

Zeitschrift: Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

Band: 61 (1988)

Heft: 11: Süsse Droge aus den Alpen : Schweizer Schokolade = Friandise alpestre : le chocolat suisse = La dolce droga dalle Alpi : cioccolato svizzero = Sweet temptation from the Alps : Swiss chocolate

Artikel: Roderichs Geheimnis = Le secret de Roderic = Il segreto di Roderich

Autor: Treichler, Hans-Peter

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-773285>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

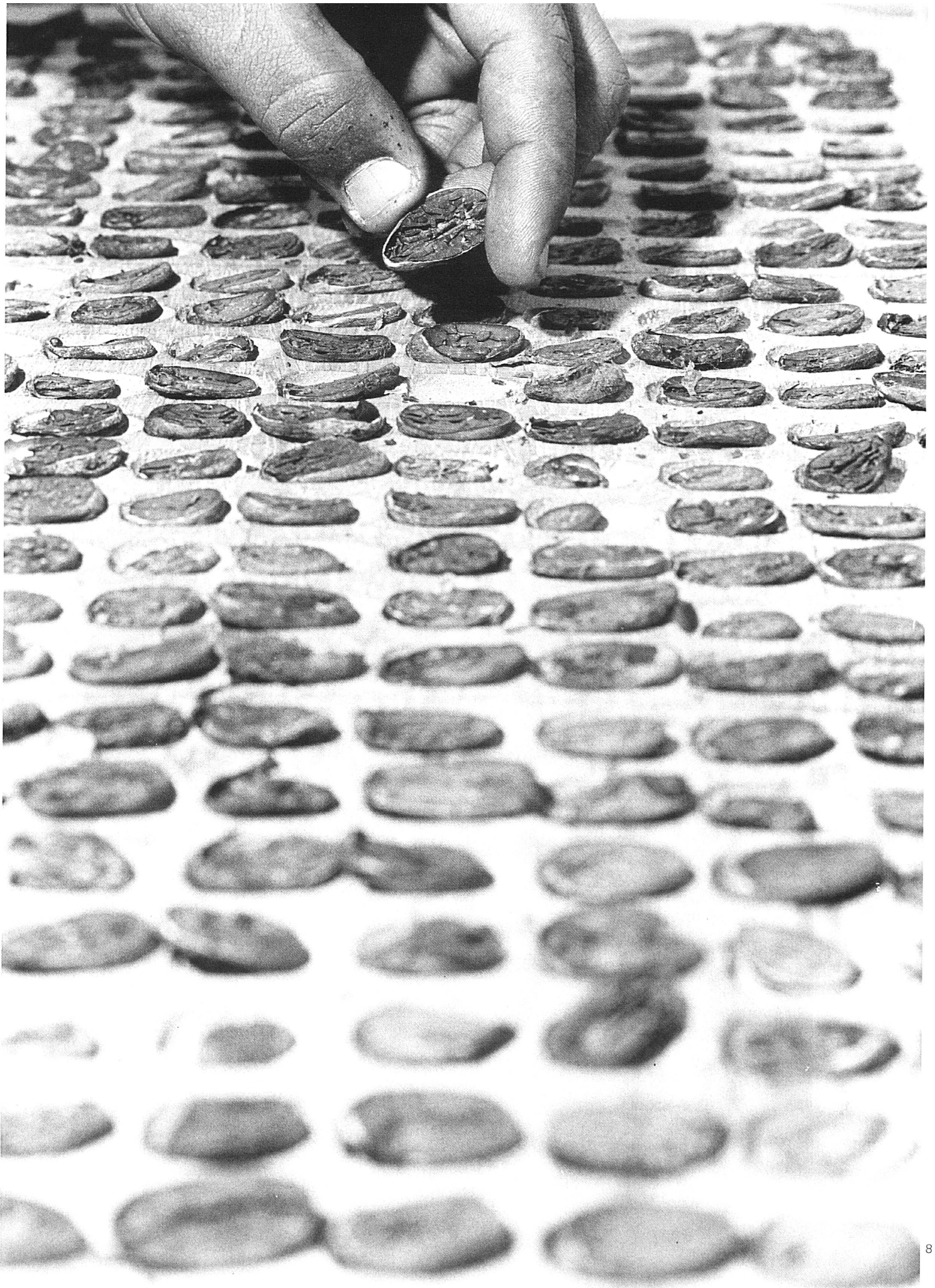
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 23.11.2024

