

Spécial 10 ans!

INFO TELLERIE VAUDOISE

Hôtellerie Vaudoise

Association cantonale vaudoise des hôteliers



N° 40 - Décembre 2004

Editorial

Une seule association faîtière pour les hôtels et les cafés-restaurants?



Les déclarations tonitrueuses sur la création d'un 2^e système de classification des hôtels (la fameuse «guerre des étoiles») et la politique de communication agressive de Gastrosuisse se voulant fédération leader de l'hôtellerie alors qu'elle ne fédère que 20 % des chambres d'hôtel en Suisse – les restaurants deviendraient-ils des membres de seconde zone? – auront au moins eu le mérite d'amener sur la place publique le fait qu'il existe deux associations faîtières différentes dans la branche «hôtellerie et restauration», à savoir *hotellerie-suisse*, société suisse des hôteliers, et *Gastrosuisse*, anciennement fédération suisse des cafetiers-restaurateurs.

Ceci m'amène à évoquer leur fusion. En effet, il y a fort longtemps que l'on entend des représentants des milieux économiques et politiques peu au courant de la complexité de nos métiers, et même des directeurs d'offices du tourisme censés connaître cette branche, poser cette question et demander pourquoi, nous, les professionnels, n'y avons pas pensé plus tôt. La complexité du

sujet mériterait un numéro entier d'Infotellerie Vaudoise. Voici donc simplement quelques éléments de réflexion puisés dans la réalité vaudoise:

La structure des membres des deux associations est totalement différente. Alors que près de la moitié des membres de GastroVaud font moins de 300 000 francs de chiffre d'affaires annuel, ceux d'Hôtellerie Vaudoise réalisent près d'un milliard de francs, soit plus de 4 millions de chiffre d'affaires moyen par membre.

Les discussions et les actions au sein d'Hôtellerie Vaudoise visent à attirer toujours plus de clients d'ailleurs, dont 60 % venant de pays étrangers. Les membres de GastroVaud s'occupent principalement de clientèle locale. Quels sont les points communs entre le Beau-Rivage Palace à Lausanne et la pinte de Ballens? A première vue, je n'en vois que deux: dans les deux établissements, on accueille des êtres humains et l'on débite des boissons! Les différences, elles, sont innombrables et impossibles à énumérer ici. Soulignons simplement les centaines de collaborateurs chez l'un et l'absence de personnel chez l'autre.

Hôtellerie Vaudoise regroupe 93 % des chambres disponibles dans le canton – hotellerie-suisse près de 80 %

sur le plan national – le solde est essentiellement réparti dans de petits, voire tout petits, établissements de moins de 10 chambres membres de GastroVaud. Il y a manifestement une spécialisation des deux associations dans leur secteur de compétence respectif.

Sur le plan vaudois, la collaboration entre les deux associations est bonne, peut-être précisément parce que chacun respecte les particularités de l'autre. Nous agissons ensemble dans des domaines importants où l'union fait la force, tels que la formation professionnelle, la défense des intérêts de la branche face aux politiques ou à l'administration, le droit du travail et la lutte contre le travail au noir. Sans doute pourrions-nous trouver d'autres domaines de convergence de nos intérêts!

Que rapporterait la fusion? Les économies potentielles et les synergies sont-elles suffisantes pour contrebalancer les risques de perte d'identité et de dilution?

- Les deux associations ont des tailles critiques suffisantes pour subsister de manière rationnelle.

- La création d'un mammoth unitaire regroupant des membres si différents ne paraît pas réaliste sans l'apparition immédiate de deux sections, l'une consacrée à la restauration et l'autre à l'hôtellerie... Il y a fort à parier que les grands hôtels 4 et 5 étoiles quitteraient cette fédération pour créer un groupe homogène de défense de leurs intérêts.

- Dans l'association hotellerie-suisse, la Suisse latine, Romandie et Tessin, est très forte. Moyennant un accord avec le canton des Grisons, par exemple, elle devient majoritaire. Ce ne serait pas le cas dans une fédération unique dans laquelle les cantons économiquement forts risqueraient de minoriser les cantons touristiques. Le centre de gravité basculerait vers Zurich et le triangle d'or.

En conclusion, il me paraît souhaitable qu'hotellerie-suisse et Gastro-

Hôtellerie Vaudoise souhaite à tous ses membres et lecteurs un Joyeux Noël et une Heureuse Nouvelle Année 2005

suisse collaborent dans tous les domaines d'intérêt commun tels que la formation professionnelle, le droit du travail, la défense auprès des politiciens des conditions-cadres d'exercice de nos professions et d'autres encore, mais qu'elles gardent chacune leur spécificité, à savoir la restauration pour Gastrosuisse et l'hôtellerie pour hotellerie-suisse.

Philippe Thuner



Le CODIR (Conseil de Direction) d'Hôtellerie Vaudoise en décembre 2004, de g. à dr. : Jacques Pernet, vice-président (tourisme et marketing), Gisèle Merminod, secrétaire générale, Philippe Thuner, président cantonal, Marianne Bon, vice-présidente (formation professionnelle), Karlheinz Lukey, vice-président (finances), et Hans Wyssbrod, vice-président (économie).

Sommaire

Editorial	p. 1
A l'intention de nos hôtes	p. 2/4
Infotellerie vaudoise a 10 ans	p. 3
Publicité et promotion	p. 4/5
Formation professionnelle	p. 5/8
Politique régionale	p. 6/7
Evénements et perspectives	p. 8/9
Combien dans la balance?	p. 9
Des femmes... des hommes...	p. 10
En direct sur le web	p. 10
Réflexions	p. 10
Lausanne	p. 11
L'hôtellerie dans l'actualité	p. 12

«Accueil Suisse» de Villars à Cointrin

Lancée en 2000 par Suisse Tourisme, l'initiative «Enjoy Switzerland» (Accueil Suisse) - dont Villars est une des quatre stations-pilotes - est présente à l'aéroport de Genève-Cointrin.

Ce partenariat s'y concrétise sous la forme de grandes affiches souhaitant la bienvenue aux voyageurs en provenance de l'étranger, et ce durant trois ans. L'Aéroport international de Genève (AIG) est ainsi logiquement impliqué dans la politique d'accueil et la communication visuelle de nos instances touristiques, un élément essentiel de l'accueil. Cela va de soi, mais cela va encore mieux en le réalisant concrètement! Sept millions de voyageurs, en arrivant en Suisse romande, sont ainsi potentiellement concernés par ce message de bienvenue, assorti d'informations touristiques, qui complète judicieusement les panneaux d'interdiction en tout genre qui foisonnent dans la libre Helvétie... Outre Suisse Tourisme et l'AIG, divers autres organismes participent à cette initiative, tels que les CFF, le TCS, Europcar, Swisscom, hotelleriesuisse et Gastrosuisse.

La Coupe de l'Accueil 2004 à Louis Villeneuve

Le maître d'hôtel de Crissier a reçu le Trophée Champagne Jacquart décerné par le Club Prosper Montagné.

C'est au Restaurant de Philippe Rochat et dans le cadre d'un Chapitre national du Club Prosper Montagné, qui soutient la gastronomie et l'art culinaire, que Louis Villeneuve a reçu la Coupe de l'Accueil 2004; celle-ci lui a été remise par Pierre Henchoz, son responsable, et Nicolas Pulver, importateur du Jacquart en Suisse.

D'origine bretonne, Louis Villeneuve a effectué toute sa carrière en Suisse; dès 1975, il rejoint Frédy Girardet pour y exercer, avec un rare brio et une classe hors pair, le métier de maître d'hôtel et continue, dès 1996, à mettre ses qualités et son savoir-faire au service de Philippe Rochat. Le récipiendaire a reçu de nombreuses distinctions, dont le titre de «Maître d'hôtel suisse de l'année» et l'Ordre du Mérite agricole français; le Club Prosper Montagné, à son tour, a tenu à le récompenser officiellement pour l'ensemble de sa carrière.

