



Hôtellerie Vaudoise

INFO **TELLERIE**
VAUDOISE

Association cantonale
vaudoise des hôteliers



N° 39 - Septembre 2004

Editorial

L'enfer est pavé de demi-mesures



Depuis le refus des Jeux olympiques par les Lausannois en 1988, le canton de Vaud a soutenu des investissements massifs de rénovation de ses remontées mécaniques, destinés à remplacer ceux que les JO auraient engendrés et ainsi à maintenir la compétitivité des stations de ski vaudoises. Dans le même temps, l'enneigement artificiel, les fameux canons à neige nécessaires pour rejoindre le village skis aux pieds, a été engoncé dans un corset tellement étroit et compliqué, pour des raisons écologiques, qu'à ce jour aucun projet n'a encore été réalisé... Le retard pris sur les stations du Valais ou des Grisons est important, sans parler de stations de nos pays voisins dont certaines ont des domaines skiables entièrement équipés de neige de culture. A la Berneuse, au-dessus de

Leysin, un restaurant tournant était censé revitaliser le site et offrir une exploitation quasi annuelle. Mais voilà que le prolongement du train à crémaillère a été refusé et que l'actuel accès par télécabine est stoppé au moindre coup de vent!

Au glacier des Diablerets, on a investi massivement pour un téléphérique performant et pour une station sommitale, imaginée par un bâtisseur de cathédrales, dont la praticité est douteuse et les restaurants incapables de répondre aux besoins des trop nombreux skieurs. Par contre, il n'y avait plus d'argent pour terminer les aménagements destinés à la clientèle d'été ou d'entre-saison qui aimerait simplement se balader et admirer la vue à 3000 mètres d'altitude. Enfin, la principale piste de ski n'est souvent pas utilisable avant fin janvier, faute d'un certain aménagement du tracé ou d'un enneigement artificiel, et le retour en station par bus n'est pas une solution très agréable.

Dans une station du Jura, on est prêt à investir 11 millions de francs pour un nouveau télésiège débrayable. Oui, mais pour quels touristes, puisque les

possibilités de loger sur place, en hôtels ou appartements de vacances, sont quasiment inexistantes? En outre, l'accès à la station de départ nécessite un détour de plusieurs kilomètres passant par la douane française. Est-il raisonnable d'investir autant pour la clientèle locale des communes avoisinantes ou régionale qui monte de Genève pour skier un après-midi. De plus, les contraintes écologiques empêcheront l'installation de fonctionner en été, obérant ainsi les possibilités de la rentabiliser. En fait, si l'on croit au projet et que l'on désire développer le tourisme de masse nécessaire aux remontées mécaniques, il faudrait, en parallèle, investir massivement dans la création d'hôtels et de logements de vacances ainsi que dans un accès performant au départ de l'installation.

Ces quatre exemples ne sont pas là pour jeter la pierre à qui que ce soit, mais pour démontrer que l'enfer est pavé de demi-mesures et que la concentration des moyens sur des projets ambitieux est préférable au saupoudrage. Face à la mondialisation, également très présente dans le tourisme, et aux progrès réalisés par de nouvelles destinations concurrentes de la Suisse, il est nécessaire de réaliser des projets complets, englobant l'ensemble des prestations à offrir aux touristes. Il ne s'agit pas de tomber dans la dangereuse économie planifiée, mais que tous les prestataires du tourisme suisse ou vaudois, historiquement très morcelés et individualistes, unissent leurs forces et osent pour offrir, par destination ou région touristique, des programmes de vacances cohérents et complets depuis le départ du domicile jusqu'au moindre détail de l'activité selon le thème choisi.

Conditions-cadres, coordination, créativité et collaboration sont les mots-clés d'un futur pavé de succès. Aux collectivités publiques - Confédération, canton, communes - d'améliorer les conditions-cadres par une diminution de la bureaucratie tatillonne, des allègements de charges et l'amélioration des équipements publics. Aux instances touristiques régionales ou locales, la coordination et la création de nouveaux produits. Aux multiples prestataires, dont les hôtels sont parmi

Le comité d'Hôtellerie Vaudoise

Suite à l'assemblée générale 2004 d'Hôtellerie Vaudoise, l'association dispose d'un nouveau Comité cantonal (CC) formé des personnes suivantes:

Président:
Philippe Thuner (Morges)

Vice-président(e)s:
Marianne Bron (Château-d'Oex),
Karlheinz Lukey (Montreux-Vevey),
Jacques Pernet (Lausanne) et
Hans Wyssbrod (Sainte-Croix/Les
Rasses). Ces cinq personnes for-
ment le CODIR (Comité de direc-
tion). Les autres membres du CC
sont: *Pierre Chevrier* (Villars),
Olivier Cuche (Leysin), *Yves de*
Gunten (Chexbres), *Eric Favre*
(Mont-Pélerin), *Patrick Grobéty*
(Les Diablerets, et Association
hôtelière des Alpes vaudoises),
Daniel Lehmann (Vallée de Joux),
Enzo Stretti (Lausanne), et *Nicola*
Tracchia (La Côte).

les plus importants, la collaboration ou les collaborations, sous toutes les formes possibles pour offrir des chaînes de prestations complètes. Un service tout compris, en quelque sorte, apte à satisfaire l'hôte et à le fidéliser.

Philippe Thuner
président d'Hôtellerie Vaudoise



La sortie extra-muros des membres du Comité cantonal d'Hôtellerie Vaudoise et des présidents de section s'est déroulée entre Montreux, Gstaad et Interlaken (vi-site du Mystery Park). Les participants ont visité l'Hôtel Bellevue, à Gstaad, où ils ont été reçus par Georges Ambühl, directeur, et Michel Wichmann, F&B Manager, entourant ici le président Philippe Thuner.

Sommaire

Editorial	p. 1
A l'intention de nos hôtes	p. 2
Publicité et promotion	p. 2/3
Formation professionnelle	p. 3
Evénements et perspectives	p. 4
Des femmes... des hommes...	p. 5
Combien dans la balance?	p. 5
L'hôtellerie dans l'actualité	p. 5
Réflexions	p. 6
Lausanne	p. 7
Politique régionale	p. 8

La Vallée de Joux en quête d'identité

Régionalisation hôtelière et mise en place d'un support touristique régional sont les préoccupations d'un pionnier, Daniel Lehmann, président de la Société des hôteliers de la Vallée de Joux.



Daniel Lehmann joue d'un violon d'Ingres hors du commun: le voilier sur glace. Cet engin l'a amené du lac de Joux aux grandes surfaces glacées du monde, dont le lac Baikal, une première traversée de 700 km en sept jours, et le lac Hubsgul en Mongolie (1600 m d'alt.), en attendant les autres du côté de la Chine, du Japon et de la Mongolie...

