

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 22

Artikel: L'hôtellerie de Lausanne-Ouchy en 1929
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-541042>

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>

L'hôtellerie de Lausanne-Ouchy en 1929

Nous tirons les renseignements suivants du rapport du comité de la Société des hôteliers de Lausanne-Ouchy sur l'exercice 1929, présenté à l'assemblée générale annuelle du 16 mai 1930.

Le comité était composé l'année dernière de MM. Ad. Häberli, président, O. Egli, vice-président, E. Heer, E. Lenz, J. Baumgartner, E. Pétolet et A. Steudler, membres, Ami Pfleger, secrétaire-caissier. Il a siégé à neuf reprises. Le bureau, composé du président et du secrétaire, a eu une activité ininterrompue et a tenu 105 séances durant l'année. Plusieurs membres de la section ont participé en outre à de multiples assemblées, au Groupe de publicité hôtelière, à la Commission de propagande, à la Commission pour l'étude de la loi sur la protection ouvrière, etc.

Les congrès suivants ont eu lieu à Lausanne en 1929: en avril: le Comité international olympique; en mai: la Fédération suisse des médecins et le Congrès sténographique suisse; en juin: le Congrès des boulangers; en août: la Fédération romande des sociétés de secours mutuel et l'Anglo-American Music Conference; en septembre: le Congrès des pharmaciens et en octobre le Congrès des ingénieurs en béton armé. Pour plusieurs de ces congrès, la Société des hôteliers a eu à intervenir à propos des logements et les hôtels ont été appelés à répondre à des questionnaires.

En ce qui concerne les réceptions diverses, le comité, suivant la ligne de conduite habituelle, a estimé utile et opportun de recevoir, en mars, 13 directeurs d'agences de voyages belges; en mai, 16 journalistes allemands; en septembre, 11 directeurs des agences d'Europe de l'American Express; le 1er octobre, 31 directeurs d'agences de voyages américaines et le 2 octobre, 28 directeurs de diverses succursales de l'agence anglaise Pickfords. Ces visiteurs ont été reçus à titre gracieux par plusieurs hôtels, qui ont compris tout l'intérêt qu'il y avait pour Lausanne en général et pour l'hôtellerie de cette ville en particulier de montrer aux agents de voyages, lesquels sont en relations directes avec la clientèle, les beautés et les possibilités touristiques de Lausanne-Ouchy et de notre pays.

Grâce aux efforts réunis des sociétés des hôteliers de Lausanne, Vevey et Montreux, le premier avant-projet de loi cantonale concernant la protection des salariés a été entièrement transformé et élaboré de façon à donner, dans la mesure du possible, satisfaction à l'hôtellerie vaudoise. L'autorité a compris la situation exceptionnelle de la main-d'œuvre hôtelière et a tenu compte dans une large mesure des vœux qui lui ont été présentés.

Chaque trimestre a été communiquée la statistique sur les fluctuations de l'hôtellerie lausannoise. D'après les statistiques annuelles, l'augmentation de la clientèle en 1929 a été d'environ 3% comparativement à 1928 et de 15% comparativement à 1927. L'occupation des lits a passé de 48% en 1927 à 53% en 1928 et 56% en 1929. Si elle compare ces chiffres à ceux d'autres stations similaires, l'hôtellerie de Lausanne-Ouchy peut se déclarer satisfaite des résultats obtenus.

Il est certain que l'industrie hôtelière lausannoise avance; mais il faut reconnaître cependant qu'actuellement encore il serait dangereux de songer à la construction de nouveaux hôtels, ceux qui existent aujourd'hui étant encore amplement suffisants pour assurer le logement des hôtes. Durant les mois de janvier, février et mars, novembre et décembre, l'hôtellerie lausannoise a plus de 50% de lits inoccupés. La prolongation de la loi fédérale restreignant la construction d'hôtels est nécessaire pour permettre aux établissements actuels de reprendre leur stabilité.