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



Roderichs Geheimnis

Als im Jahre 1879 ein junger Berner Unternehmer namens Rodolphe Lindt zwei schäbige Fabriken am Aareufer bezog, runzelte man in der Geschäftswelt die Stirne. Schokolade wollte der 24jährige da produzieren: eine Süssigkeit, die als rauhe Paste in Tafelform zu haben war, die aber allzu rasch schmolz oder zerbröckelte, mit der sich höchstens ein Kuchen hübsch garnieren liess. Die alte Röstmaschine und der Walzenreiber, mit denen dieser Lindt ins Geschäft einstieg, sahen ebenfalls nicht vielversprechend aus. Kurz: der neue Betrieb würde wohl, wie so viele andere, bald wieder schliessen müssen.

Dass es nicht soweit kam, verdankte der junge Rodolphe Lindt, der in Lausanne eine Konfiseurlehre absolviert hatte, einem Zufall. Tatsächlich wirkten die ersten Tafeln, die man in der alten Fabrik produzierte, beileibe nicht sehr appetitlich. Eine Art Fettreif bedeckte sie, denn die Kakaobohnen hatten beim Rösten zu wenig Feuchtigkeit abgegeben; Zucker und Wasser kristallisierten auf der Oberfläche. So entschloss sich Lindt, die überschüssige Feuchtigkeit erst beim Verfeinern auszutreiben. Der alte Walzenreiber lief mit Wasserkraft der Aare; es kostete also nichts, die Schoko-Masse ausgiebig zu walzen. Und warum nicht etwas zusätzliche Kakaobutter begeben, um die Rauigkeit der herkömmlichen Paste zu glätten?

Die Masse, die Lindt nach drei Tagen ununterbrochenen Walzens aus dem Längsreiber schöpfte, hatte nicht mehr viel gemein mit der zähen Paste, die man bisher mühsam von Hand in Formen gepresst hatte: Lindt erfand eine dunkelsamtene, mattseiden glänzende Masse, die sich spielend in Formen giessen liess und auf der Zunge zerging, wobei sie eine Fülle würziger Aromen entfaltete. Rodolphe Lindt nannte sein neues Produkt *Chocolat fondant* – Schmelzschokolade. Mit ihr begann der steile Aufstieg der Schweizer Schokolade auf dem Weltmarkt. Konkurrenten in Deutschland und Frankreich rätselten über das Produktionsgeheimnis des unbekanntenen «*Rod. Lindt, fils*» nach, dessen Vornamen sie zu «Roderich» ergänzten. Roderich jedoch hütete sich fast zwei Jahrzehnte lang, seine Methode – tagelanges Conchieren und Beigabe von Kakaobutter – der Fachwelt zu verraten. Erst 1899 verkaufte er sein Rezept an den Zürcher Schoko-Fabrikanten Sprüngli – und dies für die unerhörte Summe von anderthalb Millionen Goldfranken.

Vor allem dank der *Fondant*-Methode eroberte sich die Schweiz einen Anteil am Schoko-Weltmarkt, der bereits zur Zeit des Ersten Weltkrieges bei drei Prozent lag und heute, die Auslandproduktion der Filialen eingerechnet, sechs bis acht Prozent ausmacht. Den Ausschlag gab indes nicht nur die Erfindung aus Bern. Vieles kam hinzu: das neue Konservierungsverfahren für Frischmilch, das Henri Nestlé entwickelt hatte und das Daniel Peter ermöglichte, Schokolade erstmals mit Milch anzureichern (1875), die Entwicklung der Toblerone um die Jahrhundertwende, bei welcher der Schoko-Masse Nüsse und Honig beigemischt wurden, schliesslich auch viel robust-helvetischer Sinn für Marketing und Werbung, dank dessen die süsse Droge aus den Schweizer Bergen schon um 1910 auch in den abgelegensten Winkeln der Erde bekannt wurde.

