

**Assemblée générale de l'ARH – 30 mai 2013 –
Aux Mines d'asphalte sur le commune de Val-de-Travers**

Discours de M. Guglielmo Brentel, Président d'hotelleriesuisse

Cap sur la coopération

La coopération, que ce soit entre les hôtels ou entre les différents prestataires du secteur du tourisme, est la clé de la réussite future et du nouveau positionnement du tourisme suisse.

Mesdames, Messieurs, Chers amis et invités,

C'est un grand honneur pour moi d'être parmi vous aujourd'hui et de pouvoir vous adresser quelques mots au sujet du tourisme suisse. Les cantons de Vaud, de Neuchâtel, de Fribourg et du Jura, rassemblés au sein de l'Association Romande des Hôteliers, regorgent de villes attrayantes et de superbes paysages naturels. Comme vous le savez, grâce au tourisme d'affaires, les villes souffrent moins de la crise actuelle que les simples destinations de vacances, situées avant tout dans les régions montagneuses et proches des lacs.

Si vous avez rallié vos forces en matière de commercialisation, il s'agit à présent de progresser dans le domaine de la conception des produits et de la rentabilité. Vous devez vous battre pour que les recettes des différents fournisseurs de produits touristiques soient réparties de façon plus équitable, plus juste. Cette catégorie de prestataires comprend les entreprises de transport, des taxis aux compagnies maritimes, les bijoutiers et horlogers, les infrastructures sportives, les cliniques privées, les boutiques de souvenirs et de prêt-à-porter, les nombreux internats et écoles de langues privés et, bien entendu, nous, les hôteliers. Il est certes agaçant de voir que la part du lion revient aux horlogers, tandis que nous nous tuons à la tâche sans parvenir à dégager de chiffres d'affaires satisfaisants. Il est donc grand temps de développer des coopérations avec les

entreprises opérant dans le secteur du tourisme, de sorte que nous, les hôteliers, puissions aussi générer de solides bénéfices.

Le tourisme suisse traverse aujourd'hui une période extrêmement difficile. En tant qu'association de la branche, hotellersuisse assure le lien entre les entreprises et le monde politique. Nos travaux portent actuellement sur la mise en œuvre de l'initiative sur les résidences secondaires et de l'aménagement du territoire, de même que sur les prix élevés des produits agricoles. Nous entendons tout faire pour que l'hôtellerie, moteur du tourisme, ne subisse pas davantage de restrictions. Je souhaite aujourd'hui vous encourager à poursuivre résolument sur la même voie. Le potentiel du tourisme de notre pays reste intact. C'est une très bonne nouvelle. D'après l'étude du World Economic Forum, la Suisse arrive même en première place des destinations touristiques.

Nous publierons dans les jours à venir notre document de prise de position sur le tourisme en Suisse, que je vous conseille vivement de lire. J'aimerais vous présenter quelques-uns des thèmes traités dans ce document.

Des offres spécifiques et groupées sont désormais nécessaires pour répondre aux besoins des clients. Le niveau des prix étant élevé en Suisse, ces offres doivent présenter une forte valeur ajoutée. Il convient, par exemple, de trouver une alternative aux sports d'hiver, d'ores et déjà en baisse. Les sites disposant déjà de vastes infrastructures thermales ou de centres de congrès modernes s'en sortent bien.

Si les arrivées enregistrent une croissance constante, le nombre de nuitées est en baisse en raison de séjours plus courts. Par conséquent, les coûts liés à l'acquisition et à la prise en charge des hôtes ne cessent de croître, tandis que les prix restent au même niveau, voire baissent, étouffant ainsi nos bénéfices.

Cette situation ne peut pas durer. Désormais, l'harmonisation accrue des offres touristiques doit avant tout passer par vous qui avez déjà pris de premières mesures. Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire d'entretenir des coopérations horizontales et verticales afin d'augmenter la valeur ajoutée pour vos clients.

Vous, les entrepreneurs, devez montrer que la réussite est possible grâce à votre innovation et votre persévérance. J'aime à citer comme exemple Kurt Baumgartner, hôtelier à Scuol, qui a transformé son espace de bien-être et offre à ses hôtes un accès libre à ses bains thermaux. Nous ne devons pas envier le succès des principaux acteurs du marché, mais faire preuve d'humilité et de reconnaissance et embarquer avec eux dans le train de la réussite. Les trains comptent une à deux locomotives au plus, et les «locomotives» puissantes peuvent tracter plusieurs wagons attrayants. En revanche, les charrettes rouillées et mal entretenues sont décrochées, et ce, à raison, car elles nuisent à toutes les autres.

Allez encore plus loin en travaillant de concert avec les entreprises à forte croissance. Détectez ensemble les tendances du secteur touristique afin d'y réagir. L'attrait d'une destination dépend de la somme d'offres intéressantes disponibles tout au long de la chaîne touristique de plus-value.

Mesdames et Messieurs, nous, Suisses, devons entretenir activement la voie d'une coopération dynamique. Sautez le pas: débarrassez-vous des structures désuètes, rassemblez vos forces, élaborer des stratégies habiles, formez des équipes efficaces et allez de l'avant! Le temps presse. Et, s'il vous plaît, n'adressez pas de reproches à hotelleriesuisse, ni aux politiques. Ces tâches de mise en œuvre relèvent de la responsabilité des entrepreneurs du secteur touristique, qui n'ont jamais été soumis à autant de défis. Soyez courageux, décidés, voire audacieux, si nécessaire!

Le tourisme a-t-il fait son temps dans un pays tel que la Suisse, où les prix sont si élevés? L'industrie textile n'a pas pu s'y maintenir face à la concurrence des acteurs mondiaux du marché.

La conséquente branche suisse du textile a certes donné naissance à un secteur innovant composé de produits de niche, mais elle a largement perdu en importance sur le plan économique. Si l'on transpose cette évolution au secteur du tourisme, on constate que des destinations telles que Zermatt, Saint-Moritz ou Gstaad gardent leur place sur le marché, tandis que les autres régions n'ont qu'une faible importance.

A contrario, l'exemple de l'industrie horlogère, gravement ébranlée pendant les années 70, montre qu'une restructuration conséquente, passant notamment par l'adaptation cohérente et innovante des produits aux besoins des clients, permet aux entreprises privées de surmonter efficacement les crises. Saisissez cette chance! Renforcez votre coopération avec la branche de l'horlogerie. Proposez des randonnées et ateliers consacrés au thème de l'horlogerie pour initier vos hôtes aux secrets de ce secteur.

Qu'est-ce que cela implique pour le tourisme suisse? Le «label suisse» est un joyau de valeur: les sondages le prouvent. Notre région est appréciée, elle fascine et subjugué par sa beauté. La qualité suisse, à laquelle votre région contribue, reste un capital précieux. Nous devons en faire bon usage et l'entretenir.

A mes yeux, il est clair que l'avenir du tourisme réside dans l'industrie horlogère. Contribuez à la nouvelle percée du tourisme, pour votre propre bien et celui de la région dans son ensemble. Merci de votre attention.