

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 22

Werbung

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: 17.05.2025

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

Pour un Guide illustré des hôtels

On nous écrit d'une station de la Suisse romande:

Vous avez publié dans votre numéro 17 du 24 avril une correspondance signée M. G., dont l'auteur préconise la reprise de l'édition, par la Société suisse des hôteliers, de son ancien guide illustré « Les Hôtels de la Suisse », en l'adaptant aux progrès de la technique moderne. Cette opinion est celle d'un bon nombre d'hôteliers du pays romand.

Votre correspondant relève que le guide illustré est réclamé avec toujours plus d'insistance par tous les représentants et agents du tourisme suisse à l'étranger, comme par les grands hôtels internationaux dont la clientèle en voyage demande à être informée sur des maisons suisses.

Il fait observer que, connaissant ces requêtes incessantes, des éditeurs privés cherchent à combler la grosse lacune en question et à publier pour leur compte des guides illustrés; il ajoute que l'hôtellerie suisse ne peut pas voir ces efforts d'un œil indifférent, du moment qu'elle y est directement intéressée. Il dit fort bien que la S. S. H. est le mieux placée pour éditer un guide fournissant des renseignements sûrs, élaboré d'une manière impartiale, c'est-à-dire non influencé par des considérations de bénéfices financiers.

Nous avons, mes collègues et moi, constaté non sans plaisir qu'une note de la rédaction de votre organe est conçue dans un esprit favorable à la reprise des études pour la publication du grand guide.

C'est un fait indéniable que le petit guide, si commode et si utile qu'il soit, ne remplacera jamais complètement le guide illustré. Le remplacement du grand guide par le petit a été pour l'hôtellerie suisse l'une des nombreuses restrictions imposées par la guerre et l'après-guerre. Or les restrictions ont disparu ou disparaissent les unes après les autres et celle-là doit finir à son tour. De même que les hôteliers ont été forcés, coûte

que coûte, de moderniser leurs établissements, de même notre propagande, coûte que coûte, doit s'adapter elle aussi aux exigences des temps actuels.

Maintenons le petit guide comme instrument de propagande de large diffusion, pénétrant partout et à la portée de tous. Conservons-le comme un *vade mecum* du touriste et du voyageur. Mais l'heure est venue de mettre enfin notre propagande à la hauteur de celle de nos concurrents. Aujourd'hui plus que jamais, on laisse le moins possible au hasard. Le touriste, l'alpiniste, l'amateur de sports, le malade, l'homme d'affaires comme l'intellectuel qui cherchent un séjour de vacances, aussi bien que l'automobiliste qui prépare ses futures étapes, tous veulent être renseignés avant leur départ et d'une manière aussi détaillée que possible. A cet effet, en ce qui concerne la Suisse, ils s'adressent aux agences et bureaux de voyages en relations d'affaires avec notre pays, à nos consulats et sociétés suisses à l'étranger, aux représentations des C. F. F. et de l'Office national suisse du tourisme. Il faut que toutes ces institutions, en tout cas et le plus tôt possible, disposent elles-mêmes des renseignements indispensables, qu'elles ne possèdent pas aujourd'hui avec le seul petit guide. Notre hôtellerie modernisée a absolument besoin d'un instrument de propagande modernisé comme elle, indiquant par une illustration fidèle et non truquée les caractéristiques de chaque établissement au point de vue de l'architecture et de la situation, et par un texte succinct les caractéristiques « réceptives » de l'hôtel en ce qui concerne les confort de tous genres, avec les occasions de divertissements et de sports, les avantages divers pour les séjours ou les cures, les possibilités de logement des automobiles, etc. Les petits hôtels eux-mêmes, s'ils ont moins de confort à signaler, sont fort recherchés par toute une catégorie de visiteurs et trouveront leur avantage dans le grand guide aussi bien que les maisons de premier ordre et les palaces.

Il ne faut pas se figurer que la S. S. H. si elle continue à ajourner d'année en année la reprise de la publication du grand guide,

pourrait indéfiniment et avec succès conseiller à ses membres de refuser leur participation à une publication privée, si celle-ci répond à une *nécessité* de notre propagande et si elle est établie sur des bases sérieuses.

Il est certain qu'un guide illustré pourrait dans bien des cas remplacer le prospectus qui sert aux représentants de notre tourisme suisse à renseigner notre clientèle possible. Ceci permettrait à beaucoup d'hôteliers de restreindre dans une certaine mesure leurs éditions de matériel de réclame et de consacrer au guide illustré, sans aucun désavantage, au contraire, l'argent ainsi économisé.

On nous a dit, avec chiffres à l'appui, que le guide illustré coûterait fort cher. Les hôteliers, qui savent à combien leur reviennent leurs propres publications de propagande, ne s'étonnent nullement de rencontrer cet obstacle. Nous sommes persuadés cependant qu'une fois la décision prise en principe de recommencer la publication du grand guide, on trouvera indubitablement les fonds nécessaires. La dépense pourrait du reste être répartie sur une certaine période, comme on l'a déjà suggéré, en ne faisant paraître le guide illustré que tous les deux ou trois ans, et en renvoyant au petit guide annuel pour les modifications apportées éventuellement aux tarifs d'hôtels. Le tirage ne serait pas nécessairement considérable, puisque l'ouvrage serait destiné avant tout à l'usage des agences de voyages et des représentants à l'étranger de notre tourisme suisse. Le petit guide étant délivré gratuitement au public voyageur, il serait parfaitement possible de faire payer au moins au prix coûtant, aux personnes privées qui le désireraient, le grand guide illustré. L'essentiel est de mieux renseigner nous-mêmes ceux que leurs fonctions appellent à renseigner sur notre compte.

