

**Zeitschrift:** Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art  
**Band:** 49 (1962)  
**Heft:** 7: Kurortplanung, Saisonhotellerie, Verkehrspropaganda  
  
**Rubrik:** Résumés français

#### **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:** 15.01.2026

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

**L'année dernière à Marienbad...**

225

Les considérables rénovations de nos hôtels ne font que trop souvent penser à ce titre «passéiste». Quant à la question de savoir s'il doit nécessairement en être ainsi, elle exigerait qu'à une sociologie du tourisme soit confrontée celle du «peuple d'accueil».

**Tourisme et hôtel à trois étoiles**

par *Reinhold Hohl*

Bien entendu au sens des «trois étoiles» des guides touristiques signifiant ainsi le «nec plus ultra» du voyage. Avant le premier tiers du XIX<sup>e</sup> siècle, le problème de l'architecture hôtelière ne se pose pas, car on ne se déplace qu'à des fins de pèlerinage ou de cure. Puis, c'est le phénomène sociologique des vacances, de plus en plus généralisées, avec sa création de «palaces» en pleine nature (Rigi, Zermatt, etc.). Les illustrations accompagnant cet article montrent les formes de l'architecture hôtelière de la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, c'est-à-dire avant le «péché original», lequel intervient par la suite, à partir du moment où le phénomène du tourisme devient phénomène de masse et où ce qui n'était auparavant que décor occasionnel (pavillons, chalets, etc.) dégénère en monumental.

**Régérence architecturale de notre hôtellerie**

par *Theo Schmid*

De toutes les manifestations de l'activité architecturale, les hôtels constituent les édifices les plus fonctionnellement complexes et les plus sensibles aussi à l'évolution des mœurs et des besoins, au point que la durée utile d'un bâtiment hôtelier ne dépasse guère 50 ans. L'évolution sociologique, les progrès de plus en plus rapides des techniques, l'urgence toujours plus impérative de rationaliser les méthodes de travail, tout cela explique que les hôtels vieillissent forcément très vite et que l'hôtellerie, en fait, doive constamment rénover ses constructions. C'est pourquoi il ne sied pas ici de se préoccuper de questions de style ni de solutions définitives, mais d'oser accepter tous les avantages d'un provisoire en perpétuel renouvellement.

**Restaurer, mais non point rénover**

231

Contrairement à l'auteur du précédent article, au cours d'une interview accordée à WERK, Alberto Camenzind, architecte FAS/SIA et hôtelier, tout en reconnaissant le bien-fondé de la modernisation des hôtels au point de vue installations et confort, considère que leur aspect, loin de devoir être adapté au goût du jour, devrait bien plutôt être conservé ou même, quand ils l'ont fâcheusement perdu, ramené à son caractère d'origine, en général stylistiquement satisfaisant. Tout grand hôtel est, pourra-t-on dire, l'armature psychologique du centre touristique où il s'élève. Une planification raisonnable d'un centre touristique devrait être conçue sur place et utiliser tout d'abord ce qui existe déjà. Une fois positivement donnés les deux facteurs constants que représentent le climat et le paysage, c'est à la population de faire preuve d'assez d'initiative pour attirer le touriste, au besoin par la création de centres satellites à proximité du principal lieu de séjour ou même par la fondation d'un nouveau centre touristique de première importance.

**Les hôtels du Bürgenstock**

233

Diverses photos montrent des hôtels du Bürgenstock, ensemble de 50 bâtiments appartenant au même propriétaire, ce qui donne la chance de pouvoir procéder à une rénovation méthodique en grand.

