

La fête fut belle... les défis demeurent !



Notre assemblée générale et fête du 75^e anniversaire fut une vraie réussite, lundi 6 juin dernier. Un des rares jours ensoleillés de ce printemps, de bons orateurs, une superbe balade sur

le lac en « bateau à vapeur » et une magnifique soirée conviviale et gastronomique ponctuée des prestations, humoristique et musicale, de Marie-Thérèse Porchet et Bastian Baker.

Mais les trois principaux problèmes évoqués dans mon allocution restent d'une brûlante actualité. Actualité tellement brûlante que notre président suisse, Andy Züllig, les a repris dans une lettre envoyée aux membres d'hotellerie-suisse le 8 juin et qu'ils ont été au cœur des discussions lors d'une rencontre avec nos collègues français et italiens, le vendredi 10 juin à Chamonix.

L'avenir du tourisme dans les vallées alpines n'apparaît pas très radieux. Les « vacances de neige » stagnent ou sont même en régression. La concurrence des destinations exotiques est toujours plus forte et le nombre de skieurs diminue. Il faut encore compter avec de nouvelles générations de touristes de

provenance lointaine qui ont tendance à loger en ville et faire des excursions journalières à la montagne. Il y a longtemps que j'affirme que la saison d'été redeviendra la saison principale de nos stations de montagne. Le réchauffement climatique devrait aider cette évolution en allongeant la saison d'été jusqu'en octobre. Mais c'est du long terme. En attendant, il faut bien que nos hôtels arrivent à survivre et que les hôteliers de montagne dégagent des marges bénéficiaires suffisantes pour pouvoir réinvestir et maintenir leurs établissements au niveau très élevé des attentes de leurs clients. Des mesures de diversification de l'offre et de rénovation des installations sont en cours. Mais, elles aussi, produiront des effets à moyen ou long terme.

La mondialisation par internet n'a pas que des avantages. Ainsi les grandes plates-formes de réservation en ligne, profitent de leur quasi-monopole. Elles prélèvent des commissions exorbitantes et imposent des restrictions inadmissibles à la liberté de politique commerciale de l'hôtel. L'hôtelier n'est, notamment, plus libre de fixer ses prix car il doit toujours offrir le prix le plus bas sur les plates-formes. La commission fédérale de la concurrence n'a pris qu'une demi-mesure, à fin 2015, en acceptant

la proposition de booking.com d'autoriser l'hôtel à offrir des meilleurs prix sur d'autres plates-formes, sauf sur son propre site internet. Il est urgent de redonner à l'hôtelier la liberté de fixer ses prix. L'Association Romande des Hôteliers stimulera et appuiera les démarches d'hotelleriesuisse sur le plan fédéral. Ce que l'Allemagne, par son « Bundeskartellamt », et la France, avec la loi Macron, ont déjà fait, la Suisse peut le faire.

La régulation du marché des chambres d'hôtes, dont internet, avec Airbnb, a permis un développement fulgurant, doit être améliorée. Nous avons à faire à une nouvelle activité professionnelle, à une industrie de l'hébergement, le plus souvent clandestine. Nous souhaitons qu'une concurrence loyale soit rétablie et que tous les logeurs soient soumis à des réglementations comparables. La législation qui encadre l'activité hôtelière est le plus souvent cantonale. Nous entendons bien intervenir auprès des cantons et collaborer avec eux afin de rétablir un cadre légal créant des conditions concurrentielles équitables entre tous les hébergeurs.

Bel été à tous!

Philippe Thuner,
 Président de l'ARH



Page 2



Page 3



Pages 8-9

Florian Burion, réalisateur vaudois

« Je suis resté très attaché au milieu rural et au travail de la terre »

« L'une des grandes forces du chasselas est qu'il capte à merveille les terroirs. » Durant 4 ans, le réalisateur vaudois Florian Burion s'est intéressé à l'emblématique cépage suisse et révèle pour la première fois ses origines dans un documentaire intitulé « Chasselas Forever, une histoire de cépage ». Primé en Espagne et en France, le film nous confirme que le chasselas, que l'on cultive aujourd'hui dans différentes régions d'Europe et du monde et qui a fait l'objet de nombreuses controverses quant à sa provenance, est bel et bien né en Suisse romande.

De l'Égypte à la Turquie, en passant par le sud de la France, son origine a été le source de suppositions diverses avant d'être ancrée avec certitude sur les pourtours du lac Léman. Le documentaire retrace les quelque 2000 ans d'existence du chasselas et fait dialoguer l'ensemble des connaissances actuelles scientifiques et historiques sur ce cépage constitutif du patrimoine culturel romand. Le film a notamment été salué pour la qualité de ses séquences de croissance de la vigne en accéléré, qui ont demandé à Florian Burion un travail particulièrement méticuleux au cœur des vignes durant plusieurs semaines.

« Ayant grandi à la campagne, je suis resté très attaché au milieu rural et au travail de la terre. Ceci dit, je ne souhaitais pas faire un film sur la vinification, sur les meilleures caves de la région ou suivre un vigneron sur une année, mais aborder un angle plus original. » En l'occurrence, très peu de films existent sur l'histoire des cépages. L'idée de se pencher sur le chasselas est venue à Florian Burion lors d'un voyage en Bourgogne où il visite un village nommé Chasselas. A son retour, il fait quelques recherches et décide de mener une enquête plus approfondie sur l'histoire du cépage.

« Comme toutes choses, les cépages voyagent, explique le réalisateur de 36 ans, formé à l'ECAL. L'histoire du film consiste à



Florian Burion, une enquête aux origines du chasselas.

retrouver le lieu où a été planté le premier cep de chasselas. » Pour se faire, il se base notamment sur les recherches ADN du biologiste valaisan José Vouillamoz, qui situe les origines du cépage sur l'Arc lémanique. A cela s'ajoutent diverses sources historiques faisant mention du cépage et une diversité clonale particulièrement marquée dans la région, qui confirment son ancrage ancien.

Aujourd'hui, le chasselas est cultivé dans de nombreux vignobles européens, principalement comme raisin de table. Mais c'est sans nul doute autour du bassin lémanique qu'il bénéficie des meilleures conditions climatiques pour révéler son potentiel. « Durant le tournage, j'ai appris à connaître les subtilités de ce cépage, souligne le réalisateur. Au fil des dégustations, je me suis rendu compte qu'il variait énormément d'un vigneron à l'autre. Il présente une forme de neutralité qui lui permet de rendre compte, plus fidèlement que d'autres cépages aux goûts plus marqués, des particularités du terroir, et ceci dans une même région. C'est une richesse assez intéressante. »

William Türler

Présenté pour la première fois au public lors du Festival Oenovideo en juin 2015 à Cluny (France), « Chasselas Forever, une histoire de cépage » a remporté trois prix: le Trophée du meilleur film professionnel, le Prix spécial paysages et environnement et le Prix spécial science et culture. Il a également été présenté au mois de novembre 2015 au Festival Most, en Espagne, un événement dédié au monde du vin, où il a reçu la Mention d'honneur du meilleur film international. Le film est diffusé dans les salles de Suisse romande depuis juin 2016. Un DVD en version française, allemande et anglaise est également disponible.

Plus d'infos : www.chasselasforever.ch

Sommaire

- 3 Formation à l'EHL
- 4-5 Actuel – Les news
- 6 La Maison des vins de La Côte
- 7 Top barmaid
- 8-9 Modern Times Hotel
- 10-11 Gastronomie : Nutresia innove
- 12 Newby Teas
- 13 8^e Assemblée générale
- 14 Neuchâtel
- 15 Fribourg
- 16 En bref + Agenda

Impressum

Infotellerie Suisse romande: Magazine trimestriel d'informations touristiques et économiques de l'Association Romande des Hôteliers.

