Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 29

Werbung

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: 16.09.2025

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

Pour le beurre indigène

L'association « Semaine Suisse » communique les résultats d'une enquête qu'a effectuée la Fédération laitière du Léman, aux fins de savoir quel est le beurre que le consommateur suisse préfère : ou bien le beurre danois, connu par la régularité de sa qualité et sa bonne conservation, ou bien le beurre du pays fabriqué selon les méthodes modernes. Pendant quelques jours, la clientèle put se procurer dans les magasins de vente deux plaques de beurre de 100 gr., qui étaient désignées avec les lettres Y et Z. La clientèle ignorait quel beurre — danois ou indigène — se cachait sous ces initiales. Le consommateur était invité par un questionnaire à dire à quel beurre allaient ses préférences, au beurre Y ou au beurre Z. Le jury, présidé par le directeur de police de Vevey, a constaté que le beurre danois était des derniers arrivages et le beurre du pays fabriqué par les soins de la Fédération laitière du Léman.

Le résultat de l'enquête est particulièrement réjouissant pour le beurre du pays : sur les 858 participants à l'expérience, 661, soit le 77%, ont donné la préférence au beurre Z, surtout à cause de son arome plus fin. Or la lettre Z était la désignation anonyme du beurre *indigène*.

Il est logique qu'on fasse état de cette expérience, en présence de l'appréciation de certains détaillants et consommateurs prétendant que le beurre suisse n'atteindrait jamais la qualité standardisée du beurre danois. Sans vouloir généraliser le résultat de l'enquête effectuée à Vevey, nous voulons insister sur le fait que nous possédons en Suisse toute une série d'établissements qui font le beurre d'après les procédés scientifiques les plus modernes (pasteurisation de la crème, acidification par des cultures pures, etc.) et qui sont à même de fournir un beurre irréprochable et d'une conservation parfaite. De telles installations existent à Genève, Lausanne, Vevey, Fribourg, Berne, Thoune, Berthoud Olten, Bâle, Lucerne, Suhr, Zurich, Pfäffikon, Winterthour, Gossau, Rorschach, Kreuzlingen et Coire. (*Semaine Suisse.*)

Notre trafic téléphonique

Au milieu de l'année 1919, la Suisse comptait 100.000 abonnés au téléphone ; il avait fallu 38 ans pour atteindre ce chiffre. A la fin de 1929, l'effectif des abonnés était de 200.000 ; il avait donc doublé en l'espace d'à peine dix ans. Durant la même période, la longueur des circuits locaux a passé de 400.000 à près de 900.000 km. et celle des circuits interurbains s'est quadruplée, passant de 94.000 à 396.000 km. Cela est dû au fait que les lignes souterraines, qui ont pris une grande extension au cours de la dernière période décennale, ne sont pas posées fil par fil comme les conduites aériennes, mais par faisceaux complets, renfermant des réserves pour plusieurs années.

On a compté l'année dernière à Zurich 1629 conversations par abonné, à St-Moritz et Arosa 1589, à Davos 1586, à Bâle 1473, à Lucerne 1347, à Berne 1330, à Lausanne 1307.

Malgré le développement réjouissant du trafic téléphonique en général, nous sommes loin d'atteindre les chiffres enregistrés en Amérique et dans les pays du nord de l'Europe. Pour 100 conversations téléphoniques en Suisse, on en a de 250 à 350 en Suède, en Danemark et en Norvège et 500 en Amérique. En Suède, sur 100 correspondances, il y a 70 conversations téléphoniques et 30 lettres ; chez nous la proportion est inverse : 30 conversations téléphoniques et 70 lettres.

En ce qui concerne la densité téléphonique, c'est-à-dire le nombre de postes téléphoniques par 100 habitants, la Suisse était à 6,7 à la fin de 1929, venant immédiatement après les Etats-Unis, le Canada, l'Australie, le Danemark, la Suède et la Norvège, avant l'Allemagne et la Grande-Bretagne.

Le développement du téléphone provoque dans tous les pays un sensible recul du trafic télégraphique. En suisse, le nombre des télégrammes intérieurs est descendu de 3,3 millions en 1919 à 911.000 en 1929. Il est donc aujourd'hui inférieur au chiffre de 1870, année où l'on a échangé en Suisse 1.132.029 télégrammes. La concurrence du téléphone commence aussi à se manifester dans les relations télégraphiques internationales. Actuellement, avec ses 3.84 millions de télégrammes, le trafic télégraphique international est déjà dépassé par le trafic téléphonique, qui accuse 4.15 millions de conversations avec l'étranger.

