

Editorial

ELECTIONS AU CONSEIL NATIONAL  
p. 4 et 5

# Quel avenir pour la classification des hôtels suisses?



Etoiles, label Q, spécialisations... Que va devenir la classification des hôtels suisses? L'aventure vécue par certains de

nos collègues, lors de la réservation de leur hôtel pour l'assemblée générale d'hotelleriesuisse (SSH), m'amène à vous faire partager, chers lecteurs d'Infotellerie Vaudoise, quelques réflexions sur la future classification des hôtels.

L'anecdote d'abord: Or donc un brave hôtelier vaudois téléphone pour réserver deux chambres dans un hôtel 4 étoiles en vue de l'assemblée générale d'hotelleriesuisse (SSH). Le marché est conclu. Le client est alors informé, de manière militaire, que sa réservation sera annulée si son numéro de carte de crédit ne parvient pas par écrit (fax) avant 23 heures le même jour. Un peu choqué et hésitant à réserver dans un autre établissement, notre hôtelier-client consulte le Guide suisse des hôtels et s'aperçoit que l'hôtel, dont l'accueil à la réservation est si désagréable, affiche un «label de qualité du tourisme suisse niveau 2 (2 Q)»... Titillé, il décide de garder sa réservation et de tester ainsi la qualité 2 Q, tout en se disant que l'accueil est bien meilleur dans son propre hôtel... sans label Q.

Quelles conclusions tirer de cette petite histoire?

Un label de qualité ne garantit pas l'excellence et sa durée dans la pratique. Notre métier est fait de relations humaines avec toutes les variations que cela suppose. Aucune procédure écrite ne remplacera le savoir-être d'une personnalité. Il faut même veiller à ce que cela n'étouffe pas la créativité et la flexibilité des collaborateurs. A

notre avis, mieux vaudrait perfectionner la classification des hôtels plutôt que d'introduire un nouveau label de qualité dont l'hôtellerie ne maîtrise pas la conception.

L'hôtellerie suisse, du moins les hôtels membres de la SSH, dispose d'un bon système de classification, autogéré, c'est-à-dire que chaque hôtelier remplit un questionnaire dont l'exactitude est ensuite contrôlée par deux collègues d'une autre région. Une commission dite régionale de classification collationne les données et attribue à chaque hôtel le nombre d'étoiles correspondant. La commission suisse, elle, traite les recours et réforme périodiquement le système pour l'améliorer et l'adapter aux évolutions. La classification «made in SSH» est citée en exemple dans de nombreux autres pays qui aimeraient bien disposer d'un tel système.

Connu depuis des lustres, ce classement a le mérite d'être simple et de recouvrir d'une manière relativement homogène un mélange de confort du bâtiment et de services à disposition de l'hôte. Les étoiles SSH sont donc aussi un label de qualité, mais un label de qualités objectives: la réceptionniste doit être trilingue, mais son sourire et son amabilité ne sont pas mesurés, ce qui serait d'ailleurs impossible...

Une révision de la classification est en cours pour entrée en vigueur en 2006. Elle contient beaucoup de bonnes choses, mais aussi quelques mauvaises dont deux principalement nous préoccupent:

- La création de la demi-catégorie avec des hôtels dits 3 étoiles «superior» ou 4 étoiles «superior»:

Cette volonté d'affiner le classement par l'introduction de deux nouvelles catégories peut paraître louable. Toutefois, elle risque de compliquer sérieusement le message à faire passer au client. Il nous paraît peu souhaitable d'avoir un hôtel 3 étoiles «supé-

rior» de séminaires, pour familles, historique, avec 2 Q... La complexité est propre à décourager le client. Et que dire de l'impossibilité de trouver deux hôtels classifiés identiques dans une ville de moyenne importance, cas de figure vraisemblable?

- L'obligation d'obtenir un Q ou deux Q (label de qualité du tourisme suisse) pour accéder à ces catégories «superior»:

Cette exigence doit être abandonnée, car la SSH ne maîtrise pas ce label, de conception technocratique et dont les coûts répétitifs sont loin d'être négligeables.

La classification des hôtels et les labels de qualité ne doivent pas être faits pour satisfaire l'ego de l'hôtelier, les politiciens du tourisme ou les vendeurs des offices du tourisme et centrales de réservation. C'est le client qui doit être au centre des préoccupations. Le message doit être simple et clair. Il doit être lisible facilement, contrairement aux pictogrammes de spécialisations du Guide suisse des hôtels 2003 qui nécessitent une loupe pour être décryptés. Les étoiles devraient donc recouvrir l'information sur le produit et le label de qualité, les spécialisations représentées par des pictogrammes flashants. Le label Q serait laissé aux autres prestataires du tourisme pour lesquels il a d'ailleurs été conçu. S'il est nécessaire de moduler les catégories, pourquoi ne pas introduire une étoile supplémentaire pour les vrais palaces ou des étoiles blanches pour les hôtels que l'on voudrait classer «superior»?

Quant à l'idée à la mode selon laquelle les hôtels doivent absolument se spécialiser, sa généralisation en tant que pensée unique me semble dangereuse. En effet, si je peux comprendre cette volonté de se démarquer et de créer un nouveau produit dans les stations de villégiature, je la conçois plus difficilement en ville. L'hôtel a

déjà deux spécialisations: héberger et restaurer les clients d'autres spécialistes (transporteurs, sports, congrès, foires, etc.). De plus, est-on sûr de pouvoir amortir les investissements, par exemple pour les wellness, avant que les goûts des clients aient changé? Le vieux proverbe consistant à ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier me paraît aussi applicable aux hôtels. Dès lors, la spécialisation, oui, mais plusieurs... en faisant attention d'être encore suffisamment généraliste pour accueillir les hôtes qui ne viennent pas pour elles!

En résumé, le credo d'Hôtellerie Vaudoise est une classification améliorée, simple et claire pour le futur hôte, une classification qui intègre une gestion de la qualité sans label supplémentaire et une certaine prudence dans les spécialisations.

Philippe Thuner  
Président d'Hôtellerie Vaudoise

Sommaire	
En guise d'éditorial	p. 1
A l'intention de nos hôtes	p. 2
Publicité et promotion	p. 3
Evénements et perspectives	p. 3 et 6
Conseil National	p. 4-5
La Colonne de la créativité	p. 6
Combien dans la balance?	p. 6
Des femmes... des hommes...	p. 7
Formation professionnelle	p. 7
Lausanne	p. 8
Agenda	p. 8

## Quatre étoiles mieux positionnées

*L'après-Expo.02 et une nouvelle direction galvanisent le Grand Hôtel des Bains, à Yverdon-les-Bains.*



Le premier établissement de la ville de tourisme et de thermalisme, contrôlé à 70% par la Commune, devrait bientôt sortir définitivement de son état de maladie chronique. Ce joujou 4 étoiles de rêve, envié même par les plus grandes stations thermnales françaises, est dirigé par un couple de grands professionnels, Pierre et Nadine Graber, qui, auparavant, a porté au succès l'Hôtel Esplanade, à Locarno-Minusio. L'établissement 4 étoiles yverdonnois, qui jouxte le Centre thermal, mise sur un management et un marketing plus précis et plus dynamique. L'accent sera mis sur le thermalisme, le bien-être et les séminaires, tout en élargissant la clientèle restaurant; c'est ainsi qu'on désire y créer une nouvelle grande salle de séminaires, une brasserie et un bar à vins et cigares. Toute la région d'Yverdon-les-Bains, au sud du lac de Neuchâtel, devrait bénéficier de ce renouveau tout au long des années post-02...