Le patron de «La Truite» (Le Pont), un établissement familial de tradition (3 étoiles, 40 lits, 200 places de restaurant), est un hôtelier atypique. Ce diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL 60) s'est notamment beaucoup investi dans le développement touristique de la Vallée de Joux en contribuant à la création de

plusieurs équipements touristiques (port, cie de navigation, cie du train à vapeur, centre nordique, tennis-club) et participe aujourd'hui à la mise en place d'une structure touristique régionale, celle-ci incluant également la régionalisation des sections hôtelières d'hôtellerie suisse et d'Hôtellerie Vaudoise.

«Prenez du temps - Changez de planète!»

Longtemps marginalisé géographiquement et quelque peu en porte-à-faux avec les milieux politiques et industriels, peu conscients de son apport économique potentiel, le tourisme, qui n'en reste pas moins cher aux Combiens, fait aujourd'hui l'objet d'une plus grande prise de conscience de la part des autorités. «La Vallée de Joux a intérêt à se rattacher à l'identité géographique Watch-Valley/Jura vaudois, une entité concrète comme les Alpes, le Lavaux ou la Côte», affirment Daniel Lehmann et Thomas Waser, directeur de l'OT de la Vallée de Joux, «le but de cette approche étant d'offrir une véritable destination touristique et non pas juste un regroupement d'opportunités.» Une affiche titrant «Prenez du temps - Changez de planète!» et un prospectus commun

«Vallée de Joux - Vallorbe - Watch Valley» assurent désormais la promotion de la région sur ses deux marchés prioritaires, la Suisse allemande et la France, sur les thèmes de la nature, du sport, de la promenade, du temps et de la montre.

Divers facteurs ont amené progressivement les milieux hôteliers et touristiques à suivre cette piste: l'arrivée de l'autoroute A1 à Yverdon-les-Bains, le rapprochement entre les communes du Lieu, de l'Abbaye et du Chenit, le rattachement de la Vallée aux quatre sites touristiques de Vallorbe (musée, grottes, forts militaires, Juraparc, soit au total 150'000 visiteurs par an), la perspective du futur «district du Jura vaudois» (avec son chef-lieu Yverdon-les-Bains) et l'intensification de la collaboration franco-suisse. A ce sujet, les stations françaises des Rousses et de Métabief, à quelques minutes du lac de Joux, réalisent pas moins de 650'000 nuitées par an; de nouvelles synergies sont envisagées.

Collaboration hôtelière

Les nouvelles données politiques et touristiques incitent donc les hôteliers (une dizaine d'établissements) et leur président Daniel Lehmann, membre du comité cantonal d'Hôtellerie Vaudoise, à jouer la carte Vallée de Joux/Watch Valley, avec sa nouvelle identité spécifique «Jura vaudois», tout en se rapprochant, pour une future collaboration, avec la section d'Yverdon-les-Bains.

1804 Corsiers s/Vevey

P.P.

En direct sur le web

Nouvelle centrale de réservation TDS/TOMAS

Les principaux acteurs du marché touristique (OT, hôtels et autres prestataires) disposent désormais d'une même plate-forme proposant une vaste gamme de produits touristiques à la clientèle individuelle et professionnelle en Suisse: *Tourist DataShop* (TDS). La mise à jour permanente de la base de données relative aux produits touristiques est ainsi assurée. Une cinquantaine d'OT et 1200 hôtels figurent actuellement dans le concept. www.touristdatashop.com

Le nouveau système de réservation, appelé TOMAS (*Touristic Online Management System*) a remplacé le Deskline. De nombreuses informations sur les hôtels (disponibilités, prix, offres forfaitaires, etc.), les manifestations et les spectacles, complètent le système de réservation proprement dit. www.tomas.ch

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 - Internet: hotellerievaudoise.ch
Rédaction: José Seydoux - Mise en page et impression: ML imprimeurs sa, Vevey.

Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique:

16-26 septembre 2004
Semaine du goût dans toute la Suisse

26 octobre 2004
HOTELA Travel Summit, Montreux

30 octobre - 3 novembre 2004
Salon international Gastronomica 2004, Beaulieu - Lausanne

10 novembre 2004
Cours de Quality-Trainer (II), Label du tourisme suisse, Lausanne

23 novembre 2004
Forum des Hôteliers vaudois, Hôtel de la Prairie, Yverdon-les-Bains

1^{er} décembre 2004
Assemblée des délégués d'hôtellerie suisse, Berne

21-22 avril 2005
Journées suisses des vacances (Suisse Tourisme), Lausanne

24-26 avril 2005
Swiss Travel Mart (Suisse Tourisme), Lausanne

26 mai 2005
Assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise, Morges

«La Vaudoise» à la conquête de Brest

Belle réussite pour un coup de cœur...

A Brest 2004, «La Vaudoise» n'a pas eu à forcer la voilure pour conquérir le cœur des innombrables visiteurs venus admirer des milliers de voiliers d'un autre temps.



«La Vaudoise» dans le port de Douarnenez.

(Photo Bernard Roduit)

On aurait pu chanter, avec Charles Aznavour, «ils sont venus, ils sont tous là»... A Brest, entre le 10 et le 18 juillet dernier, on a compté en effet plus de 3000 bateaux, quelque 20'000 hommes d'équipage et une multitude de journalistes, spectateurs, curieux et badauds en tout genre (cf. Infotellerie Vaudoise n° 38). Ce fut à n'en pas douter une belle fête qui résonne encore dans toutes les têtes. Dès le départ, Lausanne Tourisme a fermement soutenu l'opération s'associant à Suisse Tourisme, ainsi qu'aux Offices du tourisme des cantons de Vaud et de Genève, ainsi qu'à celui de Montreux.

«Notre collaboration avec l'ensemble des protagonistes a été excellente et notamment avec la Confrérie des Pirates d'Ouchy», se plaît à commenter Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme. «Sur place, à Brest, les organisateurs ont mis un accent particulier sur l'accueil des journalistes et des visiteurs professionnels. Tant la participation que l'intérêt suscité étaient largement au rendez-vous. Pour ce qui est du grand public également, la fréquentation de notre stand a été très importante, tout comme la diversité des visiteurs. Ceux-ci ont pu découvrir et mieux appréhender l'offre touristique helvétique, vaudoise et lausannoise grâce à une information globale.»

La fondue dans une baguette!

Jeux et concours ayant toujours la cote en pareilles occasions, les chalands ont pu gagner des séjours et des nuitées, offerts par Hôtellerie Vaudoise, tout en se délectant de spécialités vaudoises et de fondues, y compris des hot-dogs d'un type particulier remplaçant la traditionnelle saucisse par du fromage... fondu! Attestés délicieux par des amateurs chevronnés! Au chapitre des réjouissances culinaires, c'est Prométerre, l'Association vaudoise de promotion des métiers de la terre, qui tenait la baguette pour l'organisation et l'exploitation du restaurant de 400 m².

Sous les tentes du «Village Suisse», outre ce dernier et des stands d'informations touristiques, on pouvait également rencontrer des dynamiques représentants d'Alinghi et de l'EPFL, deux de nos fiertés romandes et nationales...

