

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 11

Titelseiten

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: 13.01.2026

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

REVUE SUISSE DES HOTELS

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

Bâle, 13 mars 1930

N° 11

Basel, 13. März 1930

N° 11

Avis aux Sociétaires

Attention! - Droits d'auteurs!
Nous venons de recevoir des menaces de la SACEM, téléphoniquement il est vrai et par l'intermédiaire de son avocat. En conséquence, nous invitons tous ceux de nos sociétaires qui ont des orchestres et qui n'ont pas de contrat avec la SACEM à se conformer aux directives suivantes:

1. Faire jouer par les orchestres des morceaux non protégés;
2. Ne livrer des programmes en aucun cas et veiller à ce que les musiciens ou des tiers n'indiquent pas les morceaux exécutés;
3. Ne pas céder à des prétentions, menaces, etc. de la SACEM ou de ses représentants, mais en aviser le Bureau central pour recevoir des instructions appropriées.

Des hôtels moyens

Le touriste riche qui peut dépenser sans compter trouve partout et facilement un gîte à son goût. En général, quand une société se crée pour placer des capitaux dans l'hôtellerie, c'est un palace ou un hôtel de luxe qu'elle fait construire. On a vu cela en France ces dernières années; on le voit ailleurs et nous le reverrons peut-être bientôt en Suisse. La mode est aux palaces, aux hôtels marbrés et dorés, aux repas luxueux, aux brillantes soirées mondaines, comme si tous les voyageurs avaient des portefeuilles de nababs ou de rois de l'industrie.

M. Antoine Borrel, député et ancien ministre français, écrivait dernièrement à ce propos dans la *Semaine à Paris*:

« Beaucoup de nos visiteurs sont riches et généreux. Heureusement pour les propriétaires et les exploitants des palaces. Mais nous recevons aussi un grand nombre de touristes moins fortunés, qui n'ont pas les moyens de s'offrir l'appartement de luxe tarifié en dollars des établissements de première catégorie ou de catégorie hors classe. Peut-être même a-t-on pu constater ces années dernières que cette clientèle, communément appelée « moyenne », composée de braves gens « moyens », ou même de braves gens riches accoutumés à mesurer leurs dépenses, l'emporte en quantité sur la clientèle dont la prodigalité suggestionne les entrepreneurs et managers de grands hôtels. »

Quand on construit un hôtel, la règle est aujourd'hui de faire aussi luxueux que possible. Comme le disait tout récemment un rédacteur de la *Petite Gironde*, de Bordeaux, « les dirigeants, dans quelques stations, ne se préoccupent que du client riche, de la culture des grands sports, du dancing et des jeux. Le souci du client moyen, du malade ou du touriste non doré sur tranche, ne les travaille pas assez. Des prix d'hôtel prohibitifs, des complications coûteuses au Casino, des exigences variées éloignent parfois le modeste visiteur, auquel les routes à promenade sont d'ailleurs interdites par le défilé continu des autos dans des nuages de poussière. »

On me rapporte cependant, poursuit M. Borrel, que certains palaces durent fonctionner au ralenti, que d'autres furent amenés, à leur corps défendant, à consentir des prix de faveur pour conserver un contingent de clients capable de sauver la face, que l'exercice ne sera pas brillant pour certaines grandes sociétés hôtelières... Mais je sais aussi que les hôtels moyens ont marché presque partout à plein rendement et que

de nombreux centres touristiques auraient retenu leurs visiteurs plus longtemps s'ils avaient pu leur donner le gîte dans des conditions meilleures.

Dans la grande hôtellerie, on refuse d'envisager que la clientèle « moyenne » est forcément plus nombreuse que la clientèle riche; que si cette dernière laisse théoriquement des bénéfices plus élevés, ces bénéfices se trouvent limités du fait que les clients riches peuvent choisir entre de multiples offres.