Trois années se sont écoulées depuis que la propagande téléphonique a été organisée chez nous sur une base étendue par l'association *Pro Téléphone*. Depuis lors, l'administration et les fabricants travaillent en étroite collaboration et s'efforcent, par une réclame appropriée, des visites personnelles, des conférences, etc., de faire connaître au public les avantages du téléphone. Cette activité ne vise pas seulement à recruter de nouveaux abonnés, mais encore à compléter et à développer les installations déjà existantes. Durant sa courte période d'activité, l'association précitée n'a pas seulement atteint, mais dépassé le but qu'elle s'était proposé. Même dans les régions à forte densité, à Zurich par exemple, il a été possible d'accroître de 50% au moins le nombre des abonnés. Dans l'ensemble de la Suisse, le nombre des nouveaux abonnés a pu être porté à 15.000 grâce à la propagande ; il s'est ainsi accru de 100% dans l'espace de deux ans. Le nombre des postes téléphoniques a même été augmenté de 150%.

En 1902, année de la célébration du jubilé de l'administration des télégraphes, on estimait que le téléphone avait atteint son *summum*. Bien que le réseau ne comptât que 40.000 abonnés, le mot de « saturation » n'en figurait pas moins dans chaque projet de construction. Or, actuellement, le réseau suisse dessert 200.000 abonnés et 270.000 postes téléphoniques et il est encore loin d'être arrivé à son point de saturation. Nous ne croyons pas nous tromper en affirmant que dans sept ans la Suisse comptera 300.000 abonnés au téléphone avec 400.000 postes, à la condition bien entendu que la situation économique reste normale. L'avenir montrera que ces prévisions ne sont point exagérées.

(*Gazette de Lausanne.*) *A. M.*

Le succès de la Foire suisse de 1930

La XIVme Foire suisse d'échantillons de 1930, qui s'est tenue à Bâle du 26 avril au 6 mai, a été un succès à la fois pour l'institution elle-même, pour les industries et les métiers qui ont exposé et pour l'économie nationale.

En ce qui concerne les visiteurs, leur affluence a atteint un nouveau record. On a vendu au total 56.254 cartes d'acheteurs pour deux entrées, au lieu de 52.459 l'année dernière et 21.168 cartes pour trois entrées contre 19.696 en 1929. On a délivré en outre 30.843 cartes de visiteurs pour une entrée les samedis et dimanches. Le bureau des chemins de fer installé à la Foire a estampillé 60.000 billets en chiffre rond, soit 5000 de plus que l'an passé. Les C. F. F. ont mis en circulation, pour le retour des visiteurs, 75 trains spéciaux et supplémentaires. Les tramways de la ville de Bâle ont eu à faire face à un trafic qui n'avait jamais encore été atteint. Le trafic automobile fut également très intense ; l'augmentation fut ici particulièrement frappante. Les hôtels de Bâle ont fort bien travaillé pendant la Foire.

La fréquentation de la Foire suisse par les étrangers a pris depuis 1924 un essor constant, auquel vient s'ajouter le succès enregistré à la Foire de cette année. Le service des étrangers signale la visite à la Foire, en 1930, de 812 personnes venues de 20 pays européens et de 13 pays d'outre-mer, sans compter les visiteurs d'Alsace et du pays de Bade domiciliés dans un rayon de 50 km. autour de Bâle, ni les visites collectives d'hommes d'affaires de Suède et de Yougoslavie. Bon nombre de visiteurs d'autres pays, du reste, ne s'annoncent pas au service des étrangers. L'Allemagne a envoyé 429 visiteurs (405 en 1929), la France 182 (210), l'Autriche 42 (32), l'Italie 32 (19), la Tchécoslovaquie 16 (8). Venaient ensuite l'Angleterre, la Belgique, la Hongrie, la Yougoslavie et la Roumanie. Un assez grand nombre de visiteurs provenaient cette année de l'Amérique du Sud.