Editeur: Association Romande des Hôteliers, chemin de Boston 25, 1004 Lausanne, tél.: +41 21 617 72 56, fax: +41 21 617 72 27, e-mail: info@hotellerieromande.ch. Site internet: www.hotellerieromande.ch

Impression: PCL Presses Centrales SA, Renens

Rédacteur responsable: William Türler

Ont collaboré à ce numéro: Philippe Thuner, William Türler, Miroslaw Halaba.

Adresse de la rédaction: William Türler, tél. +41 79 778 00 10, e-mail: willtuerler@bluewin.ch.

« Les hôtels doivent amener une dimension d'expérience différente, authentique, personnalisée et participative »

L'ÉCOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE PROPOSE DEPUIS CETTE ANNÉE UNE NOUVELLE CHAIRE DÉDIÉE À L'INNOVATION. OBJECTIF : AMÉLIORER L'INDUSTRIE DE L'ACCUEIL ET MIEUX CERNER LES ATTENTES DES USAGERS.



© EHL, Jean-Marie Michel

Christine Demen Meier, titulaire de la chaire d'innovation de l'École hôtelière de Lausanne.

Lancée en 2016 avec le soutien du groupe de distribution allemand Metro, la nouvelle chaire d'innovation de l'École hôtelière de Lausanne propose d'étudier les défis et les tendances liés à la digitalisation dans l'industrie de la restauration et complète la chaire Saviva Food & Beverage. La titulaire Christine Demen Meier nous apporte quelques précisions.

– Pourquoi l'École hôtelière de Lausanne a-t-elle décidé de lancer une nouvelle chaire dédiée à l'innovation ?

– Un professeur de l'équipe du département Entrepreneurship & Innovation, Ian Millar, est intervenu dans une conférence internationale et a eu l'occasion de discuter avec le CEO du groupe Metro. Dans la conversation, il a présenté les activités du département et l'a convaincu de l'intérêt de collaborer avec l'EHL. Nous avons ensuite identifié avec le management de Metro le besoin de créer une chaire de recherche avec notre département. L'objectif de nos chaires est de créer des connaissances, puis de les communiquer afin de participer à améliorer notre industrie.

– Quels cours enseignez-vous ?

– Il n'y a pas de cours spécifiques liés à la chaire, mais nos axes de recherche sont liés à mes cours et ceux de mon collègue Ian Millar, qui est le chef de projet de la chaire Metro. En ce qui me concerne, j'enseigne le management stratégique des PME et l'entrepreneuriat. Mon collègue Ian Millar se focalise sur tous les aspects digitaux et technologiques dans l'hôtellerie et la restauration. Nous intégrons les connaissances créées par les deux chaires dans nos cours. De plus, nous impliquons les étudiants dans certaines étapes de la recherche.

– Combien d'élèves suivent vos cours ?

– Environ 160 par an en ce qui concerne mes cours, soit 80 par section. Pour Monsieur Millar, il s'agit principalement des étudiants de l'E-MBA et du Master.

– Quelles sont les principales tendances qui se dessinent au niveau international en matière d'accueil et de services proposés à la clientèle ?

– La chaire Food & Beverage a réalisé une étude sur l'utilisation des réseaux sociaux par les représentants la génération Y dans la

restauration. Leur préoccupation majeure est le besoin de connectivité avant, pendant et après l'expérience au restaurant. Ces derniers attendent de la flexibilité dans les horaires, mais aussi dans la composition des cartes, des mets et des ingrédients. La vitesse est également un élément crucial. Il est aussi important de pouvoir proposer des offres sans viande, gluten, lactose, sel ou gras. Le bio, le sain, le local et le frais sont aussi des éléments à mettre en avant, tout comme la notion de partage. Il faut que le client ait un sentiment de participation active dans la production des recettes, des plats ou de l'expérience. Des activités multiples sous un même toit sont également attendues par cette clientèle. Dans cette optique, le repas fait partie intégrale d'autres activités comme le travail, les loisirs ou une offre culturelle.

– Et plus précisément dans l'hôtellerie ?

– Les outils de connectivité et les nouvelles technologies sont là aussi incontournables, qu'il s'agisse de réservations 24h/24, de l'avis des consommateurs, des interactions sociales ou des informations en temps réel. Il s'agit aussi de proposer une offre locale et une expérience.

Suite en page 4

Des étoiles...

... aux touristes américains

Toujours plus de touristes américains visitent la Suisse. Après une hausse observée l'an dernier, davantage d'Américains ont visité notre pays lors des premiers mois de 2016. Selon Suisse Tourisme, la campagne promotionnelle aux Etats-Unis qui recherchait des « histoires d'amour » avec la Suisse par le biais du site internet MySwitzerland.com, semble porter ses fruits. L'an dernier, les touristes états-uniens ont été 802 503 à visiter la Suisse, soit une hausse de près de 7% sur un an et un nouveau record depuis 2001. La plupart visitent plusieurs régions et séjournent en moyenne deux nuits par hôtel. Le nombre de nuitées total pour les visiteurs américains s'est élevé à 1,74 million l'an dernier.

...et des casseroles

... à Airbnb

Pour la première fois la plateforme de location de logements en ligne Airbnb a publié des chiffres pour la Suisse. Selon le journal alémanique Schweiz am Sonntag et l'ATS, l'année dernière, plus de 300 000 personnes ont réservé leur hébergement en Suisse par le biais du site, soit le double de 2014. Actuellement, la Suisse compte 17 000 annonces. La majorité des objets à louer sont des chambres ou des appartements, mais on trouve également des logements divers, tels que des cabanes dans les arbres ou des igloos. Le logeur-type est âgé de 40 ans et ne propose qu'un seul objet. Pour ce qui est de la clientèle, l'âge moyen des locataires est, selon Airbnb, de 35 ans. Le deux tiers des hôtes viennent d'un pays d'Europe et séjournent en moyenne 4,5 nuits.

W. T.

Suite de la page 3

rience authentique. Les notions de responsabilité sociale, de « tout, tout de suite », mais également d'autosuffisance, par exemple en automatisant le check-in et certaines interactions, doivent aussi être mises en avant.

– Qu'en est-il des tendances en termes de design ? On a parfois l'impression que beaucoup d'hôtels se ressemblent au niveau du choix des couleurs et du mobilier par exemple.

– Les tendances en termes de design dépendent de l'ADN de l'hôtel. S'agit-il d'un établissement plutôt historique, pratique, pas cher ? L'authenticité, l'efficacité, le « comme à la maison » en proposant par exemple une machine à café dans la chambre, mais aussi des partenariats avec des designers connus, la polyvalence des espaces, la convivialité et le « wow effect » figurent parmi les aspects les plus appréciés par la clientèle. Ceci dit, il est vrai que beaucoup d'hôtels, principalement de chaîne et urbains, se ressemblent, car ils cherchent aussi à répondre aux mêmes besoins.

– Les attentes des usagers varient-elles beaucoup selon leurs pays de provenance ?

– Plus que le pays de provenance, c'est davantage le degré de besoin qui fait varier les attentes. Souhaite-t-on dormir ou vivre une expérience ? L'emplacement de l'hôtel est un paramètre central, de même que la personne avec qui l'on voyage ou la durée du séjour. La culture du client est importante, mais compte tenu des différents paramètres qui peuvent modifier son comportement, il est difficile de dire exactement de quelle manière celle-ci peut influencer ses attentes.

– Au niveau suisse, comment le secteur hôtelier peut-il répondre aux principaux défis auxquels il est confronté, je pense surtout au franc fort et à la concurrence d'Airbnb ?