En ce qui concerne la propagande et la publicité, la société a fait paraître à trois reprises, comme d'habitude, les listes des hôtels, qui ont été expédiées aux bureaux de renseignements et aux agences de voyages. Le prospectus-dépliant de la plage a été également édité à nouveau, avec en annexe la liste des hôtels et leurs prix.

Ces prospectus a été réédité encore plus artistique et plus attrayant pour 1930. Pour cette année également, la Société des hôteliers, en collaboration avec la Société des tramways, la Commission de propagande et la Société de développement, a préparé une nouvelle carte améliorée des tramways. La Gazette des étrangers paraît également sous une forme perfectionnée. La subvention de la Société des hôteliers servira à l'élaboration de numéros illustrés spéciaux. En outre, la Société a fait paraître dans divers journaux des annonces qui étaient surtout destinées à appuyer des articles rédactionnels. Elle s'est fait mentionner dans le Guide de l'Automobile-club de Suisse avec la liste complète des hôtels, dans le Guide des agences de voyages (autocars) et dans le Guide en hongrois et en allemand paraissant à Vienne. Si l'on considère que la Gazette des étrangers est envoyée à la plupart des grands hôtels de la Suisse et qu'environ 300 exemplaires partent régulièrement pour l'étranger chaque semaine, on peut admettre que l'hôtellerie lausannoise fait un effort considérable pour s'attirer le flot touristique. — Le président de la société a continué à la représenter au sein de la Commission de propagande de Lausanne. Celle-ci, durant l'année 1929, a dépensé environ 57.000 francs, auxquels il y a lieu d'ajouter les 38.000 francs dépensés par le Groupe de publicité hôtelière de la Société des hôteliers. Le budget annuel de publicité touristique de Lausanne-Ouchy est donc près d'atteindre 100.000 francs.

L'amélioration régulière de la fréquentation des hôtels permet de constater que ces efforts de publicité et de propagande ont largement porté leurs fruits. Du reste, de nombreux hôtels ont, pour leur propre compte, un budget privé de publicité qui joue certainement aussi un rôle important. — Le Groupe de publicité hôtelière a réuni 19 participants. Encouragé par les succès obtenus, il continue son activité en 1930. Pour une somme modique, proportionnée à leur chiffre d'affaires, les hôteliers membres du groupe ont la possibilité de se faire connaître dans un grand nombre de pays. En supprimant du budget de publicité personnelle tout ce qui n'est pas d'un rendement réel et certain, chacun serait à même de trouver la somme nécessaire pour participer à cette efficace publicité collective.

Les résultats obtenus en 1929 par Lausanne-Ouchy-Plage ont dépassé toutes les prévisions. La plage amène certainement à Lausanne un grand nombre d'hôtes stables. Au point de vue

publicitaire, cette entreprise a permis de faire passer un peu partout des articles rédactionnels qui ont eu, à n'en pas douter, des résultats beaucoup plus effectifs que des insertions.

A trois reprises, la société a été appelée à préparer les examens d'apprentis cuisiniers. Grâce à la collaboration de quelques hôtels, ces examens ont pu avoir lieu dans les meilleures conditions. — La société a été invitée à examiner le nouveau programme d'examen dans cette branche et s'est ralliée à la plupart des propositions faites par le Département cantonal de l'agriculture, de l'industrie et du commerce.

Afin d'assainir la situation créée par le *courage abusif de publicité*, la Société des hôteliers de Lausanne-Ouchy a édité un petit tableau spécial à présenter aux trop nombreux agents et représentants. Avec cet écriture, chaque membre de la société peut se débarrasser des courtiers marrons qui sont constamment à sa porte. Il est bien entendu qu'en éditant cette plaquette on n'a nullement songé à créer des difficultés aux vrais agents de publicité, connus depuis de nombreuses années par les hôteliers. Chacun a intérêt à entendre de temps à autre les représentants des grands journaux; mais par contre personne ne peut s'offrir le luxe de perdre son temps à écouter des individus qui n'ont qu'un but: garnir leur poche au détriment de l'hôtellerie.