Plus particulièrement servi dans les hôtels, les grands restaurants et les commerces spécialisés, le Champagne Jacquart, qui patronne la Coupe de l'Accueil, est l'un des fleurons de la société établie à Reims et constitue le plus grand producteur appartenant encore à des vigneron champenois, soit quelque 700 propriétaires. La cuvée Jacquart Brut Mosaïque vient d'obtenir le «coup de cœur» (note maximale) du Guide Hachette des vins 2005, parmi 450 marques.



Nicolas Pulver, importateur du Champagne Jacquart en Suisse, remet la Coupe de l'Accueil à Louis Villeneuve. (Photo: Roland Schläfli ASL)

Un hôtel, trois chalets, quatre étoiles

A Villars, «La Renardière» a été entièrement rénovée par ses nouveaux propriétaires.



Maison traditionnelle dans la constellation de l'hôtellerie villardoise, «La Renardière» a fait peau neuve grâce au courage et au dynamisme de ses nouveaux propriétaires depuis décembre 2002, Yves Defalque, ancien directeur de Villars-Tourisme, et son épouse Anne-Catherine. La rénovation a porté sur la totalité des chambres et l'ensemble des locaux publics; l'hôtel, d'une capacité de 20 chambres et 3 appartements, comprend trois chalets liés les uns aux autres par

des couverts et des passerelles, un grand salon, un bar et un restaurant gastronomique. Dès 2005, l'établissement passera de 3 à 4 étoiles, pour le plus grand bonheur de sa clientèle formée essentiellement de familles, de couples et d'individuels.

Le Père Noël fait citoyen de Montreux

Un marché, un bureau, un atelier de jouets et des rennes pour un personnage mythique... et magique!

On le croyait d'origine finlandaise et citoyen de Rovaniemi, mais voici qu'il devient aussi montreusien, à la faveur d'une spectaculaire opération de marketing festif menée par la ville de Montreux. Né en quelque sorte au Marché de Noël, dont la dixième édition se déroule avec ses 120 chalets jusqu'au 23 décembre, le Père Noël devient le vrai patron de sa nouvelle ville d'adoption.

Le concept «Montreux Ville du Père Noël», outre le Marché de Noël, devenue la plus grande attraction touristique-commerciale suisse dans le genre, comprend plusieurs facettes débordant de sa hotte. L'Atelier du Père Noël, sise sur la place du Marché, a la forme d'un chapiteau de 860 m² abritant une boutique-cadeaux, un atelier des enfants, la poste du Père Noël, une cafétéria, un bar à champagne et une scène pour des productions de circonstance. On y trouve également une zone payante avec un Père Noël automate, des lutins animés et diverses machines factices liées au monde des jouets.

Aux Rochers-de-Naye, qui dominent toutes les cheminées du canton ou presque, le Bureau du Père Noël, un chalet reconstitué à l'intérieur du Restaurant Plein Roc, recevra les enfants et leurs parents dans une chaude ambiance; le tout est assorti de diverses animations: bar-igloo, parcours en traîneau, rennes, visite aux marmottes, parcours en raquettes à neige, et atelier des Elfes... Pour 2006, les organisateurs prévoient l'aménagement d'un Village du Père Noël aux Avants, une étape dans ce concept qui se propose de faire de la région montreusienne le lieu de résidence et de travail du Père Noël.

● Sous l'enseigne «Boschuur Zürich» et emmenée par Montreux-Vevey Tourisme, toute une délégation est allée saluer la cité de la Limmat pour vanter les charmes de la Riviera lémanique. Des petits chalets avaient été installés sur la place de la gare Stadelhofen où le concept de Noël a été présenté parmi d'autres atouts touristiques, gastronomiques et culturels.

Partenariat au Brassus

Philippe Guignard à l'Hôtel des Horlogers.

Rebaptisé Hôtel des Horlogers, après avoir été racheté par Audemars Piguet, l'ancien Hôtel de France va subir une rénovation totale au terme de laquelle l'établissement sera à la mesure de ses prestigieux propriétaires... et des montres de luxe. Il abritera, dès le printemps 2005, quelque 30 chambres et suites, une salle de réception pour 220 personnes et une taverne de 40 places. Le patron de la firme horlogère, Georges-Henri Meylan, a mandaté Philippe Guignard, le génial et dynamique chef et pâtissier d'Orbe, pour mener à bien le concept de cet établissement qui s'annonce d'ores et déjà comme la maison d'accueil des clients du grand horloger, une magnifique carte de visite de la Vallée et un rendez-vous des Combiens. Hôtellerie et Horlogerie, même destinée?

CONCOURS des 10 ans d'Infotellerie Vaudoise

A l'occasion des dix ans de la revue trimestrielle « Infotellerie Vaudoise », nous organisons un concours ouvert à tous ses lecteurs sous l'enseigne

« L'accueil qui Vaud une info »

Veuillez répondre exactement aux trois questions suivantes :

1. Quelle est la station-pilote vaudoise du concept « Accueil Suisse » ?
2. Comment s'appelle l'organisme faîtière de formation professionnelle dans l'hôtellerie et la restauration implantée à Lonay ?
3. Quel est le montant de la masse salariale annuelle de l'hôtellerie vaudoise ?

PRIX

Premier prix :

1 nuit pour 2 personnes avec repas gastronomique et petit déjeuner dans un hôtel 4 ou 5 étoiles du canton de Vaud.

Deuxième prix :

1 nuit pour 2 personnes avec repas gastronomique et petit déjeuner dans un hôtel 3 étoiles du canton de Vaud.

Troisième prix :

1 nuit pour 2 personnes avec petit déjeuner dans un hôtel 3 étoiles du canton de Vaud
+ 5 lots de consolation (swiss business tool, valeur Fr. 98.)

Conditions du concours: le concours est ouvert à tous, à l'exception des membres d'Hôtellerie Vaudoise. Les personnes ayant répondu exactement aux trois questions feront l'objet d'un tirage au sort. Aucune correspondance ne sera échangée. Les gagnants seront informés par écrit et leurs noms publiés dans le numéro 41 d'Infotellerie Vaudoise en mars 2005.

- Les réponses sont à renvoyer, d'ici au 15 janvier 2005, à:
Hôtellerie Vaudoise, Concours, case postale 164, 1000 Lausanne 6

✂-----

BULLETIN DE PARTICIPATION AU CONCOURS

« L'accueil qui Vaud une info »

Réponse à la question 1: _____

Réponse à la question 2: _____

Réponse à la question 3: _____

NOM: _____

PRÉNOM: _____

ADRESSE: _____

NPA: _____ LIEU: _____

Hôtellerie Vaudoise

Association cantonale vaudoise des hôteliers/ACVH
Section cantonale d'hotelleriesuisse

Une organisation au service de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme:

- Le TOURISME, 2^e industrie du canton de Vaud et 2^e employeur
 - 2,383 millions de NUIITEES hôtelières
 - env. 20'000 employé(e)s

L'Association professionnelle Hôtellerie Vaudoise en chiffres :

- 210 hôtels, 15'520 lits (93% des chambres disponibles dans le canton)
 - 1 milliard de francs de chiffre d'affaires
 - 400 millions de francs de masse salariale
 - 0,9 million de francs de budget

Ses buts et ses services :

Représentation de la profession et du secteur économique auprès des instances concernées -
Partenariat avec les milieux touristiques, économiques et politiques -
Gestion des membres - Participation aux consultations sur les nouvelles lois -
Communication (Infotellerie Vaudoise, Internet, Forum professionnel, etc.) -
Conseils aux membres - Liaisons avec les organes de formation professionnelle, de politique énergétique et de politique conjoncturelle -
Caisse d'allocation familiale d'HV.

L'accueil qui Vaud une info

Le numéro 40 d'Infotellerie Vaudoise marque le 10^e anniversaire du support de communication d'Hôtellerie Vaudoise, association cantonale vaudoise des hôteliers (ACVH). L'idée de départ, en 1994, était de diffuser une plus large information, non seulement sur les activités de cette section cantonale de la Société suisse des hôteliers (aujourd'hui hotelleriesuisse), mais sur tout ce qui touche le secteur de l'accueil et ses nombreuses implications. A la simple défense des intérêts des membres et pour remédier à une information lacunaire sur la branche, il s'agissait, pour « la voix de l'hôtellerie », de se faire entendre dans le concert de ses partenaires de l'économie et du tourisme... tout en ayant l'oreille des responsables économiques et politiques à tous les niveaux. La ligne n'a pas été modifiée au cours d'une décennie marquée, dans cette branche mondialisée depuis longtemps, par de profondes mutations conjoncturelles et de nombreux événements ayant eu une incidence directe sur son fonctionnement.

