

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

**Artikel:** Le mouvement touristique pascal  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-540974>

### **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:

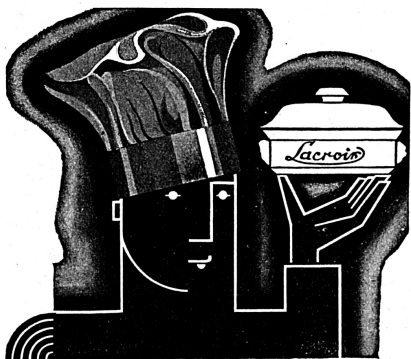
Fred. Navazza Genf

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. 1 Liter in Kropfform, grün u. weiss. Illustr., Preisliste und Bundesratsbeschluss vom 10. Februar 1928 über Eichung der Hohlmasse stehen z. Verfügg.  
Glashütte Bülach A.G. in Bülach

## Orfèvrerie et Service de table

des Fabriques Georges Monlibert et Joh. Vuillet  
Lyon

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

## GUSTAVE ZOBRIST

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

## „AKO“

Chlorfreies Bleichwaschmittel

garantiert unschädlich, vorteilhaft u. arbeitssparend. Entfernt alle Flecken. Prima Referenzen.

CHEMISCHE- U. SEIFENFABRIK STALDEN (EMMENTAL)



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

Fab: ARTS, Genf. Zu haben in den Hauptgeschäften Fr. 3/75

## Rohrmöbel



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

**Leinenweberei Langenthal**  
Erstklassiges Vertrauenshaus

Unsere Fabrikmarke bürgt Ihnen für beste Qualität.

**Spezialität:**  
Hotellwäsche  
in allen Ausführungen

il a parfaitement fonctionné, pour la plus grande satisfaction des voyageurs.

A Montreux, tous les hôtels ont eu leur plein. Les établissements publics: Kursaal, Pavillon des sports et Perroquet, ont refusé du monde. Les rues étaient transformées en promenoirs publics. A leur conversation, on reconnaissait les Hollandais, les Français, les Anglais et les Allemands surtout, dont la langue était prédominante.

La circulation automobile n'a peut-être jamais été aussi intense à Montreux pendant les fêtes de Pâques. On reconnaissait aux voitures les plaques de la plupart des cantons suisses avec celles de nombreux pays étrangers, notamment l'Allemagne, l'Autriche, l'Italie, la Belgique, la France, l'Espagne, le Danemark, etc.

Les différents concerts et spectacles organisés pendant les fêtes ont réuni des foules d'auditeurs et de spectateurs.

Lausanne et Genève ont également tout lieu d'être satisfaites du mouvement des étrangers pendant les journées pascales.

## Un exemple de propagande collective générale

Le centenaire de l'indépendance de la Belgique est aussi le centenaire de la fondation d'un important journal de ce pays, l'*Indépendance belge*. En cette année jubilaire, ce journal a publié un grand supplément spécial, intitulé *La Suisse*, entièrement consacré à notre pays, à son industrie et à son commerce, à ses établissements financiers, à ses institutions et stations de tourisme.

Le texte débutait par un aperçu historique assez bref pour rester intéressant d'un bout à l'autre, mais assez explicite pour donner aux étrangers une idée suffisamment claire de notre passé et de la formation de la Confédération suisse, d'autant plus que ces notes étaient complètes par des indications sur notre organisation politique et sociale, sur nos traditions et nos coutumes, sur notre vie intellectuelle et artistique, sur notre enseignement supérieur et sur les principales institutions internationales dont notre pays est le siège.

Venaient ensuite une série d'articles que nous mentionnerons rapidement: « Suisse et Belgique », par M. Frédéric Barbey, ministre de Suisse en Belgique. « Les relations commerciales belgo-suisse », par M. Albert Masnata, directeur du siège de Lausanne de l'Office suisse d'expansion commerciale. « Le rôle de la Chambre de commerce suisse en Belgique », par M. Alfred Jaccard, secrétaire général de cette chambre. « L'assurance, article suisse d'exportation », par M. W. Zollinger, directeur de la « Vita » à Zurich, diverses notices concernant de grandes compagnies d'assurances ou des assurances spéciales, un article sur l'ascension bancaire de la Suisse, avec des notes sur nos principaux établissements de banque, plusieurs articles sur l'industrie suisse des machines, d'autres sur

l'horlogerie, les industries textiles: broderie, soie, toiles, sur le tissage de la paille, sur l'industrie laitière et l'industrie du chocolat.