– Le secteur hôtelier peut attirer les seniors qui ont un pouvoir d'achat plus élevé et préfèrent une structure plus sécurisante et traditionnelle ou la clientèle suisse à travers des offres pour des week-ends ou même des week-ends prolongés, ce qui permet de faire durer plus longtemps la saison, par exemple en montagne. Il faut aussi attirer les Européens et Asiatiques disposant d'un pouvoir d'achat plus fort en jouant sur l'image de sécurité dont bénéficie la Suisse. Pour l'instant, concurrencer Airbnb semble difficile, même si la variable prix peut être considérée comme une solution. Il existe tout un imaginaire autour de l'expérience Airbnb et son authenticité. Les hôtels doivent réfléchir en termes d'innovation dans leurs prestations d'accueil afin d'amener cette dimension d'expérience différente, authentique, personnalisée et participative. Ces innovations ne peuvent être que spécifiques à chaque établissement, il n'y a donc pas de solution unique et miraculeuse.

William Türler

Deux écoles hôtelières suisses rachetées

Les écoles hôtelières de Glion (Vaud) et des Roches (Valais), propriétés du groupe Laureate Education, ont été rachetées par la société d'investissement française Eurazeo. Celle-ci réalise ainsi son premier investissement dans l'éducation supérieure. La société détiendra 100% des fonds propres du nouveau groupe et compte y investir 220 millions de francs. Fondés respectivement en 1962 et 1954, les deux établissements figurent parmi les meilleures écoles privées de management hôtelier. Selon le classement Taylor Nelson Sofres, ils se classent aux 2^e et 3^e rangs mondiaux derrière l'Ecole hôtelière de Lausanne.

Rachat de la plateforme lausannoise Housetrip

Le site internet TripAdvisor, qui propose des avis et des conseils touristiques émanant de consommateurs, a racheté la plateforme vaudoise HouseTrip, fondée par des anciens étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Basé désormais à Londres, la plateforme de location et de réservation de logements de particuliers va aider son nouvel acquéreur à concurrencer Airbnb.

Rénovation des Bains d'Yverdon et du Grand Hôtel des Bains

Les Bains d'Yverdon et le Grand Hôtel des Bains vont connaître une profonde mutation dans les années à venir. Un investissement de 23 millions de francs a été libéré sur la période 2016-2020 pour leur rénovation. Pour rappel, fin 2015, Credit Suisse Funds a acquis le complexe pour 32 millions de francs et a confié son exploitation au groupe Boas. Le centre thermal restera ouvert durant les travaux. En hommage à l'histoire du site, les infrastructures seront revisitées autour de la thématique romaine. L'enveloppe extérieure du centre thermal sera entièrement modifiée pour suivre une architecture contemporaine aux lignes plus épurées. Un nouveau restaurant sera créé et une partie des chambres de l'hôtel sera remise au goût du jour.



Réouverture de l'Alimentarium à Vevey

Après 9 mois de travaux, l'Alimentarium a rouvert début juin ses portes à Vevey. Créé il y a 30 ans, le premier musée du monde consacré à l'alimentation a été entièrement repensé. Intitulée « Manger – L'essence de vie », une exposition permanente invite le visiteur à explorer l'univers culinaire d'hier, d'aujourd'hui et de demain. La nouvelle scénographie se déploie à travers trois secteurs agrémentés de projections, bornes interactives et vidéos : l'aliment, la société et le corps. Le musée a également développé une plateforme éducative en ligne spécifiquement destinée aux élèves et aux enseignants, baptisée Alimentarium Academy. Des ateliers culinaires, regroupés sous l'appellation « FoodExperience », sont également proposés aux visiteurs, de même que de nouveaux espaces de restauration et de détente. Dans le cadre de ses 150 ans, Nestlé a investi 19,8 millions dans cette rénovation.

Plus d'informations sur : www.alimentarium.org

Le Royal Savoy continue de se dévoiler

Ce printemps, l'hôtel Royal Savoy a inauguré son spa de plus de 1500 m². Equipé d'une piscine intérieure et extérieure, il propose jacuzzi, hammam, sauna, bains de vapeur, un espace entièrement dédié aux femmes, deux espaces de relaxation, huit salles de traitements, deux spas privés, un fitness, un espace coiffure et une boutique. Au total, une équipe d'une dizaine de personnes accueillent sur rendez-vous les clients de l'hôtel et la clientèle extérieure dans un cadre à la fois urbain, reposant et européen, qui contraste avec le style asiatique en vogue dans de nombreux spas de la région. Ouvert de 6h30 à 22h, le spa du Royal propose une large palette de prestations allant des soins au masculin au massage thaï traditionnel, en passant par le drainage lymphatique ou la réflexologie plantaire. Afin de conserver une harmonie d'ensemble, le lieu a été conçu par Maria Vafiadis du bureau de design londonien MKV, également responsable de la rénovation de l'hôtel et de la création de la nouvelle aile (l'établissement compte désormais 196 chambres: 101 dans l'édifice historique et 95 dans l'aile jardin).

Plus d'informations: www.royalsavoy.ch



Les hôtels les plus accueillants de Suisse récompensés

En mai, à Lugano, le Prix Bienvenu a été décerné pour la quatrième fois aux hôtels les plus accueillants de Suisse. Les lauréats de cet «Oscar» de l'hospitalité helvétique ont été sélectionnés sur la base des évaluations en ligne de leurs hôtes et de visites des membres du jury dans cinq catégories d'hébergement. Tous les hôtels de Suisse pour lesquels au moins 70 appréciations en ligne étaient disponibles ont été pris en considération. Le prix a été décerné aux cinq hôtels suivants: Hotel Glocke, Reckingen (VS) – petit hôtel de vacances, Hotel Walther Relais & Château, Pontresina (GR) – grand hôtel de vacances, Boutique Hotel La Rinascente, Locarno (TI) – hôtel urbain, Four Seasons Hotel des Bergues (GE) – hôtel urbain de luxe et Cervo Mountain Boutique Resort, Zermatt (VS) – hôtel de luxe.

Une tournée pour célébrer gastronomie et cigares

Après avoir débuté l'année en République dominicaine, le Davidoff Tour Gastronomique 2016 poursuit son chemin en Suisse. En avril, l'événement qui souhaite célébrer les délicatesses culinaires et les cigares d'exception, s'est arrêté dans le nouveau restaurant IGIV au Bad Ragaz Grand Resort. La marque bâloise a remis à cette occasion au chef de l'hôtel Renato Wüst (15 points GaultMillau), le prix «GaultMillau CigarMan of the year 2016». Après une escale à Zurich, la tournée helvétique se rendra le 8 septembre en Suisse romande, en l'occurrence au restaurant Bayview de l'Hôtel President Wilson, où officie le chef étoilé Michel Roth (18 points GaultMillau). Elle s'achèvera fin septembre à Wolhusen (Lucerne). Des événements auront aussi lieu dans le courant de l'année en Allemagne, en Espagne et au Luxembourg. Plus d'information: davidoff.com.

Le Grand Tour de Suisse mise sur l'art, la culture et la gastronomie

Lancé l'année dernière par Suisse Tourisme, le Grand Tour de Suisse revient cette année avec un accent sur l'art, la culture et la gastronomie. Les onze principaux musées d'art contemporain suisses, mais aussi les tables d'hôtes et les châteaux et forteresses sont à l'honneur. Cet itinéraire routier de 16000 km faisant le tour du pays peut être individualisé en quelques clics depuis le site MySwitzerland.com/grandtour. On peut y découvrir une sélection d'environ 200 restaurants, allant des plus urbains aux auberges de montagne. Suisse Tourisme rappelle que le tourisme itinérant (les circuits) représente l'une des formes de voyage connaissant la plus forte croissance au plan international (+32% entre 2010 et 2015). L'association dénombrait à fin mars 2016 quelque 220000 visiteurs enregistrés sur sa plateforme.

