Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 1 (1892)
Heft: 28

Artikel: La maxime et la pratique
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-522206

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: 13.07.2025

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

formations contre les entreprises de réclame et ce département formerait une partie spéciale du bureau central actuel.

Si par la centralisation de la réclame chaque hôtelier, dans ce cas chaque sociétaire, est dispensé d'intervertir directement avec les voyageurs pour annonces, parce que la centralisation repose sur le système des annonces collectives, alors ces relations directes reculent en peu de temps à un minimum extrême en introduisant un bureau central d'informations; car nous prévoyons dans notre réglement à fixer un paragraphe, qui engage chaque membre, à assigner au bureau d'informations tous les voyageurs pour annonces, dont l'entreprise qu'ils représentent pourrait faire surgir le moindre doute sur sa réalité. Si le voyageur ne suit pas l'invitation de se presenter au bureau central, alors il renforce les doutes existants. Mais s'il suit l'invitation, alors c'est l'affaire du bureau central de se procurer jusque dans les plus petits détails les preuves de la capabilité de production, d'une pratique réelle d'affaires de l'entreprise et surtout aussi en ce qui concerne le nombre de l'édition et la vente du produit, et d'examiner le produit même d'après sa valeur réelle.

Dans les deux cas on dispensera les sociétaires d'une importunité gênante. Ils n'en aurons pas à se repentir, car si la dite entreprise est jugée bonne, alors ils seront libres, de réparer ce qu'ils ont négligés; mais dans l'autre cas, ils n'aurons non seulement rien à repentir, au contraire, le bureau d'informations les aura préservé de dommage.

La même démarche aurait lieu au sujet des voyageurs volants, nous entendons par cela les circulaires. On aurait nullement à s'engager envers celles-ci — excepté que l'on soit complètement convaincu de la réalité de la dite entreprise — avant qu'un examen précis de la part du bureau central ait prouvé qu'il y a en aura un équivalent de la part de l'entreprise pour la dépense à contracter par l'hôtelier.

Puisqu'il est concevable que le jugement et les appréciations concernant une entreprise de réclames peuvent être tout à fait différents de la part de ceux qui donnent des annonces, ainsi qu'un moyen de réclames peut être trouvé bon par l'un, douteux ou même inutile par l'autre, donc cela demande l'introduction de classifications. La valeur réelle d'un «moyen de réclame» se règle d'après les cercles de la société dans lesquels sa vente est effectuée, c'est-à-dire qu'il sera prouvé, s'il mérite d'être classé dans la catégorie pour les hôtels de premier ordre ou dans celle pour les hôtels de second ordre, ou même dans les deux catégories.

Les attestations pour les membres seraient rédigés de manière à ce qu'il n'existerait à peine un seul doute par rapport à l'utilité de l'objet vérifié, ainsi que le choix, à l'égard des proportions de fréquentation de son établissement serait facilité pour chacun,

En résumé, d'après la division en classes, les attestations s'exprimeraient ainsi; «bon», «moyen», «moindre», «charlatannesque». Déjà en considérant l'attribut «moyen» on devrait ménager ses commandes, et quand il est dit «moindre», alors le devoir moral devrait engager à l'abstinence, mais dans les cas où il y a eu une enquête et des preuves réelles et écrites et que le résultat est notifié «charlatanesque» alors *chaque* membre devrait s'engager à ne faire aucune commande et même sous peine d'une amende conventionnelle dans le cas de transgression. *Le bureau d'informations*, qui d'ailleurs aurait à agir d'après le principe de la plus stricte impartialité, serait en plus sous le contrôle d'une commission spéciale composée de trois ou quatre membres, qui aurait à sanctionner, à modifier ou à rejeter les propositions du bureau d'après l'état du matériel d'enquête qui existe. Là où l'enquête aura mise au jour un résultat plus ou moins favorable, mais en tout cas pas du tout récusable, les sociétaires auraient alors main libre de faire des commandes, mais en attendant encore sans l'intervention du bureau central; car comme nous avons déjà mentionné et d'après notre opinion, le système des annonces-collectives ne sera pris qu'en second lieu en considération. Nous préciserons plus en détail nos manières de voir là-dessus dans notre prochain numéro. Nous continuons maintenant sur ce qui concerne l'activité du bureau d'informations.

Celui-ci ne connaîtrait aucun obstacle dans le but de se procurer les renseignements dans les détails les plus minutieux. Il devrait même faire les voyages, qui lui sembleraient efficaces pour se procurer sur les lieux la certitude au sujet d'une entreprise de réclames en question.

