

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 21

Artikel: Le courtage de publicité dans les guides pour automobilistes
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-541020>

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>

naissances et les aptitudes spéciales requises. Il s'agit dans la règle d'un avancement d'un poste moins élevé au poste supérieur.

Telles sont, brièvement résumées, les idées principales exprimées au cours des délibérations de la commission spéciale précitée. Celle-ci aboutit à la conclusion de soumettre les vœux de l'Association des portiers à la Commission professionnelle suisse et aux organisations patronales.

La publicité pour la Suisse à la Riviera

Un correspondant de *La Suisse*, de Genève, M. M. O., a publié dans ce journal, le 8 mai, un article dont nous reproduisons les idées principales en y rectifiant différents chiffres.

Pendant un court séjour à Cannes et Nice, dit le correspondant, j'ai eu la curiosité de contrôler quelles avaient été les dispositions prises par le Service de publicité des Chemins de fer fédéraux et l'Office suisse du tourisme dans cette merveilleuse contrée, qui comporte près de 200.000 lits d'hôtels et que l'on peut à juste titre considérer comme l'une des plus importantes régions touristiques du monde.

Contrairement à ce que l'on croit en Suisse, la quantité d'étrangers qui ont visité cet hiver la Riviera n'a pas beaucoup diminué. Mais les grands palaces n'ont plus trouvé leur clientèle de luxe habituelle. Cette constatation nous prouve, puisque la Riviera est toujours aussi fréquentée, que la Suisse devrait y faire de grands efforts de publicité. Malheureusement ce n'est pas le cas.

L'Office suisse du tourisme, qui a pris en mains la publicité dans cette région, ne dispose probablement pas de fonds suffisants pour subventionner assez largement la seule agence suisse de voyages installée à Monaco, Nice, Cannes, Menton, Juan-les-Pins et Beaulieu-sur-Mer. Certaines agences sont bien disposées pour la Suisse; d'autres le sont moins.

En conséquence, tandis que les grandes agences installent à prix d'or de splendides bureaux aux endroits les plus fréquentés, la Suisse est à peu près ignorée. Notre pays devrait disposer au contraire de vitrines élégantes, spacieuses et bien placées, contenant nos affiches, nos brochures, et surtout portant le titre officiel: Office national suisse du tourisme, comme le font les offices similaires étrangers à Genève, Zurich, etc. Un personnel suisse, comme celui de l'agence actuellement subventionnée, est un précieux auxiliaire.

Pour toute cette publicité, il faut beaucoup d'argent. Nice, à elle seule, vient de voter un budget de publicité de 1.250.000 francs. Or, l'Office suisse ne dispose que de 200.000 francs suisses fournis par la Confédération, de 250.000 francs versés par les C. F. F., la Société suisse des hôteliers et les cantons et de 150.000 francs de recettes diverses, soit au total d'un peu plus de 600.000 francs. Ce montant est absolument dérisoire pour un pays touristique où le mouvement des étrangers se traduit par un *apport net annuel de plus de 200 millions* à notre balance commerciale. Quand on songe aux millions de subventions fédérales de toutes sortes à l'agriculture, on ne peut s'empêcher de constater que nos industries touristiques, où sont engagés d'énormes capitaux, sont bien mal partagées. Cependant l'hôtellerie, à elle seule, fait vivre des dizaines et des dizaines de milliers de personnes, directement ou indirectement, et tous ses achats pour sa cuisine se font dans le commerce d'alimentation. Les produits laitiers, la viande de boucherie, les vins, les légumes forment une partie importante de ses dépenses et procurent à l'agriculture suisse de grands avantages. En outre, la clientèle des hôtels assure l'existence, dans les villes et dans les stations d'étrangers, de tout un commerce de luxe.

La subvention à l'Office suisse du tourisme devrait être portée de 200.000 à au moins un million de francs. La situation a complètement changé depuis la guerre. Une quantité de nouveaux pays d'Europe et d'outre-mer ont organisé leur tourisme avec une propagande officielle subventionnée par leurs gouvernements. L'Allemagne notamment

dépense des dizaines de millions pour sa réclame à l'étranger.