Une nouvelle jeunesse pour le Grand Hôtel des Rasses

Le Grand Hôtel des Rasses va prochainement subir une rénovation complète. La PPE de l'établissement centenaire, qui compte 18 membres, a validé à la mi-avril un prêt de 2,3 millions de francs suisses octroyé par le groupe Boas. Prévu durant la période 2016-2017, les travaux comprendront la réfection de la toiture, des façades extérieures, des couloirs et des chambres, ainsi que du sauna, du jacuzzi et du hammam. Propriétaire de 75% de l'hôtel et gérant de sa société d'exploitation, le groupe Boas va également s'engager financièrement à hauteur de 700000 francs pour la rénovation de la majorité des 44 chambres de l'établissement vaudois. Il s'agira notamment de respecter l'immense patrimoine de l'hôtel, connu à la fin du XIX^e siècle comme un lieu de rencontre de la bourgeoisie suisse et européenne. Le design devrait assurer une continuité entre l'allure traditionnellement Belle Epoque de l'établissement et un style plus contemporain.

Rachat du Mirador Resort & Spa par Citychamp

Le Mirador Resort & Spa a annoncé en avril son rachat par le groupe chinois Citychamp Dartong. Coté à la bourse de Shanghai, ce dernier investit principalement dans les domaines de l'immobilier, de la santé et des nouvelles énergies. Il possède également des marques de montres suisses comme Corum ou Eterna. Le Mirador Resort & Spa représente son premier investissement dans le domaine de l'hôtellerie. Début juin, aucun projet de cesser l'activité hôtelière de l'établissement n'était à l'ordre du jour. Pour rappel, le bâtiment, construit en 1904, était au départ un établissement médical appelé Le Mon-Repos. En 2009, l'ancien propriétaire Harmut Lademacher achève la construction de son projet d'extension, avec notamment 47 nouvelles chambres et la rénovation des parties historiques de l'hôtel.

Un écrin pour les vigneronns de la région



Vitrine de la production viticole de la région, la Maison des vins de La Côte prendra corps au cœur des vignes à Mont-sur-Rolle.

LA MAISON DES VINS DE LA CÔTE, VITRINE DE LA PRODUCTION VITICOLE RÉGIONALE, DEVRAIT VOIR LE JOUR AU PRINTEMPS 2019.

LE COMITÉ D'ORGANISATION RECHERCHE ACTUELLEMENT DES FONDS POUR LANCER LA CONSTRUCTION.

Le projet de construction de la future Maison des vins de La Côte, vitrine de la production viticole de la région, suit son cours. Après la mise à disposition par la commune de Mont-sur-Rolle d'un terrain disposant d'une vue panoramique au cœur des vignes, un concours d'architecture, présidé par Bruno Marchand, professeur de théorie de l'architecture à l'EPFL, s'est tenu en début d'année à la salle communale du village vaudois. Au total, une centaine de dossiers émanant de bureaux suisses ont été déposés et c'est le projet d'Archi-DT, à Montreux, qui s'est vu récompensé.

« Nous avons été séduits par le caractère minéral du projet et par le fait que la construction s'intègre parfaitement au paysage et dans les vignobles avoisinants », souligne Luc Pellet, président du comité de la Maison des vins de La Côte. Dans le détail, le projet, d'une surface utile principale de 313 m², repose sur une lecture paysagère du territoire. Il est constitué de terrasses en pente exposées au soleil, contenues par des murs en pierre et des ouvrages de soutènement servant de supports à des lignes d'échelas de vignes. Il propose une salle de séminaire (50 m²), une salle de dégustation (40 m²), une partie consacrée aux réceptions (120 m²), ainsi qu'une cuisine pouvant être utilisée par des traiteurs ou servir à des cours et ateliers (40 m²).

Résidents, touristes et entreprises

Le public visé est constitué par la population résidente, divers groupes (entreprises, associations), les excursionnistes de passage et les touristes souhaitant découvrir les vins et les produits du terroir régionaux.

Actuellement, le comité se trouve à la recherche de fonds. « Dans l'idéal, nous souhaiterions terminer la construction au printemps 2019 », relève Luc Pellet. Le budget total pour la construction de cet écrin destiné à réunir sous un même toit les douze lieux de production de la région de La Côte s'élève à 4,5 millions de francs. Le quart doit provenir de fonds privés et le reste de participations du canton, de la Confédération, des communes et régions, ainsi que de prêts et de fonds propres issus des milieux viticole et agricole. Le budget annuel d'exploitation est estimé à 500 000 francs. Entre 20 000 et 25 000 visiteurs annuels sont attendus.

Pour rappel, la région de La Côte représente plus de la moitié de la surface viticole vaudoise et de la production des vins du canton. Elle regroupe quelque 250 vigneronns-encaveurs de 12 lieux de production (Aubonne, Féchy, Mont-sur-Rolle, Coteau de Vincy, Vinzel, Nyon, Begnins, Luins, Bursinel, Tartegnin, Perroy et Morges), répartis sur près de 2 000 hectares.

William Türler

Le Diageo Reserve World Class couronne la meilleure barmaid de Suisse

ORGANISÉE PAR LE FAMEUX GROUPE DE BOISSONS ALCOOLISÉES, LA COMPÉTITION S'EST TENUE FIN MAI ENTRE GENÈVE ET LAUSANNE. UNE ROMANDE A REMPORTE LA PALME.

Le 23 mai dernier, tard dans la nuit, s'est achevée au MAD à Lausanne la finale suisse de la Diageo Reserve World Class, l'une des plus prestigieuses compétitions internationales de barmen. Plus proches d'alchimistes de la mixologie que d'acrobates de la bouteille – à l'image d'un Tom Cruise dans le film *Cocktail* – les douze meilleurs barmen helvétiques ont passé la journée, et une bonne partie de la soirée, à convaincre le jury de leurs compétences, mettant en avant à la fois leur technique, leur créativité et leur personnalité.

C'est finalement Sophie Larroure, du Bar des Bergues au Four Seasons à Genève, qui a remporté la palme après plus de 4 heures d'épreuves. « C'est un rêve qui se réalise », a déclaré la jeune femme âgée de 24 ans, qui a travaillé à Paris, en Ecosse et au Costa Rica. Elle a su persuader le jury grâce à son sang-froid et à la précision de ses cocktails. La compétition s'était déroulée dans un premier temps au Grand Bottle et à l'Atelier Cocktail Club à Genève avant de se terminer, vers une heure du matin, au dernier étage du MAD. La lauréate aura le privilège de représenter la Suisse lors de la finale mondiale qui se tiendra du 25 au 29 septembre à Miami et d'affronter une élite internationale issue de plus de 50 pays.



Sophie Larroure, du Bar des Bergues au Four Seasons à Genève, a remporté la palme après plus de 4 heures d'épreuves intenses.

Dirk Hany du Widder Bar à Zurich est arrivé en deuxième position, suivi de Jason-Candid Knuesel du Clouds Bar de Zurich et de Gabriel De Lima Santana, du bar MO, à Genève. Parmi les douze finalistes ayant débuté la journée figuraient quatre Romands, dont Romain Tritsch de l'Hôtel Royal Savoy à Lausanne.

Une journée, trois épreuves

La compétition était divisée en trois épreuves. Les concurrents ont d'abord dû présenter deux cocktails, dont l'un devait refléter leur personnalité et l'autre s'inspirer de Miami. Lors de la deuxième étape, les candidats ont réalisé un cocktail à partir

de 10 ingrédients surprises, dont 3 obligatoires. L'ultime épreuve qui a départagé les 4 derniers finalistes consistait à présenter, en 8 minutes chronométrées, entre 3 et 6 cocktails inspirés des plus grands classiques de la mixologie. Le jury était composé de 3 barmen reconnus, notamment d'anciens vainqueurs de la compétition, provenant de Belgique, de Londres et de Berlin, ainsi que d'un représentant de la marque de tequila Don Julio. La compétition est organisée depuis plusieurs années par Diageo Reserve, le segment haut de gamme du groupe anglais de boissons alcoolisées.

W.T.



Les quatre derniers finalistes, avec de gauche à droite: Gabriel De Lima Santana, Dirk Hany, Sophie Larroure et Jason-Candid Knuesel.

