

MÉMOIRE
 (1894)

Contre-publicité et auto-dérision : les « Quatre bouledogues » de M. Richard à Allevard

par Georges Salamand

Il était un personnage fameux, connu de toute la capitale et des îles britanniques, cet ancien cuisinier chef de W.R. WADINGTON, le seul président du Conseil français à avoir gagné avec Cambridge la célèbre « Boat Race » contre Oxford, lors de sa studieuse et agitée jeunesse ! Abandonné par son patron lors d'un séjour thermal à Allevard, le « cuistot de Matignon », original farfelu, va acquérir un bel hôtel-restaurant, avenue de Savoie, dans la station ; et se singulariser immédiatement par sa conception bien particulière de la publicité, car cet ami de BRUANT se targuait de taquiner les muses à ses moments perdus, mais des « muses un peu souillons et sentant le graillon » comme on peut le découvrir à la lecture des encarts distribués un peu partout, où l'on découvre, en frontispice, l'enseigne dite « Aux quatre bouledogues », représentant trois chiens de ladite race... accompagnés par le patron lui-même, figure aussi peu avenante que possible, surmontée d'une haute casquette de maquignon et de trois devises pour chauffer l'ambiance :

« Volapük spoken - Mieux ici qu'ailleurs - Omnibus à aucun train » !

Bourru, farceur, aimable et excellent cuisinier, le VATEL allevardin avait trouvé la formule pour attirer le gourmand-chaland en un temps où déferlait déjà l'inodore et incolore publicité gnan-gnan dénoncée avec

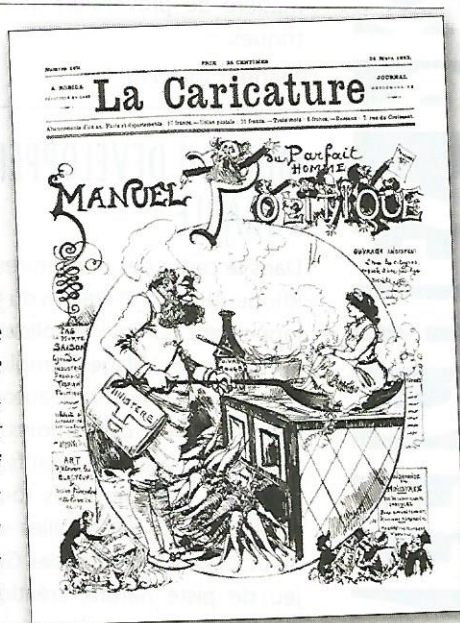
génie par Fernand RAYNAUD dans son sketch : « Ici, on vend des belles oranges pas chères ! ». La contre-pub du sieur RICHARD sera payante si l'on en croit les revues touristiques françaises et anglaises les plus snobs, à la recherche d'originalité.

Sous le titre « Halte-là ! » qu'il faut décrypter en « Faites halte... ici ! », notre ami met les points sur les « i » et les pieds dans le plat : « Je me nomme RICHARD, mais je ne suis pas riche / D'avoir beaucoup d'argent, de cela je me fiche / Ce que je veux ici, c'est pouvoir exploiter / Le malheureux client qui vient me visiter / Je suis un gargotier et dès mon plus jeune âge / Je fis près du fourneau mon dur apprentissage / Maintenant c'est à moi de me venger, Cré Nom ! / Que chacun sache bien que RICHARD est mon nom ! ».

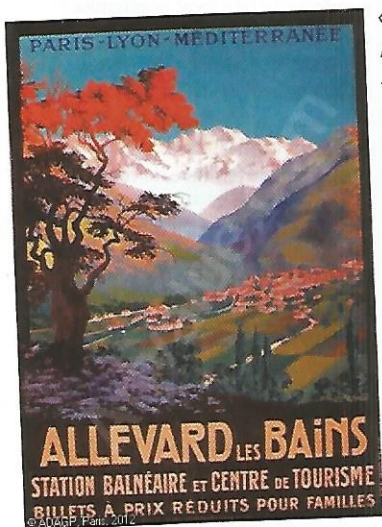
Bon appétit, Messieurs !

Après cette entrée... en matière, le lecteur passe aux choses sérieuses avec cette description apocalyptique du plat « royal », spécialité de la maison, les tripes : « Cet ignoble ragoût bouilli dans du vieux lard / Que l'on dit sans pareil ici bas, sur la terre / Et qui fit tant courir la France et l'Angleterre / N'est qu'un vil résidu de ventres de crapauds, / De peaux de saucissons, de fiente de perdreaux / De pattes de serpents (!) /, de plumes de grenouilles (!) / Les boyaux de renard lui donnent sa couleur rouille / ». ... En voulez-vous encore ? Avec ces « tripes maison », la « tête de cochon à la Deibler » (du nom de l'exécuteur) est l'autre grande spécialité du cuisinier allevardin qui étanche les soifs avec du « sirop de parapluie toujours frais » et des vins incertains d'origine et copieusement plâtrés.

Coté hôtellerie, ce n'est pas mal non plus. Les voyageurs sont priés d'apporter leurs draps. Le BOTTIN est réservé aux



cabinets particuliers pour gens pressés. Toutefois, on est prié de ne pas jeter les papiers ayant servi, dans le trou, le patron pouvant les réutiliser en cuisine ! Les chambres « à punaises » sont sans vase de nuit car on peut se soulager sur les toits. Une brosse à dents est affectée à chaque étage, mais il convient de retenir son numéro de passage la veille. Les gros mots sont acceptés comme pourboires, mais la maison ne répond pas des objets de valeurs qui lui sont confiés, exceptés des vieux parapluies hors d'usage. L'intérêt de descendre chez RICHARD s'explique par le fait que la clientèle est toujours nouvelle, les anciens hôtes ne revenant jamais, même escortés par la gendarmerie ! Le plus extraordinaire, c'est que ce coup d'anti-pub marchera au-delà de l'imaginable. Ainsi l'ami RICHARD passera-t-il glorieusement à la postérité dans la station thermale dauphinoise... et dans sa grande banlieue, si l'on en croit les critiques gastronomiques de l'époque !



LES AFFICHES DE GRENOBLE ET DU DAUPHINÉ