

Discours Guglielmo L. Brentel, AD ARH, 15 mai 2014

### **Le travail politique– un impératif incontournable pour nous hôteliers**

Vous autres Romands avez, me semble-t-il, une autre manière de débattre, une manière plus fervente que nous autres Alémaniques. Et lorsque je dis « vous », j'entends par là les citoyens et citoyennes et non pas les médias. Je pense que la confrontation vous fait moins peur, vous vous engagez de façon plus entière dans la discussion et faites preuve aussi d'une plus grande ouverture.

En tout état de cause, vous avez de quoi être fiers des résultats de la votation du 9 février dernier sur l'immigration de masse. Sachez que c'est avec reconnaissance que nous regardons avec mes alliés du côté de la Suisse romande. Nous nous ne pouvons que regretter que vos voix et celles des villes n'aient pas réussi à faire le poids pour balayer cette initiative.

Mesdames et Messieurs, chers amis romands,

Je suis très heureux d'être à nouveau parmi vous cette année et je vous remercie de votre invitation et de la possibilité qui m'est donnée de vous adresser quelques mots.

Avant d'aborder l'actualité politique, permettez-moi de vous rendre compte des multiples activités d'hotelleriesuisse. Je commencerai par le travail de relations publiques qui affiche une évolution très réjouissante. Elle est particulièrement visible et tangible dans le travail médiatique. En effet, en 2013 il s'est publié 1'762 articles, soit quatre fois plus qu'en 2008. La journée « Please Disturb » organisée pour la première fois à l'échelle nationale, de même que le Swiss Hotel Film Award, qui en est déjà à sa troisième édition, sont autant d'exemples qui montrent que nous avons trouvé le ton pour transmettre nos points de vue et présenter nos intérêts à un large public. Ce travail essentiel a

des effets positifs sur l'image de notre branche et la manière dont elle est perçue.

Au cours des dernières années, nous nous sommes employés à professionnaliser la classification, à l'optimiser et à lui donner une envergure internationale. C'est dans cette optique que nous avons œuvré à la création de Hotelstars Union, où la Suisse a joué un rôle phare avec son système de classification. Je vous renvoie ici au blog de [hotelstars.eu](http://hotelstars.eu) qui vous renseignera sur les derniers développements dans ce domaine.

Les partenariats stratégiques avec Suisse Tourisme et notre participation au STC (Switzerland Travel Center AG) sont très bien établis et c'est là un élément capital pour la réussite de nos membres. Nous pouvons aussi exercer une influence considérable sur l'activité de la Société de Crédit hôtelier en publiant par exemple conjointement l'annuaire de l'hôtellerie.

Vous-mêmes, chers hôteliers romands, le savez pertinemment: la prospérité passe par des efforts soutenus, des efforts pour se renouveler sans cesse, pour se développer, pour apprendre et pour tisser des coopérations solides. Vous avez prouvé il y a quelques années votre volonté de coopérer en vous réunissant sous la bannière Hôtellerie Romande. Mais les choses ne doivent pas s'arrêter là. Les coopérations – entre les hôtels, mais aussi entre d'autres prestataires de la chaîne de plus-value touristique de création de valeur - doivent dépasser les intérêts de chapelle. Il en va en effet de la rentabilité de nos établissements. Cela reste et restera le principal enjeu de notre branche.

Aujourd'hui, le touriste est avide de nouvelles découvertes et de nouvelles sensations. Il ne contente plus de manger, boire et dormir. Il aspire à vivre des moments inoubliables à partager en famille ou entre amis - offline ou online. Pour répondre à ces attentes, il faut des offres en matière de wellness, de culture, de sports de loisirs, de vie nocturne et de cuisine authentique. Rien ne sert que chaque hôtelier s'efforce de son côté de mettre ces structures à dis-

position, il faut au contraire vous regrouper. Les coûts d'investissement, et surtout les frais d'entretien, sont trop élevés pour être supportés individuellement. Aujourd'hui la collaboration horizontale, c'est-à-dire la collaboration entre hôtels, est tout simplement une évidence pour ne pas dire une exigence. Elle diminue les coûts pour chaque hôtelier et elle apporte une plus-value incontestable au client.

Un rôle tout aussi important revient à la coopération verticale qui s'établit elle entre les différents prestataires de la chaîne de plus-value touristique. Qui-conque réfléchit aux mécanismes d'un tourisme prospère saisit immédiatement le bien-fondé du principe qui veut que tous ceux qui profitent du tourisme doivent aussi participer à la mise en place des infrastructures et aux mesures de marketing, et ce, sur le plan conceptuel, opérationnel et surtout financier!

Rappelons ici que les prestataires sont aussi nombreux que diversifiés: commerce de détail, remontées mécaniques, compagnies de navigation, installations sportives et de loisirs, institutions culturelles, offres de vie nocturne, sans oublier l'agriculture et les particuliers du réseau AirBnB. Ces derniers forment un marché de niche en pleine expansion qui doit être traité à égalité avec les autres prestataires touristiques. Du côté des remontées mécaniques et des compagnies de navigation, nous devons nous battre pour les amener à leurs responsables à proposer des offres et des horaires intéressants pour nos hôtes. Il nous faut engager un travail d'information permanent afin qu'ils comprennent l'importance des ajustements qui s'imposent.

Est-ce que quelque chose ou quelqu'un nous empêche de nouer des coopérations insolites qui visent à rendre nos produits encore plus intéressants et uniques? Si ces coopérations débouchent sur des business-plans prometteurs, ceux-ci ne doivent pas échouer sur l'écueil du financement. Avec la Société de Crédit hôtelier, nous avons créé les conditions pour soutenir des plans d'affaires à concurrence maximale de la valeur de rendement.