Une porte d'entrée vers la région veveysane

OUVERT EN DÉBUT D'ANNÉE, LE MODERN TIMES HOTEL IMMERGE LE VISITEUR DANS LE MONDE DE CHARLIE CHAPLIN. IL VISE AUSSI BIEN LES TOURISTES DE PASSAGE QUE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES. VISITE DES LIEUX.

La Riviera vit actuellement une période particulièrement dynamique en termes touristiques. Pour marquer ses 150 ans, Nestlé vient d'inaugurer à Vevey le Nest, espace de découverte retraçant son histoire et a entièrement rénové son Alimenterium, premier musée au monde consacré à l'alimentation. Dans le même élan, le Modern Times Hotel, dédié à l'univers de Charlie Chaplin, a ouvert ses portes en début d'année à Saint-Légier, à proximité immédiate du Manoir de Ban où le célèbre artiste britannique a vécu les 25 dernières années de sa vie. Cette demeure fait aujourd'hui partie du parc Chaplin's World qui retrace sa vie et son œuvre à travers diverses pièces d'archives et scènes de films reconstituées. L'hôtel s'inscrit dans ce même prolongement.

Situé à proximité immédiate de la sortie de l'autoroute à Vevey, l'hôtel accueille littéralement le visiteur à bras ouvert. Les archi-



Dès l'entrée, le visiteur est plongé dans les rouages du film «Les temps modernes».

tectes du bureau suisse IttenBrechtbühl l'ont conçu à la fois comme une porte d'entrée de la région et comme un étendard de la présence de Chaplin à Vevey. « Nous visons aussi bien les hommes d'affaires en séminaire que la clientèle de loisir ou les touristes

de passage souhaitant découvrir la région ou prolonger l'expérience Chaplin après une visite au Chaplin's World », souligne le directeur de l'établissement Jean-Claude Gétaz. Afin de rentabiliser l'investissement de 35 millions de francs, l'hôtel vise idéale-



Le restaurant donne sur une magnifique terrasse méditerranéenne aménagée au calme près d'un étang naturel.

En bref

Le groupe propriétaire et développeur du projet, Arco Real Estate Properties, à Vevey, a confié l'exploitation du Modern Times Hotel à la société RIMC Schweiz Hotels & Resorts, filiale du groupe allemand RIMC International Hotels & Resorts. Il s'agit là du premier établissement hôtelier du groupe en Suisse romande. Ce dernier était jusqu'ici représenté à Zurich, Horgen et Davos. La construction de l'hôtel a nécessité deux ans et demi de travaux pour une surface de plancher de 8688 m². Il compte un parking de 80 places extérieures et 40 intérieures.

ment un taux d'occupation de l'ordre de 60% dans sa phase de démarrage, avant de progresser par la suite. Compte tenu du concept, du public visé et de l'offre disponible dans la région, les propriétaires (lire encadré) ont porté leur choix sur la catégorie 4 étoiles. La fourchette de prix démarre à 210 francs et peut aller, selon les saisons et la demande, jusqu'à 450 francs.

Une plongée dans le monde de Chaplin

Le bâtiment, imposant et dynamique, s'étire en longueur. Dès l'entrée, le visiteur est plongé dans les rouages du film « Les temps modernes » grâce à une sculpture cinétique de Charles Morgan, un artiste anglo-suisse établi à Vevey. Le rez-de-chaussée accueille la réception, un restaurant, un bar-lounge et un centre de conférences de 3 salles modulables pouvant accueillir 200 personnes. Ces espaces, ornés de rappels et de photos originales de Chaplin, fonctionnent de manière autonome, ce qui permet d'animer le bâtiment tout au long de l'année.

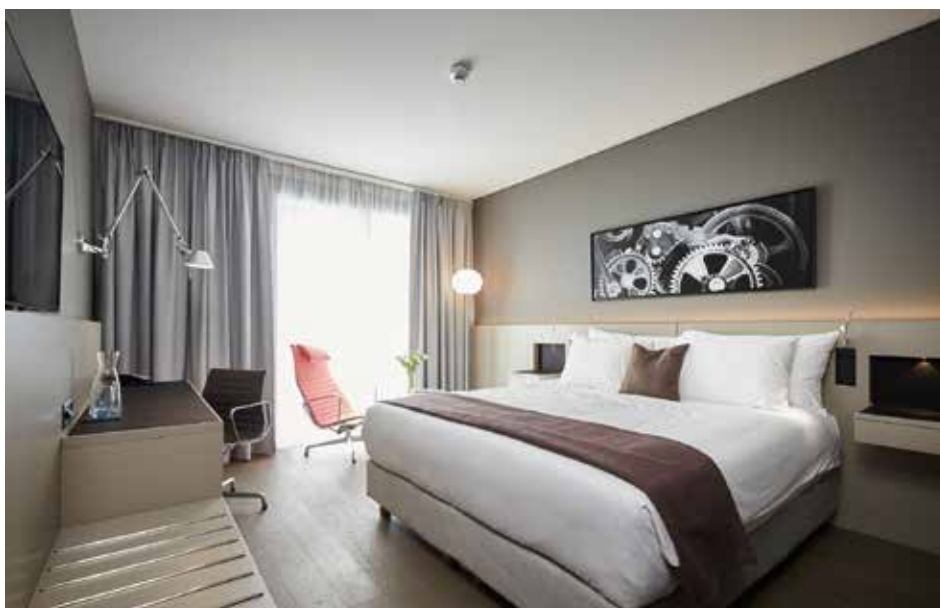
Ouvert au public, le restaurant de 120 places donne sur une magnifique terrasse méditerranéenne aménagée au calme près d'un étang naturel. Il propose des viandes grillées de qualité, majoritairement du bœuf suisse fourni par Mérat Viandes et Luma Beef. Exposées dans une paroi de vitrines, les pièces suivent une maturation traditionnelle à sec et sont vieillies à l'air de 3 à 8 semaines. Une imposante table en Acacia du Mozambique pesant près d'une tonne permet d'accueillir, sur demande, une quinzaine d'hôtes. La carte propose aussi divers classiques régionaux, ainsi que des vins de la région et des crus d'Italie et du Nouveau Monde. On relèvera que l'hôtel bénéficie, pour son usage quotidien, de l'eau des sources des Pléiades générée dans les montagnes voisines. Des fontaines sont proposées à chaque étage.

Les 138 chambres (dont 10 junior-suites) de l'hôtel, bien insonorisées, se répartissent de part et d'autre d'un couloir central sur les trois étages du bâtiment. Certaines sont adaptées aux séjours de longue durée et proposent kitchenette, baignoires et dressing. Construites avec du bois et de la pierre naturelle, les chambres ont été conçues pour offrir un espace généreux. Seuls quatre éléments sont mobiles (le lit, la chaise, le fauteuil et la lampe), le reste du mobilier est intégré dans les parois. Bien sûr, chacune dispose d'une grande image de l'univers de Chaplin, qui pimente, avec un fauteuil de couleur vive, les tonalités claires de l'ensemble. On notera que tout comme les fauteuils de l'espace lounge, créés par Matteo Thun et Philippe Starck, ceux des chambres, conçus par le designer américain Charles Eames, sont là pour questionner la notion de modernité et de progrès, mais aussi de détente et de repos des temps passés...

William Türler



Le restaurant de 120 places propose notamment des viandes grillées de qualité.



Construites avec du bois et de la pierre naturelle, les chambres ont été conçues pour offrir un espace généreux.



Certaines chambres sont adaptées aux séjours de longue durée et proposent kitchenette, baignoires et dressing.

Associée à Anne-Sophie Pic, la start-up Nutresia souhaite révolutionner la gastronomie

BASÉE À BELMONT-SUR-LAUSANNE, LA SOCIÉTÉ A LANCÉ EN FIN D'ANNÉE DERNIÈRE UN NOUVEAU CONCEPT DE PLATS CUISINÉS, EXCLUSIVEMENT ACCESSIBLES SUR INTERNET. EXPLICATIONS.