Chiffres à l'appui

Voici quelques chiffres tellement éloquentes que nous ne résistons pas au plaisir de les communiquer: quelque 400 collaborateurs et bénévoles étaient sur place pour assurer le succès de l'opération, alors que le restaurant du «Village Suisse» n'a pratiquement pas désempli, servant 1300 fondues par jour, une tonne de charcuterie et 800 kg de féra sur six jours, des milliers de litres de vin vaudois, 1000 litres de bière quotidiennement, ce qui, selon le fournisseur, représente le record pour l'ensemble du site... Enfin, des images de «Brest 2004» ont été transmises dans le monde entier grâce à 20 équipes de télévision internationales.

Quant à la star de la manifestation, nous voulons bien sûr parler de «La Vaudoise», elle a pleinement rempli sa mission sous les feux de la rampe; accueillant, ici, des invités pour des sorties en mer; servant, là, de décor à des jodleurs et autres joueurs de cor des alpes... Claude Petitpierre: «Il faut tirer son chapeau à toute l'équipe qui a réalisé cette opération, elle a fait preuve d'un engagement sans faille. Et tout cela à partir d'une passion, d'un coup de cœur.»

Quelles retombées pour Lausanne?

Si, à Brest, les Helvètes ont fait fort, bénéficiant notamment d'une large couverture médiatique, peut-on en déduire que la région lémanique - et Lausanne en particulier - en retireront les dividendes? «Il sera difficile d'évaluer l'impact sur le tourisme lausannois», estime M. Petitpierre. Pour cela, il faudra encore s'armer de patience et attendre les prochaines statistiques de fréquentation par pays. Elles nous diront si le quota des touristes provenant de l'Hexagone a progressé et de combien. Comme disent les Anglais: «Wait and see»...

Sa période de rodage a pris fin: TOMAS met le turbo

Terminée la période de rodage, finies les petites maladies de jeunesse! Le nouveau système de réservation répondant au nom de TOMAS est désormais opérationnel à 100%.



Marko Jankovic, chef du Service information de Lausanne Tourisme.

Après des années de service, Deskline passe le relais à TOMAS. Le nouveau système de réservation, sorti de quelques couacs de mise en route, a trouvé sa vitesse de croisière. Son principal atout par rapport à son prédécesseur réside non seulement dans le fait qu'il est plus moderne et évolutif, mais surtout que la société qui l'a conçu dispose des moyens nécessaires pour l'adapter aux besoins en le rendant plus rapide et convivial. «Tel qu'il fonctionne actuellement, ses applications sont très larges et elles facilitent grandement le travail de l'hôtelier», précise Marko Jankovic, chef du Service information de Lausanne Tourisme.

Diffusé par une société vaudoise, Touristika, dont le centre de calcul se trouve auprès de la société Kudelski, TOMAS est aussi le fruit d'une collaboration entre plusieurs entreprises. «Nous servons de passerelle, de locataire de l'outil, alors que ce sont les hôteliers eux-mêmes qui gèrent le contenu. Ils peuvent modifier directement les textes, offres et tarifs en temps réel. Cela implique naturellement un certain apprentissage, mais il est clair que ceux qui y ont constamment recours connaissent plus de succès.»

«Quel est le pourcentage actuel de ces derniers?» Pour le moment, environ 30% seulement, mais dix établissements interviennent quotidiennement sur le site. Il faut cependant reconnaître que les hôtels n'ont pas que ce système sous les yeux; ils doivent aussi en gérer d'autres (Amadeus, etc.)

Vers une plus grande fidélisation des usagers

Marko Jankovic: «Depuis que l'on sait qu'Internet est un outil extraordinaire, le marché de la réservation directe s'est développé extrêmement vite en 7-8 ans. Cela est vrai pour les services d'une manière générale.»

Dans les semaines qui viennent, il s'agit pour ce responsable de Lausanne Tourisme de fidéliser l'hôtelier à l'utilisation de ce site Internet et d'en élargir le champ: inscription à des visites des importants chantiers Tridel et M2 réservées, dans un premier temps, aux groupes, et application en faveur de beaucoup d'autres offres encore. En conclusion, rappelons que le système TOMAS bénéficie du soutien de l'Office du tourisme du canton de Vaud.

La page «Lausanne» est rédigée par Edy Feinberg pour le compte d'hôtellerie lausannoise.

La colonne de la créativité

Il est possible de créer à tous les stades du processus touristique: sensibilisation des jeunes, formation professionnelle, confection de produits, publicité et promotion... en essayant toujours d'être original, surprenant, convaincant! Exemples.

● Une première initiative (franco-suisse) exemplaire avec les stations des Portes-du-Soleil, professionnels et enseignants, qui organisent régulièrement des journées pour *sensibiliser les enfants* de 10 et 11 ans au tourisme, à ses métiers, son accueil, son environnement, son impact économique. A Crans-Montana, on s'adresse à toute la *population* et plus de 2'000 personnes ont assisté à une journée de sensibilisation; au programme: message, balade, polenta et animations!

● Une façon plus pratique encore et très sympathique est celle choisie par Bernard Ravet, le grand chef de Vufflens-le-Château qui convie les enfants, accompagnés de leurs parents et grand-parents, à des *gouters* dans son magnifique Ermitage pour un festival de desserts, tout de nature, de goûts et de couleurs. L'apprentissage des bonnes choses ne commence-t-il pas dans les plaisirs juvéniles?

● Cet été, les souriants et avenants tenanciers du Buffet de la Gare de Fribourg ont proposé des *stages de cinq jours* aux jeunes gens et jeunes filles, dès 16 ans, intéressés éventuellement par les métiers de la restauration: du lundi au samedi, 8 heures par jour en cuisine, au buffet et au service, ou encore à la lingerie. Ces stages n'étaient pas rétribués, mais les repas gratuits!

● Les Valaisans font de gros efforts pour promouvoir la *formation HGA* (Hôtel-Gastronomie-Animation), un apprentissage unique s'étalant sur trois années, la première passée au Centre professionnel de Sion (à l'exception de quatre semaines de stages en entreprise pendant les congés hivernaux) et les deux suivantes dans des hôtels. A la clef, deux CFC, l'un d'assistant(e) en restauration et hôtellerie et l'autre d'assistant(e) à l'accueil dans les mêmes secteurs.

● Tout en attendant de véritables zones piétonnes, la station de Crans-Montana mise sur les randonneurs! Elle a créé des espaces-rencontres réservés aux piétons et surtout lancé un nouveau forfait, le *«sleep & walk»*, qui, basé sur 3, 5 ou 7 nuits, combine logement (32 hôtels en lice), remontées mécaniques, cartes de randonnées, entrées, animations et autres prestations axées sur la découverte. Crans-Montana est à pied d'oeuvre pour modifier son image.