« Infotellerie Vaudoise » est adressée aux hôteliers et à tous les acteurs du tourisme, mais elle informe également les milieux politiques et économiques, les grandes entreprises et la presse. La diffusion trimestrielle, sous forme de « digest » d'informations ayant fait l'actualité touristique, assorties de l'éditorial du président, de réflexions et de relations de nature à stimuler la créativité, devrait contribuer à « couvrir » le secteur et à sensibiliser le lectorat concerné, fût-il très hétérogène. Le tourisme, deuxième secteur économique du Pays de Vaud, permet à celui-ci d'accueillir ses hôtes, cet accueil indéfectible moyen de communication, bien avant la lettre et dont notre modeste revue se veut le reflet.

Que de chemin parcouru par notre hôtellerie en dix ans ! Nous n'allons pas le refaire ici aujourd'hui, sinon pour rendre hommage aux présidents qui, avant Philippe Thuner, à la tête de l'association depuis 2001, avaient déjà contribué à mener à bien cette mission d'information: Maurice R.L. Urech, jusqu'en 1995, et Daniel Krähenbühl de 1995 à 2001. Qu'ils en soient encore très chaleureusement remerciés ! Il semble bien qu'à la faveur d'une véritable politique d'ouverture et de communication, l'hôtellerie vaudoise - à travers Hôtellerie Vaudoise - soit devenue plus transparente, plus crédible et plus connue ! Du moins auprès de ceux qui prennent la peine de s'informer...

L'avenir, ainsi qu'on peut le lire dans le présent numéro, sera jalonné de défis pour l'ensemble du secteur: améliorer la rentabilité des entreprises, poursuivre une politique sociale, soutenir la formation professionnelle, optimiser les forces de vente, parfaire la classification des établissements, développer la collaboration inter-entreprises, promouvoir la politique d'économie des énergies, innover, moderniser, rentabiliser, séduire... Indéniablement, la santé des entreprises passe par la satisfaction des hôtes... et vice-versa !

Bienvenue au Pays de Vaud ! Bienvenue dans son hôtellerie ! Bienvenue dans nos lignes !

José Seydoux

En bref

Chambre avec Smart

Enzo Stretti, propriétaire de l'Hôtel Jan et de l'agence de location de voitures enzolocation.ch, par ailleurs président d'hôtellerie lausannoise, innove astucieusement en proposant ses chambres avec une voiture Smart. Ce service gratuit, pour autant qu'il ait été préalablement réservé et dans la limite des disponibilités, représente une petite révolution sur le marché de l'hôtellerie et sur celui de la location de voitures. L'agence en question possède un parc de quelque 120 véhicules en Suisse romande, dont de nombreuses Smarts bridées à 45 km/h pour les conducteurs privés temporairement de leur permis de conduire.

Nouveau concept d'hébergement

La station de Villars est en train de se laisser enthousiasmer par le projet de l'une de ses concitoyennes, domiciliée à Londres: Sophie de Meyer, fille de feu Pierre Meyer, éminente personnalité des milieux éducatifs et touristiques vaudois, a présenté - comme on a pu le lire dans le quotidien «La Presse Riviera Chablais» (3.11.04) - un projet très élaboré, baptisé «Whitepod», qui concilie éco-tourisme, logement, écologie et aventure. Il s'agit d'un système d'hébergement basé sur des dômes ou igloos en dur entourant un chalet d'alpage, le tout sur les hauts de Villars; une dizaine d'hôtes seulement, mais servis par cinq personnes, pourront profiter de ce système haut de gamme en phase directe avec la nature, l'air pur et les possibilités d'activités sportives.



Le nouveau Bar de la Paix

L'Hôtel de la Paix étrenne son nouveau bar. Le brillant 4 étoiles lausannois de Jacqueline Imfeld et de son fils Stephano Brunetti a complètement transformé son ancien bar pour en faire un établissement élégant et conçu dans un style résolument contemporain: le «Bar de la Paix (50 m², 40 places)», symphonie de lumière, de cuir et de bois, dispose d'une entrée côté ville, en plein coeur des affaires, et d'une entrée côté réception. Une étape de plus dans la rénovation régulière de cet hôtel traditionnel de 200 lits et riche de plusieurs restaurants et salles de séminaires.

Publicité et promotion

L'or bleu d'Yverdon à Balexert

Une opération touristique et hôtelière de 3 semaines dans le centre commercial de Balexert Genève.

L'espace de trois semaines, du 1^{er} au 20 novembre, sous l'enseigne «L'or bleu d'Yverdon-les-Bains», un pont symbolique a été dressé entre le lac de Neuchâtel et le lac Léman, grâce à l'initiative des milieux touristiques et hôteliers de toute la région, avec l'appui de la Commune et d'Hôtellerie Vaudoise. Le centre commercial de Balexert, l'un des plus importants de Genève, a servi de cadre à cette opération de charme qui a notamment vu les hôteliers proposer des forfaits correspondant aux désirs du moment, soit

bien-être et bains pour la ville d'eaux, sports d'hiver, ski de fond et raquettes à neige pour la montagne. Toutes les activités liées à l'or bleu, qu'elles soient professionnelles, scientifiques, médicales, ludiques ou sportives, ont été ainsi présentées au public genevois, parmi les produits du terroir, les spécialités de la cuisine régionale, sans oublier cette grande attraction - encore méconnue - que constitue la réserve naturelle de la Grande-Caricaie, au bord du lac.

Lausanne en chinois

Une brochure suisse pour l'Empire du Milieu.

La Ville de Lausanne, en collaboration avec Lausanne Tourisme, a édité, en 10'000 exemplaires, une brochure destinée au marché chinois. Ce nouveau document A4 de 16 pages, mené à bien par Jean-Pierre Allamand et Gérard Bérout sur un texte original de Christophe Gallaz, a également bénéficié des conseils de sinologues. Il s'agit en effet de mettre en avant les atouts de la Capitale olympique pour séduire une clientèle encore difficile à discerner, à l'heure où la Suisse bénéficie du statut de "destination touristique privilégiée", accordé par la République populaire



de Chine, et à quatre ans des Jeux Olympiques d'été de Pékin. Cette plaquette de présentation met surtout l'accent sur la beauté de l'environnement, le calme, la vie de Lausanne et de ses institutions olympiques, les grandes écoles, les sports et les possibilités d'excursions.

Journal de palace

Premier numéro du «Raffles Le Montreux Palace»

Sous la direction de Michael Smithuis, le Raffles Le Montreux Palace édite désormais son propre journal, destiné aux hôtes, partenaires et clients potentiels. Au menu rédactionnel: l'éditorial, les actualités de la maison

(avec un espace VIP), le 20^e anniversaire du Harry's New York Bar, le nouveau restaurant Jaan (et ses cours de cuisine), le Raffle Amrita Wellness, le nouveau site Internet - www.montroux-palace.com - les 12 salles de conférences, des forfaits d'hiver... sans oublier une présentation d'un Raffles exotique situé aux îles Grenadines...

«Pause Hivernale»

Le Pays de Vaud très actif dans la campagne d'hiver de Suisse Tourisme.



C'est en 1864 qu'est né en Suisse le tourisme d'hiver; 140 ans plus tard, notre pays réaffirme plus que jamais la qualité de cette

carte sur l'échiquier touristique international. «Pause hivernale» est une campagne de marketing globale de Suisse Tourisme et de ses partenaires; représentant un investissement de 4,2 millions de francs, elle s'adresse aux marchés suivants: Allemagne, Benelux, France, Italie, Grande-Bretagne, Amérique du Nord et Russie. Sous le slogan «L'hiver de tous les plaisirs», la Région du Léman (Alpes et Jura) occupe sept pages dans la brochure A4 publiée à cette occasion par Suisse Tourisme.