En collaboration avec la cheffe française triplement étoilée Anne-Sophie Pic, l'entrepreneur suisse Jonathan Pennella a lancé à

présentant peu d'innovation, très orienté sur le prix et peu sur la qualité. »

Il approche alors Anne-Sophie Pic et lui présente son idée. Elle accepte immédiatement, mais à une condition : travailler avec les meilleurs. Le duo s'associe à Bruno Goussault, l'inventeur de la cuisson sous vide, une technique permettant de maintenir l'intégrité des aliments. L'innovation majeure de la société a consisté à automatiser ce processus pour chaque ingrédient. Basé sur une technologie de cuisson vapeur et bain-marie

prise est grande. L'enjeu est important pour elle en termes d'image. » Cette association a permis de mettre en avant l'application la plus gastronomique du projet, mais plusieurs plats peuvent également se consommer très simplement au quotidien. C'est d'ailleurs ainsi qu'ils sont utilisés par la majorité des clients actuellement. Raison pour laquelle la start-up souhaite, dans les mois à venir, se repositionner principalement sur ce segment. Au total, la plateforme propose une trentaine de mets qui évoluent selon les saisons.

« La cuisson sous vide est un outil utilisé par la plupart des grands chefs, poursuit l'entrepreneur. Lorsque j'ai présenté mon projet à Anne-Sophie, elle a tout de suite saisi l'opportunité et compris que nous allions pouvoir drastiquement augmenter le niveau de qualité existant dans le domaine des plats cuisinés. » Les clients visés sont des personnes aimant bien manger sans faire de concessions sur la qualité et qui peuvent choisir cette option lorsqu'ils n'ont pas le temps ou l'envie de cuisiner. « L'idée n'est pas de remplacer l'expérience du restaurant ou le fait de cuisiner soi-même », ajoute le cofondateur. La société essaie de garder des prix inférieurs à ceux d'un plat du jour, soit en moyenne entre 7 et 20 francs par portion (la machine coûte environ 140 francs). Les produits proviennent d'une fabrique située dans le département de la Sarthe, en France. De nombreux fournisseurs sont basés à proximité. Au total, la société travaille avec 150 producteurs et collabore avec une quarantaine d'entreprises. A Belmont-sur-Lausanne, elle dénombre une vingtaine de collaborateurs.

A ce jour, la start-up a levé 34 millions de francs et compte une trentaine d'actionnaires. Elle commercialise son cuiseur depuis la fin de l'année dernière et souhaite se concentrer, dans un premier temps, sur les marchés suisse et français. « Nous avons une vision à long terme, souligne Jonathan Pennella. Cela prend du temps de convaincre les gens de changer leur comportement. Nous resterons sans doute encore un concept de niche durant quelques années avant de devenir mainstream. D'ici 10 à 20 ans, l'idéal serait d'atteindre un chiffre d'affaires de plusieurs centaines de millions de francs. Nous en sommes encore très loin, mais c'est un projet ambitieux. »

William Türler



Le système est basé sur une technologie de cuisson vapeur et bain-marie qui permet une remise en température lente et respectueuse des produits.

la fin du mois d'octobre de l'année dernière Chef Cuisine, un nouveau concept de plats cuisinés, résultat de 4 années de recherches. L'idée centrale consiste à combiner savoir-faire culinaire et innovation technologique. En l'occurrence, un cuiseur prépare au degré près chaque ingrédient à sa juste température. L'appareil et les plats sont accessibles sur internet, depuis le site Chefcuisine.com. Après une vingtaine d'années passées dans l'industrie alimentaire, Jonathan Pennella a eu envie de créer sa propre structure. Chez Nestlé, il avait été impliqué dans divers lancements de produits novateurs, tels que Dolce Gusto et Special T (des « systèmes fermés », soit des machines fonctionnant avec des capsules). « Assez vite, je me suis penché sur les plats cuisinés, dit-il. Je me suis rendu compte qu'il s'agissait d'un marché énorme

qui permet une remise en température lente et respectueuse des produits, notamment au niveau de leur goût et de leur texture, le cuiseur reconnaît automatiquement les ingrédients et programme pour chacun d'eux la température optimale. Par exemple, dans un même plat, le filet de volaille est réchauffé à 63°C et les navets à 83°C. A noter que la mise au point de cet appareil a donné lieu à 107 dépôts de brevets.

Repositionnement de la marque

« Je n'aurais pas pu mener un tel projet seul, souligne Jonathan Pennella. J'avais besoin des connaissances et de la crédibilité d'Anne-Sophie. Elle a sélectionné tous les fournisseurs et goûté tous nos produits. Aujourd'hui, elle est bien plus qu'un ambassadeur. Son implication au sein de l'entre-



Anne-Sophie Pic et Jonathan Pennella, cofondateurs du concept Chef Cuisine.

L'ingrédient humain

L'historien de l'alimentation Philippe Ligron se montre quelque peu perplexe quant à ce projet qui « peine à décoller » : « Je me demande si le public cible ne se sent pas un peu perdu. Même si ce concept est créé dans le plus pur respect de la qualité du produit et de la maîtrise des méthodes de cuisine, je me demande s'il ne manque pas cet ingrédient dont le consommateur raffole et demande à chaque instant. Cet ingrédient qui va, je l'espère, prendre de plus en plus d'importance dans notre futur gastronomique proche. Je veux parler de "L'humain". Quel est l'avantage réel d'utiliser un tel système si ce n'est que pour la curiosité et l'expérience ? Cela n'est pas à la portée financière de n'importe qui et les gens qui peuvent s'offrir ce service n'ont-ils pas plus envie de vivre le bonheur pleinement chez Anne Sophie Pic qui vient leur dire bonsoir à leur table, dans un cadre nouveau et feutré où toutes les attentions sont préméditées et comblées ? » Il se demande, en outre, s'il n'est pas dangereux pour la cheffe de confier le dressage et la maîtrise finale de l'assiette servie à des inconnus : « N'a-t-on pas un risque d'amalgame de la part de la personne qui reçoit cette assiette, interprétée loin de Madame Pic et de sa brigade ? Je reste dubitatif, mais souhaite plein succès à ce concept qui a le mérite de proposer une gastronomie magnifique. »



Newby Teas étend son offre hôtelière en Suisse

FONDÉE IL Y A UNE QUINZAINE D'ANNÉES, LA MARQUE ANGLAISE S'EST FIXÉE COMME MISSION DE RENDRE SES LETTRES DE NOBLESSE AU THÉ. ELLE EST AUJOURD'HUI PRÉSENTE DANS UNE VINGTAINE D'HÔTELS EN SUISSE ROMANDE.

Disponible en Suisse depuis 2013, la marque de thé haut de gamme britannique Newby Teas poursuit sa croissance sur sol helvétique, notamment dans le secteur hôtelier. Dans le canton de Vaud, elle est aujourd'hui proposée à la clientèle du Lausanne Palace, du Grand Hôtel du Lac Vevey, du Starling EPFL ou du Baron de Tavernier à Chexbres. On la retrouve aussi au Beau-Rivage de Neuchâtel, ainsi que dans plusieurs établissements à Genève, en Valais et dans le canton de Berne. « Nous avons la chance d'entrer dans une phase où ce sont les hôtels en Suisse romande qui nous approchent sans que nous ayons besoin de les démarcher, souligne Jean-Baptiste Granger, directeur de Newby Suisse. Il arrive aussi souvent que des clients hôteliers nous recommandent à d'autres hôteliers. » Depuis le mois de mai, la marque est également disponible à la vente

au détail chez Globus et devrait sous peu se développer en Suisse alémanique. « Nous donnons la main aux établissements avec lesquels nous travaillons en leur proposant des outils et de la formation, relève Jean-Baptiste Granger. Nous les aidons à présenter le thé à leurs clients finaux comme un plaisir gastronomique et non pas comme le parent pauvre de la gastronomie. » En ce qui concerne le prix de vente, la portion de thé se situe entre 4 fr. 60 et 15 francs.