D'autre part, le développement de l'industrie touristique, et donc de l'industrie hôtelière, proviendra désormais surtout du développement du goût du tourisme chez les classes moyennes. Les classes riches ont toujours voyagé. Le volume d'affaires qu'elles apportent est sensiblement constant. Les classes moyennes, au contraire, viennent au tourisme depuis peu d'années. Elles y viendront de plus en plus. C'est d'elles qu'il faut attendre le nouvel essor auquel je crois fermement et dont les progrès de l'industrie automobile nous permettent d'imaginer l'ampleur. C'est pour elles qu'il faut poursuivre notre aménagement touristique, tout en prenant, bien entendu, les précautions nécessaires en vue de conserver la clientèle de luxe, dont l'appoint reste de premier ordre et contribuera toujours fortement à la prospérité du pays. Si le nombre des riches est capable de s'accroître encore, nous avons de la place dans nos grands hôtels pour un beau contingent supplémentaire. Mais ce qui s'accroîtra principalement, c'est le nombre des touristes moyens. A leur usage, il faut des hôtels moyens, même petits, des hôtels à confort moyen, à prix moyens. Ne nous plaignons pas d'avoir des palaces; ils sont indispensables dans un pays qui se flatte de vouloir attirer des touristes du monde entier. Néanmoins songeons aussi à aménager confortablement les hôtels plus modestes, aux chambres claires et riantes, à la cuisine sans prétentions, mais soignée: une clientèle toujours plus nombreuse s'offre pour les occuper. »

Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie

Le rapport présenté par le conseil d'administration de cette société à l'assemblée des actionnaires convoquée pour le 17 mars 1930 relève que la liquidation de l'action financière de secours de la Confédération en faveur de l'hôtellerie a fait de nouveaux et notables progrès en 1929. Les résultats obtenus pendant cet exercice permettent de verser à la caisse fédérale 855.372 fr. 52 provenant du remboursement de capitaux et 71.315 fr. 12 provenant du paiement d'intérêts, soit au total 926.687 fr. 52.

Sur les subventions de six millions de francs accordées par la Confédération, une somme de 2,107.925 fr. aura été jusqu'à présent — c'est-à-dire après l'acceptation des comptes de 1929 — retournée à la caisse fédérale. Si l'on ajoute le remboursement, effectué en 1926, de 1.350.000 francs, représentant le 90% de la participation de la Confédération au capital-actions, ainsi que les dividendes payés de 1924 à 1928, au montant de 169.500 fr. en chiffre rond, on constate que la Confédération a reçu de la Fiduciaire hôtelière 3.627.000 francs, soit plus du 50% de ses prestations totales.

La marche relativement satisfaisante, en 1929, des entreprises assainies par la S.F.S.H., a favorisé dans une large mesure les opérations de liquidation. Les résultats obtenus sont dus également au fait que, pour encourager les remboursements avant leur échéance, des réductions appropriées à chaque cas particulier ont été consenties quand les circonstances justifiaient cette mesure.

L'activité de surveillance et de révision nécessitée par l'administration des avances faites aux entreprises assainies s'étend

actuellement encore à près de 200 exploitations d'hôtels. Ce chiffre est à citer aux partisans de la spéculation affirmant que l'hôtellerie est aujourd'hui complètement remise de la crise d'après-guerre. Il faut ajouter à ces travaux ceux qui sont occasionnés par la continuation de la liquidation.