En bref

Promotion vaudoise dans le GaultMillau 2005

La «découverte de l'année» du Guide GaultMillau Suisse romande 2005 consacre le petit restaurant de «La Croix Fédérale», à Vugelles-LaMothe, où officient depuis peu Maryline et Loïc Nozahic, sympathique couple français: une vingtaine de couverts seulement, mais un immense talent et deux coeurs gros comme ça! A signaler dans cette édition 2005 (800 adresses), en ce qui concerne le canton de Vaud, véritable havre gastronomique, la disparition de 9

établissements, le déclassement de 7 autres, la promotion de 3 maisons qui gagnent un point (La Rotonde du Beau-Rivage Palace, le Jann du Montreux Palace et l'Auberge de Sugnens) et enfin l'apparition de 16 nouvelles adresses.

IGP très vaudoise

Le saucisson vaudois et la saucisse aux choux vaudoise, par ailleurs inséparables du papet, «plat national vaudois», sont désormais inscrits au registre des Indications géographiques protégées (IGP) tenu par l'Office fédéral de l'agriculture. Ces deux noms de produits sont indé-

fectiblement réservés aux producteurs de l'aire géographique bien définie que constitue le canton de Vaud, en tant qu'unique zone de production, moyennant le respect d'un cahier des charges bien précis.

La Suisse, studio ouvert sur le monde

On sait que la Suisse, à défaut d'être un grand producteur de films, se profile de plus en plus comme un vaste studio à ciel ouvert pour de nombreux films, tous styles confondus. Les demandes de tournage, émanant des cinéastes étrangers, proviennent surtout de l'Inde, des

Etats-Unis et de Grande-Bretagne. Véritable «office du tourisme spécialisé pour les productions de cinéma», la société Film Location Switzerland, que dirige à Lausanne Cyril Jost, a pour but de donner aux sociétés suisses les moyens de participer aux tournages de films étrangers. Chaque film tourné dans notre pays, en plus de l'intérêt qu'y représente la présence d'équipes de tournage étrangères, est à considérer comme une contribution fort intéressante à une meilleure connaissance de la Suisse, de ses paysages et de ses multiples attraits.

Formation professionnelle

Un an d'hôtel-école à Leysin

Depuis le 2 novembre 2003, le Classic, à Leysin, fait fonction d'hôtel-école d'hotelleriesuisse.

Durant deux fois cinq semaines par an, des cours y sont donnés pour les assistant(e)s d'hôtel, sommeliers/ères et assistant(e)s en restauration et hôtellerie de Suisse romande. Une centaine d'apprenti(e)s fréquentent le 4 étoiles leysenoud. La conduite de l'internat est assumée par le couple de direction de l'établissement, Myriam et Jean-Marc Udriot, tandis que Clive Loertscher est globalement responsable de l'organisation de la pédagogie.

L'année 2004 marque les 40 ans du système d'hôtel-école, créé alors par la Société suisse des hôteliers et reconnu par la Confédération et les cantons. Deux périodes de cinq semaines ont lieu par année d'apprentissage, en alternance avec la formation pratique dans l'entreprise formatrice. Depuis 1964, plus de 20'000 apprenti(e)s y ont été formés. Cette année, environ 1'000 personnes dans six hôtels-écoles (dont celui de Leysin) auront fréquenté ces cours; dès la rentrée 2005, un nouveau concept, s'étalant sur trois ans, remplacera le système actuel et prévoit une formation d'employé(e) en hôtellerie et d'employé(e) en restauration.

Hôtel & Gastro, une formation très professionnelle

Le Bureau romand d'Hotel & Gastro formation, à Lonay, fête en 2004 son 10ème anniversaire.

Le but de cette association créée notamment par hotelleriesuisse, Gastrosuisse et l'ex-Union Helvetia (Société suisse des employés d'hôtel et de restaurant) est d'appliquer une politique de formation de base et de formation continue. Ce travail d'organisation et de coordination, pour l'antenne romande de cette association faitière installée à Weggis (LU), s'est concrétisé par le développement de programmes de formation pour les employé(e)s de la branche n'ayant pas de certificat d'apprentissage (programmes Fesca et Progresso), puis par l'élaboration des cours Perfecto pour des personnes ayant déjà travaillé dans le secteur, mais sans emploi ni CFC.

Dirigé par Alain Rohrbach, entouré d'une équipe de cinq personnes à Lonay, le bureau romand est surtout responsable, depuis 1999, de la mise sur pied des

cours de préparation à l'obtention du brevet et du diplôme fédéral des cuisinier(ères)s, chef(fe)s en restaurant, intendant(e)s et chef(fe)s d'accueil et administration hôtelière. Les cours sont dispensés par des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration dans une quinzaine d'hôtels de Suisse romande. Enfin, Lonay sert de centre d'informations pour tous les partenaires concernés par les activités précitées; on en reconnaît le grand professionnalisme et la parfaite connaissance des besoins de la branche.

Partenariat entre l'EHL et Compass Group

Mise en place d'un «world marché» novateur pour une plus grande diversité de l'offre de restauration.

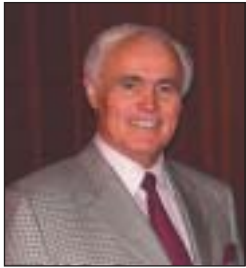


Quatre «boutiques» thématiques ont été aménagées à l'Ecole hôtelière de Lausanne et proposent une offre complète, comprenant le hors-d'œuvre, le plat principal, le dessert et les boissons et se

déclinant sur quatre thèmes: la cuisine méditerranéenne, les spécialités Asie/Orient, la pâtisserie, santé et bien-être. Ce «World marché» est l'une des applications pratiques de l'accord de partenariat passé entre l'EHL et Compass Group (Suisse) SA et en vertu duquel est instaurée une collaboration portant également sur un échange de connaissances et d'opportunités d'apprentissage, la synergie visant à une optimisation de la politique d'achats et l'installation d'automates à boissons et à snacks Selecta.

Parallèlement aux activités de formation dans le secteur de la cuisine et de la restauration (comme le «Berceau des Sens» ouvert également au public), l'EHL a développé le «world marché», conçu avec l'aide des architectes designers de Compass pour offrir aux étudiants de l'EHL un concept de restauration dernier cri, en relation avec les besoins de l'enseignement pratique. L'offre alimentaire n'en est que plus diversifiée, bien à l'image de la communauté EHL du Chalet-à-Gobet où vivent de 1200 à 1500 étudiants d'une septantaine de nationalités.

Pour un renouveau dans les Alpes vaudoises



Nous publions ici de larges extraits de l'exposé de M. Yves PIAGET, prononcé lors de l'assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise le 27 mai 2004 à Villars. Patron d'une grande marque horlogère de renom international, l'intervenant est non seulement un grand manager, mais aussi un amoureux du tourisme suisse et le

président de Télé Villars-Gryon. Selon lui, l'avenir est à placer sous le signe du renouveau et d'un certain nombre d'ingrédients comme l'hospitalité, la complémentarité, la régionalisation et l'intégration. (Titre et intertitres émanent de la Rédaction.)

Passer à ce nouvel esprit de notre tourisme, c'est comprendre que le marketing, outil et support du changement, c'est surtout adopter une nouvelle attitude. Dans l'environnement économique actuel, seul le changement est constant. Rompre les habitudes exige plus qu'une simple décision, cela demande motivation et volonté. Le sacrifice est parfois lourd, il faut le temps de renoncer à son ancienne mentalité. Cette métamorphose doit se transformer sinon en grande passion, du moins en enthousiasme générateur du renouveau. (...)

Le lac Léman, les Alpes: la nature et l'histoire ont comblé notre région d'attraits touristiques qui peuvent assurer sa renommée sur tous les continents. Ce privilège rare est plus qu'une carte de visite. Il exprime un style, une culture et une qualité de vie: autant d'arguments pour attirer une nombreuse clientèle du monde entier. (...)