Pour en revenir à la Riviera, il est vraiment regrettable que les Chemins de fer fédéraux négligent cette région. La dualité d'influence entre l'Office suisse du tourisme et les C. F. F. est contraire à tout le mouvement moderne de rationalisation. N'est-il pas possible de réorganiser notre propagande en unifiant l'activité de l'Office du tourisme et du Service de publicité des C. F. F.? Allons-nous, pour des questions de personnes, continuer à faire pâtrir toute l'industrie suisse du tourisme? La rationalisation s'introduit partout en Suisse, sauf pour la publicité touristique. Cela est absolument inadmissible.

d'autres occasions, du « service des logements » nouvellement créé, de même que sur l'ouverture à l'exploitation de l'aérodrome de Berne. Les hôtels de la ville fédérale se promettent beaucoup de cette entreprise pour le développement de la place comme centre de tourisme.

D'autres chapitres du rapport sont consacrés aux excursions en automobile, à la demande d'abrogation de l'interdiction de la circulation nocturne des autocars au projet d'organisation à Berne de la prochaine fête fédérale du chant en 1934 ou 1935 et à la requête du retardement à minuit de l'heure de police, un postulat de la Société de développement appuyé par l'hôtellerie locale.

Dans une conférence avec l'Office cantonal des apprentissages ont été traitées diverses questions concernant la fréquentation des écoles complémentaires, la durée du travail, les congés et les vacances. Une entente a été réalisée en ce sens que les contestations entre l'Office des apprentissages et les patrons seraient le plus rationnellement apaisées par une intervention du représentant de l'hôtellerie dans la Commission des apprentissages ou par le secrétariat de la Société des hôteliers.

Une assemblée de la société s'est prononcée à l'unanimité en faveur du maintien pendant une certaine période de la loi fédérale sur les constructions hôtelières.

L'hôtellerie de Berne en 1929

Suivant le rapport annuel pour 1929 de la Société des hôteliers de la ville de Berne, cette organisation comptait au 31 décembre dernier 30 hôtels avec 1050 lits. La cotisation des membres a varié, suivant la catégorie de l'hôtel, de 3 fr. à 4 fr. 50 par lit. La société a accordé des subventions, s'élargissant au total de 12.300 fr., à la Société de développement, à la réclame spéciale, aux courses de chevaux, à la Société d'aviation, etc. Sur cette somme, 8000 fr. ont été prélevés pour la propagande collective à l'étranger, organisée et effectuée par le Bureau officiel de renseignements. Les sociétaires ont versé en outre dans le même but des cotisations particulières. L'ensemble des frais de cette campagne de propagande se sont montés à 41.000 francs. La commune y a participé pour une somme de 10.000 francs. La Société de développement, le Kursaal Schänzli, les banques et les maisons de commerce ont également fourni d'importants subsides. Suivant le rapport spécial, cet effort de publicité a donné de bons résultats.

Les affaires hôtelières se sont maintenues à peu près au niveau de l'année précédente. On a seulement constaté un recul au mois de septembre, ce mois ayant été en 1928 celui de « Saffa ». La statistique publiée par le Bureau de renseignements donne les chiffres suivants:

	1913	1927	1928	1929
Arrivées	170.495	130.440	145.478	145.623
Nuitées	331.293	311.780	339.622	330.806

L'occupation moyenne annuelle des lits a été en 1929 de 53,2 %, au lieu de 55,1 % en 1928, de 51,1 % en 1927 et de 58 % en 1913.

Le rapport donne ensuite des renseignements sur les dispositions prises par le secrétariat pour le logement de congressistes et de participants à des voyages collectifs, sur le fonctionnement, en

Le courtage de publicité dans les guides pour automobilistes

Le propriétaire d'un hôtel d'Italie nous écrit: « Depuis quelques années, des représentants (courtiers d'annonces) des clubs d'automobilistes de tout le continent européen se présentent toujours plus nombreux dans les hôtels, chacun naturellement recommandant le guide de son club comme étant le meilleur. Les insertions dans ces guides coûtent extraordinaire cher et impliquent habituellement des engagements de beaucoup trop longue durée. J'ai reçu dernièrement la visite d'un de ces agents qui cherchait à recueillir de la publicité pour le guide d'un club étranger et qui voulait me prendre une commande de 400 francs avec trois années d'engagement. Or il se vérifia que diverses commandes de publicité mises sous mes yeux et soi-disant faites par des hôtels étaient fausses, ce qui me fut confirmé, sur ma demande téléphonique, par les propriétaires de ces établissements. En outre, le même représentant m'affirma que des renseignements étaient toujours pris au préalable sur la valeur des maisons que l'on recommanderait dans la publicité, avant l'acceptation des annonces par l'automobile-club; cette assertion fut également reconnue inexacte. »