Die Belle Epoque war die grosse Zeit der Schokolade. Zwischen 1896 und 1900 entstanden eine ganze Anzahl ansehnlicher Schweizer Schokoladefabriken: Sprüngli baute in Kilchberg, Peter in Corsey bei Vevey, Tobler in Bern, Cailler in Broc. Dort verzehnfachte sich die

Zahl der Angestellten innert sieben Jahren von 120 auf 1200; 1910 gingen zudem Cailler-Agenturen in London und New York auf. Die gesamte Schweizer Schoko-Branche hatte 1890 noch 600 Arbeiter beschäftigt, zwanzig Jahre später waren es 2400. Ein paar Jahre später (1915–1920) erlebte man den absoluten Höhepunkt: Die süsse Industrie belegte den sechsten Rang unter den exportierenden Branchen der Schweiz und beschäftigte 5000 bis 6000 Arbeiter.

Woher kam dieser unwahrscheinliche Erfolg? Was hatte die schwarzbraune Bohne aus den Ländern der tropischen Gürtelzone in die milde Hügellandschaft der Voralpen gebracht? Wer waren diese Schweizer Pioniere?

Als Doyen der Branche gilt François-Louis Cailler, der 1819 in Corsier bei Vevey die erste nichtambulante Schoko-Fabrik der Schweiz gründete – dies mit einer Handvoll Arbeiter und einer wasserkraftbetriebenen Steinwalze, die Cailler selbst entworfen hatte. Nach zwanzig Jahren hatte man sich einen festen Kundenkreis gesichert; Cailler belieferte regelmässig die vornehmen Salons von Paris. Das brachte der süssen Paste aber auch den Ruch des Luxusproduktes ein – was noch verstärkt wurde durch die prachtvolle Verpackung: Cailler wickelte seine Tafeln in schweres Papier mit Gold- und Prägedruck ein. Auf der Rückseite prangte ein echtes Wachssiegel, das dem Fabrikat den Nimbus eines Wertbriefes verlieh.

Bald nach Cailler gründete Philippe Suchard in Serrières bei Neuchâtel eine kleine Fabrik. Dieser zweite Ahnherr bringt einen Hauch von Abenteuerlust und Weltgewandtheit mit: gewagte Ansiedlungspläne in Amerika, Ausbeutung der Asphaltminen im Val de Travers. Zwischendurch betrieb Suchard eine Dampfschifflinie auf dem Neuenburgersee, drehte den Fahrgästen so nebenbei Schokolade aus der eigenen Produktion an, die unterdessen flotte 25 Kilo im Tag betrug. Immerhin gehörte in den 1850er Jahren der preussische Königshof zu den regelmässigen Abnehmern. Friedrich Wilhelm III. galt als Suchard-Fan und soll mit einem Stück der Schweizer Süssigkeit im Mund das Zeitliche gesegnet haben...

Weltanschauliches schlägt uns aus der Chronik der ersten Deutschschweizer Fabrikantenfamilie entgegen. Für den Zürcher Unternehmer Rudolf Sprüngli war die Schokolade das einzige «wirklich volksthümliche nahrungsmittel», mit dem sich die unseligen Ernährungsgewohnheiten der Arbeiterschaft verändern liessen. Statt der «elenden Mischung» aus Zuckerwasser und Alkohol, welche man in diesen Kreisen regelmässig konsumierte, stelle die Schokolade als «belebendes, stärkendes und erfrischendes Präparat» eine willkommene Alternative dar. Der unaufhaltsame Aufstieg der Zürcher Firma wurde abermals beschleunigt mit dem Aufkauf der Lindtschen Geheimformel; schon vor dem Ersten Weltkrieg stand Sprüngli den Welschschweizern ebenbürtig zur Seite. Auch wenn das Geheimnis der Conchage unterdessen längst gelüftet worden ist, hat sich die Schweizer Schokolade ihren weltweiten Ruf bis heute bewahrt. Allein die globale Produktion von Nestlé und Suchard/Tobler macht über eine halbe Million Tonnen im Jahr aus, was einen etwa siebenprozentigen Anteil am Weltmarkt einträgt. Die einheimischen Betriebe führen jährlich aber nur einen Bruchteil dieser Tonnage aus; bloss jede dreissigste «Schweizer» Tafel, die in der weiten Welt verzehrt wird, stammt aus dem Alpenland.