## Le terroir en attraction

*Le Chemin des Blés est devenu un très intéressant circuit à thèmes sous le signe de l'agriculture et des richesses du terroir: une évasion de proximité pour chacun!*

Plus qu'un circuit balisé et pictogrammé de 80 kilomètres entre Echallens et Granges-Marnand, le Chemin des Blés, une idée qui a germé et s'est développée grâce à la ténacité d'Anne Quillet Razali, sa coordinatrice et principale animatrice, constitue aujourd'hui un magnifique exemple de mise en valeur du patrimoine et du savoir-faire régional. Il englobe 35 villages et offre 4 sites d'information thématique (sur les 9 prévus), quelque 150 lits en espace rural (hôtel, gîtes, dortoirs), 7 fermes-modèles visitables, 5 fermes assurant le petit déjeuner de campagne et le goûter, une trentaine de restaurants, des lieux de visite (Musée du Blé et du Pain, moulin et centre collecteur de céréales, fromagerie), des relais de chevaux, des promenades tractées, un swin-golf, etc. Le parcours s'effectue à pied ou à vélo, voire à cheval. Cet ensemble n'a rien d'un Ballenberg, il est vivant, intégré dans la vie quotidienne et, dès lors, très accueillant. Une belle attraction, unique en Suisse, au cœur de la campagne vaudoise! [www.lechemindesbles.ch](http://www.lechemindesbles.ch)



## Eté chaud pour le casino A

*Ouvert partiellement en février, le Casino Barrière de Montreux a déployé sa voilure définitive au début de l'été.*



C'est à ce moment-là que ses hôtes, joueurs, convives, spectateurs ou simples curieux, ont pu se rendre compte du contenu exceptionnel du seul casino A de Suisse romande: 300 machines à sous, 20 tables de jeux, 3 restaurants, 2 bars, une salle de spectacles, conférences et banquets de 1500 places, une piscine, des boutiques... Quelque 200 employé(e)s s'affairent dans cette entreprise d'accueil et de loisirs dont la présidence est assumée par Stéphane Perrin et la direction générale par Gilles Meillet. Le contenant, à savoir une fort belle façade dessinée par le designer français Jacques Garcia et réalisée par l'architecte lausannois Pierre Gurtner, invite à passer la porte d'entrée. Ce casino du XXI<sup>e</sup> siècle, budgété à 40 millions de francs, a été l'attraction n° 1 de l'été 2003 dans le canton de Vaud.

### En bref

#### Réouverture à Château-d'Oex

Propriété de la Commune de Château-d'Oex, l'Hôtel de Ville a rouvert ses portes à mi-juillet, grâce à de nouveaux tenanciers, Rosemarie et Didier Gualano, qui succèdent à Martine et Alain Borgeaud qui avaient repris, au printemps déjà, la direction de l'Hôtel de la Soldanelle. L'Hôtel de Ville du chef-lieu damounais a subi un léger lifting avant d'affronter la saison d'été.

#### Nouveaux Jeunes Restaurateurs vaudois

Deux étoiles montent au firmament de la haute gastronomie vaudoise avec l'adhésion de deux chefs de cuisine au mouvement des Jeunes Restaurateurs d'Europe: Pierrick Suter, tenancier de l'Hôtel de la Gare de Lucens, et Olivier Martin, de l'Auberge de Bogis-Bossey, figurent en effet parmi les cinq nouveaux membres suisses du prestigieux club européen. Sur les 370 jeunes professionnels de huit pays qui forment l'association, une trentaine de Suisses défendent les couleurs de notre pays. Ils ont moins de 35 ans, dirigent une exploitation depuis au moins trois ans et figurent dans deux guides gastronomiques au moins.

## «La Carte aux Trésors», une première réussie!

*L'émission vedette de France 3  
a fait une escale de charme en terre vaudoise.*



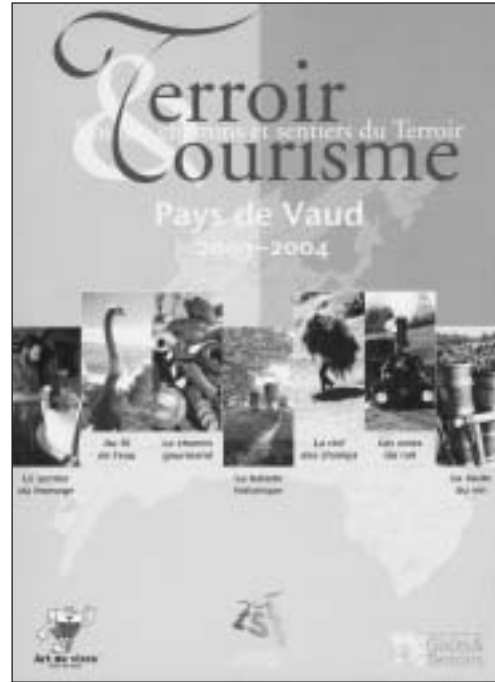
Diffusée le 30 juillet sur la TSR et le 5 août sur France 3, la célèbre émission animée par Sylvain Augier aura passionné plus de 4 millions de téléspectateurs. Unique émission tournée cette année en Suisse, elle a nécessité une année de préparation, une semaine de repérages, trois jours de tournage (au

début juin juste après le fameux G8), une équipe de 28 personnes, quatre hélicoptères, treize caméras... et deux candidats français. Les épreuves avaient trait au transport de sable sur le Léman, à la fabrication du fromage et des chaudières et au métier de tavailonneur dans les Alpes vaudoises.

Il s'agit d'un véritable vecteur promotionnel du tourisme grâce aux superbes images tournées du ciel et à la mise en valeur de savoir-faire traditionnels et de gens du cru. C'est à l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) que l'on doit cette remarquable opération de charme, son directeur Charles-André Ramseier ayant immédiatement manifesté son désir d'accueillir l'équipe de l'émission; celle-ci a été co-produite par la Télévision suisse romande. Une telle opération permet en effet, à moindres frais, d'atteindre immédiatement le grand public français, premier marché étranger du tourisme vaudois.

