

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 18

Artikel: A la foire suisse d'échantillons
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-540973>

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: 19.02.2026

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

orienter la pensée dans le but de déterminer l'utilisation des moyens dans les meilleures conditions possibles.

Ces moyens sont nombreux. Les plus actuels d'entre eux sont: l'organisation scientifique du travail, l'aménagement et l'organisation des industries, entreprises et administrations, la psychotechnique, l'orientation professionnelle, la normalisation, etc.

L'utilité de ces moyens dépendra toujours de l'esprit dans lequel ils seront appliqués et en particulier de l'attitude envers le travail. Nous n'attachons jamais trop d'importance à ce dernier facteur.

Le travail est trop souvent encore considéré comme une condition anormale, comme un mal nécessaire, un asservissement, alors qu'en réalité il satisfait tout simplement à des lois naturelles et constitue l'essentiel de toute satisfaction. Les efforts les plus soutenus devraient être faits pour provoquer envers le travail une attitude meilleure, car c'est de cette attitude que dépend presque entièrement l'amélioration du rendement; elle comporte entre autres ces dispositions essentielles de tout travail en commun: l'esprit de collaboration, l'intérêt au travail, le désir de servir, le sens de la responsabilité, le sens de l'obligation contractée, etc.

L'application de ces notions détermine une attitude envers le travail qui rend celui-ci plus facile, meilleur et par conséquent plus productif. Cette vérité peut s'exprimer sous cette forme: «La pratique des bonnes dispositions mentales est d'un bon rendement.»

H. MURET, ingénieur, président de la Commission romande de rationalisation
(Journal des Ass. patronales)

Pour s'enrichir sans peine et sans risque

Nous trouvons cette recette dans une circulaire américaine. Elle est admirable pour faire fortune facilement, sans trop de fatigue ou de risque. Il suffit d'avoir un

peu d'audace et de trouver quelques hôteliers... complaisants ou naïfs.

Le système est-il breveté? Nous l'ignorons. Nous n'aurons cependant aucun scrupule à en faire profiter nos compatriotes.

Voici l'esprit de la circulaire américaine.

Hôteliers, nous allons vous amener des clients, des groupes de clients, des foules de clients. Car nous allons faire pour vous une publicité monstre. Vous la payerez, c'est entendu, et vous la payerez même à l'avance. Cela nous évite d'engager un capital dans l'affaire. Vous ne donnerez pas cher, à peine de 35 à 150 dollars par an.

Faites-nous ensuite connaître vos prix. N'oubliez pas de les majorer de 25 %. La différence représente notre petite commission....

Et enfin vous attendrez que nous vous envoyions des clients, avec une carte de notre agence. Quand? Nous n'en savons rien, mais nous ne payons pas d'acomptes et par contre vous vous engagez à héberger les clients que nous vous adressons aux prix que vous avez indiqués.

Pour nous faire parvenir notre rémunération, méritée par un si dur travail et par un risque si grand, il vous suffira d'envoyer un relevé mensuel, avec un chèque en dollars en annexe. Ce n'est guère compliqué.

C'est tellement simple que l'on se demande avec anxiété quelle est l'idée que se font ces Américains de la mentalité ou de l'intelligence des hôteliers du Vieux-Monde en général et de l'Europe en particulier?

(Belgique Hôtelière)

A la Foire suisse d'échantillons

Plus de 300 journalistes de la Suisse et de l'étranger se trouvaient réunis dans la Salle bleue de la Foire de Bâle, le matin du 26 avril, pour prendre part à la Journée de la presse. Le directeur, M. le Dr Meile, après leur avoir souhaité la bienvenue, a relevé les précieux services

économiques rendus au pays par la Foire d'échantillons. Puis il a déclaré: «Son rôle international est considérable. L'affluence des acheteurs étrangers est en augmentation constante. Elle a créé de nombreuses relations d'affaires en Europe et dans les autres continents et elle a développé ses relations avec les missions diplomatiques et consulaires. Sa propagande internationale sert directement ou indirectement nos industries d'exportation. Cette année, des visites collectives sont attendues d'Allemagne, de Suède, de Yougoslavie et du Portugal.» A ce point de vue, on peut ajouter que la Foire de Bâle est pour le tourisme suisse d'une grande et incontestable utilité.