La métamorphose par l'accueil, la qualité et les prix

La beauté de nos paysages seule ne suffit plus à attirer les visiteurs, les prestations offertes doivent pouvoir contenter une clientèle toujours plus exigeante dans le cadre d'une concurrence toujours plus agressive et internationale.

Pour les animateurs de notre tourisme suisse, il s'agit de se remettre en question en prenant conscience d'abord des efforts déployés par la concurrence dans les pays voisins et dans le monde entier. D'autre part, il s'agit d'imaginer de nouveaux produits et de les proposer au juste prix, c'est-à-dire de répondre, voire d'anticiper la demande d'une clientèle qui existe, mais à qui, depuis trop longtemps, nous n'avons pu donner entière satisfaction. Notre tourisme suisse doit absolument opérer cette métamorphose dans un monde en totale ébullition, où ce qui était vrai hier ne peut être vérifié aujourd'hui, et sera demain déjà complètement dépassé.

Dans ce nouvel environnement, l'essentiel de ce produit, c'est l'hospitalité: le talent de l'accueil, le rayonnement du sourire des prestations de haute qualité et à juste prix, car il existe encore de très nombreux clients qui veulent le meilleur et qui peuvent en payer la différence. Ces remarques sont vraies pour le tourisme du Canton de Vaud et pour celui des Alpes vaudoises.

Comment améliorer notre produit? Cela passe par la communication, la formation et la revalorisation de nos métiers qui, pendant longtemps, ont assuré la richesse de l'économie de notre canton et la prédominance internationale de notre pays.

Léman, Glacier des Diablerets, Gstaad 3000

Le tourisme suisse est une riche mosaïque où les Alpes vaudoises s'identifient à une pierre précieuse dont on a à peine découvert la profondeur et la brillance. Je crois à la régionalisation de notre tourisme non pas par décentralisation du tourisme suisse mais d'abord par la symbiose des spécificités de toutes les localités du bord du Léman au Saanenland en passant par le Glacier des Diablerets, plus simplement, de Montreux à Saanen en admirant le sommet de Gstaad 3000.

En application des règles du marketing, les Alpes vaudoises - une région, une entreprise - sont aussi un produit que nous devons continuellement renouveler pour nos hôtes qui ont eu, très nombreux, le plaisir de le découvrir en anticipant leur demande et en dépassant leur attente. Nous sommes donc tous ici concernés par ce défi. (...)

Adoptons une nouvelle attitude en témoignage d'un esprit d'ouverture en comprenant ce changement comme une promesse d'amélioration de nos performances dans la compétition où nous nous sommes aujourd'hui engagés. Dans cette turbulence des marchés du tourisme, nos stations ne peuvent continuer seules. Elles doivent exploiter les synergies existantes entre elles et envisager toutes sortes d'associations et d'alliances, ne serait-ce que pour unir leurs ressources humaines! En véritables «partenaires», nos stations doivent trouver le ciment nécessaire à les rassembler en une seule région, celle des Alpes Vaudoises allant dans le sens de l'évolution que nous n'avons pas le droit d'ignorer. (...)

Pour les Alpes vaudoises, la diversification du tourisme est une priorité pour allonger nos saisons particulièrement attractives, en été et en hiver. Pensons à l'organisation de festivals de toutes sortes, à la démonstration de notre folklore et de notre culture, faisons découvrir nos paysages en traçant des che-



Au cœur du domaine skiable de Gryon-Villars-Bretaye.

(Photo Studio Patrick Jantet)



Rougemont-La Videmanette, dans la nouvelle entité Destination-Gstaad.

Photo Pierre Bovay)

minements à travers la nature, que nous protégeons scrupuleusement mais qui reste trop souvent cachée à l'abri des promeneurs pédestres, équestres et cyclistes. Développons plus encore les sports d'été dont la demande est si grande aujourd'hui dans nos Alpes vaudoises. (...) Je crois à cette relation étroite, entre le tourisme, palliatif à l'agriculture, complémentarité indispensable à l'écologie, pour davantage d'équilibre à la démesure caractérisant souvent l'avancée de notre civilisation. La nature appartient à tous les partis!

Restructurer les sociétés de remontées mécaniques

Quant au tourisme hivernal qui fait la renommée de nos Alpes vaudoises, son développement dépend principalement de la santé des sociétés de remontées mécaniques, véritable colonne vertébrale de l'économie de notre région. Si elles sont prospères, la qualité du domaine skiable et le confort des installations, bref la qualité de l'accueil des amateurs de sport de glisse, s'en ressent aussitôt.

Grâce à la diversité de nos stations, à leurs liaisons topographiques, les Alpes vaudoises pourraient offrir l'un des meilleurs produits du tourisme hivernal suisse. L'adaptation de notre tourisme hivernal aux nouvelles conditions du marché est devenue une démarche urgente, les Alpes vaudoises doivent être un exemple de régionalisation et cette démarche passera par la restructuration des sociétés de remontées mécaniques et la centralisation de la promotion de notre tourisme régional. (...)

Les sociétés de remontées mécaniques doivent être gérées comme des entreprises, avec audace, rigueur, témoignant d'innovation et d'imagination en se rappelant que nous sommes dans une compétition jamais gagnée. Certaines sociétés de remontées mécaniques des Alpes vaudoises n'ont pas su adapter le rythme qu'exige leur développement. Gérées à l'ancienne, trop souvent à court terme, et dépourvues d'informations, elles sont aujourd'hui dépassées, sans moyens financiers, repoussant le renouvellement de leurs installations, devant rogner sur l'ouverture et l'entretien des pistes, pénalisant par conséquent le développement de leur propre station. (...)

L'intégration des Alpes Vaudoises est une mesure qui s'impose aujourd'hui. (...) Si nous osons caresser le projet de restructuration et du prochain essor des

Alpes vaudoises, nous pouvons l'envisager sans ignorer l'exigence de nos hôtes qui, en venant skier dans notre région, ont le droit de compter sur la neige! En effet, durant ces dernières années, l'enneigement naturel a particulièrement diminué pour toutes les stations au-dessous de 1500 mètres, donc pour nos Alpes vaudoises à l'exception de Gstaad 3000. «L'assurance neige» doit figurer sur notre prospectus! L'or blanc est la précieuse matière première dont dépend la survie des Alpes vaudoises. Que nos autorités fédérales, cantonales et régionales, que nos législateurs puissent entendre le renouvellement de ce cri d'alarme! L'enneigement artificiel est notre bataille que nous devons gagner, pour notre économie et pour notre région. C'est à cet endroit que nous nous attendons à la suppression des barrières législatives, à l'application moins bornée des règlements, à l'allègement des procédures laissant aux entrepreneurs la liberté de s'exprimer par la réalisation de leurs projets, en honorant leurs responsabilités. L'enneigement artificiel devrait avoir autant d'importance que les voies d'accès, dans la politique touristique et économique de notre canton.

L'intégration verticale du tourisme

Enfin, je serais incomplet dans mon intervention si je n'esquissais pas la prochaine étape du développement de notre tourisme après celle de sa régionalisation. Il s'agira de l'intégration verticale du tourisme dans notre région en offrant à nos visiteurs «un paquet» comprenant voyage, logement, équipement, itinéraire et animation dans l'une ou l'autre de nos stations.

Ainsi, le futur «client» des Alpes vaudoises pourra arriver en costume de ville, assuré d'un agréable séjour de sport d'hiver en repartant chez lui satisfait de ce service «plus» qui lui aura été accordé. Certaines stations, certaines sociétés ont réalisé déjà depuis plusieurs années cet ambitieux projet avec grand succès, tant pour leur économie que pour la haute qualité d'accueil de leurs hôtes.

Ne nous cachons pas derrière notre oreiller de paresse «Y en a point comme nous», mais changeons notre mentalité et élançons-nous dans la compétition en nous donnant les moyens de notre ambition!

L'avenir appartient aux pays, aux régions, aux entreprises qui sauront saisir la chance de la concurrence de demain.