## «Terroir et Tourisme»

*Une brochure de 132 pages et 9 cartes thématiques.*



La société Terroir sans frontières, animée par Eléna Polibina et Philippe Cossy, vient de sortir de presse le guide «Terroir et Tourisme en Pays de Vaud». Tiré en 50'000 exemplaires et en trois langues, cet ouvrage harmonisant le tourisme et les produits du terroir se décline en sept thèmes et neuf cartes permettant de découvrir toutes les régions du canton et ses richesses alimentaires, gastronomiques et ludiques... Sentiers thématiques et promenades découvertes parcourent un pays truffé de 200 établissements publics et autres bonnes adresses du terroir, tels que caveaux, marchés, magasins des métiers de bouche et autres chalets d'alpage. Quelque

300 partenaires ont participé à cette édition dont l'association «Art de vivre».

● «Terroir sans frontières», route du Village, 1326 Juriens.

E-mail: [terroirsansfrontieres@bluewin.ch](mailto:terroirsansfrontieres@bluewin.ch)

## Evénements et perspectives

### La Semaine du goût, un peu suisse, très vaudoise!

*Plus de 350 événements, dont la moitié dans  
le canton de Vaud, animeront cette année  
la Semaine du goût, du 18 au 28 septembre.*

La Semaine du goût, dont toutes les manifestations ont pour but de faire (re)découvrir les saveurs des terroirs en sensibilisant les enfants comme les adultes, commencera le 18 septembre à Vevey. Au Comptoir Suisse de Lausanne, un gala des vins vaudois donnera le coup d'envoi officiel de ce festival de rencontres gustatives, festives et conviviales.

Pour la première fois, une «Journée nationale du goût dans les écoles» (18 septembre) sera organisée, tandis que nombre d'événements s'adresseront aux enfants et aux adolescents, des menus végétariens dans les restaurants scolaires aux visites des paysannes vaudoises aux gymnasiens de la Cité, à Lausanne, en passant par les ateliers de confitures avec dégustation de tartines... De nombreux hôtels, cafés et

restaurants se sont engagés à jouer le jeu, en offrant des menus de circonstance; l'Hôtel Préalpina, à Chexbres, organisera même un banquet du XIX<sup>e</sup> siècle. D'autres organismes ont prévu des programmes spéciaux, tels que le CHUV, le musée Alimentarium, le fromage de L'Etivaz AOC, le BAM entre Morges et l'Isle promue «ligne du goût», la Maison du Blé et du Pain, etc. [www.gout.ch](http://www.gout.ch)



### Le Lausanne Palace entre la prudence et l'optimisme

*Le succès aidant, le palace du centre de Lausanne  
joue la carte de la transparence et démocratise  
son image.*



directeur général, à la veille de la saison estivale, en faisant le point devant la presse romande. Le Lausanne Palace & Spa, qui a investi quelque 40 millions de francs dans son programme de rénovation depuis 1996, a enregistré, en 2002, un chiffre d'affaires de 32 millions de francs (+2,7 millions)... grâce, il est vrai, à un événement qualifié d'«historiquement extraordinaire», le roi Fahd en Suisse! Le 5 étoiles du Grand-Chêne, qui a doublé son chiffre

d'affaires en cinq ans, dispose d'un effectif oscillant entre 170 et 200 personnes.

L'hôtel est en phase de renouveau, profitant d'une période très favorable en matière de prix de construction et d'intérêts hypothécaires. Devisés à 10 millions de francs et autofinancés à 50%, ils concernent en particulier l'agrandissement du centre de bien-être, la création d'une garderie d'enfants, de salles de séminaires (500 m<sup>2</sup>) et d'un club privé sélect, ainsi que le réaménagement du Brummel. D'ici l'automne 2004, les actuels restaurants et bars feront également l'objet de rénovations. «Nous désirons animer les lieux publics pour attirer une large clientèle tout au long de la journée et démocratiser ainsi l'image du Palace», a expliqué Jean-Jacques Gauer.



# Elections fédérales du 19 octobre

*Plus que jamais le tourisme suisse a besoin de faire entendre sa voix au Parlement fédéral où, bien que principal employeur privé du pays et troisième industrie d'exportation, il est sous-représenté et paradoxalement absent des grands débats qui le concernent directement ou indirectement. Hôtellerie Vaudoise a choisi de soutenir trois candidats, soit deux de ses membres et un conseiller national sortant exerçant une profession dans le tourisme.*

Les prochaines élections fédérales représentent un moment important pour notre branche, celle-ci a besoin de représentants qui défendent les intérêts de nos PME auprès des instances nationales. Le tourisme est le parent pauvre des aides fédérales et constamment victime de l'incohérence des autorités fédérales, sans politique digne de ce nom ni ligne de conduite conséquente, et d'une flagrante inégalité de traitement, contrairement à ce qui se passe dans nombre de pays européens. On a souvent reproché aux milieux hôteliers et touristiques de ne pas s'engager en politique; c'est le moment de montrer qu'il peut en être autrement! Nous félicitons Christophe Ming, Jacques Pernet et René Vaudroz qui se lancent ou se relancent dans cet important défi et engageons vivement les membres d'Hôtellerie Vaudoise et tous les lecteurs d'Infotellerie Vaudoise à glisser leurs noms dans l'urne les 18 et 19 octobre. Ils ont eu l'amabilité de répondre chacun à trois questions.



JACQUES PERNET

Jacques Pernet (candidat du Parti radical), né le 16 mai 1948 à Morges, est diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Après avoir dirigé plusieurs hôtels en Suisse (Fribourg, Bâle, Lausanne), il a créé en co-propriété une société de gestion et de management hôteliers (CHH SA); il est également propriétaire-locataire depuis 1999 de l'Hôtel Bellerive, à Lausanne. Jacques Pernet est vice-président d'Hôtellerie Vaudoise, membre du Bureau de l'Office

du tourisme du canton de Vaud (OTV) et membre du Comité exécutif d'hôtellerie suisse. Conseiller communal et constituant, il est également membre du comité de la Société industrielle et commerciale de Lausanne (SIC) et président du Handballclub Lausanne-Ville/Cugy. Il est marié et père de deux enfants adultes aux études.

[www.jacquespernet.ch](http://www.jacquespernet.ch)

## «Hôtelier plein sang depuis plus de 30 ans»

- Quelles solutions préconisez-vous pour favoriser l'essor harmonieux des PME de l'hôtellerie et de la restauration?

- Contribuer à créer un encadrement politique favorable à la branche: faire prendre conscience que quand le tourisme va, tout va. Or sans infrastructures d'accueil (hôtels et restaurants) performantes (qualité des établissements, qualité de l'offre et qualité du service), il n'y a pas de développement possible. Le parc hôtelier suisse est vieillissant. Grâce à un Crédit hôtelier intelligent - non seulement fédéral, mais cantonal - on pourrait relever le défi sans difficulté. Or, à ce jour, le Crédit hôtelier fédéral a été doté en juin de cette année de 80 millions de francs, montant auquel il convient d'ajouter 35 millions pour l'innovation et la formation (2003-2007). C'est mieux que rien... mais une goutte d'eau dans l'océan! En effet, alors que l'on chiffre les lacunes en matière d'infrastructure hôtelière à deux milliards de francs, il y a un grand risque que nous prenions du retard. Quand au Crédit hôtelier vaudois, mis sur

le pied dans le cadre de «Tourisme 2000», il n'a servi que trois ou quatre fois en dix ans...