Luzern Hotel Wagner 
Carl Wagner, Eigentümer

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

Spezial-Firma
für
Garten-Schirme
in noch nie dagewesener Auswahl.
Apropos, ges. gesch. Spezialdessins.
Garten-Möbel
in jeder Preislage, in Holz u. Eisen
Stets Eingang neuester Modelle

Mertzlufft Zürich
29 Spiegelg. Rindemarkt 26. Tel. H.22.84
Markisen-, Storen- und Gartenschirmfabrik
Gegründet 1865

COGNAC DENIS MOUNIÉ
Fondée en 1838

Fine Champagne

Demandez conditions spéciales
Agence générale pour la Suisse:
A. STEINBRUNNER
48, Ritterstr., Zürich

JOHNNIE WALKER



Born 1820 — Still going Strong

JOHN WALKER & SONS LTD. Scotch Whisky Distillers, Kilmarnock, Scotland

There MUST be a reason why „JOHNNIE WALKER“ has the largest sale of any Whisky in the world!

Sole Agents for Switzerland:
HUGUENIN Ltd., LUCERNE

Bessere Geschäfte

wenn Sie es verstehen, Ihren Gästen ruhigen, ungestörten Aufenthalt im Hotelzimmer zu bieten. Sie erreichen das durch Erstellen meiner gesch. gesch. schalldichten Türen ohne Polster. Auch bestellen die Türen können leicht auf Schalldichtigkeit abgeändert werden.

Höllmüller, ZÜRICH, Dufourstrasse 97
Tel. L. 27.34

M. M. les Sociétaires
sont prêts de résérer leurs commandes aux Maisons qui soutiennent notre journal par leurs annonces.

Tassen-Unterlagssaugdeckchen

verhindern das lästige Tropfen beim Trinken und schützen somit die Kleider der Gäste. Wir liefern diese Unterlagen in diversen Größen und Ausführungen mit und ohne Druck. Verlangen Sie Musterofferte.

KOCH & UTINGER, CHUR

OTIS-

Personen-, Gepäck- und Speisen-Aufzüge. Best organisierter Revisionsdienst. Umänderungen, Modernisierung bestehender Anlagen. Ingenieurbesuch kostenlos

OTIS - Aufzugswerke:
ZÜRICH, Birmensdorferstrasse 273
Telephon Seinä 21.66

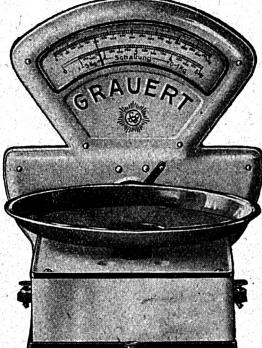
Zweigniederlassung:
LAUSANNE, Galeries du Commerce
Telephon 29.321

Schweizer Eier
Früh, frisch, gesättigte Eier! Landesweit erhältlich! Liefern Sie stets jedes Quantum am billigsten bei A. Hurni, Villarepos. Avenches.

National-Kassen (O.C.)
Verkauft mit aller Garantie. Sofortiger Versand auch zu ausländischen Adressen. Eigene Papierbeschneidemaschine für Kassensrolle. Retournahme der Holzkernrollen bei Rollenbeschneidung. M. SING, Tiefenbrunnenstrasse 15, Zürich. Telephon Limmat 4512.

Direkt und ab Lager — Spezialpreislisten

Waage für Hotels Küche, Haushaltungen
weiss lackiert, für 2 und 5 kg automatisch, und 15 und 25 kg kombiniert mit Gewicht



Illustr. Prospekte u. Referenzen zu Diensten
Versand durch
CHARLES ESCHER - BASEL
Vertreter
11 Haltingerstrasse

Karl Grogger



Spezialgeschäft für lebende Krebse
Lieferant erster Häuser
Berlin NO 18, Weberstraße 24a
Telegrammadresse: Krebszentrale - Telefon: Königstadt 3243, 3244
Sofortiger Versand nach der Schweiz.