● Le texte de l'exposé de M. Yves Piaget peut être consulté sur le site www.hotellerievaudoise.ch

hoteljob

Des candidats qualifiés
au service de vos hôtes!

Pour ne pas être dépourvu
n'attendez pas!

Contactez-nous!

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

Hoteljob
Marie-Claire Rossi

hotellerie
suisse

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

Marketing de la relève

Une activité débordante sur le terrain confirme les gros efforts de la branche en matière de sensibilisation des jeunes aux professions de l'hôtellerie et de la restauration.



Sous la responsabilité de Nicolas Dévaud, le service de marketing de la relève d'hôtellerie suisse en Suisse romande, qui travaille main dans la main avec le service similaire de Gastro-suisse, multiplie les actions sur le terrain. On signalera simplement ici les plus récentes séances d'information organisées par ses soins dans le canton de Vaud à l'intention de publics ciblés: les jeunes au seuil d'un choix professionnel (Montreux), les enseignants-conseillers en orientation et maîtres

d'apprentissage (Lausanne, Pully) et les étudiants intéressés aux possibilités de carrière (Leysin). Des expositions ont été également mises sur pied et animées à « Vallée-Formation », au Sentier (Vallée de Joux) et au Salon de l'apprentissage Riviera-Chablais, à Villeneuve, au sein de l'espace commun « Accueil & Saveurs » de la Fondation vaudoise pour la formation des métiers de bouche. Des actions Passeport-vacances se sont déroulées à l'Hôtel de la Couronne, à Morges, et au Grand Hôtel Résidence, aux Rasses, tandis que des portes ouvertes étaient organisées à l'hôtel-école du Classic Hôtel, à Leysin.

Bourse d'apprentissage: www.formation-hotel-resto.ch

En bref

Leysin Swiss Education Group

Après avoir totalement réaménagé les anciens hôtels Belvédère et Mont-Blanc, dotés aujourd'hui de locaux, d'installations techniques et de chambres de grande qualité, la société Leysin-Swiss Education Group, propriété d'Andreas Kunzli, englobe également la Swiss Management University (SMU), la Swiss Hotel Management School (SHMS), l'Hotel Institute Montreux (HIM), déjà implantés à Montreux, ainsi que la School of Hotel Management Neuchâtel (IHNTI). Il s'agit désormais du plus grand groupe privé de formation hôtelière de Suisse; la direction des exploitations est assumée par Florent Rondez.

Laureate International Universities

Nouvelle appellation du Glion Institut des hautes études (GIHE), avec ses campus de Glion, de Bulle et des Roches (Bluche), sous l'enseigne de "Laureate International Universities", le nom du plus grand groupe mondial d'institutions privées de niveau universitaire, propriété du groupe Sylvan Learning Systems (150'000 étudiants en Europe et outre-mer). A l'étroit dans ses locaux, l'institut glionnais a déplacé son centre administratif à Clarens.

Evénements et perspectives

Remise des Sésames de l'accueil 2004

Dans le cadre de *Gastronomia*, salon spécialisé dans l'accueil, la gastronomie et les services.

Lors du salon *Gastronomia*, qui s'est déroulé du 30 octobre au 3 novembre à Beaulieu-Lausanne (cf. la page LAUSANNE), les Sésames de l'Accueil ont été décernés au Buffet de la Gare de Céligny GE et à l'Hôtel Friedheim de Weggis. Les principales institutions d'hôtellerie suisse étaient présentes dans un stand commun: Hôtellerie Vaudoise, EHL, hotel & tourismusrevue, Bureau romand d'hôtellerie suisse à Lausanne.

● La prochaine édition de *Gastronomia*, onzième du nom, se déroulera selon son rythme biennal du 4 au 8 novembre 2006.



Bureau romand d'hôtellerie suisse, à Lausanne. Ici au stand de *Gastronomia* 2004, son directeur Jean-Michel Illi entouré d'une partie de son personnel: de g. à dr. Jacqueline Bonzon, Anne-Lise Martin et Marie-Claire Rossi. Manquent: Sylvie Beaud'huin, Nicolas Dévaud (marketing de la relève) et Paul Jung (chef de l'enseignement de l'Ecole de secrétariat hôtelier).

Heureuse rencontre de professionnels du tourisme à Montreux

Placé sous le signe du renouveau, *Hotela Travel Summit* a réuni plus de 200 représentants de la branche voyage et du tourisme réceptif.

Ils exercent des métiers différents, les uns dans le tourisme émetteur (tour-opérateurs et agents de voyages) et les autres dans le tourisme réceptif (managers du tourisme, hôteliers et autres prestataires)... ils se sont néanmoins rencontrés à l'initiative d'Hotela, les assurances sociales du secteur touristique, d'hôtellerie suisse, de la FSAV et du Travel Trade Workshop de Montreux (TTW).

Plusieurs éminents orateurs se sont exprimés à cette occasion, dont Bertrand Piccard, médecin psychiatre et recordman du tour du monde en ballon, venu expliquer les vertus du changement et de l'innovation en situation difficile. Des exposés d'Olivier Evans (Swiss), d'Andreas Schmid (Unique Airport Zurich) et de Hans-Jörg Leuzinger (Fédération suisse des agences de voyages FSAV) ainsi que des ateliers de travail formaient également le programme de cette plate-forme de discussions et d'échanges autour du souci numéro un des professionnels d'aujourd'hui: le touriste. A faire voyager, à accueillir et à servir. Jean-Paul Genoud, directeur d'Hotela et initiateur du projet, a annoncé la poursuite de ce nouveau rendez-vous montreuisien.

Métro et dodo à Lausanne

Outre l'aménagement d'un espace Information et de podiums d'observation des travaux, la construction du métro lausannois M2 est l'objet, sur demande, de visites relevant du tourisme technique. Des arrangements peuvent être concoctés, en collaboration avec Lausanne Tourisme, comprenant logement, visites commentées des chantiers (en fonction du public) et autres activités récréatives offertes par la Capitale olympique. Malgré les inconvénients et autres nuisances dus à ces travaux engageant l'avenir de la ville, il s'agit en effet de faire contre mauvaise fortune bon coeur! Et l'on viendra peut-être de partout, dès 2008, pour admirer l'unique métro du monde à franchir une déclivité de 300 mètres...

Les Suisses ont la bougeotte...

Même si leurs voyages à l'étranger ont été freinés par la conjoncture, ils manifestent aujourd'hui un regain d'intérêt pour le grand large.

Les touristes suisses à l'étranger ont dépensé 10,1 milliards de francs à l'étranger en 2003 (- 200 millions par rapport à 2002) et 9,6 milliards (- 100 millions) dans leur propre pays. Les projections sur 2004 indiquent une nette reprise sur les deux plans, aussi peut-on en déduire que la morosité ambiante tend à s'estomper...

Il sera difficile de tirer des chiffres définitifs sur le mouvement touristique en Suisse en 2004, en raison de l'absence de statistiques fédérales, mais l'on compte tout de même sur une certaine reprise. Selon le périodique spécialisé «Travel Inside», les Suisses ont quelque peu chamboulé le tiercé traditionnellement gagnant de leurs destinations de prédilection en 2003: France (3 millions d'entrées), Italie (1,56 million) et... Allemagne (qui dame le pion à l'Espagne), puis, toujours dans l'ordre, l'Autriche et la Grande-Bretagne (sans changement), et enfin la Grèce qui ravit le 7^e rang aux USA, la Turquie et la Hongrie (pour la première fois dans le top ten).

Durant l'automne, les principaux voyagistes suisses ont observé une augmentation des réservations pour les arrangements de fin d'année à l'étranger, l'hiver sous les tropiques et, en particulier, des destinations comme l'Égypte, la Crète, Chypre, la Turquie, les Maldives et les Caraïbes.



Opération de promotion pour l'hiver en Suisse: les Ecoles suisses de ski et de snowboard ont participé à la Semaine olympique de Lausanne, où l'on avait reconstitué une piste d'initiation et de démonstration comme dans cinq autres grandes villes.