La Foire suisse a maintenant dépassé l'âge de la croissance et elle s'est stabilisée. Elle compte cette année 1090 exposants, au lieu de 1083 en 1929. La participation valaisanne a assez fortement diminué; celle de Berne également, mais dans une proportion relativement moins considérable. Il y a progrès par contre pour le Tessin, qui a augmenté son effectif de 70 %, et pour Zurich. La moitié des exposants proviennent de Bâle-Ville, de Zurich et de Berne. La Suisse romande en a fourni 146 (162 en 1929). Les groupes réunissant le plus d'exposants sont ceux des articles divers, de la branche textile, de la réclame et des arts graphiques, de l'ameublement et des articles de ménage. Les industries alimentaires du Tessin se font cette année à la Foire suisse une publicité de premier ordre.

Les stands occupent une surface de 10,360 mètres carrés (10,204 l'année dernière). Les locations de stands ont rapporté 489,000 francs (485,000). Jusqu'au jour d'ouverture, on avait délivré déjà 40,184 cartes d'acheteurs (38,110) et 68,671 cartes de recommandation (58,794) donnant droit à l'entrée à prix réduit.

Une première visite générale des quatre immenses halles donne une excellente impression. La présentation s'améliore d'année en année, de manière à produire l'effet le plus favorable sur les acheteurs. L'arrangement des marchandises exposées dénote dans de très nombreux stands un véritable souci de l'art et du bon goût. La teinte grise qui dominait autrefois a fait place à des tentures aux couleurs plus voyantes et plus chaudes, qui mettent mieux en valeur les objets exposés. Mais ce qui ne change pas, c'est la forte impression de fabrication soignée, de travail précis, de haute qualité, que l'on ressent chaque année en parcourant n'importe quelle partie de la vaste exposition.

Après avoir procédé à leur visite inaugurale, les journalistes ont participé à un banquet très bien servi, agrémenté de quelques discours non moins substantiels ainsi que de productions musicales et même théâtrales, puis une longue série d'autocars les ont transportés à la Brasserie Feldschlösschen, à Rheinfelden. La journée s'est terminée par le grand bal traditionnel.

En ce qui concerne plus particulièrement l'hôtellerie, la Foire de 1930 contient une foule de choses non seulement à voir, mais à étudier de près. On peut affirmer qu'un voyage à Bâle est d'une utilité certaine pour chaque hôtelier qui veut se tenir au courant des progrès réalisés dans les multiples industries avec lesquelles il est en rapports d'affaires.

Le mouvement touristique pascal

Nous avons glané ici et là dans les journaux d'assez bonnes nouvelles du mouvement touristique dans nos villes de transit et nos stations printanières pendant les fêtes de Pâques. Mieux, tout d'abord, pluvieux même, le temps s'est amélioré peu à peu et le lundi de Pâques il était tout à fait agréable.

A Bâle, dès le jeudi de la Semaine sainte, les trains express de Hollande et d'Allemagne arrivaient bondés de touristes se dirigeant vers le Léman ou le Tessin. L'activité de ce transit ne fit qu'augmenter dans la journée du lendemain. Les chemins de fer ont vendu 7,000 billets d'excursions à prix réduits pour le Jura bernois et soleurois, pour la région montagneuse de Bâle-Campagne et pour les jolies petites villes de la contrée du Rhin. La gare C.F.F. de Bâle a encaissé aux guichets-voyageurs, pendant les fêtes de Pâques, 230,000 francs, soit 20,000 francs de moins que l'année dernière. Les chemins de fer badois et alsaciens ont aussi bénéficié d'un trafic très actif, de même que les lignes à voie étroite de la banlieue bâloise. Le Jardin zoologique a été visité pendant les fêtes par 14,000 personnes. La circulation automobile a été intense, en provenance de la Suisse romande, de la Suisse orientale, de l'Alsace et du pays de Bade, de sorte que les grands garages et les places de stationnement étaient constamment remplis.

Malgré le temps défavorable, le Tessin a reçu de très nombreux visiteurs. En plusieurs localités, à Bellinzona notamment, l'affluence était supérieure à celle de l'année dernière. Les hôtels ont travaillé partout d'une manière satisfaisante, si bien que la plupart étaient au grand complet. Beaucoup de trains ont dû être doublés dans les deux sens sur la ligne du Gothard. La circulation automobile était également très forte. Comme d'habitude, l'élément suisse était le plus important, suivi de près par le contingent allemand. Les Hollandais et les Belges étaient assez nombreux.