Je souhaite vous encourager tous à vous ouvrir à des solutions différentes et originales, vous inciter en somme à sortir des sentiers battus.

Une fois cette vision bien assimilée, on comprend tout l'intérêt que les hôteliers ont à s'investir également en dehors de leurs quatre murs. Le tourisme est une branche à fort potentiel, a fortiori dans une région aussi splendide que la vôtre. C'est à nous hôteliers, de faire en sorte que le monde politique et économique prenne la véritable mesure de ce potentiel. En tant que représentants majeurs du tourisme, nous devons avoir notre mot à dire au sujet du développement des sites et des destinations.

Quiconque arrive en Suisse romande en touriste y trouve des paysages à couper le souffle, une offre culturelle d'une grande richesse - qu'il s'agisse de musées ou de festivals –, mais aussi les meilleures tables du pays, des hôtels soignés, des infrastructures intactes et des services impeccables.

Ces propos élogieux s'adressent à tous les hôteliers de votre région qui entendent rester compétitifs et qui proposent des produits concurrentiels. Presque tous ceux qui méritent ces qualificatifs sont membres d'hotelleriesuisse. Nous mettons tout en œuvre pour préserver ce fameux rapport idéal de 40/60/80 : hotelleriesuisse représente 40% des hôtels suisses, soit 60% de toutes les chambres, lesquels génèrent et 80% des nuitées.

hotelleriesuisse met toute son énergie et son expertise au service de ces établissements. Au travers des activités que j'ai déjà évoquées bien sûr, mais aussi par ses efforts de formation et de perfectionnements professionnels. Nous sommes fiers de notre nouvelle stratégie de formation. Grâce à notre coopération avec l'EHL et l'école hôtelière de Thoune et à la récente reprise de la SSTH Passugg, nous sommes en mesure d'offrir une palette de formation complète aux métiers de l'hôtellerie. De plus, nous nous appliquons à mieux faire valoir les besoins de la branche au sein de l'EHL. Enfin, n'oublions pas l'excellent travail de la société de consulting Lausanne Hospitality Consultant SA, via laquelle hotelleriesuisse et l'EHL assurent le développement et les coopérations à l'étranger.

Au nombre des activités d'hotelleriesuisse figure aussi le travail politique très exigeant qui inclut le lobbying sur la scène économique et politique. Aujourd'hui nous sommes représentés au sein d'organisations économiques de poids comme economiesuisse et l'USAM. Nous participons activement au débat politique et nous pouvons y faire entendre notre voix. Cela a été notamment le cas pour l'élaboration du projet de loi qui a suivi l'acceptation de l'initiative sur les résidences secondaires ou dans la campagne sur l'immigration de masse. Dans un cas comme dans l'autre, il s'agit à présent de limiter les dégâts.

L'inflation d'initiatives constitue à mes yeux un vrai sujet d'inquiétude. Je n'entends nullement remettre en question notre système fédéraliste, mais les deux initiatives que je viens de mentionner, de même que l'initiative sur les salaires minimums soumise ce week-end en consultation populaire ou l'initiative Ecopop, nuisent à la longue au développement de notre pays. Leurs défenseurs mènent bien souvent des campagnes excessives de nature populiste et induisent ainsi les citoyens et citoyennes en erreur. Bien des personnes qui ont soutenu ces initiatives ouvrent les yeux une fois le résultat tombé.

Peut-être le savez-vous déjà: pour la première fois depuis 14 ans et en raison d'une charge de travail qui ne cesse de s'alourdir, hotelleriesuisse est contrainte d'augmenter ses cotisations. Je n'entrerai pas ici dans les détails, car cela dépasserait le cadre de mon exposé. En été, les délégués se prononceront sur le relèvement de la cotisation par chambre. Je peux déjà vous dire que la Suisse romande, avec un relèvement moyen de 5.4%, s'en sort relativement à bon compte. Par contre le système de rabais fera également l'objet d'une adaptation mais sera présenté à l'AD de l'été 2016, et il n'aura si possible pas d'incidence sur les coûts pour les membres. Les détails de ce changement seront élaborés d'ici là avec Hotela. Vos délégués sont informés plus précis dans la documentation envoyée pour l'Assemblée des délégués du 24

juin prochain. Pour en savoir plus, vous pouvez vous adresser directement à votre association régionale.

En novembre de cette année et pour cause de limitation des mandats, Werner Affentranger et moi-même allons nous retirer du Comité exécutif après 9 1/2 ans de mandat. Pour me succéder, nous vous proposons deux candidats compétents et motivés: Pierre-André Michoud (Hôtel du Théâtre, Yverdon-les-Bains) et Andreas Züllig (Hôtel Schweizerhof, Lenzerheide). Ils auront l'occasion de se présenter à vous en cours d'année. Pour remplacer les deux sièges vacants, nous avons reçu jusqu'ici la candidature de Jörg Arnold, directeur de l'Hôtel Storchen à Zurich. Nous attendons encore des candidatures pour le deuxième siège. A mon sens, il devrait aller de préférence à une femme, si possible du Tessin.

Un nouveau week-end de votation important nous attend. Je vous prie instamment d'inciter tous vos collaborateurs, vos proches et vos amis à se rendre aux urnes pour opposer un non résolu à l'initiative sur les salaires minimums. Inutile je pense de vous exposer les conséquences que son acceptation aurait pour notre branche.

Pour terminer, je voudrais vous souhaiter à tous d'excellentes affaires et surtout une formidable saison estivale. N'oubliez pas de nouer des coopérations, qu'elles soient brèves ou au long cours, pour que le succès soit au rendez-vous. Je vous remercie de votre attention.