Réintroduire les meilleurs thés sur le marché

Fondateur et propriétaire de l'entreprise, l'homme d'affaires anglo-indien Nirmal Sethia est impliqué dans l'industrie du thé haut de gamme depuis plus de 50 ans. Self made man, il exerce depuis 1963 la fonction de président du groupe Sethia, qui emploie 4000 personnes dans le monde, dont 40 à son siège de Londres. Constatant le déclin de l'art et de la culture du thé suite à l'invention du sachet de thé, il fonde la marque Newby Teas en 2000 (ces quinze dernières années, douze succursales ont été inaugurées dans le monde). Son objectif? Rendre ses lettres de noblesse au thé et réintroduire les meilleurs thés du monde sur le marché. En l'occurrence, les thés de la marque viennent de

jardins situés en Inde, en Chine, au Japon et à Taïwan. A noter que la qualité des produits de l'entreprise a été récompensée à plusieurs reprises, notamment par la prestigieuse North American Tea Championship. « Depuis quelques années, on observe un intérêt grandissant du public pour la gastronomie, y compris pour des produits d'épicerie courante, indique Jean-Baptiste Granger. On trouve une variété quasi infinie de terroirs et d'expertise d'une région à l'autre. Le thé fait partie de cette tendance. Nous vivons aussi à une époque où l'intérêt pour les produits alimentaires ayant des vertus pour la santé augmente. Or, plusieurs études ont démontré l'impact positif de la consommation de thé sur la santé. Dès que les consommateurs se rendront compte de la richesse de l'offre liée au thé, l'intérêt pour cette boisson – la plus bue dans le monde après l'eau – grandira. »

Reste qu'on peut difficilement comparer le thé à un produit comme le vin en termes d'expertise, notamment en raison de son histoire et de sa culture, ancrées en Suisse. Jean-Baptiste Granger estime, en revanche, que dans un futur proche, le thé a toutes ses chances pour se positionner au niveau du café.

William Türler



Les thés de Newby proviennent de jardins situés en Inde, en Chine, au Japon et à Taïwan.

75 ans d'activités en faveur de l'hôtellerie

L'ASSOCIATION ROMANDE DES HÔTELIERS A TENU, LUNDI 6 JUIN À VEVEY, SA 8^e ASSEMBLÉE GÉNÉRALE. AVANT DE CÉLÉBRER À MONTREUX LES TROIS QUARTS DE SIÈCLE DE L'ASSOCIATION CANTONALE VAUDOISE DES HÔTELIERS.

Il y a de cela 75 ans, quelques hôteliers décidèrent de créer l'Association cantonale vaudoise des hôteliers (ACVH), réunissant pour la première fois sous un même nom différentes sections locales. Cet événement fondateur a été célébré par la branche, entre Vevey et Montreux, le lundi 6 juin. La journée, qui fût estivale, débuta à la Salle del Castillo de Vevey par l'Assemblée générale interne des membres et des délégués. Vint ensuite l'Assemblée générale publique, qui fut ponctuée par les discours teintés de pics et d'humour du syndic de Vevey Laurent Ballif et du Conseiller d'Etat vaudois Philippe Leuba.

Les invités furent ensuite conviés sur le bateau Belle Epoque - Rhône qui les mena à Montreux, où le début de soirée se poursuivit par un apéritif à la Terrasse du Petit Palais au Fairmont Le Montreux Palace. Le dîner de gala, avec des prestations de Marie-Thérèse Porchet et de Bastian Baker, se tint quelques étages plus bas, à la salle « Léman » du Petit Palais. Cette soirée des hôteliers marqua également le coup d'envoi de l'Assemblée des délégués d'hôtelleriesuisse, programmée le lendemain à Montreux.

W.T.

▲► *Philippe Thuner, Président de l'Association Romande des Hôteliers (ARH) et la Conseillère d'Etat vaudoise Jacqueline de Quattro.*

► *Estelle Mayer, Présidente de la Société des hôteliers Montreux Vevey (SHMV) et Ksenia Biryuk, Seehotel Jägerhof Hubertus (Faulensee).*

▼ *Le chanteur vaudois Bastian Baker.*

▼► *L'humoriste genevois Joseph Gorgoni, alias Marie-Thérèse Porchet.*

© Luca Carmagnola



Un vallon ouvert aux projets

LE VAL-DE-TRAVERS POSSÈDE DES ATOUTS TOURISTIQUES FORTS ET DU POTENTIEL POUR LES DÉVELOPPER. PLACÉE SOUS LA HOULETTE D'UN HÔTELIER, MATTHIAS VON WYSS, L'ORGANISATION GOÛT ET RÉGION S'EMPLOIE À REMPLIR CETTE MISSION. COMME CET ÉTÉ, AU SITE DE LA ROBELLA.



© Goût et Région

La Robella veut dynamiser sa saison estivale.



© Goût et Région

Matthias von Wyss, un dynamique entrepreneur.

Tiré en longueur d'est en ouest, le Val-de-Travers touristique fait de plus en plus parler de lui. Le Creux du Van, les mines d'asphalte à Travers, l'exposition d'art en plein air de Môtiers, et, depuis deux ans, dans cette même localité, la Maison de l'absinthe, sont les principaux sites qui attirent les visiteurs dans cette pittoresque vallée neuchâteloise. La promotion de ces attractions et l'accueil des hôtes reposent en bonne partie sur le travail d'une coopération touristique née en 1993 sur l'initiative de l'exploitant et actionnaire de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet, Matthias von Wyss.

Un handicap géographique

Goût et Région, nom de cette organisation, regroupe quatre prestataires: les mines d'asphalte, l'Hôtel de l'Aigle, les activités esti-

vales du site de La Robella et la boutique à la gare de Noiraigue. « Nous louons aussi des vélos pour Rent a Bike, 150 pièces, dont la moitié sont électriques », explique Matthias von Wyss. Cinquante-cinq collaborateurs sont ainsi au service de quelque 40 000 à 50 000 touristes, principalement suisses alémaniques, qui viennent chaque année dans le Val-de-Travers.

Malgré l'attrait de ses attractions, cette région présente quelques handicaps. Le principal? Sa situation géographique. « N'étant pas située sur les flux touristiques routiers ou ferroviaires, elle n'est pas assez connue », note Matthias von Wyss. Et d'ajouter: « Les gens connaissent l'absinthe, mais ils ne l'associent pas encore à une destination touristique. Ils ont aussi de la peine à situer le Creux du Van sur la carte. » Le franc fort décourage, par ailleurs, les visiteurs étrangers; la mine d'asphalte notamment a pu en faire l'expérience. Mais, il y a aussi des tendances positives: « Le lancement, l'an passé, du Grand Tour de Suisse, cet itinéraire automobile qui passe par le Val-de-Travers, a amélioré le taux d'occupation de l'Hôtel de l'Aigle. »

Passionné de tourisme

Le potentiel de développement n'est donc pas encore épuisé. Surtout lorsqu'on connaît les efforts consentis par Matthias von Wyss pour l'exploiter. Ce dynamique Neuchâtelois de 57 ans, au bénéfice d'une formation en économie et en marketing, avait toujours souhaité travailler dans le tourisme.

Une affinité avec cette branche qu'il avait peut-être déjà perçue en pratiquant l'athlétisme. Lorsqu'il était junior, il courait le 4x400 mètres sous les couleurs du CEP de Cortaillod avec trois futurs professionnels du tourisme: Yann Engel, actuel directeur de Tourisme neuchâtelois, Philippe Sublet, qui sera, un temps, directeur de Château-d'Œx Tourisme, et Marc Schlussek, spécialiste de l'événementiel.

Mais qu'est-ce qui motive cet entrepreneur qui est aussi vice-président de Jura & Trois-Lacs et membre du comité de la Société des hôteliers Neuchâtel-Jura à s'engager pour le Val-de-Travers? « Il y a encore beaucoup de choses à faire dans cette région et les gens manifestent beaucoup d'ouverture lorsqu'on a des projets », dit-il.