On pourrait comparer ces chiffres avec une autre branche tout aussi nécessaire à notre pays: l'agriculture. Avec environ 2 à 3 fois moins d'emplois, l'aide à l'agriculture - encore une fois, aide que j'estime nécessaire et bienvenue - se chiffre à 14 milliards de francs sur quatre ans!

- Comment souhaiteriez-vous améliorer la conscience de la population à l'égard de l'importance économique du tourisme?

- Je vois trois moyens:

1) les médias:

Nous avons d'excellents médias: bonne presse écrite, critique, pas trop polémique; radios et télévisions proches du public avec de bonnes audiences. Pourquoi n'ont-elles pas une rubrique touristique comme elles ont une rubrique politique, économique, boursière? L'OTV fait régulièrement des conférences de presse, souvent bien suivies. Mais il conviendrait de développer encore plus cette forme de communication.

2) l'appartenance associative:

Les associations touristiques et hôtelières sont bien structurées, tant au niveau communal/régional, cantonal que fédéral. Mais elles ne sont que peu ou pas représentées dans les sociétés patronales. Le tourisme, c'est 100 % de PME, de tailles très différentes. Ce sont des quantités de petits patrons qui assurent la deuxième activité économique du Canton, 10 % du PIB, et qui constituent le 2<sup>e</sup> employeur du Canton après... l'Etat!

3) une opération nationale de sensibilisation:

On pourrait imaginer d'organiser chaque année, à l'intention du grand public, une journée de sensibilisation au tourisme et à l'accueil, à l'image de ce que font fort bien les paysans suisses avec le Brunch du 1<sup>er</sup> Août. Mais, fondamentalement bien sûr, dans un pays aussi éminemment touristique que la Suisse, cette sensibilisation devrait commencer sur les bancs de l'école déjà!

- La culture et le sport sont des facteurs de bien-être, mais aussi des moteurs du tourisme et de l'économie; comment pensez-vous intégrer cette réflexion dans votre engagement politique?

C'est simple. Culture et tourisme vont de pair. La culture a besoin du «relais touristique» pour se faire connaître et générer des adeptes, tout comme les professionnels du tourisme ont besoin du «relais culturel» pour leurs affaires. Pensons aux retombées directes et indirectes (n'oublions pas les indirectes - synonymes de renommée - parfois plus importantes que les directes) que procurent un Ballet Béjart, le Théâtre de Vidy, le Musée de l'Art Brut, le Musée Olympique, le Montreux Jazz Festival, Paléo, etc. pour ne citer que quelques exemples.

Il en va de même avec le sport. L'intégration de ces éléments dans mon engagement politique est évident. En aidant les professionnels de la culture et les responsables du sport par un encadrement politique adéquat - et aussi financier, sachant que les retombées économiques sont d'importance - en soutenant leurs actions - sans s'en mêler - on contribue au développement culturel, sportif et touristique, donc économique, de toute une région.

## hoteljob

Faites un souhait !

Hoteljob n'accomplit pas vos rêves les plus chers, mais s'occupe de placement en personnel qualifié en hôtellerie et restauration. Faites-nous part de vos désirs ainsi que du profil désiré de vos futurs collaborateurs, et nous nous ferons un plaisir de vous proposer des candidats adéquats. Si vous avez d'autres souhaits aussi simples à réaliser, n'hésitez pas...

Hoteljob.  
De Pros à Pros.

**Société suisse des hôteliers**  
 Bureau de placement  
 Rue des Terreaux 10 Téléphone 021 320 28 76  
 CP, CH-1000 Lausanne 9 Téléfax 021 320 02 64



## CHRISTOPHE MING

Christophe Ming (candidat du Parti libéral), né le 10 septembre 1975, est un jeune entrepreneur qui a placé sa campagne sous le slogan «Hardiesse et lucidité», comme en témoignent à la fois sa jeune carrière et sa prise de responsabilité au sein de l'entreprise familiale, l'Hôtel Pavillon, à Vevey... Après un apprentissage de commerce au Beau-Rivage Palace, à Lausanne, il s'est initié à la gestion et a parfait sa formation dans un hôtel 5 étoiles aux Etats-Unis durant dix-huit mois qu'il complète en Suisse par un cours de technicien en marketing. Dès l'ouverture totale de l'hôtel veveysan, il en devient le sous-directeur chargé de la réception et du marketing. Christophe Ming siège également au Conseil communal de Vevey. [www.liberal-vd.ch/ming](http://www.liberal-vd.ch/ming)

### «Hardiesse et lucidité»

- Pourquoi avez-vous accepté d'être en lice pour les prochaines élections au Conseil national?

- Il me paraît important d'avoir des jeunes qui siègent à Berne afin de défendre et représenter leurs idées et soucis quant au futur. Profondément convaincu de la nécessité du libéralisme, j'aimerais démontrer que la jeunesse, l'engagement professionnel et la responsabilité politique vont de pair.

Le Parti libéral vaudois m'a contacté, sachant que je suis conseiller communal à Vevey et membre de la commission des finances et de la sécurité. De plus, j'avais déjà effectué une campagne pour les dernières élections au Grand Conseil vaudois.

- Quelle(s) aide(s) souhaitez-vous que l'Etat prenne en compte ou améliore dans l'hôtellerie et la restauration?

- Je souhaite qu'il offre des conditions-cadres pour développer le tourisme qui est une grande source économique en Suisse. Vu les obstacles divers et variés que l'administration dresse devant les entrepreneurs, que ce soit dans les règlements de construction ou dans les procédures toujours moins simples pour l'engagement de personnel, je me battrai à Berne pour que la Suisse redevienne un pays de liberté et d'esprit d'entreprise, capable de générer les richesses nécessaires au bien-être de tous.

Pour que la Suisse conserve son attractivité, il faut la rigueur gestionnaire et la vision prospective qui préserveront notre tissu économique et touristique. Comme hôtelier, je vis au quotidien les difficultés du tourisme et de l'accueil; la solution passera par une vision d'excellence et une amélioration du service.

- Quelles sont les initiatives que vous aimeriez développer en faveur de la jeunesse?

- J'aimerais que l'on facilite la création d'entreprises, donc d'emplois, et que l'on améliore l'attractivité fiscale pour les entreprises et les familles. La politique familiale est à encourager. Par ailleurs, je suis inquiet face aux dérives constatées chez certains jeunes; je milite en faveur d'un retour à la responsabilité autant des parents que de l'école, il est indispensable de restaurer leur autorité.