● Toujours en avance d'une idée de marketing, la station haut-valaisanne de Grächen a lancé l'*«assurance beau temps»*: en juin et juillet, elle a remboursé tout ou partie de ses forfaits (de 2 à 6 jours) sur ses remontées mécaniques... en cas de mauvais temps! Au bilan, l'été a peut-être été maussade, mais on a parlé de ce coup de pub dans toute la presse...

● C'est une offre fort appréciée que celle désormais proposée par le Mövenpick Hôtel & Casino, à Genève, lequel a créé deux *étages réservés à la clientèle d'affaires* (56 chambres). Les prestations proposées sont une réception spéciale, un service de secrétariat, un espace petit déjeuner, une sélection de magazines et journaux économiques et un «Executive Business Corner», sans oublier la priorité des réservations. Son directeur, il est vrai, est prédestiné à la réussite, il s'appelle Gérard... Hotelier!

● Autre concept courageux (et fort de tabac!) que celui développé par le café-restaurant-librairie d'occasion «Les Recyclables» (déjà le nom!) à Genève (rue de Carouge 53), puisqu'il constitue l'un des premiers *établissements non-fumeurs* de Suisse romande. Le patron, partisan de principes de développement durable, se sent responsable de la santé de ses clients... et de ses employés. Encore faut-il oser!

● Durant le temps des abricots et fruit d'une collaboration entre milieux agricoles, commerciaux et touristiques, une vaste initiative promotionnelle a été menée en Suisse romande et en Haute-Savoie en faveur de ces produits valaisans: les clients des grandes surfaces se voyaient offrir, avec chaque panier d'abricots, un *chéquier-loisirs* d'une valeur de 300 francs et concernant 94 sites touristiques des régions précitées. Une intelligente et succulente façon de fédérer sous une même bannière les destinations touristiques et leur donner une chance de rayonner auprès de leurs visiteurs!

● «*Bo schuur, vus àt tre biävènu!*», c'est par ce premier message en langue suisse que Montreux-Vevey Tourisme, en collaboration avec la Société des hôteliers de Montreux Vevey Riviera Lavaux et d'autres partenaires, a lancé sa grande action de marketing auprès de ses hôtes potentiels d'outre-Sarine. Cette campagne publicitaire et promotionnelle, prévue sur trois ans, comportera une grande manifestation en octobre à Zurich.

● Cette dernière information - passée inaperçue dans les médias - vaut son pesant d'hamburger et de ketchup: la nomination d'Urs Hammer, l'ancien grand patron de McDonald's en Suisse, en tant que membre d'honneur de GastroSuisse! Une initiative certes louable car ce manager hors ligne est un grand monsieur, mais plutôt cocasse, sinon hypocrite, si l'on songe au fait que, depuis des années et à journée faite, cafetiers et restaurateurs ne cessent de débâter contre la concurrence de cette chaîne de fast food, lui imputant une grande partie de leurs problèmes!...

Actualissimo

Plaidoyer «pro domo», ne vous en déplaise!

La diversité du tourisme suisse n'en fait pas une entité parfaite, et c'est bien ainsi, même si cela complique singulièrement sa promotion. L'aide parcimonieuse que daignent lui accorder les instances fédérales, dans la foulée de l'incohérence de leur politique à son égard, est révélatrice du peu de conscience, sinon de l'inconscience, dont il fait l'objet sous la Coupole et dans nos sept départements fédéraux.

Dans le canton de Vaud, ce manque d'intérêt (et de connaissance) se retrouve à d'autres niveaux. C'est ainsi qu'on a pu constater avec surprise que le tourisme - sa deuxième activité économique - est tout simplement absent du rapport de l'«Hebdo» (cahier spécial, mai 2004) répertoriant «les 80 qui font Vaud»: aucune personnalité du tourisme n'y figure... Aucun autre groupe sociologique - ou tribu - n'est pourtant «oublié»: chercheurs, gastronomie, juridique, médias, société, sport, politique, culture (20 noms), économique et start-up (21 noms, mais aucun du secteur touristique!). Si l'on sait qu'une étude à paraître va démontrer les milliards de francs que représente l'apport du tourisme à l'économie vaudoise, on peut s'inquiéter du choix des rédacteurs de l'hebdomadaire romand. Sans mettre en doute l'intérêt de leur démarche, comment lui accorder un crédit total en observant une telle lacune? On ne s'étonnera donc guère qu'au niveau national aussi l'indifférence à l'égard du tourisme reste patente.

Or, on peut affirmer, en toute objectivité, que le canton de Vaud a la chance de disposer de professionnels du tourisme (hôtellerie incluse!) de tout premier plan qui, d'ailleurs, font également autorité sur les plans national et international... Certes, le tourisme n'a pas de lobby véritable, mais on pourrait lui reconnaître une «tribu» dont l'action est déterminante pour «faire Vaud».

Reprenons dans l'ordre! En Suisse, le tourisme, troisième secteur national d'exportation, bien qu'en perte de vitesse face à la concurrence mondiale et victime de facteurs négatifs extérieurs, se maintient tout de même à un haut niveau, avec 22,2 milliards de francs de recettes en 2003, 166'000 emplois directs et 165'000 indirects, 64,9 millions de nuitées et une honorable 17^e place au palmarès mondial des nations (et la 7^e destination congrès). Suisse Tourisme, avec les pauvres moyens qui lui sont consentis, se bat comme un diable sur 35 marchés étrangers et joue ses atouts: nature, densité des transports et des équipements, choix de vacances thématiques en tout genre, vins et gastronomie, vacances-santé, congrès... Notre pays dispose d'un concept de label de qualité, d'une classification hôtelière, d'un système de réservation électronique de pointe et d'une cote d'amour dans de nombreux pays, autant d'éléments que l'on nous envie. N'en déplaise à d'aucuns et en faisant abstraction des attitudes réductrices et récurrentes liées à une fâcheuse tendance à l'autoflagellation...

En Pays de Vaud, le tourisme se porte plutôt bien, au sixième rang des douze régions suisses (avec 2,4 millions de nuitées hôtelières), Lausanne s'affirmant même comme la troisième agglomération suisse derrière Zurich et Genève (la deuxième, derrière celle-ci, sur le marché des congrès). Le présent numéro d'«Infotellerie Vaudoise» - et c'est symptomatique du dynamisme et de l'esprit innovatif de ce canton - évoque diverses initiatives remarquables, telles que le Salon Gastronomie, l'événement touristique-culturel «Paysages en poésie», le concept de sensibilisation lancé à Morges, la rencontre inédite à Montreux entre le tourisme récepteur et le tourisme émetteur, le développement de la prestigieuse HES Ecole hôtelière de Lausanne, les distinctions décernées à plusieurs palaces, des exemples de tourisme technique... sans oublier l'opération de charme et de relations publiques «Brest 2004». Les rapports annuels d'activité des organismes touristiques en apprennent beaucoup plus, à ceux qui veulent bien les lire, sur l'évolution et les réalisations de notre tourisme. Cela fait tout de même pas mal de raisons de ne pas nous oublier... et de nous aimer.