On peut nous objecter ici que nous entassons cette affaire comme une montagne; vis-a-vis de cette objection nous devrions faire grand cas du fait que les sommes, qu'on dépense annuellement en Suisse pour la réclame et dont la plus grande partie passe naturellement à l'étranger, s'élèvent à un demi million net. Il nous faudrait de plus relever le fait, qu'au moins la moitié de ces sommes est dépensée inutilement; par conséquent, en établissant des mesures il ne s'agit pas de ces 20, 50 ou 100 francs qu'un seul dépense inutilement pour la réclame par an, mais il s'agit de cette perte d'un quart de million qui se répète chaque année. C'est une somme, qui justifie les mesures les plus étendues et les plus rigoureuses.

Nous nous sommes aussi rendu compte des frais qu'entrainerait la fondation et l'entretien d'un tel bureau d'informations, et nous avons dressé un budget relatif, mais en attendant seulement pour le comité, resp. l'assemblée générale. Nous nous sommes de même rendu compte du recouvrement des frais et nous faisons remarquer par paranthèse, que ce point nous semble être le moindre empêchement à la réalisation du projet.

En admettant que l'envoi des attestations comme «lettres récommandées» est le moyen le plus efficace pour porter l'état d'une entreprise de réclames à la connaissance des membres de la société, cette circonstance permettrait l'extension éventuelle du champ de travail du bureau d'informations, c'est-à-dire en tant qu'on pourrait lui donner facilement un caractère international.

Si les communications confidentielles adressées aux membres de la société se font par la poste, est-ce que tout autre hôtelier, qui désire profiter du bienfait de ce bureau, et qu'il habite la Suisse ou l'étranger, n'importe, ne pourrait pas tout aussi bien être dôté des mêmes communications? Cela va sans dire, que ceci ne pourrait se faire qu'à condition de la remise d'une contribution annuelle et en même temps de l'acceptation des obligations relatives. Ce serait une mesure aggravée en vue des entreprises de réclames douteuses et qui en anéantirait d'autant plus rapidement l'existence, aussi bien qu'elle préserverait de celles, qui se fonderaient nouvellement. En ce qui concerne cette dernière proposition, en qualité de quoi nous la faisons, nous avons surtout en vue Messieurs les membres de la Société internationale des hôteliers, et nous ne doutons pas, que cette proposition soit reçue favorablement par ces collègues. (A suivre).

La maxime et la pratique.

Notre correspondent a demontré dans le dernier numéro par des exemples que partout où l'on entrait en relations commerciales avec quelqu'un qu'on se trouvait en face d'un travail et d'un compte d'après *le «tarif normal»*. Il continue ainsi dans ses manières de voir:

Mon collègue a gagné quelques chambres de plus par sa construction, mais pour celles-ci il a besoin de mobilier, de linge, de rideaux, de garnitures de lit, d'effets de toilette, de glaces etc. Voilà où il peut se livrer à l'entente de l'épargne. Oui prosit! Il veut que tout soit bon, beau, solide et pratique, afin que tout réponde au moins aux conditions et au rang de sa maison, et par suite de cela il faut qu'il paie le tout d'après le tarif, bien cher, oui souvent même extrêmement cher, si cela doit être beau, solide et pratique. Seulement il n'en est pas ainsi que de celui qui bâtit, qu'il devrait faire bonne mine au mauvais jeu vis-à-vis de ces tarifs normaux, mais quiconque se trouve dans la position d'acheter ce qu'il lui faut en aliments, aura l'occasion d'observer que dans toutes les affaires il y a une maxime qui est de même irrévocable dans la pratique: bon marché et mauvais, bon et valant son prix. S'il manque du café au collègue, ou du sucre ou du vin, il s'adresse au fournisseur, il achète ce qui lui manque en gros; alors le fournisseur de cafés lui annonce que la qualité desirée a été beaucoup demandée à l'enchère à Amsterdam et que l'on pouvait constater une hausse. Quoique le prix fixée semble un peu trop élevé au collègue, il l'accepte, pour ne pas devoir le payer plus cher plus tard. En ce qui concerve le sucre, c'est la même circonstance qui y joue son rôle. Le marchand de vins se plaint des dévastations du philoxéra, du grand froid au mois de mai, de l'humidité au mois de juin, de la température défavorable pendant les vendanges; c'est pourquoi il ne peut lui recommander que telle et telle sorte de vin et à quel prix aussitôt qu'il doit être bon et naturel, on dit tout simplement: ils coûtent tant et tant et puis c'est tout. Voilà donc partout de la maxime, à laquelle on y tient sous toutes les circonstances, partout une procédure commerciale rigoureuse.