## RENE VAUDROZ

René Vaudroz (conseiller national sortant et candidat du Parti radical) est né le 21 juillet 1947 à Leysin, où ce sportif-politicien est une des figures marquantes de toute la région. Après sa formation professionnelle dans l'administration fédérale, il a entraîné avec succès, dès 1972 et durant dix ans, les équipes nationales suisses de ski qui remportent avec lui plus de cent victoires en Coupe du monde, Championnats du monde et Jeux olympiques. De 1982 à 2001, il a dirigé la société des remontées mécaniques de Leysin, devenue Télé-Leysin SA, pour en devenir, en 2001, le président et l'administrateur délégué.

Membre de plusieurs organismes touristiques, René Vaudroz a siégé au Conseil communal puis au Conseil municipal de Leysin; pendant une décennie, il a été député au Grand Conseil. Elu au Conseil national en 1999, il s'y fit remarquer par de nombreuses interventions; il est notamment membre de la Commission de gestion et de la Commission des transports et télécommunications. A fin 2000, il a été brillamment élu à la vice-présidence de SWISS Olympic, Association olympique suisse. [www.rene-vaudroz.ch](http://www.rene-vaudroz.ch)

### «L'être humain au centre de mes préoccupations»

- En tant que conseiller national sortant, comment ressentez-vous le degré de «conscience touristique» de vos collègues parlementaires?

- Cette conscience est encore assez superficielle, les parlementaires ne sont pas encore conscients de l'importance du tourisme en Suisse.

- Estimez-vous que la Confédération devrait accroître son aide financière au tourisme (régions de montagne, crédit hôtelier, etc.), alors qu'elle consacre des milliards à l'agriculture, autre secteur d'intérêt général?

- Le secteur du tourisme n'est pas assez soutenu si on le compare à tous les autres secteurs économiques: les banques, par le secret bancaire et le droit de timbre, les machines-outils, par la suppression de l'ICHA et la garantie du risque à l'exportation, le secteur chimie et produits pharmaceutiques, par le protectionnisme à l'importation, et l'agriculture, par un important soutien financier.

- L'Office fédéral de la statistique a annoncé la prochaine suppression de la statistique hôtelière; quelles sont les mesures prises pour tenter de l'en dissuader?

- J'ai déposé une interpellation auprès du Conseil national, demandant au Conseil fédéral de remettre de l'ordre à l'Office fédéral de la statistique, d'exiger des économies linéaires, de ne pas pénaliser tout le secteur hôtelier et de mieux tenir compte du secteur touristique qui est l'employeur le plus important du pays.

### Apéritifs de soutien

Dans le but de soutenir les candidats d'Hôtellerie Vaudoise, le Conseil de direction et le Comité organiseront des apéritifs 5 à 7 (de 17 h 00 à 19 h 00) et y convient des personnalités des milieux politique, économique et touristique, afin d'établir un contact et permettre aux candidats de se faire mieux connaître et de présenter les thèmes de leur campagne. Tous les lecteurs d'Infotellerie Vaudoise sont très cordialement conviés à y participer et nous les en remercions d'avance.

#### Dates et lieux :

Mardi 16 septembre	Région Montreux-Vevey-Riviera-Lavaux	Eurotel Riviera, Grand-Rue 81, Montreux
Mercredi 17 septembre	Région Alpes Vaudoises	Hôtel des Sources, Les Diablerets
Judi 18 septembre	Région Nord-Vaudois et Broye	Salle Léon-Michaud, Château, Yverdon-les-Bains
Judi 25 septembre	Région de la Côte	Hôtel La Barcarolle, Prangins
Mercredi 1 <sup>er</sup> octobre	Région Lausanne et environs	Hôtel Royal-Savoy, Lausanne

## La colonne de la créativité

*Créer nécessite un terreau favorable: on commence par sensibiliser la population d'accueil à ses propres atouts, puis place à l'imagination pour séduire les hôtes! Quelques exemples:*

- Rappeler aux habitants d'un lieu touristique ce qui en fait le charme et la force n'est de loin pas inutile tant on ne voit plus les richesses qui nous entourent... et l'intérêt qu'elles suscitent auprès des autres! C'est ce qui a incité Crans-Montana Tourisme et les six communes du Haut-Plateau valaisan à inviter *toute la population* sur le glacier de la Plaine-Morte, où 2000 personnes se sont adonnées aux joies de la glisse, de la raclette et de la rencontre...

- L'idéal, évidemment, consiste à concrétiser sa créativité... en créant son propre établissement! C'est ce qu'a fait Louis Godio en réalisant, à la nouvelle Place de l'Europe, dans le quartier du Flon à Lausanne, un magnifique restaurant sous l'enseigne «*Villa Louis*», qui préfigure peut-être les futurs temples de l'hospitalité en milieu urbain, avec restaurant gastronomique, bistrot avec tables d'hôte, bar, lounge, terrasse, fumoir et vinothèque...

- Sur le flanc de la montagne mythique, la *Rigi Hostellerie*, à l'architecture révolutionnaire, est à elle seule un festival permanent d'animations pour les familles et les «séminaristes». Sa directrice romande organise non seulement des manifestations jouant sur les saisons et les fêtes, mais des séjours thématiques d'opéra lyrique, de cuisine, de peinture figurative, de spécialités piémontaises...

- *Chiens bienvenus!* Suisse Tourisme a attiré l'attention des médias allemands sur celle que de nombreux hôtels accordent aux hôtes canins, en principe accompagnés de leur maître... Ainsi, l'Hôtel des Pléiades, au-dessus de Blonay, dispose d'un «*Doggy Bar*» avec deux tables, une marmite d'eau et dix écuelles avec des glaçons. L'Hôtel Edelweiss, à Blatten (VS), offre aux chiens un cadeau de bienvenue, leur consacre de grands espaces et assure leur pension! Sans aucun doute, un marché de niche...

- On sautera du coq à l'âne pour souligner l'initiative de la *Crazy Hotel Company* qui, contrairement à ce qu'on pourrait penser, n'est pas un hôtel, mais une troupe de spectacles, composée de saltimbanques suisses et étrangers, parodiant la vie d'un établissement 5 étoiles. Il s'agit d'un dîner-spectacle sous chapiteau d'une durée de quatre heures, imaginé et dirigé par André Lachat, assuré par des comédiens et autres artistes de la chanson, de la danse, du cirque et du service...

- Le Beau-Rivage Palace se forge une réputation dans la mise sur pied de *diners-spectacles* qui, eux, se déroulent bel et bien dans un hôtel, notamment grâce aux Singing Waters, une désopilante troupe de jeunes comédiens-serveurs. Récemment, la danse était à l'honneur au cours d'un dîner entrecoupé de ballets, à l'initiative d'Olivier Mayor, (Art Management & Communication), ancien assistant de Maurice Béjart...

- Retour aux sources et au terroir, où l'authenticité devient une attraction de plus en plus prisée avec, de juin à octobre de cette année, une initiative de *Fruit-Union Suisse* qui offre aux hôtes des onze hôtels *Ibis* de Suisse des fruits de saison. La nouvelle stratégie de marketing de l'organisation fruitière englobe ce type d'opération, fruits, matériel de promotion et concours à l'appui...