Le contrôle exercé par la Fiduciaire lui a fourni de nouveau une documentation précise, sûre et riche en déductions importantes sur la situation réelle de nombreuses entreprises au point de vue financier comme au point de vue technique. Grâce à cette documentation, la S.F.S.H. a été en mesure de communiquer, sur leur demande, aux départements fédéraux de justice et police et de l'économie publique, des indications très nettes sur l'attitude de l'institut dans la question du maintien provisoire éventuel de la loi du 16 octobre 1924 concernant les restrictions dans les constructions hôtelières. Après un exposé détaillé et circonstancié de la situation véritable de l'hôtellerie, le mémoire aboutissait à la conclusion qu'une prolongation appropriée, c'est-à-dire de quelques années au minimum, du régime actuel des constructions hôtelières, doit être immédiatement recommandée, si la Confédération tient à assurer pour une certaine période l'efficacité de son action de secours en faveur de l'hôtellerie. Or, pour tout homme averti, cette efficacité durable est d'un intérêt de haute importance pour notre économie nationale.

Le but essentiel de la ZIKA est évidemment de favoriser le perfectionnement de nos cuisiniers. Mais elle encouragera aussi les progrès des industries et métiers apparentés à l'exploitation et à l'aménagement des hôtels et des restaurants. Enfin elle accordera une large place au commerce des denrées alimentaires, depuis la production initiale jusqu'aux préparations industrielles subséquentes. Elle représentera donc une magnifique concentration de forces très diverses au service d'une même cause; elle mérite de ce fait l'appui général de toutes les sphères intéressées.

Nous nous permettons en conséquence de vous adresser l'invitation chaleureuse et cordiale à participer d'une manière active à la réalisation de cette grande œuvre.

Les organisateurs de l'exposition se feront un plaisir de tenir compte, dans toute la mesure du possible, de vos propositions et de vos désirs en qualité d'exposants. Ils espèrent que, grâce à la collaboration et à l'appui de toutes les régions du pays, la ZIKA sera une impressionnante manifestation des hautes capacités de nos hôteliers, restaurateurs et cuisiniers, une manifestation qui augmentera encore la considération de l'étranger pour la supériorité de l'organisation du tourisme réceptif dans notre chère Suisse.

Zurich, en février 1930.

Pour le comité organisateur de la ZIKA:
Le président: C. H. Kracht.
Le secrétaire: Max Schudel.

* * *

Nota. — Les conditions de participation et prospectus peuvent être obtenus gratuitement au secrétariat de la ZIKA, Thalacker 34, à Zurich (Téléph. Hottingen 73.50).

Panonceaux internationaux

On lit dans l'*Hôtellerie*, de Paris:

« L'Association internationale des automobiles clubs reconnus vient de créer un panonceau pour hôtels, destiné à signaler les hôtels les plus recommandables à l'attention des automobilistes membres des automobiles clubs affiliés à l'Association internationale, c'est-à-dire à l'élite des automobilistes qui font du tourisme international. Ces automobiles clubs sont répartis dans 34 pays différents. C'est assez dire l'intérêt que les hôtels pourront attacher à la possession de ce panonceau. »

« Il sera réservé aux hôtels de tout premier ordre et ne leur sera confié que sur la recommandation de l'automobile club national de chaque pays. »

« Le panonceau, constitué par une plaque carrée de 0 m. 60 de côté portant l'insigne de l'Association internationale en bleu sur fond rouge vif, se distinguera par son aspect brillant et décoratif. Il sera en tôle vitrifiée, c'est-à-dire inaltérable quant à l'éclat de ses couleurs. »

« Il sera confié aux hôtels moyennant un prix de location annuel de 200 francs, comprenant l'expédition franco de port. L'année de location commencera le 1er avril de chaque année. »

« Pour tous autres renseignements, les hôtels pourront s'adresser à l'Association internationale des automobiles clubs reconnus, 8, place de la Concorde à Paris. »

* * *

Il paraît que désormais les associations d'automobilistes vont s'arroger le droit de décréter que tel ou tel établissement est de premier ordre et recommandable et que tel ou tel autre, si bien tenu soit-il, n'est pas digne de la visite des touristes voyageant en automobile.

Un hotel ne méritant guère, pour un ou plusieurs motifs, la distinction que doit représenter le panonceau international, pourra, si sa direction sait s'y prendre assez habilement, obtenir un préavis favorable