La Société des hôteliers de Lausanne-Ouchy a eu à de multiples reprises des tractations avec le Bureau central de la Société suisse des hôteliers à Bâle. « Ces relations, dit le rapport, ont toujours été empreintes du meilleur esprit et nous ne pouvons que nous féliciter de l'appui que nous trouvons auprès de nos dirigeants ».

Outre les nombreuses questions ci-dessus énumérées, le comité et plus spécialement le bureau ont eu à s'occuper d'une multitude d'affaires concernant le Comité international olympique. L'option locale, les télégrammes de nuit, la Revue C. F. F., les concerts militaires, les fêtes de nuit à Ouchy, la Fête nationale du 1er août, l'Office suisse du tourisme, le golf (qui sera de 18 trous dès 1931), le dédouanement à la gare de Lausanne, les daily rates, les pourboires, l'assemblée des délégués à Bâle, la loi sur les constructions hôtelières, le rapport du contrôleur de la S. S. H., le Guide suisse des hôtels, etc.

En terminant, les auteurs du rapport se plaisent à reconnaître que si Lausanne devient de plus en plus une ville de séjour et de tourisme, le fait en est dû pour beaucoup au courage qu'ont manifesté les hôteliers lausannois. Dans l'énorme majorité des hôtels, on a dépensé des sommes considérables pour améliorer les installations, spécialement les installations sanitaires, ainsi que les locaux publics. La saine émulation qui règne dans l'hôtellerie lausannoise est l'une des principales causes des bons résultats obtenus.

Le rapport se termine ainsi:

« Si, comme nous l'espérons, les Chambres fédérales accordent encore à l'hôtellerie une prolongation de la loi concernant les restrictions de constructions d'hôtels, prolongation qui ne devrait pas être inférieure à trois ans, nous sommes quasi certains que l'hôtellerie lausannoise aura, d'ici là, retrouvé sa situation financière d'avant-guerre. »

Le golf en Suisse

En 1900, il n'existait en Suisse qu'un seul golf: celui de Samaden, dû à l'initiative des Anglais, qui passaient leurs vacances dans l'Engadine; en 1920, on en compte sept; aujourd'hui, soit dix ans après, le nombre des parcours s'élève à vingt-six, auxquels il faut ajouter deux golfs miniatures. C'est dire que, lente à se mettre en mouvement, l'Helvétie a largement rattrapé le temps perdu; peu de pays ont proportionnellement autant de links. On constate que l'essor s'est manifesté immédiatement après la guerre, et il faut l'attribuer moins à l'engouement subit que les Suisses auraient subi pour le noble jeu, qu'aux exigences des étrangers.

Jadis, la Suisse était presque sans rivale dans le domaine du tourisme; aujourd'hui, cela n'est plus le cas, la France et d'autres Etats ont fait des efforts considérables pour attirer l'étranger. Cette concurrence a obligé nos hôteliers à lui offrir les distractions qu'il trouvait ailleurs, et parmi celles-ci le golf figure au premier plan. Cela explique pourquoi tant de modestes stations ont construit un parcours et pourquoi, au cours des années prochaines, d'autres seront obligées de suivre leur exemple.

Actuellement, si l'on tient seulement compte de leur longueur, les golfs suisses peuvent se classer comme suit:

18 trous: a) Plus de 6.000 yards: Crans-sur-Sierre, Samaden.

b) Au-dessous de 6.000 yards: Genève, Lucerne, Locarno.

11 trous: Axenstein.
9 trous: a) Au-dessous de 2.500 yards: Bâle, Engelberg, Lausanne, Lugano, Maloja, Montreux, Ragaz, Thoun.

b) De 2.000 à 2.500 yards: Axenfels, Les Rasses, San Gian, Zurich.

c) Moins de 2.000 yards: Bex, Burgenstock, Flims, Gstaad, Kulm (St-Moritz), Neuchâtel, Villars, Vulpera.

Trois parcours sont en construction: Engelberg, Flims et Locarno.

