

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 39 (1930)  
**Heft:** 11

**Artikel:** Panonceaux internationaux  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-540915>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 16.03.2025

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

### Avis aux Sociétaires

#### Attention! - Droits d'auteurs!

Nous venons de recevoir des menaces de la SACEM, téléphoniquement il est vrai et par l'intermédiaire de son avocat. En conséquence, nous invitons tous ceux de nos sociétaires qui ont des orchestres et qui n'ont pas de contrat avec la SACEM à se conformer aux directives suivantes:

1. Faire jouer par les orchestres des morceaux non protégés;
2. Ne livrer des programmes en aucun cas et veiller à ce que les musiciens ou des tiers n'indiquent pas les morceaux exécutés;
3. Ne pas céder à des prétentions, menaces, etc. de la SACEM ou de ses représentants, mais en aviser le Bureau central pour recevoir des instructions appropriées.

### Des hôtels moyens

Le touriste riche qui peut dépenser sans compter trouve partout et facilement un gîte à son goût. En général, quand une société se crée pour placer des capitaux dans l'hôtellerie, c'est un palace ou un hôtel de luxe qu'elle fait construire. On a vu cela en France ces dernières années; on le voit ailleurs et nous le reverrons peut-être bientôt en Suisse. La mode est aux palaces, aux hôtels marbrés et dorés, aux repas luxueux, aux brillantes soirées mondaines, comme si tous les voyageurs avaient des portefeuilles de nababs ou de rois de l'industrie.

M. Antoine Borrel, député et ancien ministre français, écrivait dernièrement à ce propos dans la *Semaine à Paris*:

«Beaucoup de nos visiteurs sont riches et généreux. Heureusement pour les propriétaires et les exploitants des palaces. Mais nous recevons aussi un grand nombre de touristes moins fortunés, qui n'ont pas les moyens de s'offrir l'appartement de luxe tarifé en dollars des établissements de première catégorie ou de catégorie hors classe. Peut-être même a-t-on pu constater ces années dernières que cette clientèle, communément appelée «moyenne», composée de braves gens «moyens», ou même de braves gens riches accoutumés à mesurer leurs dépenses, l'emporte en quantité sur la clientèle dont la prodigalité suggestionne les entrepreneurs et managers de grands hôtels.

Quand on construit un hôtel, la règle est aujourd'hui de faire aussi luxueux que possible. Comme le disait tout récemment un rédacteur de la *Petite Gironde*, de Bordeaux, «les dirigeants, dans quelques stations, ne se préoccupent que du client riche, de la culture des grands sports, du dancing et des jeux. Le souci du client moyen, du malade ou du touriste non doré sur tranche, ne les travaille pas assez. Des prix d'hôtel prohibitifs, des complications coûteuses au Casino, des exigences variées éloignent parfois le modeste visiteur, auquel les routes à promenade sont d'ailleurs interdites par le défilé continu des autos dans des nuages de poussière.»

On me rapporte cependant, poursuit M. Borrel, que certains palaces durent fonctionner au ralenti, que d'autres furent amenés, à leur corps défendant, à consentir des prix de faveur pour conserver un contingent de clients capable de sauver la face, que l'exercice ne sera pas brillant pour certaines grandes sociétés hôtelières... Mais je sais aussi que les hôtels moyens ont marché presque partout à plein rendement et que

de nombreux centres touristiques auraient retenu leurs visiteurs plus longtemps s'ils avaient pu leur donner le gîte dans des conditions meilleures.

Dans la grande hôtellerie, on refuse d'envisager que la clientèle «moyenne» est forcément plus nombreuse que la clientèle riche; que si cette dernière laisse théoriquement des bénéfices plus élevés, ces bénéfices se trouvent limités du fait que les clients riches peuvent choisir entre de multiples offres.

