

# Il y a poulet et poulet : la différence n'est pas toujours celle à laquelle on pense

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses**

Band (Jahr): **58 (1970)**

Heft 3

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-272547>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



ACHETEUSE  
QUI CONNAÎT SON AFFAIRE

## 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 nous vient d'ailleurs des Etats-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 magasins s'y sont mis également, si bien que maintenant, « discount » ne veut plus rien dire. Tout le monde « discounte » à qui mieux 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 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 allemande et qui est le plus grand « discount » de Suisse. Denner n'est-il 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 environnementales. Mais le « discount » en lui-même ne nous paraissait pas suffisamment valable pour nous inquiéter. 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 si 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 de 1000 articles que propose Denner... Les Grands Magasins ont donc préféré contre-attaquer ce qui semblerait être une concurrence et qui ne l'est pas, en montrant au public en quoi ils sont plus forts.

— Par l'abondance et la variété ?

— 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 »,

la rotation de ces articles serait beaucoup trop lente.

— Donc vous n'avez à craindre aucune concurrence, même pas celle de Denner ?

— Tant que Denner vendra honnêtement au public ses 1000 articles, un Grand Magasin n'y verra aucun inconvénient. Mais au moment où il agirait de façon agressive à notre endroit, en faisant, par exemple, des comparaisons de prix, nous réagirions comme nous avons déjà réagi en pareille occurrence : en bradissant 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'avons fait paraître que deux annonces publicitaires, et nous avons logé notre « Discount » au dernier 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 vendeuses 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 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 donne pas toute satisfaction. Il préfère trouver un personnel de magasin ! Comment conclueriez-vous ?

— Si certains vendeurs veulent vendre à perte un article pour attirer le client et se rattraper sur 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. Dites-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 critique.

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

# Il y a poulet et poulet

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

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 apprirent aux Romains l'art d'engraisser les volailles dans des lieux clos et sombres. La profusion qui existait à Rome de volailles engraisées obligea le consul 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 châtiraient les petits coqs à l'âge de trois mois, et ils engraisaient ces nouveaux chapons avec une pâte de farine et de lait dans un lieu sombre. Ils châtiraient 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 jaunâtre), 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, gasconne, noire du Berry, géline de Touraine, etc., le poulet du Gâtinais, au plumage blanc, qui fournit des poulardes dodues et fameuses, le poulet nantais, élevé dans toute la Bretagne, mais expédié de Nantes, d'où son nom, et le poulet de Bresse.

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

Nom	Age	Poids	Qualité de la chair
Poussin	4 à 7 semaines	300-500 g	Tendre, mais sans saveur
Coquelet ou Poulet nouveau ou Poulet 4/4 ou Poulet portion	3 mois	600-1 kg	Tendre et fondante
Poulet de grain	3 à 6 mois	600-1 kg	Savoureuse
Poulet gras	8 à 9 mois	1,200-3 kg	Très savoureuse
Poularde ou Chapon	7 à 8 mois	2-3,500 kg	Blanche, ferme, savoureuse
Coq ou poule	10 mois et plus	1,500-3 kg	Un peu dure, sèche

Le poulet nantais, passablement volumineux, présente, le plus souvent, une belle couche de graisse sur une chair fine, et les étiquettes précisant « poulet nantais » sont la garantie d'un contrôle sérieux de la qualité, des méthodes de ramassage, de tri, de traitement 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 baguées, leur producteur pouvant être ainsi identifié. Le label « Bresse » apporte d'ailleurs une assurance formelle sur des éléments tels que l'origine, la nourriture, le rendement en chair, la tendreté et la rapidité 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 augmente 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 semaines, le blanc est plus riche que la cuisse en protéines et en minéraux, mais beaucoup moins riche 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

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 exemple, sont élevés selon des règles strictes, dans des conditions déterminées. Comme on fait pâturer les vaches on promène les poulaillers d'un champ à l'autre sur de grandes surfaces.

Les différents climats, les diverses 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 engraisés alors dans l'air conditionné et la lumière artificielle, sous le contrôle permanent des ingénieurs chimistes américains. Cette façon de faire rend le poulet bon marché, mais n'arrange pas toujours son goût !

## COMMENT CHOISIR UN POULET ?

Dans un poulet de bonne qualité (c'est-à-dire que la ménagère doit pouvoir conserver sans risque pendant quatre ou cinq jours à une température inférieure à 10°) 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 comestible.

La qualité se reconnaît avant tout à une poitrine bien en chair, 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 proportion 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 déchets moins importants.

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

Un poulet de qualité doit présenter une carnation nette et claire 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 devient granuleuse.

Il faut se méfier des poulets dont la peau est humide et visqueuse, 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 verdâtre sur le cou, entre la cuisse et les côtes ou autour du croupion.

La coloration des pattes, blanche, 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 acides gras insaturés, sans doute utiles dans la prévention de l'artériosclérose. L'Helvétie.

## QUELQUES PRIX

Poules du pays	Fr. 6.— le kilo
Poules de Bresse	Fr. 7.— le kilo
Pintades de France	Fr. 12.— le kilo
Poussins	Fr. 5.80 le kilo
Foie de volaille	Fr. 12.— le kilo
Poulets de Bresse	Fr. 13.— le kilo
Poulets du parc (avicole de chez nous)	Fr. 9.— le kilo
Poulets Allier (Syndicat des expéditeurs bourbonnais)	Fr. 7.50 le kilo
Poulets Houdan (hollandais)	Fr. 7.50 le kilo
Poulet Optigal Migros	Fr. 4.90 le kilo