Nos entreprises de transport faisaient l'objet d'une assez longue étude fort intéressante, donnant une idée très juste des immenses progrès réalisés chez nous dans ce domaine. Puis l'on passait aux sports avec un article de Florian Nielder sur les origines et le développement des sports d'hiver en Suisse. On trouvait enfin une série d'articles concernant le tourisme et diverses stations suisses parmi les plus réputées. Notons spécialement un article de M. le Dr Junod, directeur de l'Office national suisse du tourisme: « Le tourisme et l'industrie hôtelière en Suisse ». Le texte se terminait par un « Coup d'œil sur la presse suisse » et ses principaux organes.

Les illustrations, dont plusieurs de grandes dimensions, étaient au nombre d'une cinquantaine. Nous avons compté 28 vues de villes et de stations de tourisme, six clichés sportifs, six clichés concernant les chemins de fer de montagne, six portraits de personnalités suisses ou belges et quatre clichés industriels dans le texte, sans compter les nombreux et beaux clichés accompagnant les insertions.

Chacun sait que des suppléments sur la Suisse sont publiés assez fréquemment par de grands journaux étrangers. Mais celui-ci est un exemple particulièrement réussi de la propagande « combinée », à laquelle participent tous les milieux suisses intéressés à se faire connaître à l'étranger. Si chacun d'eux: industries diverses, assurances, banques, transports, tourisme, hôtellerie, avait publié isolément son texte et ses réclames, l'effet aurait été sans contredit beaucoup moins frappant pour les lecteurs, tandis que cette vue d'ensemble concentrée dans une vingtaine de pages de 60 centimètres sur 45 attirait nécessairement, irrésistiblement l'attention. Il y avait lieu, à notre avis, de ne pas perdre de vue et de développer cette forme de propagande collective générale. Les étrangers qui viennent en Suisse, en effet, ne sont pas tous de simples touristes; beaucoup d'entre eux, tout en y prenant des vacances, y font en même temps des voyages d'études industrielles et d'affaires. Or cette clientèle est certainement l'une des meilleures pour le pays au point de vue économique général. Cette propagande collective combinée demanderait évidemment à être organisée méthodiquement et rationnellement répartie, pour en tirer des résultats aussi larges que possible, tout en réduisant les frais grâce à la communauté des efforts. Mg.

## « Les prix des hôtels en France »

(Edition 1930)

L'ouvrage qui porte ce titre est l'équivalent, pour la France, du *Guide des hôtels* de la Société suisse des hôteliers. Il est édité par le Comité consultatif du Crédit national hôtelier, avec la

collaboration de la Chambre nationale de l'hôtellerie française, sous le patronage de l'Office national du tourisme.

Cette liste des hôtels et de leurs prix n'a pas un caractère obligatoire, c'est-à-dire que les hôteliers sont libres d'y faire inscrire ou non leurs établissements. Cette inscription est absolument gratuite. En retour, les hôtels inscrits s'engagent à respecter, durant l'année, les prix qu'ils ont fixés et consentis suivant leur propre volonté, en vue de leur publication. Sauf hausse imprévue du coût des denrées, ils ne doivent jamais dépasser les chiffres maxima reproduits dans la brochure. En cas d'observation de cet engagement, l'hôtel serait tout simplement rayé des tableaux dans les éditions ultérieures.

Le guide français contient plus de 5.000 noms d'hôtels. Le classement est effectué par ordre alphabétique des localités, d'abord pour la France métropolitaine et la Corse, puis pour l'Algérie, pour la Tunisie et enfin pour le Maroc. Le nom de chaque localité est suivi de l'indication de l'altitude et, au moyen de signes conventionnels, des sports que l'on peut y pratiquer, enfin du nom du département.

L'ouvrage mentionne, pour chaque hôtel, sa période d'ouverture (été, hiver, etc.), si le vin est compris dans le prix des repas, si l'hôtel accepte les chèques de voyage du Crédit national hôtelier, son nombre de chambres, ses prix de pension (chambre et trois repas) minimum et maximum, ses prix de chambres pour une personne ou pour deux personnes, également minimum et maximum, ses prix pour les repas, enfin le prix de pension pour domestiques ou chauffeurs.