- Une ambassade des produits du terroir, c'est la nouvelle facette du *Restoroute de Bavois*, sur l'A1, doté désormais d'un tableau panoramique indiquant non seulement les montagnes et les sites de la plaine de l'Orbe et du Jura, mais les endroits où sont localisés certains produits du terroir: vins, vacherins et autres tommes vaudoises. De plus, jusqu'en octobre, l'espace touristique est animé par des artisans.

- Puisqu'on est sur l'autoroute, restons-y pour proposer en conclusion que, pour atténuer l'effet néfaste que produit la vente forcée du billet d'entrée en Suisse, *la vignette autoroutière* - moins appréciée qu'on le pense par les étrangers! - les hôteliers, en guise de vœux de Nouvel An par exemple, l'envoient gracieusement à leurs hôtes les plus fidèles. Les petits cadeaux entretiennent l'amitié... et la créativité!

## En septembre, les rendez-vous du Bicentenaire et du Comptoir Suisse

*Du 19 au 28 septembre, le premier comptoir romand abritera diverses opérations du Bicentenaire.*

Le samedi 20 a été décrétée «*Journée du Bicentenaire*», une façon de commémorer, deux cents ans après, la première réunion du Grand Conseil vaudois le 14 avril 1803. Des représentants des six cantons entrés, cette année-là, dans la Confédération, participeront à la fête en n'oubliant pas la fière chandelle qu'ils doivent à un certain Napoléon Bonaparte, Premier Consul de la République française, instigateur de l'Acte de médiation dont leurs aïeux avaient été les signataires...

Le Comptoir Suisse consacrera animations et espaces à cet événement parmi ses traditionnels secteurs d'exposition, dont «*Vaud2003.ch*» qui abritera une exposition intitulée «*Y'en a point comme nous*», où l'humour ne sera pas absent. En outre, la monnaie du Bicentenaire, le «*Gilles*», en hommage au grand poète et chanteur disparu et dont 55'000 pièces ont déjà été écoulées dans le public, sera encore valable au Comptoir. Quant à l'invité d'honneur, il sera très national, puisqu'il s'agit du Département fédéral de la défense, de la protection de la population et des sports.

## Mariage sur la Riviera

*Fusion annoncée entre Lavaux et Montreux-Vevey*

A l'image des hôteliers, l'Association touristique de Lavaux, que préside Jean-Michel Conne, va fusionner avec Montreux-Vevey Tourisme; le mariage est annoncé pour le début 2004. Elle disposera de trois sièges dans le futur comité pour représenter l'ensemble du district de Lavaux qui compte 12 communes. Les antennes d'information existantes seront évidemment maintenues sous l'égide de Montreux Vevey Tourisme; aussi les missions d'accueil et d'information sur le terrain, au contraire des activités de publicité et de promotion à développer au niveau régional, s'en trouveront-elles revalorisées!

### En bref

#### Arrivée de Swiss Anti-Age Group

Depuis le 18 août, l'Hôtel Mirador Kempinski dispose d'une antenne Swiss Anti-Age Group, groupe suisse spécialisé dans les technologies les plus avancées de la revitalisation et de la médecine esthétique. Cet accord s'inscrit dans la tradition du 5 étoiles du Mont-Pèlerin, qui a ouvert en avril dernier le premier Spa Givenchy de Suisse, de se développer sur le marché du bien-être et de la beauté.

#### Dixième édition de Gastronomica en 2004

Le salon de l'hôtellerie et de la restauration Gastronomica 2004 en sera à sa dixième édition. La documentation et le formulaire d'inscription ont été adressés ces dernières semaines aux exposants potentiels. Du 30 octobre au 3 novembre 2004, Gastronomica occupera les espaces du centre de Beaulieu-Lausanne sous une nouvelle enseigne, «*Gastronomia International*», plus à même de montrer sa politique d'ouverture. Le thème du salon sera l'eau sous ses différentes formes d'utilisation dans l'hôtellerie et la restauration et l'invité d'honneur sera l'Académie nationale de cuisine de France.

[www.salongastronomia.ch](http://www.salongastronomia.ch)



# Nouvel hôtel-école en Suisse



Dès cet automne, le Classic Hôtel, à Leysin, sera l'hôtel-école de la Suisse romande.

La vente de l'Hôtel des Alpes Vaudoises, à Glion sur Montreux, la capacité d'accueil maximale atteinte à l'Hôtel de la Prairie, à Crans-Montana, et l'incertitude quant au nombre d'apprenti(e)s à venir ont contraint hotelleriesuisse/SSH à modifier l'organisation de ses hôtels-écoles en Suisse romande. Pour remplacer les deux établissements précités, dirigés resp. par Jacques Bettex et Bernard Pichard, sous la houlette d'Ignace Rey, directeur pour la Suisse romande, qui ont accueilli près de 1000 apprenti(e)s au cours de ces dix dernières années, hotelleriesuisse a choisi le Classic Hôtel (4 étoiles, 115 chambres), à Leysin, pour devenir l'unique hôtel-école de Suisse romande. On y dispensera, comme jusqu'ici dans les deux hôtels en fonction, les cours professionnels théoriques et pratiques regroupés des ap-prenti(e)s au cours de sessions de cinq semaines chacune.

L'établissement leysenoud, placé sous la direction de Jean-Marc et Myriam Udriot, sera ouvert aux apprenti(e)s assistant(e)s en restauration et hôtellerie, assistant(e)s d'hôtel et sommeliers/ères. Les dates des prochains cours ont été modifiées et sont fixées comme suit : du 2 novembre au 5 décembre 2003 (automne 2003), du 18 avril au 21 mai 2004 (printemps 2004) et du 31 octobre au 3 décembre 2004 (automne 2004).

# Nouvelle volée de secrétaires-réceptionnistes

Cérémonie de promotions du cycle 21 de l'Ecole de secrétariat hôtelier de la SSH/hôtellerie suisse, à Lausanne,

Arrivées au terme de deux années d'études théoriques et pratiques (stages dans des hôtels de Suisse romande), 29 élèves (autant de jeunes dames!) ont reçu leur diplôme de secrétaire-réceptionniste au cours d'une cérémonie qui s'est déroulée le 15 août au Lausanne Palace. La moyenne de la classe s'est élevée à 4,8 sur 6, le premier rang est revenu à M<sup>me</sup> Sylvie Marmy, avec une moyenne générale de 5,7. Les élèves ont reçu leur diplôme des mains de Christian Rey, président d'hotelleriesuisse, et de Jean-Michel Illi, vice-directeur d'hôtellerie suisse, directeur de l'Ecole et du Bureau romand d'hotelleriesuisse (rue des Terreaux 10, Lausanne).