Weinhandlung JOS. STUDER A.-G.
Interlaken
Depot und Vertretung von
Jules Regnier & Co., S. A., Dijon
Schröder & Schyler & Co., Bordeaux
Renault & Co., Cognac
Berliner Gilka-Kümmel

« Ce que j'ai dit des guides peut aussi s'appliquer aux panneaux des clubs officiels d'automobilistes, pour lesquels on fait actuellement une intense réclame. »

Il serait certainement bon, par conséquent que les hôteliers, avant de contracter des engagements quelconques, examinent de très près les offres de ces courtiers d'annonces et représentants de clubs. Ainsi l'on mettrait fin peut-être aux abus qui se produisent dans ce genre de publicité de ce genre.

Les déclarations de cet hôtelier étranger sur l'activité et la tactique de si nombreux courtiers d'annonces sont pleinement confirmées par des faits semblables survenus en Suisse, comme nous avons eu déjà nous-mêmes, à maintes reprises, l'occasion d'en signaler des exemples pratiques. Nous renouvelons par conséquent le conseil de ne signer aucun formulaire, aucun ordre d'insertions, avant de s'assurer de la réelle valeur publicitaire de l'annonce proposée. Dans les cas douteux, ou si l'on manque d'informations rapides, il est recommandable de se réserver un délai de quelques jours de réflexion, pendant lequel on se hâtera de prendre les renseignements nécessaires. En agissant de cette manière, bien des hôteliers s'épargneraient des dépenses inutiles pour une publicité qui ne vaudrait pas le prix demandé et ils éviteraient ainsi de véritables pertes.

Le service de renseignements de la Société suisse des hôteliers est du reste toujours à la disposition des intéressés en quête d'informations.

Les autos à travers le Léman

M. L. Goumaz écrivait le 7 mai dans le *Paris vaudois*, de Lausanne:

Quelqu'un qui pratique beaucoup l'auto nous suggère une idée à laquelle se rallieront avec nous les amateurs de randonnées. La voici:

On sait le temps énorme qu'il faut pour passer en auto de Lausanne à Evian et vice versa, qu'en fasse le tour par le Valais ou par Genève. Pourquoi ne pas passer directement? La Compagnie de navigation possède des vieux bateaux qui feraient admirablement l'affaire pour le transport des autos d'une rive à l'autre. France et Suisse seraient mises en communication directe en moins de trente minutes et les touristes français ou autres, qui parcourent la côte de la Savoie ou arrivent de plus loin par la « Route des Alpes » seraient heureux de nous rendre visite commodément et à peu de frais. Et nous-mêmes, Vaudois et autres Suisses, avec quelle satisfaction nous verrions s'ouvrir la « voie du lac » pour nous en aller chez le voisin!

Sur le lac de Constance, ce n'est pas à un, mais à deux endroits qu'on a organisé le passage par eau des autos d'une frontière à l'autre.

L'opération serait sûrement rentable. Non pas le premier jour, peut-être, car il faudrait faire connaître l'innovation. Mais ce serait chose facile.

Autos à l'arrière du bateau, voyageurs à l'avant, ou le contraire, feraient rapidement

rentrer la compagnie dans ses frais. Et nous sommes sûrs que celle-ci préférera prendre les devants et organiser ce service relativement facile, plutôt que d'en laisser l'initiative à l'entreprise privée.

Tôt ou tard, la chose doit se faire. Autant commencer le plus vite possible et faciliter ainsi de pays en pays des relations qui ne demandent qu'à se multiplier.

On pourrait objecter que les localités où jusqu'à présent passent les autos se rendant de France en Suisse et de Suisse en France ne trouvent pas leur compte à ce système. Erreur! car les autos qui vont de France en Suisse et vice versa le font en vitesse et n'ont qu'un souci: gagner du temps, ne pas s'arrêter en route. Bien mieux! Nous croyons que le voyageur automobile, arrivé en demi-heure d'Evian à Lausanne grâce à la rapidité du transport, profitera du temps gagné pour excursionner sur notre rive et jusque dans l'intérieur du pays.

