

Résumés français

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **49 (1962)**

Heft 7: **Kurortplanung, Saisonhotellerie, Verkehrspropaganda**

PDF erstellt am: **25.04.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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

225

par Reinhold Hohl

Bien entendu au sens des «trois étoiles» des guides touristiques signalant ainsi le «nec plus ultra» du voyage. Avant le premier tiers du XIX^e 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^e siècle, c'est-à-dire avant le «péché originel», 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.

Régérescence architecturale de notre hôtellerie

229

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, doit constamment rénover ses constructions. C'est pourquoi il ne s'agit 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, pourrait-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

234

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 schématisé 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 Swissair.

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.