Il serait déplorable que l'hôtellerie suisse se privât d'un pareil instrument de propagande faute de pouvoir se mettre d'accord sur des questions de détail. Qu'on fasse d'abord une édition aussi bonne que possible. L'expérience aidant, les améliorations et les perfectionnements pourront toujours être apportés aux éditions subséquentes. Mais il importe d'agir! Si nous attendons que toutes

les difficultés aient disparu, nous nous laisserons distancer à tel point par la concurrence qu'il sera finalement trop tard pour regagner le temps et le terrain perdus.

La musique à l'hôtel

Nous recevons la lettre suivante:

Dans la *Squilla Italica* du 16 mai, je lis la réponse à un article du No 9 du *Bulletin du Syndicat suisse* (ou international) des musiciens, mettant à l'index la place de Berne. Je n'approuve ni l'un ni l'autre de ces articles, peu avantageux dans la crise professionnelle actuelle. Jamais nous ne pourrions imposer à l'hôtelier des orchestres qui lui déplaisent et le forcer ainsi à atténuer lui-même la crise que nous traversons. Les exigences de ses clients l'obligent à veiller à la sauvegarde de ses intérêts. Mais je crois, d'après mon expérience de trente ans dans le métier, qu'avec un peu d'estime réciproque et en laissant de côté toute intrigue personnelle, chacun pourrait trouver un bénéfice. Joindre à un orchestre italien demandé par l'hôtelier de bons éléments suisses serait une solution avantageuse pour tous. Mais imposer au patron hôtelier des orchestres contraires à ses désirs, c'est provoquer des chicanes. On sait que le répertoire italien est le plus convenable pour le petit orchestre, pourvu qu'il soit interprété selon les habitudes de nos anciens grands maîtres.

Si le Syndicat suisse veut bien examiner mon idée, laissant de côté tout intérêt personnel et ne cherchant qu'à travailler pour le bien des hôtels, les jeunes musiciens suisses et étrangers qui font partie du syndicat local y trouveront tous et certainement leur avantage.

Urbano Calligari.

Voir suite p. 15

Vos Hôtes sont habitués dans leur pays aux... Raisins de Corinthe. Ils seront heureux de les retrouver à votre table.
COMPTOIR CENTRAL DU RAISIN DE CORINTHE, GENÈVE

Ein Gefährtsbühnenprogramm
nur vom



Kreff
Immer für ein bisschen billiger!
Notizen für alle:
W. KREFFT A.-G. GEVELSBERG

Besuchen Sie unseren Stand Nr. 1668, Halle 5
oder
den modernsten Krefft Geschirr-Wasch-Automat
im französischen Muster-Restaurant auf der
ZIKA 1930

Schweizer Eier
Tägl. frisch gesammelte hiesige Länderei erhalten Sie stets jedes Quantum am billigsten bei A. Hurni, Villarepos, Avenches.

EMEYER
BASEL

APERITIF
Bürgermeisterli

Putztücher
konkurrenzlos
H. SPRING
Postfach - THUN

Schläuche
jeder Art
Hanf- und Gummischläuche
Feuerlösch - Einrichtungen
Sprengwagen, Mech. Leitern
Schieb- u. Anstell-Leitern etc.
Ehrensam-Denzler & Co.
Wädenswil - Telefon 56

Delikatessen
Fische Wild Geflügel
jedezeit rasche Lieferung durch unseren Hotel-Spezial-Dienst

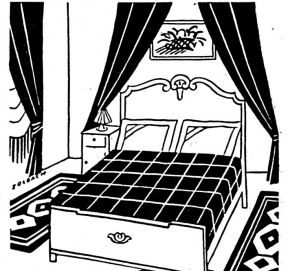
Christen
BASEL - Heumattstrasse 21
Die grosse Lebensmittelgeschäft
Delikatessen - Comestibles

CHAMPAGNE
GEORGE GOULET, REIMS
LE PRÉFÉRÉ DES CONNAISSEURS
Agents généraux pour la Suisse:
RENAUD Frères - Bâle - St-Moritz

SALAMI-FABRIK
Secondo Carmine
Bellinzona
Telegr.-Adresse: Carminesec / Telefon 1.28
Postcheck-Konto XI. 3.81
offert gegen Nachnahme

Salame Ticino
extra Winterware Fr. 6.- per Kg.
Bei Bezügen von 15 Kg. an Pakete franco.

TEPPICHE · DECKEN
DEKORATIONSSTOFFE
ASSORTIERT GESCHMACKVOLL



w. Geelhaar
Bern
GEGR. 1860
THUNSTRASSE 7

Neuchâtel Châtenay
se trouve dans les bons Hôtels

ARAM **MOLA** ed AFFILA
alla perfezione
i Coltelli, Temperini,
Trincetti ecc.
Fabb: ART&S. Ginevra. Vendita: nei negozi principali: Fr. 3/75

SPARGELN
von Martinach
(Wallis) Produzenten-Genossenschaft
Extra-Qualität v. Fr. 1.70 an, Mittlere Qualität v. Fr. 1.20 an
Telephon 239 Telegramme: Asperges, Martigny

Rhabarber
feinen rotstieligen. Jedes Quantum zu den billigsten Tagespreisen sofort lieferbar. Grösste Kulturen d. Schweiz.
An unbekannte Firmen Nachnahme.
Maier & Burkhardt, Kreuzlingen (Thurgau) Tel. 151.