Hans-Peter Treichler

8 Die Fermentation dauert 2–6 Tage. Durch die Wärme wird die Keimfähigkeit der Samen zerstört

8 La fermentation dure deux à six jours. La grande chaleur détruit la capacité de germination des graines

8 La fermentazione dura da 2 a 6 giorni. Il calore devitalizza il germe dei semi

8 Fermentation takes from two to six days. The heat destroys the germinating power of the cocoa beans

Le secret de Roderic

En 1879, quand un jeune entrepreneur bernois, Rodolphe Lindt, prit possession de deux fabriques minables au bord de l'Aar, c'est à peine si, dans le monde des affaires, on haussa les épaules. Ce que ce jeune homme de 24 ans voulait y fabriquer, c'était du chocolat: une friandise consistant en une pâte dure vendue sous forme de tablettes qui fondaient et s'effritaient trop vite, et dont on pouvait faire tout au plus une jolie garniture de pâtisserie. La vieille machine à torrifier ainsi que le broyeur à cylindres avec lesquels le jeune Lindt débutait dans son industrie ne laissaient rien augurer de bon. Bref, la nouvelle entreprise, comme tant d'autres, fermerait bientôt ses portes.

C'est grâce à une circonstance fortuite que le jeune Lindt, qui avait fait un apprentissage de confiseur à Lausanne, eut la chance que tout n'alla pas aussi mal. Les premières tablettes produites dans sa vieille fabrique n'étaient en fait guère appétissantes. Elles étaient recouvertes d'une sorte de gelée grasse car les fèves de cacao torrifiées ne donnaient pas assez d'humidité, de sorte que le sucre et l'eau se cristallisaient à la surface. Lindt décida alors de n'éliminer l'humidité superflue qu'au moment de l'affinage. Le vieux broyeur à cylindres était mû par la force hydraulique de l'Aar, de sorte que le malaxage de la pâte à chocolat ne coûtait pratiquement rien. Et pourquoi n'y ajouterait-on pas un peu de beurre de cacao pour la rendre moins âcre?

La pâte que Lindt obtint après trois jours de malaxage ininterrompu dans une broyeuse longitudinale n'avait presque plus rien de commun avec celle que l'on devait jusqu'alors pétrir péniblement à la main et qui restait coriace. Lindt avait créé une pâte sombre et veloutée, aux reflets soyeux, qui se laissait modeler avec la plus grande facilité et, en fondant sur la langue, dégageait en abondance des arômes savoureux. Il nomma son nouveau produit «chocolat fondant», qui marqua le début de l'essor prodigieux du chocolat suisse sur le marché mondial. Les concurrents en Allemagne et en France cherchaient à deviner le secret de fabrication de ce «Rod. Lindt fils» encore inconnu, qu'ils prénommaient Roderic. Mais pendant près de vingt ans, ce Roderic se garda de révéler au monde des chocolatiers sa méthode qui consistait en un procédé appelé «conchage» avec addition de beurre de cacao. Ce ne fut qu'en 1899 qu'il vendit sa recette au chocolatier zurichois Sprüngli pour la somme, inouïe à l'époque, d'un million et demi de francs or.

Grâce au procédé du chocolat fondant, la Suisse put conquérir une part du marché mondial du chocolat qui, déjà au temps de la Première Guerre mondiale, s'élevait à 3% et qui atteint maintenant, avec la production des filiales à l'étranger, 6 à 8%. Mais ce ne fut pas seulement l'invention de Lindt qui fut déterminante. D'autres procédés se succédèrent: notamment la condensation du lait frais mise au point par Henri Nestlé et qui, en 1875, permit à Daniel Peter d'enrichir de lait le chocolat, puis la création du «toberone» dans lequel la pâte de chocolat est additionnée de noix et de miel, et finalement aussi le robuste bon sens helvétique en matière de marketing et de publicité qui permit de propager, déjà vers 1910, la savoureuse denrée des montagnes de Suisse jusqu'aux confins de la Terre.

La Belle Époque faisait en quelque sorte une entrée foudroyante dans le XX^e siècle. Entre 1896 et 1900 surgit toute une série de fabriques importantes: Sprüngli s'établit à Kilchberg, Peter à Corsier-

sur-Vevey, Tobler à Berne, Cailler à Broc, où le nombre des employés décupla en sept ans, passant de 120 à 1200, tandis que des succursales Cailler étaient ouvertes à Londres et à New York.