Les nouvelles diplômées : Jessica Albertini, Hôtel de la Paix, Genève; Véronique Brouze, Hôtel Le Montbrillant, Genève; Alexandra Calabretti, Grand-Hôtel des Bains, Yverdon; Claudine Castella, Hôtel Drake, Genève; Nathalie Deillon, Hôtel Alpes et Lac, Neuchâtel; Mercedes Douvé, Hôtel Montreux Palace, Montreux; Cristelle Durgniat, Hôtel City, Lausanne; Amélie Dussex, Hôtel Bristol, Loèche-les-Bains; Fanny Ethnoz, Hôtel Novotel Lausanne, Bussigny; Anna Frigeri, Hôtel Bon-Port, Montreux; Carina Grandjean, Hôtel Carlton, Genève; Sophie Guex-Crosier, Hôtel Thermalp-les-Bains, Ovronnaz; Noémi Halden-wang, Hôtel Alpes et Lac, Neuchâtel; Anne-Christine Hepp, Hôtel Aulac, Lausanne; Sheyda Jashari, Hôtel Tulip Inn, Lausanne; Chantal Joliat, Ramada Hotel Biel-Plaza, Bienne; Henriette Kappeler, Hôtel La Longeraie, Morges; Kristel Lauria, Hôtel Beaulac, Neuchâtel; Chloé Majeur, Hôtel Ambassador et Midi, Genève; Sylvie Marmy, Motel de la Gruyère, Avry-devant-Pont; Muriel Menth, Hôtel Lausanne-Palace & Spa, Lausanne; Emilie Mouttet, Hôtel Tulip Inn, Lausanne; Coralie Pariat, Hôtel Eden au Lac, Montreux; Séverine Pauchard, Hôtel de la Rose, Fribourg; Christel Sack, Hôtel Alpha-Palmiers, Lausanne; Fabienne Staub, Hôtel Le Relais de Céligny, Céligny; Henriette Vonnez, Hôtel Bellerive, Lausanne; Romina Wenk, Hôtel Villa Toscane, Montreux; Delphine Wittmann, Hôtel Le Mirabeau, Lausanne.



Lors de la cérémonie des promotions, de g. à dr.: Paul Jung, chef de l'enseignement, Christian Rey, président d'hotelleriesuisse, Jean-Michel Illi, directeur de l'Ecole, Sylvie Marmy, meilleure étudiante 2001-2003, Philippe Thuner, président d'Hôtellerie Vaudoise, et Jacques Pernet, membre du Comité exécutif d'hotelleriesuisse. Photo: Serge Bioley

# La balance touristique en forte baisse en 2002

L'an dernier, les visiteurs étrangers ont moins dépensé, heureusement les touristes suisses à l'étranger aussi.

Le solde de la balance touristique suisse reste néanmoins positif pour l'année écoulée, avec un montant de 1,9 milliard de francs, soit 194 millions de francs ou 9,2% de moins qu'en 2001. C'est la différence entre les dépenses des touristes étrangers en Suisse, 12,2 milliards de francs (-3,5%), et celles des touristes suisses à l'étranger, 10,3 milliards de francs (-2,4%). Selon l'Office fédéral de la statistique, cette situation est avant tout due à la crise économique qui frappe de plein fouet le secteur du tourisme. L'hébergement vient en tête des dépenses des étrangers, avec 5,5 milliards de francs (-7,9%) dans les hôtels et 1 milliard (-7,2%) dans la parahôtellerie sous toutes ses formes. Viennent ensuite les dépenses accessoires, la restauration, les excursions d'un jour et le «tourisme de transit»; seuls les deux derniers secteurs ont progressé, de l'ordre de 6,7%, en raison surtout de nouvelles normes douanières.

## Des femmes... des hommes...

- Principal artisan du renouveau du Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), organisme national voué à la promotion du tourisme d'affaires et de motivation, Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme, a cédé sa place de président, qu'il occupait depuis 1999, à Mario Lütolf, directeur de Lucerne Tourisme. Le comité a été renouvelé avec l'arrivée de nouveaux membres, dont François Michel, sous-directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV).

- Le Musée olympique de Lausanne a un nouveau directeur en la personne de Francis Gabet, âge de 49 ans, jusqu'ici directeur du marketing et de la communication du quotidien sportif français «L'Equipe». Il succède à Françoise Zweifel à ce poste depuis 1998 et ancienne secrétaire générale du CIO.

- Pionnier du tourisme rural en Suisse romande, dont il dirige la fédération depuis sa fondation, et très actif dans le domaine de la promotion des produits du terroir, responsable puis directeur de l'Office du tourisme de Payerne depuis trois décennies, Jean-Paul Schulé a fait valoir ses droits à la retraite et quitté son poste à fin août. Son successeur n'a pas encore été désigné.

- Des Alpes vaudoises au Jura vaudois, c'est le chemin parcouru par Sandra Joye, directrice de l'Office du tourisme de Gryon, qui a rejoint les sphères dirigeantes de l'Office du tourisme de la Vallée de Joux, au Sentier. Elle sera remplacée, dès le 1<sup>er</sup> octobre, par Christian Parisod, de formation hôtelière et domiciliée dans la localité gryonnaise.

- Brusque changement à la direction générale du Grand Hôtel Suisse & Majestic (4 étoiles, 231 lits), à Montreux, où Philippe et Martine von Escher ont cédé le flambeau à Andrés Oppenheim au sein de la société de management MMC, à Montreux.

- Le 3 juillet dernier, 112 jeunes du canton de Vaud, apprenti(e)s cuisinières/ères, employé(e)s de restaurant et qualifié(e)s Gastrofutur, ont reçu leur certificat fédéral de capacité au terme de leur apprentissage ou obtenu, pour les derniers nommés, l'attestation de qualification. David Yerly, apprenti de cuisine au Restaurant Le Corail, à Paudex, a obtenu le meilleur résultat de tout le canton avec une moyenne de 5,43. En outre, sur la cinquantaine d'apprenti(e)s des hôtels-écoles de Suisse romande (assistantes en restauration, assistantes d'hôtel et sommeliers/ères), Amandine Crot, apprentie assistante d'hôtel au Beau-Rivage Palace, à Lausanne, a obtenu la meilleure moyenne des candidates vaudoises avec une note de 5,6.

## Notre interview de Peter Lorange, président de l'IMD

«Le risque est inhérent au succès»



Président norvégien de la prestigieuse Business School lausannoise depuis plus de dix ans, Peter Lorange connaît bien notre pays et le canton de Vaud en particulier. Même s'il estime que certaines améliorations peuvent être facilement apportées, il se déclare très satisfait des hôtels lausannois, qu'il considère davantage comme des partenaires de l'IMD que comme des prestataires de services uniquement.

Parmi les hôtels les plus fréquentés par les participants aux cours de l'IMD, le Mövenpick-Radisson figure en tête (environ 30-35% des participants y sont logés). Suivent le Royal-Savoy, le Beau-Rivage, le Lausanne Palace & Spa et l'Alpha Palmiers.

- Quelles sont les améliorations que vous appréciez tout particulièrement dans les établissements susmentionnés?