José Seydoux

● Originaire de Salzburg (Autriche), mais «Française des Alpes» et Suisse d'adoption depuis longtemps, *Hannelore Schnöll* a été élevée au rang de «Chevalière de l'Ordre du Mérite agricole» par Hervé Gaymard, ministre français de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales. Les insignes de son ordre lui ont été remis par Claude Capeau, président de l'Union des Français de Suisse, en présence de Jacques Caron, consul de France à Lausanne. Cette distinction lui a été décernée en récompense des nombreuses quinzaines gourmandes des provinces françaises qu'elle organise à Lausanne, du personnel français qu'elle occupe et de la décoration de ses restaurants (Jardin de France, Boulevard parisien et Bar Ripp's).

● Changement à la tête de l'Hôtel des Trois-Couronnes, à Vevey, où *Thomas Brugnatelli*, nommé directeur général adjoint du Grand Hôtel Park, à Gstaad, est remplacé par *Jean-Marc Boutilly*, qui a notamment occupé des fonctions de cadre au Mirador Kempinski, au Mont-Pèlerin, et au Lausanne Palace & Spa.

● Fermé depuis plus de trois ans, l'Hôtel de France, à Sainte-Croix, a rouvert ses portes, le 9 juillet dernier, sous la houlette de *Ruth et Gilbert Bovay*. Ce couple revient de Cannes, où il exploitait un petit hôtel garni, le Cheval-Blanc, depuis 1999. Mais il s'agit d'un retour aux sources puisque M^{me} Bovay a dirigé l'Hôtel de France de 1987 à 1999.

● Pour succéder à Gianni Di Marco, qui a quitté son poste à fin juin, le comité de l'Office du tourisme de Château-d'Ex a nommé son nouveau directeur en la personne d'*Olivier Bovet*, 33 ans, directeur de vente d'une grande société. De formation commerciale, le futur manager de Château-d'Ex Tourisme entrera en fonction le 1^{er} novembre prochain.

● La Compagnie générale de navigation sur le lac Léman (CGN) a un nouveau président de son conseil d'administration: *Kurt Oesch*, 60 ans, ingénieur physicien de formation, jusqu'ici vice-président, tiendra désormais la barre de la grande compagnie lémanique. Passionné des navires historiques, il est également l'un des fondateurs de l'Association des amis des bateaux à vapeur du Léman.

● Suite au contrat conclu entre l'Association des Anciens de l'Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) et l'EHL, celle-ci a nommé *Bertrand Willi* au poste de directeur du nouveau Centre des anciens étudiants; il aura pour tâche de mener à bien le projet de mise sur pied de ce département qui fait désormais partie intégrante de l'Ecole.

Balance touristique suisse en progression

Etrangers en Suisse et Suisses à l'étranger ont moins dépensé pour leurs séjours en 2003, mais le solde positif de la balance touristique s'est accru.

En 2003, selon l'Office fédéral de la statistique, les touristes étrangers en Suisse ont dépensé 12,1 millions de francs (12,6 millions si l'on tient compte des dépenses des frontaliers et des personnes au bénéfice d'un permis de courte durée de moins de 4 mois), ce qui représente une diminution de 1,5%; les touristes suisses à l'étranger ont également réduit leurs dépenses de 2,4%, soit 10,1 milliards de francs. Il en résulte une progression du solde positif de la balance touristique, contrairement à ce que titrait une certaine presse avide de mauvaises nouvelles (!), avec un boni de 2 milliards de francs, soit 60 millions de francs ou 3,1% de plus qu'en 2002. Tout en restant la principale source de revenus pour les deux-tiers du total, les séjours dans l'hôtellerie (-5,9%) et la parahôtellerie (-3,1%) étaient en perte de vitesse, alors que l'on note des progressions dans les excursions d'un jour et le tourisme de transit (+1,7%), les autres services (+19%), la consommation des frontaliers (+4,9%), les séjours d'études des étrangers en Suisse (+6%) et les séjours en milieu hospitalier (+0,8%).

L'hôtellerie dans l'actualité

Les restoroutes sous la loupe

La revue «Bon à Savoir» a passé au crible les restoroutes suisses, premiers éléments d'accueil et d'image de notre tourisme. Les Romands plutôt bien placés.

Dans son édition estivale (n° 7/8 - juillet/août 2004), la revue «Bon à Savoir» publie les résultats d'une enquête menée, en collaboration avec la rédaction de l'émission «On en parle» de la Radio suisse romande (RSR 1), sur 23 des 33 restoroutes suisses (axes nord-sud et est-ouest + Suisse romande). Les critères suivants ont été pris en considération: prix du café crème, de la tranche de boeuf et de l'eau minérale; prix de l'essence; confort (WC gratuits, Bancomat, accès pour handicapés, aire de pique-nique, café la nuit, informations touristiques, signalisation sur le site); et sentiment général.

La palme revient au restoroute du Grand-St-Bernard (VS), devant ceux de Neuenkirch (LU) et de Gunzgen (SO). Et si le «coup de cœur» des rédacteurs va au restoroute de La Gruyère (FR), sur l'A12, les restoroutes de la Côte (Bursins), La Rose de la Broye (Lully/Estavayer-le-Lac), Bavois et Chablais (Yverne) occupent resp. les 5^e, 8^e et 9^e (ex-aequo) places.

En bref

Nouvelle statistique du tourisme

Suite à la suspension, à fin 2003, par l'OFS de la statistique de l'hébergement et à un système de pointage pour 2004, les milieux touristiques, hôtellerie suisse en particulier, ont pu trouver une solution à plus long terme. Dès le 1^{er} janvier 2005, de nouvelles statistiques seront introduites tant pour l'hôtellerie que pour la parahôtellerie, sur la base d'un financement plus élargi assuré par la Confédération, les cantons, les organisations de marketing nationales et régionales ainsi que les principales associations et institutions touristiques. Ce faisant, la Confédération reporte sur les cantons et les organismes touristiques le coût d'une tâche qui lui était logiquement jusqu'ici dévolue...

Distinctions!

Le Mirador Kempinski à l'honneur

Le restaurant «Le Trianon» du palace du Mont-Pèlerin accumule les distinctions, il vient de se voir attribuer, par le prestigieux magazine américain «Hotels», le trophée remis aux quinze meilleurs restaurants d'hôtel du monde, qui lui a été remis par Félix Grieder, de la maison Villeroy & Boch. En outre, le *Trophée Gosset Celebris* créé par la maison du même nom et décerné par un jury de spécialistes pour «la meilleure carte des vins de Champagne de Suisse», honore la cave du Mirador Kempinski; celle-ci recèle une cinquantaine de grands crus champenois, servis dans les restaurants du 5 étoiles dirigé par Eric Favre, en particulier dans le charmant «Trianon».

Philippe Rochat distingué

Lors des premiers «International Chef Days» (ICD), qui se sont déroulés à Davos, et dans le cadre de la remise des premiers ICD-Awards, *Philippe Rochat*, le grand chef de Crissier, s'est vu attribuer la distinction de la personnalité de l'année.