Comment s'explique cet invraisemblable succès? Comment la fève brune des pays de la zone tropicale était-elle arrivée dans les Préalpes de Suisse? Qui donc étaient les pionniers suisses de cette industrie? François-Louis Cailler est considéré comme le doyen de la branche. Il fonda en 1819 à Corsier-sur-Vevey, à l'aide d'une poignée d'employés et d'une broyeuse hydraulique à cylindres de pierre qu'il avait dessinée lui-même, la première fabrique permanente de chocolat suisse. En vingt ans, il s'assura un cercle stable de clients. Approvisionnant régulièrement les salons distingués de Paris en chocolat, il procura à cette denrée le prestige d'un produit de luxe, renforcé encore par les superbes emballages. Cailler enveloppait ses tablettes dans du papier épais portant une inscription dorée en relief. Au verso, un vrai sceau de cire leur conférait l'aspect d'un document de valeur. Quelques années plus tard, Philippe Suchard fonda une petite fabrique à Serrières près de Neuchâtel. Ce second ancêtre aimait le risque et l'ouverture sur le monde: il forma d'audacieux projets en Amérique, exploita des mines d'asphalte dans le Val-de-Travers et géra dans l'intervalle une ligne de bateaux sur le lac de Neuchâtel, ce qui lui permettait d'écouler auprès des passagers des chocolats de sa production, qui s'élevait déjà à 25 kilos par jour. Il était d'ailleurs, dans les années 50, le fournisseur attitré de la cour royale de Prusse. On raconte même que Frédéric-Guillaume III, grand amateur de tablettes Suchard, aurait quitté ce monde avec un morceau de chocolat en bouche.

C'est le même esprit d'entreprise qui caractérise la première famille alémanique de chocolatiers. Pour l'industriel zurichois Rodolphe Sprüngli, le chocolat était, par excellence, l'aliment populaire qui pouvait changer les déplorables habitudes alimentaires des ouvriers. Au lieu du détestable mélange d'eau sucrée et d'alcool qu'ils buvaient d'ordinaire, le chocolat leur fournissait une boisson vivifiante, fortifiante et rafraîchissante. Le succès croissant de l'entreprise zurichoise fut encore accéléré par l'achat de la formule secrète de Lindt. Sprüngli était ainsi devenu, déjà avant la Première Guerre mondiale, un producteur égal à ses concurrents romands.

Bien que le secret du conchage eût été depuis longtemps divulgué, le chocolat suisse conserva néanmoins jusqu'à présent sa renommée mondiale. Cela est dû essentiellement au fait que les grands chocolatiers créèrent, déjà au début du siècle, des succursales dans tous les pays du monde. La seule production globale de Nestlé, Suchard et Tobler, s'élève à un demi-million de tonnes par an, ce qui équivaut à environ 7% du marché mondial. Mais seulement une partie de ce tonnage est exportée chaque année, et seulement une sur trente tablettes qui sont consommées dans le monde est un produit suisse. Les Suisses sont eux-mêmes des clients fidèles et sûrs. Avec une consommation annuelle de dix kilos par habitant, ils sont les plus grands mangeurs de chocolat au monde. Et cela malgré le fait que la consommation moyenne de calories n'ait cessé de diminuer, passant d'environ 3200 en 1960 à quelque trois mille aujourd'hui. Mais les fabricants ne s'en soucient guère, le chocolat étant le dernier aliment sur lequel les Suisses consentiront à économiser.

18 Einige Schokoladefabriken führen auf Anfrage regelmässig Führungen durch

18 Quelques fabriques de chocolat organisent régulièrement sur demande des visites guidées

18 Previa richiesta, alcune fabbriche di cioccolato organizzano delle visite guidate agli stabilimenti

18 Some chocolate factories accept guided parties on enquiry

Il segreto di Roderich

Allorché nel 1879, Rodolphe Lindt, un giovane imprenditore bernese, si installò in due vecchie fabbriche in riva all'Aare, il mondo imprenditoriale accolse tale decisione con malcelato scetticismo. L'intraprendente ventiquattrenne aveva l'intenzione di produrre cioccolato, un impasto dolce e ruvido venduto in tavolette che aveva la proprietà di sciogliersi un po' troppo in fretta o persino di sgretolarsi; insomma, un prodotto che al massimo avrebbe potuto servire a guarnire le torte. In effetti, la macchina per la torrefazione e la grattugia a cilindro, con i quali Lindt intendeva iniziare la produzione, non erano in condizioni molto rassicuranti. Si riteneva quindi che la nuova azienda avrebbe chiuso rapidamente i battenti come molte altre in precedenza.