Les recettes du succès

Gérard Rabaey publie «Le Pont des Délices»

Le Pont de Brent méritait, lui aussi, son livre gastronomique et son talentueux chef Gérard Rabaey en dévoile 172 recettes bien à l'image de son talent et de sa créativité (3 étoiles Michelin, 19 sur 20 au GaultMillau). Publié aux Editions Favre en 8'500 exemplaires, le nouvel ouvrage se veut plutôt pragmatique, accessible et plein de détails utiles... pour réussir chaque recette, étant entendu (la remarque vaut pour tous les ouvrages des autres grands chefs!) que la griffe du maître - Dieu merci! - ne se prend pas en deux coups de cuillère à bouillon! A noter que ce livre, magnifiquement illustré par le photographe Pierre-Michel Delessert, comprend aussi 32 recettes végétales et comprend un très utile glossaire des termes techniques utilisés.

Le retour des Japonais?

Optimisme et créativité pour (re)séduire l'hôte nippon.

Dans le cadre du voyage au Japon de Joseph Deiss, président de la Confédération, le point a été fait sur l'état du mouvement touristique japonais en Suisse. Notre pays, qui figure au quatrième rang des destinations préférées des citoyens de l'Empire du Soleil Levant, a vu brusquement leur nombre diminuer depuis les attentats de septembre 2001, l'épidémie du SRAS, la grippe aviaire... Les nuitées japonaises sont passées de 970'000 encore en l'an 2000 à 558'000 en 2003. Certes, la reprise est annoncée (le nombre de 720'000 nuitées est avancé pour 2004), mais le directeur de Suisse Tourisme à Tokyo, Roger Zbinden, est d'avis qu'il faut faire preuve de créativité pour séduire la jeune génération, promouvoir de nouveaux produits (séjours en ville et excursions quotidiennes) et satisfaire la clientèle individuelle... tout en conservant l'emblématique et mythique Cervin si cher à la clientèle japonaise.

Combien dans la balance?

Moins de moyens pour Suisse Tourisme

Alors que ses concurrents affinent leurs armes, la Suisse peine à financer la promotion de sa 3^e industrie nationale d'exportation.

Après la proposition saugrenue de Christoph Blocher de n'offrir qu'un franc symbolique à Suisse Tourisme, les Chambres fédérales, on le sait, se sont finalement accordées pour lui allouer une somme de 138 millions de francs pour les années 2005, 2006 et 2007. L'organisme national de promotion touristique avait demandé 277 millions de francs sur cinq ans pour intensifier ses opérations sur les 35 marchés qu'il travaille; finalement, le crédit-cadre accordé ne permet même pas d'assurer les charges actuelles, compte tenu en particulier de l'inflation dans les pays où Suisse Tourisme est représenté, et freinera sensiblement son efficacité à l'étranger, notamment sur les marchés émergents, asiatiques en particulier, qui représentent les clefs (si convoitées) du succès dans l'avenir. Un travail de longue haleine qui aurait dû susciter un réel engagement financier.

Cette carence au niveau national devrait inciter les offices du tourisme cantonaux, régionaux et locaux, resp. leurs bailleurs de fonds publics et privés, à augmenter leurs moyens financiers et à pallier en quelque sorte les déficiences forcées de Suisse Tourisme.

La pire situation serait, a contrario, de les voir suivre la voie nationale et de limiter encore plus strictement l'aide qu'ils doivent logiquement accorder à ces leviers de l'économie régionale.

Les petits hôtels intéressent l'immobilier

Une nouvelle société se propose de créer un pont entre le domaine de l'hôtellerie et celui de la finance.

Le concept «Hôtels et Patrimoine», élaboré par Anne Southam-Lingjaerde (anc. directrice de Genilem) et John Moederle (anc. chez Horwath Consulting et Silsila Genève), réunit sous un même toit l'hôtellerie, l'immobilier et la finance. Il repose sur l'acquisition d'établissements hôteliers de petite taille (25 à 60 chambres) et localisés sur l'arc lémanique, sur leur rénovation, puis sur leur remise en exploitation dans l'un des segments de l'hébergement touristique de moyenne durée (résidence «affaires», seniors non médicalisés ou étudiants). Il s'agirait notamment de répondre à une demande croissante observée, dans cette région, pour des formules d'hébergement de moyenne durée, comprenant un service hôtelier adapté à un séjour allant d'une semaine à plusieurs mois. Selon les personnes précitées, ces opérations, financées par un club privé d'investisseurs, visent à accroître le rendement des établissements acquis par l'apport d'un savoir-faire immobilier et hôtelier, mais aussi à réaliser une plus-value par la création d'une collection d'hôtels caractérisée par un fort supplément d'âme et de convivialité.

● Vice-directeur de Suisse Tourisme à la Direction générale de Zurich, le Vaudois *Michel Ferla* en dirige désormais la représentation française à Paris (11bis, rue Scribe), tout en gardant son titre dans l'organisation nationale de marketing du tourisme helvétique. *Michel Ferla* retrouve, plusieurs années après, un poste qu'il avait déjà occupé par le passé; il sera également responsable des marchés belge et espagnol. Il s'agit, en l'occurrence, d'une des mesures d'économie prises par Suisse Tourisme, suite à la diminution des ressources financières que lui alloue la Confédération pour ces trois prochaines années.

● Le Montreusien *Claude Nobs*, le grand patron du Montreux Jazz Festival, figure au palmarès 2004 des 29 héros européens établi par le magazine britannique «Time». Cette distinction européenne lui vaut également un article élogieux intitulé «The Hills Are Alive» (Les montagnes sont vivantes) dans lequel on souligne sa passion de la musique et l'esprit de son festival de jazz. Issu du sésail touristique - cuisinier, diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne, il a été le sous-directeur de l'Office du tourisme de Montreux avant de se lancer dans l'événementiel musical - Claude Nobs a grandement contribué à l'image d'accueil de la cité lémanique.

● Le meilleur jeune cuisinier d'Europe œuvre au Restaurant du Pont-de-Brent, chez Gérard Rabaey: d'origine gruérienne, *Damien Doutaz* (19 ans), qui a accompli son apprentissage au restaurant «Le Gourmet», à Martigny, a remporté la finale européenne du meilleur apprenti à Londres, parmi huit candidats à ce titre prometteur. Sélectionné comme une dizaine d'autres candidats sur la base de recettes, Damien Doutaz a gagné l'éliminatoire suisse pour un travail pratique avant de décrocher, à Londres, le titre européen pour un menu composé de paupiette de sole, d'un perdreau rôti sur canapé et d'une mousse au chocolat... Coaché par la section suisse des Jeunes Restaurateurs d'Europe, il a remporté ce prix de haute lutte parmi huit concurrents. Son rêve? Apprendre encore beaucoup au contact d'autres cuisines et d'autres cultures, avant d'ouvrir, un jour, son propre restaurant...



Photo: Pierre Richoz

Bureau romand d'hotelleriesuisse

Le Bureau romand d'hotelleriesuisse a une nouvelle adresse postale: case postale 7507, 1002 Lausanne. Son adresse n'a pas changé: rue des Terreaux 10.

En direct sur le web

Bienvenue aux internautes!

Quatre accès Wi-Fi à Lausanne

Savez-vous qu'à Lausanne il est désormais possible d'accéder gratuitement à Internet? Toutes les villes sont loin d'offrir un tel service à leurs habitants et à leurs hôtes, toujours est-il que la Capitale olympique, elle, propose d'accéder à la toile sans fil! En effet, quatre accès Wi-Fi sont disponibles sur les principales places du centre ville (Palud et Riponne) et du bord du lac (Navigation et Port); il suffit, pour ce faire, de disposer d'un ordinateur portable équipé d'une carte réseau «Wireless» mise en place par le service multimédias et bénéficiant de l'infrastructure du télé-réseau de la Ville. Lausanne en direct avec le monde 24 heures sur 24, c'est aussi ça la télé-réalité!

● Renseignements: sil.multimedia@lausanne.ch

La colonne de la créativité

«*Milestone 2004*», le prix à l'innovation du tourisme suisse, a permis de mettre en exergue de nombreux efforts pour être original et se démarquer de la concurrence. Quelques exemples choisis et d'autres tirés de l'actualité.