Palaces cotés

Le traditionnel classement de «Bilanz»

Le magazine économique «Bilanz» a publié, comme à l'accoutumée, dans son édition allemande du mois d'août, le classement des meilleurs hôtels suisses. Si la plus haute marche du podium est occupée, comme l'an dernier, par le Victoria-Jungfrau d'Interlaken, la deuxième marche a été conquise, en 2004, par le Montreux-Palace (grâce notamment à son centre Spa «Amrita Wellness» et à son nouveau restaurant «Jaar», étoilé Michelin) et la troisième par le Beau-Rivage Palace de Lausanne. Quant au titre d'hôtelier de l'année, il a sacré Michael Smithuis, le directeur général du palace montreuisien.

Ignoble agression

Tous les lecteurs d'Infotellerie vaudoise adressent leur sympathie à *M. et M^{me} Hans Wyssbrod*, propriétaires-directeurs du Grand-Hôtel Résidence de Sainte-Croix/Les Rasses, sauvagement agressés à leur domicile dans la nuit du 31 août au 1^{er} septembre par des malfrats qui se sont ensuite pris au coffre-fort de l'établissement. On savait que l'hôtellerie était considérée comme un métier à risques, mais pas dans ce genre-là...

HOTELA Travel Summit

Dans le cadre du TTW Montreux, première rencontre au sommet de responsables du tourisme récepteur et émetteur.

Sous l'égide d'HOTELA et du TTW Montreux, une table ronde réunira, le 26 octobre 2004 (à partir de 13 h 30), plusieurs intervenants qui s'exprimeront sur les thèmes des besoins d'information et de dialogue des secteurs récepteur (incoming) et émetteur (outgoing) du tourisme. Ce séminaire intersectoriel devrait permettre de définir l'image de chaque entreprise et de renforcer sa confiance en un avenir constructif.

Après une ouverture de Bertrand Piccard, trois ateliers seront consacrés à l'essor des ventes dans la branche du voyage, à la mise sur pied d'expériences à vivre et à Internet. Divers orateurs ont annoncé leur participation, dont Andreas Schmid, président d'Unique Airport Zürich. Quelque 250 personnes des milieux précités sont attendus à Montreux à cette occasion pour ce rendez-vous patronné également par hotelleriesuisse, la Fédération suisse des agences de voyages, Suisse Tourisme et la Fédération suisse du tourisme.



d'un secteur économique soucieux de sauver une curiosité de nos lacs en voie de disparition. L'aide octroyée concerne plus particulièrement, à la demande de l'Association des amis des bateaux à vapeur du Léman, la réfection de la cuisine du navire. La préservation, voire la promotion d'une partie du patrimoine hérité des pionniers du tourisme helvétique, est à considérer comme une contribution à dynamiser un élément essentiel de l'offre touristique vaudoise; elle apparaît également comme une tâche de nature à maintenir la compétitivité de la Région du Léman sur les marchés touristiques, où les grands vapeurs font partie de l'image même de la Suisse.

Dans le passé déjà, l'Association cantonale vaudoise des hôteliers a maintes fois apporté sa contribution financière à diverses opérations en faveur du tourisme, comme par exemple les candidatures de «Lausanne 1994» et de «Montreux 2010» à l'organisation des Jeux olympiques d'hiver par l'octroi d'une aide substantielle au comité chargé d'en défendre l'idée auprès des instances nationales. L'aide apportée au «Simplon» devrait marquer, d'une façon plus tangible, l'attachement de l'hôtellerie vaudoise à la valeur ajoutée que représente ce projet de rénovation.

Les Alpes vaudoises dans le collimateur des experts

Une nouvelle étude a été consacrée à une redéfinition des Alpes vaudoises et à la mise au point d'une stratégie globale sur son devenir.

Avec le soutien des communes, de l'Etat de Vaud et de la Confédération, l'Association pour le développement du Pays-d'Enhaut (ADPE) et l'Association régionale pour le développement du district d'Aigle (ARDA) ont créé une communauté d'intérêt (services cantonaux, communes, stations, associations professionnelles) - et mandaté divers experts - français également - pour établir un premier diagnostic. Celui-ci, a priori, n'a pas apporté plus que ce que l'on sait déjà depuis longtemps; il souligne l'hétérogénéité des Alpes vaudoises, tant au niveau de l'offre que des structures et de la promotion, la complémentarité des régions adjacentes (Gstaad, Gruyère, plaine du Rhône et bassin lémanique), la difficulté de parvenir à une identification et à une unité d'action en raison du nombre et de la diversité des sites touristiques. Pour les experts mandatés, «les Alpes vaudoises se caractérisent plus par des destinations aujourd'hui indépendantes, avec des regroupements d'opportunités pour certaines actions et un potentiel d'actions conjointes plus importantes, que par une image et un positionnement cohérents.»

Parmi les premières solutions préconisées - nullement nouvelles à notre avis - figurent la recherche de complémentarités, l'élargissement des spécialisations, la satisfaction de marchés de niches, la diversification et la dynamisation des formes d'hébergement, l'organisation promotionnelle et structurelle de l'offre et le partenariat avec les régions limitrophes, le positionnement multi-saisons de chaque station, la préservation et la valorisation du patrimoine naturel et bâti...

Hôtellerie Vaudoise aide «Le Simplon»

Hôtellerie Vaudoise a décidé de faire un don de 50'000 francs en faveur de la rénovation du bateau à vapeur «Le Simplon».

«Nous nous devons de conserver pour les générations à venir ce patrimoine lémanique - la plus grande flotte de bateaux à vapeur et roues à aubes - qui pourrait d'ailleurs devenir une attraction touristique unique en Europe, voire au monde», explique Philippe Thuner, président d'Hôtellerie Vaudoise, au nom

La Suisse au 7^e rang

Une destination congrès très prisée.

Avec 119 congrès et 37'662 participants, la Suisse occupe une enviable septième position (onzième en 2002) sur le marché mondial du tourisme de congrès, selon une information de l'International Congress & Convention Association (ICCA); celle-ci n'a pris en compte que les congrès organisés par les associations et organisations internationales et répondant à des critères précis. Notre pays a enregistré un nombre moyen de 316 participants par congrès, qui ont chacun dépensé en moyenne 1830 dollars, ce qui représente un chiffre d'affaires de quelque 70 millions de dollars pour les congrès internationaux de plus de 50 personnes organisés en Suisse. Lausanne figure au troisième rang des destinations congrès de Suisse après Genève et Zurich.

En bref

Salon des Affaires à Lausanne

Le centre de Beaulieu-Lausanne abritera, du 7 au 9 octobre prochain, le Salon international des Affaires. Organisé par la nouvelle société Easevents, propriété de Claude Devalte et spécialisée dans le conseil et l'organisation d'événements d'affaires (congrès et expositions), ce rendez-vous se veut un salon de services aux entreprises et non de promotion. Inspiré du Salon des Entrepreneurs de Paris, il sera composé de cinq villages thématiques consacrés à l'institutionnel, à l'associatif/corporatif, aux services et conseils, à la presse et à la communication, ainsi qu'aux entreprises. Une centaine d'exposants et de 6000 à 8000 visiteurs sont attendus à Beaulieu à cette occasion.