Le tourisme qu'on facilite sera toujours le plus productif.

L'activité du Crédit national hôtelier français

En 1929, le Comité consultatif du Crédit national hôtelier français a été appelé à examiner 337 dossiers relatifs à des créations ou des transformations dans l'équipement hôtelier du pays. Le nombre des demandes renseigne d'une manière instructive sur l'intensité du développement des constructions et des modernisations hôtelières suivant les régions touristiques. En tête viennent les Alpes françaises, puis la Bretagne et la vallée de la Loire. La Côte d'Azur et Paris sont dans la moyenne. Il y a très peu de demandes chez nos voisins des Vosges, d'Alsace, de la Franche-Comté et du Jura.

L'effort accompli jusqu'à ce jour par le Crédit national hôtelier français est représenté par la construction de 2074 chambres et la modernisation de 9981 autres chambres, sans parler des améliorations effectuées dans les locaux annexes.

En 1929, le Crédit hôtelier a consenti 8.470.000 fr. de prêts à long terme, portant à 35.861.000 fr. le montant total des avances de cette nature. Les prêts à court terme se sont élevés l'année dernière à 2.178.000 fr., ce qui donne un chiffre total de 13.590.000 fr. d'avances remboursées en peu de temps. A la fin de l'année 1929, le montant global des sommes prêtées par le Crédit hôtelier atteignait 49.454.000 fr., c'est-à-dire qu'à l'heure actuelle le chiffre de 50 millions est largement dépassé.

Le commencement de l'année 1930 a vu se terminer une étape importante de l'œuvre poursuivie par le Comité consultatif du Crédit national hôtelier, à savoir l'établissement du plan national d'aménagement hôtelier de la France. Il ne s'agit certes que d'un vaste canevas, appelé à une mise à jour de tous les instants, en tenant compte du développement

de la circulation et de l'évolution touristique; mais au fur et à mesure de son exécution, ce plan dotera la France d'un équipement hôtelier répondant à tous les besoins du tourisme moderne.

Nouvelles des Sections

La Société des hôteliers de Berne a tenu son assemblée annuelle à l'hôtel Savoy, sous la présidence de M. Marbach, qui a rappelé tout d'abord le souvenir d'un membre récemment décédé, M. Robert Aeschlimann, de l'hôtel Ruof, et qui a souhaité une cordiale bienvenue aux nouveaux membres. L'assemblée a approuvé le rapport annuel, les comptes et le budget. Elle a entendu ensuite un rapport détaillé sur la participation de l'hôtellerie de la ville de Berne à l'Exposition internationale d'art culinaire à Zurich; après discussion, elle a voté le crédit demandé par le comité chargé de préparer cette participation. Le rapport sur la réclame effectuée en 1929 a été adopté et l'on a délibéré sur la campagne de propagande de 1930. On a constaté à ce propos avec satisfaction que les fonds nécessaires sont déjà à disposition. L'assemblée s'est prononcée pour la création à Berne, à l'occasion de la prochaine Exposition de l'hygiène, d'une halle permanente pour les expositions, qui rendrait de grands services pour toutes les manifestations ultérieures. Puis l'on a pris acte du refus des autorités de donner suite à une pétition, soutenue par les hôteliers, tendant à autoriser la circulation nocturne des autocars. A la fin de mai, les sociétés et les membres de leurs familles feront en automobiles une excursion dans les environs de Berne.

entreprises. L'Enit, institution d'Etat, doit s'occuper de la propagande touristique nationale sous toutes ses formes, tandis que la Cif, qui est une entreprise touristique privée, devra développer son activité exclusivement dans le domaine commercial. En conséquence, l'Enit a cessé de participer à la Cif et a cédé ses actions à deux importants instituts de banque qui se sont chargés de mettre à la disposition de la Cif les fonds nécessaires. Cette solution, qui a reçu l'approbation du gouvernement, mettra fin aux équivoques qui se sont manifestées ces derniers temps sur les attributions respectives des deux institutions.