D'autre part, le développement de l'industrie touristique, et donc de l'industrie hôtelière, proviendra désormais surtout du développement du goût du tourisme chez les classes moyennes. Les classes riches ont toujours voyagé. Le volume d'affaires qu'elles apportent est sensiblement constant. Les classes moyennes, au contraire, viennent au tourisme depuis peu d'années. Elles y viendront de plus en plus. C'est d'elles qu'il faut attendre le nouvel essor auquel je crois fermement et dont les progrès de l'industrie automobile nous permettent d'imaginer l'ampleur. C'est pour elles qu'il faut poursuivre notre aménagement touristique, tout en prenant, bien entendu, les précautions nécessaires en vue de conserver la clientèle de luxe, dont l'appoint reste de premier ordre et contribuera toujours fortement à la prospérité du pays. Si le nombre des riches est capable de s'accroître encore, nous avons de la place dans nos grands hôtels pour un beau contingent supplémentaire. Mais ce qui s'accroîtra principalement, c'est le nombre des touristes moyens. A leur usage, il faut des hôtels moyens, même petits, des hôtels à confort moyen, à prix moyens. Ne nous plaignons pas d'avoir des palaces; ils sont indispensables dans un pays qui se flatte de vouloir attirer des touristes du monde entier. Néanmoins songeons aussi à aménager confortablement les hôtels plus modestes, aux chambres claires et riantes, à la cuisine sans prétentions, mais soignée: une clientèle toujours plus nombreuse s'offre pour les occuper.»

### Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie

Le rapport présenté par le conseil d'administration de cette société à l'assemblée des actionnaires convoquée pour le 17 mars 1930 relève que la liquidation de l'action financière de secours de la Confédération en faveur de l'hôtellerie a fait de nouveaux et notables progrès en 1929. Les résultats obtenus pendant cet exercice permettent de verser à la caisse fédérale 855.372 fr. 52 provenant du remboursement de capitaux et 71.315 fr. 12 provenant du paiement d'intérêts, soit au total 926.687 fr. 52.

Sur les subventions de six millions de francs accordées par la Confédération, une somme de 2.107.925 fr. aura été jusqu'à présent — c'est-à-dire après l'acceptation des comptes de 1929 — retournée à la caisse fédérale. Si l'on ajoute le remboursement, effectué en 1926, de 1.350.000 francs, représentant le 90% de la participation de la Confédération au capital-actions, ainsi que les dividendes payés de 1924 à 1928, au montant de 169.500 fr. en chiffre rond, on constate que la Confédération a reçu de la Fiduciaire hôtelière 3.627.000 francs, soit plus du 50% de ses prestations totales.

La marche relativement satisfaisante, en 1929, des entreprises assainies par la S.F.S.H., a favorisé dans une large mesure les opérations de liquidation. Les résultats obtenus sont dus également au fait que, pour encourager les remboursements avant leur échéance, des réductions appropriées à chaque cas particulier ont été consenties quand les circonstances justifiaient cette mesure.

L'activité de surveillance et de révision nécessaire par l'administration des avances faites aux entreprises assainies s'étend

actuellement encore à près de 200 exploitations d'hôtels. Ce chiffre est à citer aux partisans de la spéculation affirmant que l'hôtellerie est aujourd'hui complètement remise de la crise d'après-guerre. Il faut ajouter à ces travaux ceux qui sont occasionnés par la continuation de la liquidation.

Le contrôle exercé par la Fiduciaire lui a fourni de nouveau une documentation précise, sûre et riche en déductions importantes sur la situation réelle de nombreuses entreprises au point de vue financier comme au point de vue technique. Grâce à cette documentation, la S. F. S. H. a été en mesure de communiquer, sur leur demande, aux départements fédéraux de justice et police et de l'économie publique, des indications très nettes sur l'attitude de l'institut dans la question du maintien provisoire éventuel de la loi du 16 octobre 1924 concernant les restrictions dans les constructions hôtelières. Après un exposé détaillé et circonstancié de la situation véritable de l'hôtellerie, le mémoire aboutissait à la conclusion qu'une prolongation appropriée, c'est-à-dire de quelques années au minimum, du régime actuel des constructions hôtelières, doit être instamment recommandée, si la Confédération tient à assurer pour une certaine période l'efficacité de son action de secours en faveur de l'hôtellerie. Or, pour tout homme averti, cette efficacité durable est d'un intérêt de haute importance pour notre économie nationale.

### ZIKA

Exposition internationale d'art culinaire à Zurich, du 31 mai au 30 juin 1930, organisée par les sections zurichoises de la Société suisse des hôteliers, de la Société suisse des cuisiniers et de l'Union Helvétique, et par la Société des restaurateurs et cafetiers du district et de la ville de Zurich

Aux membres de la Société suisse des hôteliers,

La Suisse, qui a la renommée d'être le pays par excellence du tourisme, un pays où l'industrie des hôtels et des restaurants s'est portée à un niveau particulièrement élevé, voit jouer chez elle, par l'art culinaire et la gastronomie, un rôle d'une importance toute spéciale. Ce fait impose à tous les professionnels de la branche: hôteliers, restaurateurs, cuisiniers, personnel de service, le devoir moral et matériel de se perfectionner sans cesse. C'est pourquoi, dans un bel élan d'enthousiasme patriotique, les sections zurichoises des quatre grandes associations nationales intéressées ont organisé une *Exposition internationale d'art culinaire*, en vue d'encourager la poursuite de l'idéal professionnel; elles feront du même coup une vaste et excellente propagande en faveur de nos hôtels et de nos restaurants.