Afin de se préparer à ce nouveau marché, qui pourrait notablement transformer la demande du tourisme helvétique, Suisse Tourisme et hôtellerie suisse ont élaboré une brochure intitulée «*L'accueil des hôtes chinois en Suisse*». Cette publication, à

l'usage des prestataires touristiques, renferme une foule de renseignements fort intéressants sur la Chine ainsi que de multiples conseils pratiques concernant le comportement envers les touristes chinois.

Le Salon Gastronomica fête sa 10^e édition

Du 30 octobre au 3 novembre 2004, Beaulieu-Lausanne abritera un salon en fête et en verve!



Le traditionnel salon bien-nal Gastronomica - affublé pour sa dixième édition d'une enseigne anglo-saxonne: *International Exhibition for Hotels, Restaurants and Catering* - proposera, comme l'expliquent ses responsables, «de nombreuses exclusivités et animations aux professionnels suisses et étrangers soucieux de parfaire leurs services et d'être aux petits soins d'une clientèle toujours plus exigeante.»

Selon un concept unique en son genre, l'*Espace convivial* permettra aux visiteurs d'être les hôtes des grands chefs que sont Chevrier, de Courten, Krebs, Messerli, Thürler et Wenger... sous la forme d'une

cuisine conviviale permettant d'assister en direct à la naissance des mets et au dressage des assiettes. La Cuvée *Gastronomia 2004* (vin de Chardonne) sera le produit du terroir n° 1 promu cette année. Les *Sésames de l'Accueil* récompenseront les meilleurs établissements sélectionnés par GastroSuisse et hôtellerie suisse. Les traditionnelles attractions de Gastronomica seront toujours bien là à l'image de la Truffe d'or (trophées suisse et européen), du concours des apprentis de cuisine et de service et de la journée d'études viticoles (2 novembre). Les nouveautés de l'édition 2004 résideront dans le secteur intitulé «*Le Monde du café*» (chaîne du café, animations, dégustations et démonstrations) et celui du «*Wellness-santé-bien-être*». Tous les acteurs touristiques, économiques et politiques s'intéressant à l'hôtellerie et à la restauration, secteur vital de l'économie vaudoise, ne devraient pas manquer le rendez-vous de Gastronomica.

Nuits lausannoises

La nouvelle boîte «in» du Lausanne Palace

Le palace du centre de Lausanne a ouvert un club privé sous l'enseigne flamboyante du «Red Club»; celui-ci accueille les noctambules dès l'âge de 18 ans, «mais vise une clientèle entre 30 et 45 ans», précise Jean-Jaques Gauer, directeur général du Lausanne Palace & Spa. Cet espace rouge, intime et feutré de 280 m² est réservé aux membres du club en possession d'une carte de membre gratuite, la «Red Pass», qui permet à son titulaire d'inviter cinq personnes dont il sera responsable... Les hôtes logeant au palace y ont bien entendu également accès. Le DJ Phil, des musiques actuelles et des airs des années 80/90, des fauteuils confortables et une restauration jusqu'aux aurores ou presque font du «Red Club» (ouvert du mercredi au samedi jusqu'à 4h30) le nouveau «must» des nuits de Lausanne qui, avec sa quarantaine de discothèques et autres établissements nocturnes, passe désormais pour la capitale romande de la nuit!

Double consécration pour l'EHL

Après son statut d'HES, l'Ecole hôtelière de Lausanne bénéficie de l'accréditation américaine en tant que «*Institution of Higher Education*».

Depuis décembre 2003, la filière hôtellerie et professions de l'accueil a été définitivement reconnue en tant que seule filière HES dans ce domaine en Suisse; l'EHL est dès lors habilitée à émettre les diplômes «*Economiste d'entreprise HES en hôtellerie et professions de l'accueil*» et «*Diplôme d'études postgrades HES en management de l'hôtellerie et des professions de l'accueil*», tous deux de niveau universitaire reconnus au niveau européen. En tant que membre du réseau de la HES-SO (Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale), l'EHL remplit un mandat de prestations fixé par le Conseil fédéral et comprenant des missions précises: les diplômes HES (*programmes Hautes études en hôtellerie et professions de l'accueil et MBA in International Hospitality Management*), la formation continue, la recherche appliquée (*Lausanne Institute for Hospitality Research*), les prestations à des tiers (*Lausanne Hospitality Consulting*) et la collaboration avec d'autres hautes écoles et institutions de recherche en Suisse et à l'étranger.

Depuis mai 2004, l'EHL est accréditée par la «*Commission on Institutions of Higher Education*» (CIHE), reconnue par le Département américain de l'éducation; cette accréditation est délivrée par la «*New England Association of Schools and Colleges*» (NEASC, USA). La Commission précitée a relevé notamment le passage de l'EHL de l'état d'école professionnelle à celui de Haute école spécialisée, «transition que l'institution gère avec une efficacité remarquable.» Ces diverses accréditations permettent aux institutions homologuées de délivrer un diplôme reconnu au-delà des frontières nationales et/ou par un gouvernement.

● L'EHL s'est également vu décerner, au Maag Musich Hall de Zurich, le Prix spécial du jury dans le cadre du «*Brand Excellence Swiss Trophy*» (BEST) 2004. Ce trophée récompense chaque année des entreprises suisses qui, par le travail effectué sur leur marque, contribuent au développement économique et véhiculent des valeurs propres à la Suisse. Le jury, présidé par l'ancien conseiller fédéral Adolf Ogi, a honoré l'EHL «pour son apport au paysage helvétique, en tant qu'institution plus que centenaire bénéficiant d'un réseau de contacts international et proposant une formation axée sur le futur.»

Secrétariat hôtelier

Dix-neuf nouveaux diplômé(e)s à Lausanne

Le 13 août, le Lausanne Palace a abrité la cérémonie de remise des diplômes du cycle 22 (2002-2004) de l'Ecole de secrétariat hôtelier d'hôtellerie suisse; 19 jeunes secrétaires-réceptionnistes de Suisse romande ont reçu leur diplôme au terme d'une formation de deux ans d'école et de stage en entreprise. Le directeur de l'Ecole, Jean-Michel Illi, vice-directeur d'hôtellerie suisse, a souligné l'excellent résultat d'ensemble de cette volée.