La Société suisse des cafetiers tiendra son assemblée annuelle des délégués le 3 juin à 8 h. du matin, dans la salle des Rois de l'hôtel de la Société de l'Exercice de l'Arquebuse et de la Navigation, à Genève. Le comité central se réunira la veille à 15 heures à l'hôtel Suisse. Un lunch aura lieu à midi, entre les deux séances de l'assemblée des délégués, au restaurant de l'Arquebuse et à la Taverne de St-Jean. Un banquet officiel aura lieu le soir à 20 heures dans la grande salle de la Maison communale de Plainpalais. Le lendemain est réservé à une promenade sur le lac et à un banquet à Bellevue. Outre les tracta statutaires, l'ordre du jour porte les questions suivantes: élaboration d'un indicateur des démarches à accomplir par les sections lors de la révision des lois cantonales sur les auberges, contrat pour les eaux minérales, propagande pour l'écoulement des produits du verger et du vignoble, droits d'auteurs pour l'exécution d'œuvres musicales. — A la fin de 1929, la Société suisse des cafetiers comptait 167 sections et 11.828 membres, contre 10.912 l'année précédente. Cependant le 50% à peine des cafetiers suisses ont jugé à propos de s'organiser, quoique tous profitent des efforts de la société professionnelle.

Questions professionnelles

Repos hebdomadaire. — Suivant un communiqué à la presse, le Département fédéral de l'économie publique a terminé l'élaboration du projet de loi sur le repos hebdomadaire et l'a soumis au Conseil fédéral, qui le discutera encore dans le courant de ce mois. Le communiqué ajoute que les pourparlers avec les milieux intéressés ont abouti à une entente sur les points principaux; il reste toutefois à éclaircir la question des dimanches libres pour le personnel de restaurant. Il semble, déclare-t-on, que l'hôtellerie ne soulève plus d'objections contre le projet. —

CHAMPAGNE STRUB

M' CALLUM'S
ESTABLISHED 1807
Perfection
SCOTS WHISKY

CHAMPAGNE
POL ROGER
BY APPOINTMENT
TO HIS MAJESTY THE KING

A. BUTOW, 8, RUE DE FRIBOURG, TÉLÉPHONE: MONT-BLANC 25.314, GENÈVE

NICHOLSON'S
DRY GIN
THE PUREST
SPIRIT MADE

COCKBURN'S
PORT
OPORTO AND LONDON

Fröbel
ZÜRICH
Gartenanlagen
Entwurf, Ausführung

Revue-Inserate haben Erfolg!

TEPPICHE · VORHÄNGE
v. Geelhaar
Bern
GEGR. 1859
THUNSTRASSE 7

Blocksfabrik Lichtensteig
TELEPHON 11
Spezialfabrik für perforierte u.
nummerierte Drucksachen
Hauptsächlich Grossauflagen
A. MAEDER SÖHNE

An
Hotel
billig zu verkaufen:
Handtuchstoff
rein Leinen 50 breit,
per Meter Fr. 2.10
Halbleinen
160 breit schwere Qualität,
per Meter Fr. 4.50
Muster franko zu Diensten.
Wer Geld sparen will und
gute Ware besitzen, der
benütze diese Gelegenheit.
Zur gef. Abnahme empfiehlt
sich hofl. B. Gantzenb.-Ruf,
Handlung, Grabs (St. Gall).

Dernier
perfectionnement

Lavabo „SIMPLON“
le modèle idéal pour chambres d'hôtels
GETAZ, ROMANG,
ECOFFEY S. A.
Lausanne — Genève — Vevey

GRANDE FINE CHAMPAGNE
EDMOND DUPUY & CO.
COGNAC

Qualité de 1er ordre. Prix intéressant.
Echantillons gratis sur demande.

Viandes fraîches de choix
—
Charcuterie fine
—
Conserves de viandes

E. & C. Suter
Montreux

Tafelkunsthonig
„Wohwo exquisit“
für den soignierten Frühstückstisch. Verlangen Sie
bei den soignierten Frühstückstisch. Verlangen Sie
bei Ihren Grossisten od. direkt beim Fabrikanten
C. Münzmeier, Wohwoewerke, Pfäffikon
(Kt. Schwyz) Tel. 13 Verlangen Sie bemust. Offerte!