A en juger par le nombre et la qualité des adhésions et des demandes d'inscription provenant de la Suisse et de l'étranger, la ZIKA promet d'être une attraction professionnelle de tout premier ordre. L'exposition de Zurich ne montrera pas seulement les grands progrès réalisés dans l'art culinaire et la présentation des repas; elle fournira encore aux cuisiniers une heureuse occasion de s'intéresser aussi, d'un côté à ce qui touche le rendement économique de leur partie, et d'autre part aux avantages des nouvelles méthodes d'alimentation rationnelle appliquées dans l'hôtellerie et la restauration. A cet effet, dans l'*Hôtel-Restaurant Suisse*, exploité en régie par le comité directeur de l'exposition, on organisera avec le concours de la section spéciale de l'*alimentation rationnelle*, outre le service de menus conçus et exécutés d'après les coutumes anciennes, un service de repas préparés selon les nouveaux principes de la science de l'alimentation. Nous estimons que cette innovation doit être recommandée d'une façon toute spéciale à l'attention des milieux professionnels.

Le but essentiel de la ZIKA est évidemment de favoriser le perfectionnement de nos cuisiniers. Mais elle encouragera aussi les progrès des industries et métiers apparentés à l'exploitation et à l'aménagement des hôtels et des restaurants. Enfin elle accordera une large place au commerce des denrées alimentaires, depuis la production initiale jusqu'aux préparations industrielles subséquentes. Elle représentera donc une magnifique concentration de forces très diverses au service d'une même cause; elle mérite de ce fait l'appui général de toutes les sphères intéressées.

Nous nous permettons en conséquence de vous adresser l'invitation chaleureuse et cordiale à participer d'une manière active à la réalisation de cette grande œuvre.

Les organisateurs de l'exposition se feront un plaisir de tenir compte, dans toute la mesure du possible, de vos propositions et de vos désirs en qualité d'exposants. Ils espèrent que, grâce à la collaboration et à l'appui de toutes les régions du pays, la ZIKA sera une impressionnante manifestation des hautes capacités de nos hôteliers, restaurateurs et cuisiniers, une manifestation qui augmentera encore la considération de l'étranger pour la supériorité de l'organisation du tourisme réceptif dans notre chère Suisse.

Zurich, en février 1930.

Pour le comité organisateur de la ZIKA:

Le président: C. H. Kracht.

Le secrétaire: Max Schudel.

\* \* \*

Nota. — Les conditions de participation et prospectus peuvent être obtenus gratuitement au secrétariat de la ZIKA, Thalacker 34, à Zurich (Téléph. Hottingen 73.50).

### Panoneaux internationaux

On lit dans l'*Hôtellerie*, de Paris:

«L'Association internationale des automobiles clubs reconnus vient de créer un panoneau pour hôtels, destiné à signaler les hôtels les plus recommandables à l'attention des automobilistes membres des automobiles clubs affiliés à l'Association internationale, c'est-à-dire à l'élite des automobilistes qui font du tourisme international. Ces automobiles clubs sont répartis dans 34 pays différents. C'est assez dire l'intérêt que les hôtels pourront attacher à la possession de ce panoneau.

«Il sera réservé aux hôtels de tout premier ordre et ne leur sera confié que sur la recommandation de l'automobile club national de chaque pays.

«Le panoneau, constitué par une plaque carrée de 0 m. 60 de côté portant l'insigne de l'Association internationale en bleu sur fond rouge vif, se distinguera par son aspect brillant et décoratif. Il sera en tôle vitrifiée, c'est-à-dire inaltérable quant à l'éclat de ses couleurs.

«Il sera confié aux hôtels moyennant un prix de location annuel de 200 francs, comprenant l'expédition franco de port. L'année de location commencera le 1er avril de chaque année.

«Pour tous autres renseignements, les hôtels pourront s'adresser à l'Association internationale des automobiles clubs reconnus, 8, place de la Concorde à Paris.»