La moyenne de la classe s'est élevée à 4,9 sur 6; le premier rang est revenu à *Stéphanie Capt* (5,7). Ci-après, les noms des diplômé(e)s et des établissements de formation pratique, à féliciter pour leur contribution à la formation professionnelle: Sarah Bernet, Hôtel Victoria, Lausanne; Eve Bezençon, Hôtel Mirabeau, Lausanne; Zoé Bissat, Hôtel City, Lausanne; Aurélie Capt, Hôtel Continental, Lausanne; Stéphanie Capt, Hôtel Royal-Savoy, Lausanne; Céline Chatagny, Hôtel Cailler, Charmey; Christina de Schaller, Hôtel du Grand Pré, Marly; Yann Favre, Beau-Rivage Palace, Lausanne; Line Girod, Hôtel Eden au Lac, Montreux; Anne-Laure Glasson, NH Fribourg Hôtel, Fribourg; Sophie Jorio, Hôtel Duc Berthold, Fribourg; Aurélie Krikorian, Hôtel Ambassador & Midi, Genève; Jacqueline Kuster, Hôtel de la Rose, Fribourg; Sophie Linder, Eurotel Victoria, Villars; Aurélie Perrinjacquet, Hôtel Tulip Inn, Lausanne; Ariane Repond, Montreux-Palace, Montreux; Annik Rosat, Hôtel Alpha-Palmiers, Lausanne; Layla Taghavi, Hôtel Ambassador & Midi, Genève; Jessica Wohnlich, Hôtel du Golf et Marie-Louise, Villars.

Photo: Serge Biolley

Accueil et service

Morges Région Tourisme revoit en détail et de façon académique ce qu'est l'accueil au sens large du terme.



Exemplaire initiative que celle prise par Ermanno Castelli, directeur de Morges Région Tourisme, auteur d'un petit document intitulé «Accueil et service: et si on s'améliorait?» très largement distribué auprès des acteurs et partenaires du tourisme régional. Partant de l'image de cherté de la Suisse touristique et optant, pour la contrer, en faveur d'une augmentation de la qualité de l'accueil et du service, l'Association des intérêts de la région morgienne en explique les tenants et aboutissants. Après l'introduction, la définition et l'histoire de l'accueil, sans oublier la notion de revalorisation de l'humain, le document aborde les questions de responsabilité et de sensibilisation, la notion d'état

d'esprit et les mécanismes psychologiques, en finissant par de nombreux conseils pratiques et l'importance du sourire. On peut également relire la «charte de qualité» de l'association morgienne et ses objectifs généraux... sans oublier un passage fort sympathique par Internet, site www.musee-du-sourire.com. Cette réalisation illustre de façon explicite et concrète l'un des rôles-clés d'un office du tourisme local et régional: la sensibilisation de la population au tourisme et à l'accueil.

Paysages en poésie

Le projet artistique pluridisciplinaire, lancé au début de l'été dans les Alpes vaudoises, est un excellent exemple de mise en valeur culturelle d'une région touristique.

Se déroulant jusqu'au 24 octobre, ce projet organisé par l'Association Regards du monde allie photographie, poésie et architecture du paysage. Il se décline en trois jardins (Château-d'Oex, col de la Croix-Villars et Leysin), un cycle de conférences (Rencontres internationales du paysage à Aigle), une semaine littéraire à Villars/Gryon et quinze nouvelles propositions de balades regroupées dans un guide intitulé "Aux lumières du lieu". " Il s'agit de faire découvrir le paysage par une entreprise artistique, constituer un nouveau capital culturel, donner l'occasion à des artistes, des écrivains, des scientifiques et aux étudiants HES, de développer une réflexion contemporaine sur l'environnement et la gestion du paysage", explique Pierre Starobinski, chef de ce projet, qui a bénéficié de l'appui de nombreux partenaires, de l'Office du tourisme du canton de Vaud et des OT locaux ainsi que de onze communes des Alpes et du Chablais.

Lifting réussi

A Yverdon, le Grand Hôtel des Bains rénové.

Le premier hôtel de la capitale du Nord vaudois, que dirigent avec beaucoup d'apropos Nadine et Peter Traber depuis le 1er février 2003, a subi une cure de jouvence. Il possède désormais un restaurant gastronomique et une brasserie, un nouveau bar dans la rotonde et une salle de séminaires de 150 places sous les toits, autant d'équipements qui devraient aisément compléter l'offre thermique et de bien-être du 4 étoiles yverdonnois jouxtant le Centre thermal. L'opération ainsi menée à bien a nécessité un investissement de l'ordre de 1,2 million de francs pour la société propriétaire des lieux, dont la Commune est actionnaire majoritaire. Cette heureuse diversification permettra de ratisser plus large en mettant en exergue une offre indispensable au tourisme de toute cette région du sud du lac de Neuchâtel.

En bref

Le Berceau des Sens ouvert en soirée

Le restaurant gastronomique de l'Ecole hôtelière de Lausanne, ouvert jusqu'ici à midi seulement, le sera également certains soirs de la semaine, soit le mardi, le mercredi et le jeudi, et sur réservation seulement (berceaudessens@ehl.ch). Inauguré en septembre 2000, le «Berceau des Sens» est accessible au public dans le but de faire bénéficier les étudiants, cuisiniers et sommeliers, encadrés par leurs professeurs, de conditions de travail réelles et dès lors plus motivantes. Il propose un menu à cinq services, des mets de saison et une carte végétarienne.

Un labyrinthe à Bavois-Nature

Le Restoroute de Bavois (A1) propose aux enfants, encore jusqu'au 30 septembre, dans son cadre bucolique, un labyrinthe de maïs. A l'initiative du Pool des entreprises de ce relais autoroutier, la thématique de base de l'établissement se concrétise, cet été, par un espace de 40'000 m² sis devant le château de Bavois, avec un kilomètre de chemins d'un mètre de largeur et ses postes de contrôle. Après le tournesol, la vigne et la courge, c'est au tour du maïs de jouer le rôle d'une attraction ludique!

Publicité et promotion

Bientôt 800'000 touristes chinois en Suisse?

Ils nous ont valu 100'000 nuitées en 2003, leur nombre pourrait atteindre 800'000 dans dix ans: les Chinois aiment la Suisse!



Suite à la signature de l'accord sur le statut de destination touristique officielle «Approved Destination Status» (ADS), les premiers groupes de Chinois débarquent, en ce mois de septembre, en Suisse. Les sujets de l'Empire du Milieu - plus de 20 millions d'entre eux sont sortis de leurs frontières l'an dernier - représentent naturellement un potentiel énorme pour le tourisme mondial, européen et helvétique, si tant est que notre pays figure parmi leurs destinations de prédilection. Pour l'heure, touristes et gens d'affaires se répartissent à parts égales; la

majorité des touristes chinois voyageant en Europe appartient à la classe moyenne et sont des jeunes cadres entre 30 et 40 ans, les autres relèvent des catégories sociales plus aisées et sont déjà rompus aux voyages en Asie.

hoteljob

**Des candidats qualifiés
au service de vos hôtes!**

L'automne frappe à la porte!
Pour ne pas être dépourvu
quand l'hiver sera venu,
n'attendez pas!

Contactez-nous!

*De nombreux candidats sont
à votre disposition
et attendent de vous rencontrer.*

Hoteljob
Marie-Claire Rossi

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