En raison de l'affluence, la direction de la Plage de Lugano a décidé d'en hâter l'ouverture et l'a avancée au 17 avril. Tous les services ordinaires de buvette, de vestiaires, de bains de soleil, etc. ont recommencé leur exploitation, au moins dans des proportions réduites, appropriées aux besoins du moment. Durant la période hivernale, les installations ont été soumises à un "rafraîchissement" général.

L'Office des logements installé à la gare de Lugano a été fort occupé pendant les fêtes, mais

Les petits raisins noirs ne sont pas un luxe en Angleterre, mais un aliment de première nécessité!
// COMPTOIR CENTRAL DU RAISIN DE CORINTHE, GENÈVE

COGNAC MARTELL

Gegründet im Jahre 1715



General-Vertretung für die Schweiz:

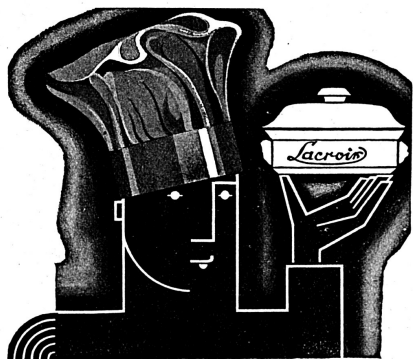
Fred. Navazza Genf

Verlangen Sie überall die Reise-FLASCHE MARTELL ***

Sprüngli Pulver-Chocoladen

waren von jeher eine besondere Spezialität der Marke Sprüngli. Wir können uns als Lieferanten von Hunderten der feinsten Confectionen und Hotels für diesen speziellen Artikel ausweisen. Machen auch Sie einen Versuch und verlangen Sie Muster.

Chocolats Lindt & Sprüngli
Kilchberg bei Zürich



LACROIX SPEZIALITÄTEN:

getrüffelte GÄNSELEBER-PASTETEN in Krusten, Madeira Gelee, Terrinen und Blocks

Tafelfertige echte SCHILDKRÖTENSUPPE und andere exotische Suppen

Zu beziehen durch die schweizer. Hotelbelieferungsfirmen GÄNSELEBERPASTETEN- und KONSERVENFABRIK Eugen Lacroix & Co., A.-G., Frankfurt/M.

CHAMPAGNE GEORGE GOULET, REIMS

LE PRÉFÉRÉ DES CONNAISSEURS

Agents généraux pour la Suisse:
RENAUD Frères - Bâle - Zurich - St-Moritz

Geeichte Flaschen

grün, $\frac{1}{2}$, $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{8}$ Liter und Doppelkeller in Burgunderform für Wein. Für die cont. $\frac{1}{2}$ u. Liter in Kropfform, grün u. weiss. Illustr., Preisliste und Bundesratsbeschluss vom 10. Februar 1928 über Eichung der Hohlmasse stehen z. Verfüg.
Glashütte Bülach A.G. in Bülach

Orfèvrerie et Service de table

des Fabriques Georges Monlibert et Joh. Veulliet
Lyon

MÉTAL EXTRA BLANC ARGENTÉ
REMISE A NEUF DE TOUTES PIÈCES
D'ORFÈVRERIE - RÉARGENTURE

GUSTAVE ZOBRIST

ARGENTEUR-ORFÈVRE MAISON FONDÉE EN 1900
COULOUVERNIÈRE 40 GENÈVE TÉLÉPHONE 40987

„AKO“

Chlorfreies Bleichwaschmittel
garantiert unschädlich, vortrefflich u. arbeitssparend. Entfernt alle Flecken. Prima Referenzen.

CHEMISCHE- U. SEIFENFABRIK STALDEN (EMMENTAL)



SCHÄRFT
tadellos alle
Messer, Taschen- und
-Radiermesser, Schustermesser etc.

Fab: ARTS, Genf. Zu haben in den Hauptgeschäften Fr. 2/75

Rohrmöbel



VON
Cuenin-Hüni & Cie.
Rohrmöbelfabrik
Kirchberg (Kt. Bern)
Filiale in Brugg (Aargau)
Gegründet 1884. Kataloge



Erstklassiges Vertrauenshaus
Unsere Fabrikmarke bürgt Ihnen für beste Qualität.

Spezialität:
Hotellwäsche
in allen Ausführungen