\* \* \*

Il paraît que désormais les associations d'automobilistes vont s'arroger le droit de décréter que tel ou tel établissement est de premier ordre et recommandable et que tel ou tel autre, si bien tenu soit-il, n'est pas digne de la visite des touristes voyageant en automobile.

Un hôtel ne méritant guère, pour un ou plusieurs motifs, la distinction que doit représenter le panoneau international, pourra, si sa direction sait s'y prendre assez habilement, obtenir un préavis favorable

de l'automobile club national et recevoir le panonceau décoratif, moyennant paiement de la cotisation annuelle. Ceci est le principal. Mais un autre hôtel de tout premier ordre, dirigé et exploité d'une façon distinguée, dont la direction toutefois n'aura pas voulu se plier aux exigences des organisations d'automobilistes, se verra refuser la qualification d'hôtel recommandable.

Il est clair qu'il s'agit ici, non pas précisément de la réelle valeur des hôtels, mais d'une simple question de réclame de la part de l'hôtelier et d'encaissement de cotisations de la part de l'Association internationale des automobiles clubs reconnus. En ajoutant au loyer du nouveau panonceau international celui de quelques panonceaux nationaux, puis une certaine dose de publicité coûteuse dans des guides pour automobilistes afin de gagner les bonnes grâces des „personnalités compétentes“, on dépense chaque année une somme qui finit par devenir rondelette. Il ne faut pas oublier les multiples cotisations de garage, ni les faveurs particulières que ne manqueront pas de réclamer les membres des automobiles clubs reconnus.

Il est vraiment intéressant de constater comment certains groupements savent traire cette bonne vache à lait qu'est l'hôtellerie.

Il semble que la présence du panonceau national, au sujet duquel on peut déjà formuler des réserves, devrait suffire pour tous les automobilistes, pour ceux du pays comme pour ceux de l'étranger. De même que l'hôtellerie ne peut s'accommoder de toutes les prétentions du monde des automobilistes en ce qui concerne la publicité dans des guides qui se multiplient d'une manière abusive, de même elle ne peut pas voir de bon œil cette multiplication exagérée des panonceaux.

En tous cas, les automobiles clubs feront bien de parler dans leurs circulaires et publications, lorsqu'il s'agira d'hôtels à panonceaux, d'hôtels recommandés; les automobilistes intelligents sauront ce que cela veut dire et ils sauront également que beaucoup d'autres hôtels sans panonceau n'en sont pas moins recommandables!...

## Encourager vaut mieux que blâmer

### Ne pas réprimer la bonne ambition

Pour raréfier les dissentiments entre employeurs et employés, il importe d'abolir la coutume de blâmer et de récriminer à tort et à travers. Il faut instaurer en lieu et place un système méthodique d'encouragement. Au lieu de maintenir la discipline par les réprimandes et les punitions, il est bien préférable de la maintenir par des récompenses et des promotions justifiées.

Rien n'est plus maladroit que de blâmer sans cesse. Lorsqu'une erreur a été commise, la première chose à laquelle on pense, c'est de réprimander son auteur. Or ce qu'il faudrait faire, c'est rechercher la cause de l'erreur et prendre ensuite les mesures nécessaires pour empêcher qu'elle se reproduise. S'il y a récidive chez le coupable, s'il est prouvé qu'il est réellement inapte au travail qui lui est confié, dirigez-le sur d'autres occupations mieux à la portée de son intelligence et de son savoir.

Lorsque quelque chose ne va pas, évitez de demander: « Qui est le coupable? » Informez-vous plutôt: « Pourquoi et comment cela s'est-il produit? » En renvoyant un employé, vous ne supprimez pas le mal. Votre nouvel employé commettra aussi des erreurs.

Il y a une certaine valeur même dans une faute, — ceci n'est pas un paradoxe — si vous vous en servez pour perfectionner vos méthodes et pour améliorer encore la bonne marche de votre entreprise. Toujours trouver à redire est un système ingrat et sans valeur.

Mieux vaut faire appel à l'ambition qu'à la crainte. L'ambition développe le travailleur. La crainte et l'injustice le font se recroqueviller. Il est surprenant de constater que certains employeurs font tout ce qu'ils peuvent pour empêcher leur personnel de devenir ambitieux. Tout travailleur a le droit et le devoir d'avoir une bonne et saine ambition. Il a le droit d'espérer un poste plus avantageux et des jours meilleurs; il a le devoir de s'en rendre

digne et de croire qu'il n'est pas arrivé au bout de ses possibilités.