Le cose andarono però diversamente e il caso venne in aiuto del giovane Rodolphe Lindt, il quale aveva assolto il suo apprendistato presso una confetteria di Losanna. Le prime tavolette di cioccolato prodotte nella vecchia fabbrica avevano un aspetto poco appetitoso ed erano ricoperte da un velo di grasso, dovuto al fatto che durante la torrefazione i semi di cacao avevano perso poca umidità; di conseguenza, lo zucchero e l'acqua si cristallizzavano alla superficie. Lindt decise di eliminare l'umidità eccedentaria durante la fase di affinamento. Il vecchio rullo era mosso con l'energia fornita dall'acqua dell'Aare che non costava nemmeno un centesimo. L'impasto poteva quindi essere lavorato a piacimento senza provocare spese supplementari. E perchè non aggiungere ancora un po' di burro di cacao per togliere parte di quella sua asprezza?

Dopo tre giorni di lavorazione, l'impasto nella vasca non aveva più nulla in comune con la dura pasta che fino allora era stata compressa a mano nelle forme delle tavolette. Lindt si trovò in mano una pasta malleabile, scura e quasi vellutata, che poteva essere agevolmente versata nelle forme ed aveva la proprietà di sciogliersi sulla lingua liberando tutto il suo aroma. Rodolphe Lindt diede il nome di *chocolat fondant* al nuovo prodotto, che permise al cioccolato svizzero di conquistarsi una posizione di rilievo sul mercato mondiale. In Germania e in Francia, i concorrenti tentarono di scoprire il segreto della produzione di quello sconosciuto *Rod. Lindt, fils*, il cui nome venne completato in «Roderich». Ovviamente, Roderich, come lo chiamavano i concorrenti, si guardò bene durante quasi due decenni di rivelare agli specialisti il suo segreto, che consisteva nell'aggiungere burro di cacao all'impasto trattato durante alcuni giorni nella vasca denominata «conche». Fu solo nel 1899 che si decise a vendere la sua ricetta al fabbricante zurighese Sprüngli per l'incredibile somma di un milione e mezzo di franchi d'oro.

È soprattutto grazie al metodo *fondant* che la Svizzera riuscì a conquistare il mercato mondiale del cioccolato; già prima dello scoppio della prima guerra mondiale la quota della Svizzera era del 3% e oggi, compresa la produzione delle filiali estere, tale quota varia dal 6 all'8%. La scoperta fatta dal giovane Lindt non fu però l'unico fattore determinante di tale sviluppo. Molte altre novità permisero di migliorare e ampliare la produzione: ad Henri Nestlé si deve il nuovo sistema di conservazione del latte fresco che permise poi a Daniel Peter di aggiungere per la prima volta il latte al cioccolato (1875); agli albori del secolo iniziò la produzione del Toblerone ottenuto mediante aggiunta di noci e miele all'impasto; infine, non va dimenticato il senso pratico degli imprenditori svizzeri che con opportune misure di

mercato e pubblicitarie riuscirono già nel 1910 a smerciare in tutti gli angoli del mondo la dolce droga proveniente dalle Alpi svizzere.

A cosa era dovuto questo incredibile successo? Come mai la scura fava dei paesi tropicali era giunta fino alle dolci colline delle Prealpi? Chi erano questi pionieri svizzeri?

Il decano è François-Louis Cailler, che nel 1819 fondò a Corsier presso Vevey la prima fabbrica di cioccolato non ambulante della Svizzera, con l'aiuto di una manciata di operai e di un rullo di pietra mosso dalla forza idraulica e ideato dallo stesso Cailler. Una ventina di anni dopo, egli poteva già contare su una cerchia di fedeli clienti: Cailler forniva regolarmente i suoi prodotti ai saloni più chic di Parigi; attorno al cioccolato si creò un'aura di prodotto di lusso che trovava conferma nel suo imballaggio: infatti, Cailler avvolgeva le sue tavolette in una solida carta con impressione in oro e in rilievo. Sulla parte posteriore veniva apposto un autentico sigillo che conferiva al prodotto l'aspetto di una lettera contenente dei valori.