**Davos - centre et décentralisation**

par *Marianne Gisel*

Davos, dont l'existence économique dépendit si longtemps de ses sanatoriums, est aujourd'hui contraint, en raison de la forte régression, si heureuse en soi, de la tuberculose, de devenir de plus en plus centre touristique, d'abord - fait déjà largement acquis - pour les sports d'hiver, mais aussi comme lieu de vacances. C'est seulement depuis cinq ans que l'on a commencé à bâtir de nombreuses maisons de vacances totalisant, jusqu'à la fin 1961, 3000 lits. En outre, la commune a mis au concours une patinoire artificielle, une maison des congrès (dont la réalisation est provisoirement ajournée), une piscine couverte et la transformation du parc. Toutefois, la surabondance de nouvelles constructions au centre et l'intensification du trafic automobile rendent désirable une décentralisation par la création de villages de séjour circonvoisins, dont les maisons de vacances à l'extrémité du lac constituent un premier et heureux exemple.

**L'exemple de Leysin**

238

Naguère centre sanitaire de renommée mondiale, Leysin a su en peu d'années s'adapter exclusivement au tourisme, la Leysintours S. A. en ayant progressivement rénové les hôtels, actuellement utilisés par la Touropa, le Club Méditerranée, le Touring Club de France. Et, d'autre part, il a été créé des maisons de vacances, entre autres le village de vacances de la Confédération des Syndicats suisses.

**Planification touristique à Mürren**

240

par *Rudolf Werder, architecte, Berne*

Outre un exposé schématique de la planification locale jugée nécessaire, le présent cahier contient également les remarques, dues au «Kurdirektor» de l'endroit, sur l'actuelle inexistence d'une planification touristique d'ensemble pour toute la Suisse et la nécessité d'adopter le plus tôt possible un plan général comportant de vastes étapes échelonnées dans l'avenir.

**Rénovation des hôtels et des installations thermales de Bad Ragaz**

242

1955/62. *Otto Glaus, architecte FAS/SIA*

Outre une complète transformation du parc, il a été procédé à la minutieuse rénovation intérieure de l'«Hôtel des Sources», heureuse réalisation (1870-1873) de B. Simon, puis à une première étape de la rénovation de l'hôtel «Hof», en même temps qu'a été commencée, adjacente à l'ancien hôtel «Mühlebad» centralisant désormais blanchisserie et ateliers, la construction d'un nouveau bâtiment pour l'ensemble du personnel. Sont présentement à l'étude un nouveau «Kursaal» et la rénovation de Pfäfers.

**Architecture et tourisme au Tessin**

244

par *Peppo Curonici*

Pendant l'entre-deux-guerres a commencé le tourisme de masse et aussi la multiplication des maisons de vacances, dont l'architecture n'est que trop souvent imitée par les Tessinois eux-mêmes. Le niveau d'ensemble - rien qui rappelle Cannes ou St-Moritz - est plutôt petit-bourgeois. Et fort sensible est aussi la tendance à mélanger, tant en architecture que dans les «souvenirs», le nordique et l'autochtone, l'ancien et le neuf.

**Prospectus touristiques suisses**

249

par *Hans Neuburg*

En dépit d'un demi-siècle de tourisme hautement développé, la production de prospectus et imprimés touristiques en général n'a guère engendré de réalisations marquantes. Si la photographie y intervient très tôt, les graphistes modernes ne se sont qu'assez tardivement tournés vers ce domaine. Notons cependant le style à la fois vériste et symbolique de certaines créations et le bon travail accompli par la publicité de la Swiss-air.

**Nouvelles affiches touristiques suisses**

257

par *Willi Rotzler*

L'affiche touristique suisse, dont nous avons naguère (WERK 4/1960) enregistré l'ancienne prédominance dans l'art de l'affiche de ce pays, n'y occupe plus aujourd'hui le même rang. Quantitativement, d'abord, il n'y a désormais qu'un nombre fort restreint d'affiches de tourisme par rapport à l'ensemble de la production et, d'autre part, en dépit de leur bon niveau moyen, la banalité tend à y régner. A la relative exception des séries publiées par la Swissair, les C. F. F. et la Centrale Suisse du Tourisme, confiées à des artistes de renom, nos affiches touristiques sont en dessous de l'excellence de l'affiche suisse dans son ensemble. Il faut souhaiter qu'un plus grand souci d'invention, de hardiesse et d'originalité réussisse à faire sortir peu à peu cette forme de notre art publicitaire de son actuel demi-sommeil.