'économie nationale. C'est parce que nous avons travaillé à les convaincre, non par des discours, mais par des chiffres irréfutables. Nous avons minutieusement étudié la répartition de l'argent dépensé par les voyageurs. Nous avons trouvé que, dans la proportion de 93%, l'argent laissé par le client profite à des commerçants autres que l'hôtelier. Il est établi en effet que sur un dollar dépensé par un touriste, 75% sont dépensés par lui hors de l'hôtel. Sur les 25% payés à l'hôtel, 71% sont déboursés par l'hôtel au profit du commerce. Ce qui fait bien la proportion indiquée de 93%.

Sur l'argent encaissé par l'hôtel, le 31% est distribué dans le pays sous forme de salaires et de gages, alors que les grands magasins comptent en Amérique, pour les salaires, 14% du chiffre des ventes et les magasins de détail 13%. Ceci montre l'importance de l'hôtellerie sur le marché de la main-d'œuvre. Mais ces 31% sont dépensés presque entièrement, par les employés, dans la ville ou le pays avoisinant; d'où nouveau profit pour l'industrie et le commerce locaux.

Sur chaque dollar qu'il encaisse du voyageur, l'hôtel en dépense le 19,5% pour acheter des aliments et des boissons, en majeure partie chez des commerçants de la place ou de la région.

L'hôtel paye encore en dépenses diverses 23,5% du dollar du visiteur. Ce sont le téléphone, l'entretien et le remplacement de la vaisselle, de l'argenterie, du mobilier, de l'immeuble, l'éclairage, le chauffage, les produits de nettoyage, la publicité, les musiciens, les impôts et les assurances.

Même les paysans devraient enfin reconnaître que les hôtels sont pour eux un élément de prospérité. Généralement cependant, ils voient le tourisme d'un assez mauvais œil. Ils se plaignent des impôts élevés qui servent à construire les routes, de la vitesse des automobiles, qui effrayent leurs vaches et écrasent leurs poules; ils accusent les touristes de manger leurs pommes. Pour finir, ils déclarent qu'ils n'ont pas besoin du tourisme dont les bénéfices vont uniquement aux hôtels!»

Ils ne songent pas, les paysans, qu'une très forte partie de leurs produits sont consommés par les touristes et les voyageurs, donc par la clientèle des hôtels, puis par le personnel qui reçoit et sert cette clientèle, par toutes les classes de l'industrie et du commerce où se recrutent les fournisseurs de l'hôtellerie, par les exploitants des commerces vendant directement aux touristes, par le personnel des transports engagé à cause du tourisme.

Il n'est donc absolument pas équitable que l'hôtelier, le moindre bénéficiaire du tourisme, paye toute la publicité touristique. Faisons des statistiques comme les Américains et réclamons, chiffres en mains, la quote-part des autres bénéficiaires: ce ne sera que stricte justice.

Cours de traitements diététiques

à Rheinfelden, du 1er au 3 mai 1930

La Société suisse de balnéologie et de climatologie organise, pour les 1, 2 et 3 mai prochain, à Rheinfelden, un *Cours théorique et pratique sur « la diète dans le traitement des maladies »*. Le cours sera donné par M. le docteur F. Berger, chef de la section diététique à l'Hôpital municipal de Francfort s. Main. Il ne s'adresse pas seulement aux médecins, mais aussi aux spécialistes de l'hôtel et de la cuisine qui auront l'occasion, particulièrement dans la partie pratique du cours, d'apprendre une foule de notions utiles. Pour ses démonstrations pratiques, M. le Dr Berger sera secondé par M. Borkelch, chef de cuisine pour les cliniques privées de l'hôpital. L'après-midi du 3 mai sera spécialement consacrée à la diète au sanatorium et dans la station climatique. Une conférence de M. le Dr Groté (Sonnmatt, Lucerne) sera suivie d'une discussion libre sur ce thème important.

Dans le cours proprement dit, il sera question de l'alimentation non salée, des aliments crus, du régime ordonné aux malades de l'estomac, des intestins ou du foie ainsi que pour les affections biliaires, du traitement diététique du diabète, des cures d'engraissement et d'amaigrissement, de l'influence de la diète sur l'assimilation des substances minérales, de la diète à l'hôpital.

Tous les intéressés sont chaleureusement invités à participer à ce cours. L'application du régime diététique a pris depuis quelques années un développement extraordinaire et son rôle s'élargit sans cesse jusque dans la famille. Les sanatoriums et les stations climatiques s'efforcent d'aller de l'avant dans ce domaine, particulièrement à l'étranger, alors qu'en Suisse nous nous trouvons un peu en retard. Le cours fournira à chacun la meilleure occasion de s'instruire de ces matières sous la direction d'un distingué spécialiste.

La taxe d'inscription est de vingt francs. Un programme détaillé sera publié prochainement ici même. Pour tous renseignements, s'adresser à M. E. Pflüger-Dietschy, Hôtel des Salines au Parc, Rheinfelden.