Dopo Cailler fu presto la volta di Philippe Suchard, il quale allestì una piccola fabbrica a Serrières presso Neuchâtel. Questo secondo antenato della nostra galleria aveva il gusto dell'avventura ed era dotato di spirito cosmopolita, come documentano i temerari piani di installarsi in America e lo sfruttamento delle miniere di asfalto nella Val de Travers. Durante un certo periodo, Suchard gestì pure una linea di battelli a vapore sul lago di Neuchâtel, ciò che gli permise di vendere ai viaggiatori parte della sua produzione che nel frattempo era aumentata a 25 chilogrammi al giorno. Va ricordato che negli anni attorno al 1850 la corte di Prussia contava fra gli acquirenti regolari. Federico Guglielmo III amava i prodotti Suchard e si racconta che sia spirato con un pezzettino di cioccolato svizzero in bocca...

La cronaca della prima famiglia di fabbricanti della Svizzera tedesca lascia intravedere una vena filosofica. A detta dell'imprenditore zurighese Rudolf Sprüngli, il cioccolato era «l'unico vero alimento popolare» in grado di apportare un cambiamento alle pessime abitudini alimentari degli operai. Al posto della «miserabile miscela» di acqua zuccherata e alcool, molto diffusa fra gli operai, il cioccolato costituiva un'ottima alternativa sotto forma di «preparato tonificante e rinfrescante». L'inarrestabile ascesa della ditta zurighese venne ulteriormente accelerata dopo l'acquisto della ricetta segreta del Lindt. Già prima della prima guerra mondiale, Sprüngli si trovava sul piano di parità con i suoi concorrenti romandi.

Anche se il segreto della lavorazione mediante la «conche» è stato rivelato da lungo tempo, il cioccolato svizzero ha saputo conservare in tutto il mondo la sua fama. Ciò è dovuto al fatto che fin dai primi anni del secolo i grandi produttori fondarono in diverse regioni del mondo delle ditte che producevano su licenza. Ad esempio, la produzione globale delle ditte Nestlé e Suchard/Tobler ammonta ad oltre mezzo milione di tonnellate all'anno; ciò significa che la quota del cioccolato con il simbolo della balestra ammonta all'incirca al 7% della produzione mondiale. Tuttavia, le fabbriche nazionali esportano annualmente solo una parte infima di questa quota: su trenta tavolette di cioccolato «svizzero» consumate nel mondo solo una proviene effettivamente dal nostro paese. Sul piano interno, i nostri concittadini sono dei fedeli consumatori: la quota di cioccolato pro capite ammonta a 10 chilogrammi ed è la più alta del mondo, indipendentemente dal fatto che il consumo individuale di calorie al giorno è in costante diminuzione ed è passato da circa 3200 nel 1960 alle attuali 3000. Questo sviluppo non preoccupa comunque i fabbricanti: infatti, l'ultima cosa, su cui cittadini svizzeri vogliono risparmiare, è proprio il cioccolato.

Schweiz

Monatszeitschrift der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) und des öffentlichen Verkehrs

Revue de l'Office national suisse du tourisme (ONST) et des transports publics

Rivista mensile dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo (UNST) e dei mezzi di trasporto pubblici

Monthly magazine of the Swiss National Tourist Office (SNTO) and Swiss public transport

Bellariastrasse 38, Postfach, 8027 Zürich

Suisse

Svizzera

Redaktion: Roland Baumgartner, Esther Woerdehoff

Photos:
Markus Senn, Bern

Mitarbeit:
Hans-Peter Treichler, Wädenswil, und
Georg H. Corrodi (Lindt & Sprüngli AG, Kilchberg)

Regelmässiger Beitrag:
«Der kleine Nebelspalter»,
Redaktion Nebelspalter-Verlag, Rorschach

Svizra

Switzerland

Nummer / Numéro 11/88
61. Jahrgang / 61^e année

Printed in Switzerland by BUGRA SUISSSE,
CH-3084 Wabern, ☎ 031 54 81 11

Inserate / Annonces / Abonnement:
BUGRA SUISSSE, CH-3084 Wabern

Abonnement: Schweiz / Suisse sFr. 47.–
Ausland / Etranger sFr. 55.–

Einzelheft / Numéro: sFr. 6.– (+ Porto)