Il en va ainsi de l'offensive qu'il a entamée en faveur de la saison estivale à La Robella. Située à l'ouest de la vallée, cette petite station est appréciée des randonneurs qui se rendent au Chasseron, des vététistes qui y trouvent des pistes pour monter et descendre, et des amateurs de trottinette tout terrain ou de luge sur rails. « L'objectif est de mettre ces prestations en réseau pour les proposer notamment aux entreprises », déclare Matthias von Wyss. Un autre projet est à l'étude, à savoir: doter, à l'horizon 2019-2020, le site de la mine d'asphalte de la Presta d'une aire de détente et de postes interactifs permettant au public de se familiariser avec la fabrication de l'asphalte.

Miroslaw Halaba

Ces gestes qui sauvent

APRÈS UNE FORMATION DE LUTTE CONTRE L'INCENDIE, L'ASSOCIATION FRIBOURGEOISE DES HÔTELIERS A MIS SUR PIED UN COURS DE PREMIERS SECOURS. UNE DIZAINE D'EMPLOYÉS D'HÔTELS ONT APPRIS À SE FAMILIARISER AVEC LES GESTES QUI PEUVENT SAUVER UNE PERSONNE EN DANGER. REPORTAGE.

« Chaque heure, en Suisse, une personne est victime d'un arrêt cardiaque. » Et lorsqu'on sait que le taux de survie n'est de que 5%, le chiffre lancé par Emilio Gutierrez, fait réfléchir. Par ce froid matin d'avril – il avait neigé durant la nuit –, ils étaient neuf employés

tante dans ce programme. Avec la précision qui doit être la sienne lorsqu'il intervient dans les cas réels, Emilio Gutierrez a détaillé les actions à entreprendre en cas d'accident. « Vous êtes les premiers membres de la chaîne de secours », dit-il à l'adresse des participants. Tout doit s'enchaîner: appeler le 144, chercher un défibrillateur, s'il y a en a un à proximité, faire un massage cardiaque... Le temps presse...

Les exercices pratiques mettent les participants à contribution. Surtout le massage cardiaque qui est épuisant. La bonne humeur est de mise, mais les rires sont contenus. Conscient de l'importance de l'enjeu en cas de situation réelle, chacun veut graver le mieux possible dans sa mémoire

Une formation pertinente

Ce cours, donné par Med4care, une société fribourgeoise spécialisée dans les premiers secours pour entreprises, a



S'exercer à l'usage du défibrillateur.



Une dizaine d'employés ont participé au cours de premiers secours.

– hommes et femmes – de quatre établissements hôteliers du canton à entamer, au Parc Hotel à Fribourg, un cours de premiers secours. Durant deux jours, sous la houlette d'un ambulancier, ils allaient s'initier aux premiers secours, pratiquer les gestes pour venir en aide à une personne victime d'un malaise ou d'un accident, voire pour lui sauver la vie.

Conscients de l'enjeu

Le temps d'agir pour éviter une issue fatale à un arrêt cardiaque étant très court – on compte 7 à 8 minutes –, ce thème a tout naturellement occupé une place impor-

les gestes à accomplir. Le cours se poursuivra par le passage en revue des pathologies cardiaques, des types d'accidents vasculaires-cérébraux, des cas d'obstruction des voies aériennes.

Les participants aborderont aussi les interventions en cas de brûlure, de chute, de fracture. La chambre mise à disposition par l'hôtel permettra de simuler des situations dans un cadre familier aux participants. Ces repères sont utiles, mais comme le souligne Emilio Gutierrez, il faut aussi s'avoir s'en passer: chacun peut être appelé à pratiquer les premiers secours en dehors de son travail.

été organisé par l'Association fribourgeoise des hôteliers. Chaque entreprise doit en effet avoir une personne formée aux premiers secours. Président des hôteliers fribourgeois et directeur du Parc Hotel, Raymond Surchat est, on ne peut plus, convaincu de la pertinence de ce type de formation.

« En vingt-cinq ans, j'ai eu trois arrêts cardiaques dans mon établissement, dont un a, malheureusement, été fatal », explique-t-il. « Un hôtel est vaste, il y a donc plusieurs endroits où un accident peut se produire », note Emilio Gutierrez. Pour Raymond Surchat, l'une des causes les plus fréquentes sont les chutes. « En cuisine, nous avons ainsi supprimé une grande partie de ce risque en mettant un revêtement adéquat. »

Cette formation remplit l'un des objectifs de l'association des hôteliers qui est de « développer toute activité en faveur des membres ». L'association a pris 50% des frais du cours à sa charge, soit 250 francs. Cette indemnisation n'a pourtant pas eu grand effet sur sa fréquentation, puisque, contrairement à la formation de lutte contre les incendies qui avait rencontré un grand succès avec 197 participants, seuls quatre établissements membres sur 41 s'y sont intéressés. Raymond Surchat ne cache pas sa déception, mais ne baisse pas les bras. Pour lui, ce cours est un gage de fiabilité pour les hôtels qui le suivent. « Nous allons donc le remettre au programme. »

Miroslaw Halaba



Le Festival de la Cité rempile pour une 45^e édition

Alors que nombreux sont ceux qui souhaiteraient voir revenir la manifestation lausannoise en vieille ville, le Festival de la Cité, dont la 45^e édition se tiendra du 5 au 10 juillet, se scindera le long de la ligne du M2 entre La Sallaz, la Riponne et Ouchy. Au total, plus de 80 rendez-vous gratuits allant de la musique à la danse, en passant par le théâtre et divers ateliers participatifs, seront proposés au public.

Les 50 ans du Montreux Jazz Festival

Du 1^{er} au 16 juillet les rives du lac accueilleront la 50^e édition du Montreux Jazz Festival. Voilà donc un demi-siècle que les artistes les plus célèbres de la planète se produisent sur les bords du Léman. Cette année, on peut mentionner la venue attendue de groupes et d'artistes aussi variés que Muse, Air, Herbie Hancock, ZZ Top, Quincy Jones, Neil Young, Woodkid, Grimes ou Jean-Michel Jarre. Né du rêve de son fondateur Claude Nobs, le festival veut rester une manifestation ouverte à tous. De nombreux concerts gratuits complètent l'offre payante de l'Auditorium Stravinski, du Montreux Jazz Club et du Montreux Jazz Lab.



© 2014 FFJM - Marc Ducrest

La grande messe du Paléo remet le couvert

En 40 ans d'existence, le Paléo Festival de Nyon est devenu le plus grand festival de Suisse. Avec ses 84 hectares, ses 7 scènes, ses 200 stands et sa cinquantaine de bars, il est l'un des principaux événements en plein air d'Europe. Cette année n'a pas fait exception à la règle :

comme d'habitude les billets se sont épuisés en quelques minutes. 230 000 personnes sont attendues aux 250 concerts qui se tiendront du 19 au 24 juillet. Parmi les groupes et artistes attendus, on peut citer Massive Attack, The Chemical Brothers, The Lumineers, Aaron, Rover ou The Shoes.



© Paléo - Pierre Descombes

P.P.
1000 LAUSANNE 1
Dépôt en nombre

Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique

Du 1^{er} au 7 août

Rock Oz'Arènes – Avenches
www.rockozarenes.com

Du 20 au 21 août

Triathlon de Lausanne
www.trilausanne.ch

25 août

Athletissima – Lausanne
www.athletissima.ch

Du 26 au 28 août

Fête fédérale de lutte suisse et des jeux alpestres – Estavayer-le-Lac
www.estavayer2016.ch

Du 2 au 4 septembre

Le livre sur les quais – Morges
www.lelivresurlesquais.ch

Du 23 au 25 septembre

Fête des vendanges de Lutry
www.fetedesvendanges.ch