Sont aussi en construction actuellement: Zurich-Zollikon (18 trous); Bad-Schinnzach; Davos; en projet, le Pont. Il est aussi question de créer un golf à Zermatt. Quant à Berne, toutes les tentatives faites pour trouver des terrains appropriés sont restées infructueuses et l'une des plus grandes villes du pays, résidence du corps diplomatique, est toujours privée de links.

On voit par le tableau ci-dessus que les parcours de 18 trous ne sont qu'au nombre de cinq et que la majorité des 9 trous ont une longueur inférieure à la moyenne. Il est certain que la difficulté de trouver des terrains assez vastes dans



Wolldecken, Steppdecken, Daunen - Steppdecken, Duvetsdecken u. Kissen

Umarbeiten von Duvets in la. Steppdecken, ebenso Neuüberziehen von alten Steppdecken etc.

„Asko“ Steppdecken sind Qualitätsdecken

Steppdecken u. Bettwaren-Fabrik
A. Staub & Cie.
Seewen (Schwyz)

Nerven-Heilanstalt „Friedheim“
Zürichstrasse (Thurgau)

Eisenbahnstationen: Amriswil, Bischofzell Nord

Nerven- u. Gemütskranke

Sorgfältige Pflege - Gegründet 1891
Drei Ärzte - Telefon Nummer 3

Chefarzt und Besitzer:
Dr. Krayenbühl

ESCHER WYSS & C^{IE}
Zürich

Eis-, Kühl- u. Gefrier-Anlagen

38/30

COGNAC MARTELL
Gegründet im Jahre 1715

General-Vertretung für die Schweiz: **Fred. Navazza Genf**

Verlangen Sie überall die Reise-FLASCHE MARTELL ***

Wir empfehlen unsere

Spezial-Maschinen und Apparate

für Hotels, Restaurants, Pensionen, Sanatorien, Spitäler, Anstalten etc.

ZEHNDER & Co. ZÜRICH
Telephon: Hottingen No. 0719 Stampfenbachstrasse 57

Für Maschinen und Apparate die wir nicht führen, nennen wir Ihnen gerne „kostenfrei“ gute, seriöse Lieferanten

Für Fruchtglaçen

Herb Fruchtmarmelade Lenzburg

Himbeermark
Johannisbeermark } in 1/2 und 1/4 Champagnerflaschen
Erdbeermark

Erdbeermark } in 1/4 und 5/8 Dosen
Aprikosenmark

Als weitere Spezialitäten empfehlen wir

für Erfrischungen: Himbeer-Sirup
Grenadine-Sirup
Orangen-Sirup
Citronen-Sirup

für Kuchenbelag: Zwetschgen, halbe
Kirschen rote, ohne Stein
Kirschen schwarze, ohne Stein } in 5/8 Dosen
Heidelbeeren
Mirabellen, ohne Stein
Weichseln, ohne Stein

für Backzwecke: Himbeermarmelade
Aprikosenmarmelade
Johannisbeergelée

Herb Conserven Lenzburg

Musikschrank

mit Radioempfang und Grammophonplatten-Verstärkung. Ganz einfache Bedienung. Für grössere Räume geeignet. Zur billigen Reklamepreis von Frs. 1200.—

Musikhaus Beutler
Konolfingen-Stalden
Tel. 115

Spezial-Firma für Garten-Schirme

in noch nie dagewesener Auswahl. Aparte, ges. gesch. Spezialdessins.

Garten-Möbel

in jeder Preislage, in Holz u. Eisen. Stets Eingang neuester Modelle

Aus Herrschaftsgarten

sind 2 grosse Phönix 2 m Weidling und 4 kleinere Phönix, 0,80-1,20 m Weidling billig zu verkaufen. Ausk. durch J. Schauble, Gärtner, Villa Alma, Männedorf.

Mertzluft Zürich
29 Spiegelg. Rindemarkt 26. Tel. H.12.84

Markisen-, Storen- und Gartenschirmfabrik
Gegründet 1865