La saine ambition est une des puissances les plus nobles et les plus fortes de l'humanité. Cette impulsion se trouve aussi dans la nature. Le grain de semence renferme une force qui le pousse à devenir une plante. La même force transforme en rose le bouton du rosier. Ainsi presque chaque homme sent en lui cette impulsion mystérieuse qui l'aiguille vers une vie supérieure.

D'après E. F.  
(Journal suisse des Artistes et des commerçants)

## Hôtellerie valaisanne

Dans sa séance du 14 février, le comité de l'Association hôtelière du Valais a décidé de convoquer l'assemblée générale pour le samedi 22 mars 1930 à Martigny (Hôtels Kluser et L'ont-Blanc). L'assemblée sera ouverte à 10 h. 30. L'ordre du jour porte, outre les tractanda statutaires, une conférence de M. le Dr Franz Seiler, directeur de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie. A 13 h. aura lieu le dîner en commun.

La circulaire de convocation donne d'intéressants conseils sur la publicité. L'Association hôtelière du Valais, avec l'Office suisse du tourisme et les C. F. F., fera de la publicité collective en Angleterre, en France, en Italie et en Allemagne. Les membres sont instamment priés de participer à cette propagande collective avant toute autre réclame.

« Qu'il nous soit permis, écrit le secrétaire de l'Association, d'attirer ici votre attention sur le nombre croissant des publications touristiques diverses qui sont patronnées par des entreprises privées. Tout en reconnaissant la bonne et louable volonté de créer des œuvres utiles pour le tourisme suisse et sa pénétration dans le monde entier, nous devons conseiller à nos membres une prudente attitude envers les collectionneurs de ces commandes coûteuses et dont les effets sont très souvent incontrôlables. Il nous semble que les intéressés au tourisme suisse devraient adopter comme ligne de conduite de ne soutenir que les publications et la publicité qui sont recommandées par leurs organisations respectives. Ainsi on éviterait l'éparpillement des moyens d'action, la fameuse „Doppelpurigkeit“ et maintes dépenses inutiles. Nous devons absolument arriver à rationaliser, à coordonner, à concentrer davantage notre propagande et à atteindre ainsi les meilleurs résultats en dépensant le moins possible. Pour arriver à cette rationalisation et à un meilleur emploi de l'argent dépensé dans un but de propagande touristique, nous devons avoir confiance dans les organisations existantes que nous avons créées, qui sont appelées à nous con-

seiller et, ce qui est plus précieux encore, à surveiller les effets de la réclame faites.

Le secrétaire annonce ensuite que la Société coopérative valaisanne pour la vente des œufs commencera sous peu son activité. Cette société, affiliée à la Fédération suisse, a un double but: assurer l'écoulement des produits avicoles du pays et en même temps fournir à la consommation des œufs garantis frais et aux meilleures conditions. Un contrôle sévère est exercé sur la qualité des produits. Le poids minimum des œufs mis en vente a été fixé à 53 grammes pour l'été et à 50 grammes pour l'hiver.

Enfin le comité de l'Association hôtelière du Valais prie les membres de s'inspirer du mot d'ordre donné par la Société suisse des hôteliers pour favoriser la consommation des vins du pays et remédier dans la mesure du possible à la situation difficile des vigneronnes suisses. On sait que la S. S. H. engage les hôteliers à recommander davantage les vins suisses à leur clientèle et à en baisser les prix dans les limites des possibilités commerciales.

## La loi fédérale sur la formation professionnelle


Le Conseil des Etats a inauguré les travaux de sa session, le 3 mars, en commençant l'examen de la nouvelle loi fédérale sur la formation professionnelle. Divers projets sur la matière étant actuellement en suspens dans l'hôtellerie, les délibérations de notre Sénat helvétique ne manquent pas d'intérêt pour notre branche. On sait que la loi a déjà été adoptée l'automne dernier par le Conseil national, presque sans discussion, comme s'il s'agissait d'une question tout à fait secondaire.