Où en sont les hôteliers à ce rapport? Est-ce que la maxime passe aussi en pratique chez eux? En voici quelques exemples: Un monsieur et une dame arrivent par le dernier train de nuit; ils demandent une bonne chambre au prix de 5—6 frs. pour les deux. Est-ce que le collègue soutiendra sa maxime, c'est-a-dire est-ce qu'il tiendra ferme à son tarif, répondant au rang de sa maison, même en vue du risque de garder une chambre inoccupée? Non, ordinairement pas; mais il pense, il vaut mieux un p . . dans le chou, que rien du tout, et voilà ce qu'on appelle procéder commercialement, et on s'appuie sur de tels faits, afin de s'établir comme commerçants, afin d'obtenir les droits de commerçants auprès des autorités.

Les collègues de la Société internationale ont envoyé il y a quelques temps une pétition au gouvernement de l'empire en vue de l'obtention des droits commerciaux. Voilà ce que j'appelle marcher crânement; il en serait aussi bientôt temps chez nous. Mais tant qu'il arrive qu'une famille de plusieurs têtes, que je ne puis pas accepter par suite de sa moindre offre de pension faite, se rend dans la maison de mon collègue et n'en ressort plus, quoique sa maison fasse la même prétention de premier ordre, je dis tant que cela arrive, tous les hôteliers ne peuvent pas être comptés parmi les commerçants. Il vaut mieux de ne pas parler de la manière qui se pratique pour attirer son monde car celui qui graisse la patte aux portiers, aux sommeliers, aux portefaix et aux conducteurs ou qui entretient même des agents payés, en achetant leur bienveillance et qui n'y voit pas sa dégradation, celui-là a la vue bornée. Il est tout à fait juste, que cette sorte de pratique d'affaires se venge à lui-même par le temps, mais en attendant il nuit aux intérêts non seulement de son collègue qui adhère à la maxime réelle, mais aussi à ceux de toute la corporation. Où on lui offrait 5 frs. cette année, l'année prochaine on lui offrira 4 frs. et ainsi de suite, jusqu'à ce que le rang de la maison, qu'il n'a pas su conserver, bat en brèche et qu'une telle société mélangée rentre chez lui que bientôt la meilleure classe s'éloigne, et puis il en est fait du rang de la maison, et alors un beau jour il voit que la quantité de la fréquentation n'est restée non seulement stabile, mais qu'elle s'est peut-être même élevée; mais en même temps aussi les frais de la régie et, par suite de la dimmution de la qualité, que le résultat financier s'est abaissé et ne correspond en aucune proportion au mouvement des étrangers. Voilà la conséquence, faute d'exécution de la maxime en affaires qui à différents endroits ne sert que d'enseigne. Il est ordinairement trop tard pour vouloir s'en retourner. La quintessence de mes réflexions, la voici: Si vous voulez faire des prétentions vis-à-vis de l'état au sujet de vos droits commerciaux, alors agissez aussi commercialement. Que la pratique ne forme pas un contraste par rapport à la maxime, mais qu'elle soit l'ultimatum de celle-ci.

REKLAME.

Breslauer amtliches Fremden- und Intelligenzblatt. Wir erhalten aus dem Schwarzwald eine Zuschrift, in welcher uns mitgetheilt wird, dass auch die dortige Gegend mit Telegrammen beglückt worden. Unser Gewährsmann übermittelt uns zwei davon folgenden Inhalts:

Kurhaus H . . . .

Anlässlich internationaler Maschinenausstellung lebhaftester Fremdenverkehr erbitten Genehmigung Ordre achtmaliger Insertion betr. Kurhaus wie Schwarzwaldzeitung bringt. Ausführliche redaktionelle Abhandlung über ihr prächtiges Etablissement erfolgt gratis. Wird Anklang finden. Exped. Bresl. amtl. Fremdenbl.

«Auf die Anfrage betr. *Auflage* und Zustellung einer *Probenummer* erhielt unser Gewährsmann ein zweites Telegramm, welches lautet:

«Achtmalige Insertion, einschliesslich gediegene redaktionelle Abhandlung 36 Mark. Ersuchen umgehend Ordre. Exped. Bresl. amtl. Fremdenbl.»

Wir haben weiter nichts mehr beizufügen, bezwecken mit der Veröffentlichung der Telegramme nur, weitere Beweise zu konstatiren, hingegen können wir doch nicht unerwähnt lassen, dass in der Art und Weise, wie das «Bresl. amtl. Fremdenbl.» die Frage der *Auflage* umgeht und auf das Verlangen einer *Probenummer* nicht eintritt, ein Erschwerungsgrund für das Gebahren des betreffenden Blattes liegt, weil dadurch die vom «Breslauer General-Anzeiger» und vom Breslauer «Gastwirth» aufgestellten Behauptungen, das Blatt habe höchstens 400 Abonnenten und sei an und für sich von der geringsten Bedeutung bekräftigt werden.