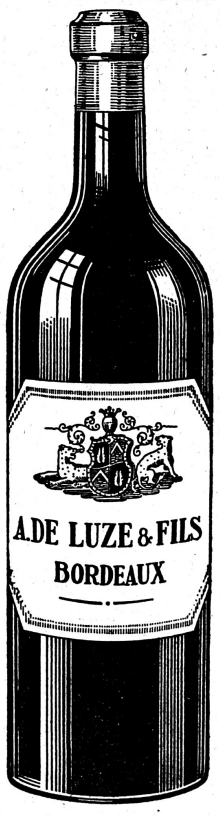
La bonne fréquentation de la Foire s'est répercutée nécessairement sur les affaires des exposants. Il résulte d'une première enquête provisoire qu'à ce point de vue la Foire de 1930 a eu un meilleur succès que ne pouvaient le laisser espérer les conjonctures économiques du moment. Plusieurs groupes importants ont fait des affaires très satisfaisantes et en partie meilleures que l'année dernière. Tel est le cas notamment pour le groupe de l'industrie de l'électricité, dans toutes les catégories de fournitures. Il en a été de même pour le groupe des ustensiles et articles de ménage et de cuisine, brosserie, verrerie, chauffage et installations sanitaires. Les fourneaux à gaz, les machines à laver, les aspirateurs de poussière, les appareils à nettoyer les parquets, les armoires frigorifiques, etc. ont trouvé un large écoulement. La demande a été active pour les meubles de bureau, les ameublements de magasins, les coffres-forts et les armoires blindées, les cabines téléphoniques, les machines comptables et à calculer. Les progrès réalisés dans la réclame lumineuse ont suscité aussi un gros intérêt. On a enregistré également de bons résultats dans le groupe des textiles, vêtements et fournitures. Le groupe des instruments de musique a fait de réjouissantes affaires. Les nouveautés dans le domaine des grammophones et des appareils radiophoniques en particulier ont eu de nombreux amateurs. Les facteurs suisses de pianos sont de nouveau très contents du succès obtenu à la Foire. Les sièges et meubles rembourrés, les meubles métalliques, les rideaux, les objets de tournerie ont trouvé beaucoup d'acquéreurs, mais les maisons d'ameublements sont moins satisfaites ; ceci provient de l'envahissement du pays par l'ameublement étranger. Un beau volume d'affaires fut, cette année-ci encore, enregistré par le groupe de l'horlogerie et de la bijouterie. On a signalé de très bons résultats chez les exposants de machines, instruments et appareils pour l'horlogerie, la boucherie, la boulangerie, le tricotage. Les fabricants d'articles de sports et de jouets ont obtenu un résultat marquant. Les canots démontables ont fait l'objet d'une très forte demande, notamment à destination du Canada.

Enfin l'enquête provisoire a permis d'ores et déjà de constater le rôle toujours plus grand joué par la Foire suisse dans notre commerce avec l'extérieur. Les commandes à destination des pays les plus divers ont atteint un niveau très encourageant pour le présent et pour l'avenir.

Sociétés diverses

L'Union suisse des arts et métiers, organisation centrale de l'artisanat, de la petite industrie et du commerce de détail, vient de publier son cinquantième rapport annuel sur l'exercice 1929. L'effectif de l'Union est actuellement de 139.242 membres ; elle groupe 20 associations cantonales, 88 associations professionnelles suisses et 18 écoles, musées industriels, etc. Les organes directeurs de l'Union se sont occupés en 1929 de nombreuses et importantes questions, parmi lesquelles nous relevons la loi fédérale sur les voyageurs de commerce, la protection des locataires, la loi fédérale sur la formation professionnelle, la loi sur les constructions hôtelières (l'Union a combattu la prolongation, en vain heureusement), la législation du travail, les soumissions, la rémunération du personnel astreint au service militaire, la réduction des taxes postales et téléphoniques, la rationalisation, la trêve douanière, la revision du régime de l'alcool, la durée du travail des employés, les cadeaux et primes aux acheteurs, les examens de maîtrise, la comptabilité artisanale, etc. Le rapport annuel donne en outre un aperçu du travail effectué durant l'année par les nombreuses commissions spéciales et les divers groupes professionnels de l'Union, ainsi qu'un compte rendu de l'activité de toutes les sections. Enfin il fournit beaucoup de renseignements utiles sur nombre de questions économiques et sociales.

L'Alliance internationale de tourisme a tenu son congrès annuel à Stamboul, au début de juin. Vingt-quatre pays étaient représentés par des délégués attitrés des grandes associations touristiques reconnues. A côté d'un programme de travail très copieux, les festivités et les réceptions admirablement organisées par le gouvernement turc comme par le Touring-club de Turquie



Bordeaux-Weine
Marke
A. DE LUZE & FILS
VOSS & Cie, ZÜRICH 5
GENERALVERTRETUNG

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

Fruits et Légumes frais
Fruits secs
Tous les articles de la saison
Expéditions rapides
Trullas & Cie, S. A., Genève
Téléph.: Mont-Blanc 63-79 - Adr. télégr.: Trullas-Genève
Succursale à Lausanne
Téléphone 23-378

Orfèvrerie et Service de table
des Fabriques Georges Montibert et Joh. Veuillet
Lyon
MÉTAL EXTRA BLANC ARGENTÉ
REMISE A NEUF DE TOUTES PIÈCES D'ORFÈVRERIE — RÉARGENTURE
GUSTAVE ZOBRIST
ARGENTEUR-ORFÈVRE MAISON FONDÉE EN 1900
COULOUVRENIÈRE 40 GENÈVE TÉLÉPHONE 40987

HOTELS
Jahres- und Saison-Geschäfte
vermittelt
die führende, seit über 25 Jahren bestehende Spezial- und Vertrauens-Firma:
G. Kuhn, Zürich
Hotel-Immobilien
56 Bahnhofstrasse 56
Feinste Referenzen *Strengste Diskretion*