Aux Etats, le rapporteur est M. Keller (Argovie). Il estime que l'article 34 ter de la constitution fédérale offre une base suffisante pour la réforme. La commission unanime a reconnu la nécessité de la loi, pour mettre fin à la confusion causée par la diversité des lois cantonales. Les groupements professionnels intéressés sont eux-mêmes partisans d'une réglementation uniforme de l'apprentissage, d'autant plus que les lois cantonales visent plutôt la protection de l'apprenti que le développement des connaissances dans le métier. La loi fédérale ne limitera aucunement la liberté professionnelle, mais elle accordera une protection spéciale aux porteurs du certificat de capacité. Le rapporteur regrette que la question de l'orientation professionnelle n'occupe qu'une très petite place dans le projet officiel.

Dans la séance du 4 mars, M. Savoy (Fribourg) reconnaît que l'intervention de l'Etat est nécessaire dans une certaine mesure, en attendant que les corporations organisées aient acquis assez de vigueur pour reprendre elles-mêmes en mains la formation professionnelle. Mais l'orateur est opposé à une unification abusive et rigide qui sous le couvert de dispositions accordant aux associations professionnelles de larges compétences, masque habilement l'intervention de la Confédération dans un domaine

# COGNAC MARTELL

Gegründet im Jahre 1715



General-Vertretung für die Schweiz: Fred. Navazza Genf

Verlangen Sie überall die Reise-FLASCHE MARTELL \*\*\*

BESTE REFERENZEN



**JOS. ROTHMAYR, ING.**  
GESSNERALLEE 40  
TEL. UTO 7633

ZÜRICH

**FLEISSENDES WASSER  
BÄDER-ANLAGEN  
WARMWASSER-BEREITUNGEN**

**CHAMPAGNE GEORGE GOULET, REIMS**  
LE PRÉFÉRÉ DES CONNAISSEURS

Agents généraux pour la Suisse:  
**RENAUD Frères - Bâle - Zurich - St-Moritz**

## hôtel à vendre

Dans important centre de la Suisse orientale à vendre, pour cause de santé, hôtel-restaurant, situé au centre des affaires et d'ancienne renommée. Excellente affaire pour chef de cuisine ayant aussi connaissance des langues. Prix 150.000 fr., comptant 47.000 fr. Entrée de suite ou date à convenir. S'adresser par écrit sous Chiffre H. T. 2416 à la Revue Suisse des Hôtels, à Bâle 2.

## Mentone (Riviera)

Modern eingerichtetes HOTEL 58 Bett., günstige Lage direkt am Meer, zu verkaufen. Baranzahlung 60.000 schweiz. Fr. Auskunft Schwarz, Villa Reinière, Menton.

Im Berner Oberland ist krankheitshalber sofort zu verkaufen: Das bestgeführte

## HOTEL

am Platze, mit ca. 100 Fremdenbetten, grosser Umschwung, alles in tadellosem Zustande. Ein Objekt, das man gesehen haben muss. Preis äusserst günstig u. Anzahlung ca. Fr. 75.000.—. Offerten von seriösen Interessenten erbeten unter H 65 an H. Schulthess, „Veritas“ Bern.

## NICE

HOTELIERS qui désirez vous installer sur la Côte d'Azur, adressez-vous en confiance à Monsieur Clet qui vous soumettra des affaires sérieusement étudiées. Maison spéciale pour ventes et achats d'hôtels. Références à la disposition de MM. les clients.

CLET, 4, Rue Honoré Sauvan, Nice.

## BAR

m. Tessinerstube

in sehr schöner Lage, Zentrum Lugano, familienumstände halb. zu verkaufen. Offerten an Postfach N. 23315, Lugano.

Bei Bedarf in

## SITZMÖBELN U. TISCHEN



für Restaurants, Cafés, Speiseseale etc. Verlangen Sie die erstklassigen und preiswürdigen Schweizerfabrikate der

## A.-G. MÖBELFABRIK HORGEN-GLARUS IN HORGEN

Aeltestes schweizer. Unternehmen für die Herstellung gesägter und gebogener, sog. „Wiener-Möbel“

Kauft bei den Inserenten der Schweizer Hotel-Revue

Pour raison de santé, à vendre

## HOTEL

### Grand Café-Restaurant

dans une ville universitaire de la Suisse française. 48 lits. Billards. Situation grandiose. Facilité de paiement. Entrée au plus vite. S'adresser sous chiffre E. M. 2447 à la Revue Suisse des Hôtels, à Bâle 2.

CAFÉ  
HUILE  
GRAISSE MELANGÉE  
AU BEURRE

# LASEMEUSE

LA CHAUX-DE-FONDS BIENNE - VEVEY

LES PRODUITS DE QUALITE