Il est à noter que la brochure contient en très grande majorité des hôtels petits et moyens; les maisons de cinq à quinze lits ne sont pas du tout rares. Pour Paris, par exemple, la brochure mentionne 48 hôtels de moins de 50 lits, 52 de 50 à 100 lits, 20 de 101 à 200 lits et 20 de 201 lits et davantage. La nomenclature des hôtels et de leurs prix n'occupe pas moins de 160 pages du guide.

On trouve également dans l'ouvrage des renseignements utiles sur le Crédit national hôtelier, sur la « Maison de France », institution centrale de toutes les branches du tourisme français, sur les formalités d'entrée en France, sur les communications ferroviaires nationales et internationales, sur les divers circuits automobiles organisés par les compagnies de chemins de fer, etc. Puis viennent une liste des chalets-hôtels et des refuges dans les Vosges, le Jura, les Alpes, le Massif central et les Pyrénées et une liste des golfs, avec indication de la saison d'exploitation. Cette liste comporte un terrain à six trous, 24 à neuf trous, un à dix trous, 42 à 18 trous, 8 à 27 trous, deux à 36 trous et un à 45 trous (Touquet-Paris-Plage). Il y a en outre deux golfs en Algérie et deux au Maroc.

Il serait difficile de fournir plus de renseignements sous un format aussi restreint et aussi commode. L'indication des prix maxima, assure-t-on, est particulièrement appréciée dans les milieux du public voyageur.

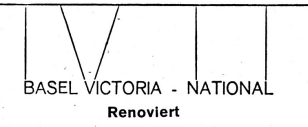
## Informations économiques

**Le vignoble français endommagé.** — Une gelée qui s'est produite dans la nuit du 19 au 20 avril a causé de graves dégâts dans les vignobles du Beaujolais et de la Bourgogne. Le premier a souffert surtout dans les parties hautes. Dans la côte chalonnaise, on estime que la récolte n'atteindra que le 50% et dans la côte dijonnaise la récolte est presque anéantie. A Gevrey-Chambertin, la récolte pour les grands crus sera réduite d'un tiers et elle sera complètement nulle pour les vins ordinaires.


**Dans l'hôtellerie américaine.** — En février 1930, les résultats financiers obtenus dans l'hôtellerie américaine en ce qui concerne le logement ont été de 4% inférieurs à ceux de février 1929 et ceux des repas et de la restauration en général de 5%. Or le mois de février 1929 avait déjà donné un rendement de 2% inférieur à celui de février 1928. Le recul général constaté aux Etats-Unis dans la marche des affaires se manifeste donc aussi dans l'industrie hôtelière, frappée à son tour par la diminution du pouvoir d'achat dans le public.

**Le coût de la vie dans les villes.** — Les derniers tableaux des chiffres indices du coût de la vie dans 22 villes suisses marquent le plus haut indice pour Lugano. En descendant, nous trouvons, en citant les villes les plus intéressantes pour le trafic touristique, Coire, Neuchâtel, Lausanne, Bienne, Thonon, Bellinzona, Zurich, St-Gall et nous atteignons ici la moyenne de la Suisse. En descendant toujours, nous avons ensuite Lucerne, Bâle, Genève, Berne, Vevey et enfin La Chaux-de-Fonds, où, paraît-il, la vie coûte moins cher que dans toutes les autres villes suisses.


**Les vins grecs,** qui ont causé beaucoup d'ennuis aux autorités et au commerce il y a deux ou trois ans, semblent ne plus devoir occasionner de semblables soucis. Une commission fédérale d'experts, chargée d'étudier la question en Grèce même, a constaté comme improbable que l'on doive encore s'attendre à



BASEL VICTORIA - NATIONAL  
Renoviert



LA MARQUE MONDIALE  
**COINTREAU**  
LIQUEUR



**K. BERGER & SOHN  
THUN**  
Telephon 544

Sanitäre Anlagen  
Zentralheizungen  
Fließendes Wasser,  
kalt und warm

**Hotelier-Restaurateur**  
Offerierte

**Ia. Orchester**  
jede Besetzung  
Konzert-Agentur Orchestra, Schlieren-Zürich

**Directeur**  
d'un Grand Hôtel, Café-Brasserie, Restaurant de premier ordre, affaire très importante de la Suisse romande,  
**cherche autre situation**  
Ecrire sous chiffre C E 2756 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