Peter Lorange: Les transformations effectuées au Beau-Rivage ont eu un écho très favorable auprès de nos participants. De même, les nouveaux équipements techniques du Mövenpick-Radisson (p.ex. l'Internet sans fil) montrent que ceux-ci répondent à une véritable exigence de notre époque. A cet égard, je tiens à souligner que le management actuel du Mövenpick est très réceptif et efficace.

- Des critiques ou remarques?

- Ce que recherchent avant tout nos étudiants, compte tenu des programmes d'études chargés et des travaux qu'ils doivent rendre régulièrement, c'est avant tout un service rapide et efficace sur le plan hôtelier. Je ne dis pas que ce n'est pas le cas aujourd'hui déjà, mais je pense que l'on peut toujours faire mieux. On dit en anglais «make good things even better»... Pour cela, il faut aussi accepter l'idée que la prise de risques est une condition essentielle du succès et de la croissance. A l'IMD, cela fait partie de notre philosophie. Résultat: tous les classements internationaux nous placent régulièrement parmi les meilleures Business Schools d'Europe et du monde!

- Avez-vous des projets à plus long terme en matière d'accueil et d'hébergement?

- Nous avons toujours l'intention de construire un centre résidentiel pour nos participants effectuant des programmes dits longs, soit de 3 à 10 semaines. L'idée sous-jacente est que les candidats puissent être totalement «immergés» grâce à un environnement de travail stimulant. Je précise que ce projet n'a rien à voir avec la qualité des hôtels sur place ou leurs prestations. Il est motivé par des arguments purement didactiques et pédagogiques répondant au souhait des étudiants. Cela étant, nous attendons toujours le feu vert des autorités cantonales.

- Quel est le vœu que vous adressez aux hôteliers et responsables touristiques lausannois pour un avenir proche?

- Nous avons engagé une collaboratrice chargée exclusivement de coordonner nos contacts avec les hôtels. Pourquoi ces derniers ne feraient-ils pas de leur côté? Cela renforcerait notre partenariat et notre volonté d'efficacité auprès de notre clientèle commune... Bien sûr, le climat de confiance se trouverait encore consolidé.

- Une dernière question: La région peut-elle encore mieux valoriser ses atouts?

- Indiscutablement! Nos étudiants, par exemple, apprécient le fait que l'IMD soit situé dans un petit pays neutre, sans passé colonial ni implication dans des guerres. Ils sont, bien sûr, admiratifs de la nature, des paysages, de la qualité de vie... mais peut-être devrait-on favoriser davantage encore les synergies entre les nombreux événements, festivals ou expositions en tous genres qui s'y déroulent à faible distance les uns des autres. Pourquoi, par exemple, ne pas promouvoir la beauté et la propreté des plages lémaniques comme d'autres «vendent» le charme des stations balnéaires de la Côte d'Azur ou de la Riviera italienne? Autre exemple: pourquoi ne pas essayer non plus de mettre sur pied des manifestations et spectacles familiaux destinés plus particulièrement aux femmes et hommes d'affaires de passage, ou en vacances avec leurs proches? Ces rencontres pourraient porter sur l'art, la musique, la poésie, l'histoire, la philosophie, etc. De toute manière, je pense que les hôtels devraient participer activement à tous ces efforts promotionnels.

### Quelques faits et chiffres:

L'IMD est né en 1990 de la fusion de l'IMEDE (créé par Nestlé, à Lausanne) et de l'IMI (fondé par Alcan, à Genève). Il entretient un étroit partenariat avec de très nombreuses sociétés multinationales de par le monde et compte 45'000 anciens étudiants provenant de 140 pays. Plus de 20 cours (19 nationalités) et plusieurs programmes «sur mesure» sont assurés par 55 professeurs. Près de 200 collaborateurs (34 pays) leur apportent un soutien académique et administratif.

## Jean-Philippe Fleury nous dit...

Nos sponsors sont aussi des fournisseurs et des partenaires



Jean-Philippe Fleury en compagnie de son chef de cuisine.

Directeur de l'Hôtel Aulac à Ouchy, Jean-Philippe Fleury est également membre du comité de la SHLE et responsable de la recherche de sponsors. Des sponsors qui sont aussi des fournisseurs et des partenaires issus, pratiquement, de tous les secteurs d'activité. «Je tiens à les remercier, souligne M. Fleury, car, sans leur contribution financière, notre nouveau Guide 2003 n'aurait pas pu voir le jour». On peut rappeler que celui-ci, tiré à 30'000 exemplaires et rédigé en 3 langues, a coûté environ 25'000 francs. «Il joue un rôle très important en matière de promotion, puisqu'il sert de support de vente à Lausanne-Tourisme dans ses démarches à l'étranger». Ce succès est-il dû à la force de persuasion et aux relations de J.-Ph. Fleury ou à l'enthousiasme des annonceurs pour le nouveau guide? Probablement aux deux!

Toujours est-il que l'édition 2004 s'annonce sous les meilleurs auspices: «Environ 80% ont d'ores et déjà renouvelé leur participation et, à l'heure actuelle, il ne manque plus qu'un petit 10% pour faire le plein. Nos fournisseurs savent que leur présence signifie une porte ouverte dans tous les hôtels de la région.» Ainsi, aux côtés des autres sponsors, la BCV prendra la relève d'UBS pour la dernière page. Le prix de celle-ci, en quadrichromie? 5000 francs. Un tarif largement justifié, compte tenu de l'impact de la publication...

1804 Corsiers s/Vevey

P.P.

La page «Lausanne» est rédigée par la Société des Hôteliers de Lausanne et environs (SHLE)

## Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique:

19-28 septembre 2003  
Comptoir Suisse, Lausanne

12-19 octobre 2003  
TELECOM 2003, Genève

29/30 octobre 2003  
Travel Trade Workshop TTW 2003, Montreux

12 novembre 2003  
Cours Label de qualité II, Lausanne

21-25 novembre 2003  
Salon IGEGO 2003, Bâle

25 novembre 2003  
Forum d'Hôtellerie Vaudoise, Chexbres

27 novembre 2003  
Assemblée d'hiver des délégués d'hôtellerie suisse, Olten SO

27 mai 2004  
Assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise, Villars

7-9 juin 2004  
Assemblée d'été d'hôtellerie suisse, Neuchâtel

## Infôtellerie – Messagerie – Impressum

Tous les lecteurs d'«Infôtellerie», en particulier les hôteliers, peuvent nous soumettre leurs informations, remarques et suggestions afin de parfaire le message à passer dans l'opinion publique au gré de l'actualité. A cet effet, le secrétariat d'Hôtellerie Vaudoise, à Lausanne, sert de boîte aux lettres.

Ce Bulletin d'information est édité par Hôtellerie Vaudoise, avenue d'Ouchy 60, case postale, 1000 Lausanne 6. Tél. 021 617 72 56 - Fax 021 617 72 27 - E-mail: [acvh@bluewin.ch](mailto:acvh@bluewin.ch) - Internet: [hotellerievaudoise.ch](http://hotellerievaudoise.ch)  
Rédaction: José Seydoux - Mise en page et impression: ML imprimeurs sa, Vevey.