**Gesucht per 15. Mai 1930 ein tüchtiges  
Zimmermädchen**  
das mit Lingerie und Bügeln vertraut ist, in Jahresstellung. Offerten mit Zeugnisabschrift und Lichtbild an Chiffre A E 2789 der Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht nach Florenz  
1 Hotel-Sekretär**  
per Anfang Juni in Jahresstelle. Sprachkenntnisse. Gef. Offerten unter Chiffre H. H. 2798 an die Schw. Hotel-Revue, Basel 2.

**Chef de réception-Caissier**  
30-jährig, Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch, mit In- und Auslandspraxis, bewährter Organisator,  
**sucht passendes Engagement.**  
Eintritt sofort oder nach Überreinkunft. Erstklassige Referenzen zur Verfügung. Gef. Offerten unter Chiffre M L 2778 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Kochlehrling**  
Zum baldigen Eintritt wird intelligenter, gesunder Jüngling, der das Kochen erlernen will,  
**gesucht**  
Offerten sind zu richten, Hotel Hecht, Appenzell.

**Gesucht**  
für die Sommersaison in Berghotel jüngerer, tüchtiger, entremetskundiger  
**Chefkoch**  
mit Eintritt 3. Juni. Saisondauer 20. September. Monatsgehalt Fr. 500 bei freier Wäsche. Bei Zufriedenheit Winterstelle. Offerten unter Chiffre A U 2755 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Prima Existenz für  
**TRAITEUR**  
im Zentrum der Stadt Zürich an bester Lage. Für tüchtigen Küchenchef seltene Gelegenheit. Sehr vorteilhafte Kauf- und Mietbedingungen. Off. unt. Chiffre N. B. 2800 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Erstklassiges  
Wiener Damensalonquartett**  
ev. Trio, empfängt sich mit den besten Ref. für die Sommermonate. Reichhaltiges Repertoire in seriöser u. Tanzmusik. Lilly Kocz, Wien IX, Thurg. 15.

**ENGLAND  
Ecole Internationale** Gegr. 1900  
**100** te von Schweizern haben in dieser Schule durch spezielle Methode englisch gelernt

Garantire durch Einzelunterricht gründliches Studium der englischen Sprache in drei Monaten für Anfänger und Fortgeschrittene des Hotel-fachs. Prima Pension und Familienleben zugesichert. Prospekte und beste Schweizer Referenzen durch

**A. H. Cutler, Principal, Herne Bay.**

Kochschule Celerina  
Engadin

**Kochlehrlinge**  
werden auf September aufgenommen mit zweijähriger Lehrzeit. Prospekte durch die Leitung. Nach Beendigung der Lehrzeit wird statlich geprüft. Kochschule Celerina.

**Pächter**  
**gesucht**  
für groß. katholisches  
Vereinshaus der Ostschweiz  
(mit Hotel- und Wirtschaftsbetrieb, Fremdenzimmern und Sälen). Eintritt baldmöglichst. Anfragen und Offerten sind zu richten unter Chiffre P S 2745 an Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**English Family**  
has Vacancies for foreign Students. Good Teaching. Personal Supervision Terms £ 9.9.— per month. Misses Devon, Florence Villa, Oxenden Street, Herne Bay, England.

**Gesucht per 1. Juni bis Mitte September nach der Zentralschweiz  
Sieno-Dactylographin**  
mit vollständig. Beherrschung der französischen, deutschen und englischen Sprache. Offerten mit Zeugnisabschriften, Photographie und Gehaltsansprüchen unter Chiffre C H 2787 an Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Grossverkauf  
von orientalischen  
Teppichen**  
an Hotels  
und Pensionen

Grosse Lager in allen Grössen. Übermässige für Hallen stets vorhanden. Verlangen Sie Besuch od. Offerten v. der

**Teppich-Aktiengesellschaft  
Zürich, Gotthardstrasse 25**  
Telephon Selnau 93.91

**Revue-Inserate haben Erfolg!**

Das **LIDO-BADETUCH** für's  
Saison-**Hotel**  
Die **LLOYD-QUALITÄT** für's  
Jahres-Geschäft



**w. Geelhaar  
Bern**  
GEGR. 1869