Outre les projets liés au Pays de Vaud - «*Le Chablais gourmand*», parcours touristique transfrontalier, et «*L'Odyssée des Trois-Lacs*», parcours thématiques de découvertes - on relèvera notamment un réseau d'hôtels spécialisés dans l'organisation d'événements (www.celebration-hotels.ch), une cuisine d'inspiration numérolgique (www.charmey-sapin.ch), le repositionnement de six hôtels genevois (www.manotel.com), un service de taxi pour la clientèle des hôtels zurichois (www.zhr.ch), des unités-logements modulaires pour loger le personnel de station (www.guinnard.com) et des vélos électriques à disposition des hôtes (www.maggiore.ch)

La station de Crans-Montana a mis en place, durant tout l'été, un système de zones de rencontres - région-pilote de l'Office fédéral de la santé publique - visant en particulier à créer une certaine convivialité entre piétons et automobilistes grâce à une vitesse limitée à 20 km/h, à l'effacement des passages protégés, à l'extension des terrasses, etc.

A Genève, à l'enseigne des «*Terrasses du Lac*», une quinzaine de restaurants ont offert chaque jour, du 30 juillet au 13 août, un «plat du lac» créé par un chef de cuisine. Quinze professionnels se sont ainsi succédé aux fourneaux! L'opération était soutenue par Genève Tourisme, l'Ecole hôtelière de Genève et l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE).

Le Golf de Vuissens (FR) a organisé une compétition des artisans qui a permis aux joueurs, trou après trou, de goûter aux délices du terroir, grâce à la présence d'un boulanger, d'un poissonnier, d'un boucher, d'un fromager, d'un maraîcher et de vigneron... Tout un menu sous le signe du mariage du golf et de la gastronomie!

L'Hôtel Palafitte, le 5 étoiles rescapé de l'Expo.02 à Neuchâtel, s'est prêté à un partenariat tout à fait original: l'offre du «*Palafitte dès 22'800 francs*», soit une nuitée pour les acquéreurs d'une Peugeot 307 Watch Valley (série limitée à 200 exemplaires). Une collaboration originale entre une région d'accueil, un hôtel d'avant-garde et un constructeur automobile...

Du 25 novembre au 5 janvier, Suisse Tourisme investit sur la place Vendôme, par une présence dans les prestigieux commerces du célèbre octogone parisien et par une exposition de boules de Noël géantes décorées par des artistes et du plus bel effet. Cette initiative bénéficie d'une coopération entre l'ambassade de Suisse à Paris, de l'OT du canton de Vaud, des CFF, du TGV Lyria et de Pro Helvetia.

Le groupe *Mövenpick Hotels & Resorts* (53 hôtels dans 17 pays) développe une nouvelle marque, complètement remaniée, en mesure de repositionner et de raffermir son image sur le marché des 4 et 5 étoiles en Europe et au Moyen-Orient. La société hôtelière suisse entend jouer sur les notions de l'hospitalité, du plaisir, de l'ouverture, de la modernité, de l'authenticité, de la qualité supérieure et du cocooning... Tout ce que l'hôte d'aujourd'hui attend d'un hôtel se remettant en cause, surtout s'il est le maillon d'une chaîne suisse.

Le 28 septembre, au Château Rochefort, un des quatre domaines vinicoles de la Ville de Lausanne, plusieurs personnalités, à l'invitation de l'Office des vins vaudois, ont honoré de leur présence la cérémonie d'arrosage du vin. Parrainées par Jacqueline Maurer-Mayor, présidente du Conseil d'Etat, et Jacky Delapierre, «Monsieur Athletissima», ces vendanges 2004 ont marié le vin et le sport (à consommer séparément!).

Comblant une lacune et faire preuve d'originalité, tel était le souci de Tessa Kroon et Audrey Sikorsky qui ont ouvert à Genève le «*Baby Lounge*», café-restaurant pour les personnes accompagnées d'enfants de moins de 4 ans. Il s'agit d'un café-boutique disposant d'un décor, d'un mobilier et d'installations absolument adaptés aux petits hôtes, ainsi que d'une carte de mets ad hoc, le tout assorti d'une animation ludique de circonstance. L'accueil n'attend pas le nombre des années...

Nocturnes de Noël

La capitale en liesse

Comme pour une équipe, on ne change pas une formule qui gagne... Au contraire, on la renforce et on l'étoffe.

C'est en se basant sur ce principe que le team des animations de Noël – hôteliers en tête – reconduit en 2004 l'opération «La nuit des étoiles». On connaît l'idée: offrir des chambres à 40 francs l'étoile (celle du classement de l'établissement, bien sûr!), petit déjeuner offert, durant les soirs de nocturnes. Pour celles et ceux qui veulent acheter leurs cadeaux, ou simplement flâner sans devoir reprendre le volant pour rentrer chez eux, l'aubaine est de taille. Elle représente une économie moyenne de 40-50% sur les prix habituels de l'hébergement. Pour sa part, Lausanne Tourisme, en accord avec un certain nombre d'hôtels, a pris contact avec 3800 autocaristes de Suisse, de France, d'Allemagne et d'Italie pour proposer à leurs clients des conditions intéressantes pour passer de une à trois nuits sur place... Ce qui devrait aussi permettre à ces derniers d'en profiter pour visiter musées et expositions, ou faire des excursions dans la région. Enfin, l'Association des commerçants lausannois (ACL) et le groupe Déclit ont, cette fois encore, joué les chefs d'orchestre en ce qui concerne l'animation des rues. Et de l'animation, il y en aura puisque les 41 chalets prévus en centre-ville seront présents sur place plus longtemps, soit du 3 au 24 décembre et ouverts jusqu'à 21 heures. A la place de la Louve, la crèche vivante accueillera une conteuse qui, toutes les heures, évoquera la scène de la Nativité. «Chaque année, nous cherchons à rendre l'événement plus attractif, plus vivant», souligne pour conclure Mme Martine Fiora, hôtelière et conseillère communale. Une manière d'afficher haut et fort le dynamisme des acteurs de la Ville.

Cette «chère» électricité

Une décrue bienvenue, mais...

On le sait, Lausanne fait partie du peloton de tête en ce qui concerne les... tarifs de l'électricité! Une performance qui ne ravit pas forcément les hôteliers du chef-lieu.

Il suffit de jeter un coup d'œil sur les prix de l'électricité dans de nombreuses villes et régions de Suisse pour se rendre compte que Lausanne n'est pas la mieux lotie. Loin s'en faut. Des cantons comme le Valais ou les Grisons, on le sait, s'en tirent nettement mieux et les établissements hôteliers y bénéficient de tarifs très particuliers. Considérés comme prohibitifs jusqu'ici par la profession, ceux-ci vont, fort heureusement, peser désormais moins lourd dans les budgets.

Aux Services industriels de la Ville de Lausanne, on estime que les mesures qui entreront en vigueur au 1^{er} janvier 2005 conduiront de facto à une baisse de 10 à 14% de la facture des PME-PMI. Cela étant, c'est l'application du tarif dit 103 qui aboutira à ce résultat. Un tarif qui tient compte d'une mesure à la fois de l'énergie et de la puissance. Autrement dit de la moyenne de la consommation et du mode de consommer. Dans les faits, indique-t-on aux SI lausannois, de la manière dont il utilise son électricité l'hôtelier pourra obtenir une économie plus ou moins sensible. Ainsi pour un établissement de dimension moyenne, la fourchette est estimée entre 12 et 15% et de 4% pour les hôtels rattachés au tarif 102 (impliquant des tarifs différenciés jour/nuit et durant le week-end).

On ne peut que remercier les édiles d'avoir tenu compte de la demande des hôteliers, qui s'inscrit également dans un mouvement général visant à obtenir une réduction des tarifs de l'électricité. Pour ces derniers, le pas accompli va dans le bon sens, celui de la nécessité de réduire les charges. Un effort auquel, d'ailleurs, l'ensemble de la branche s'attache sans relâche depuis pas mal de temps déjà... Reste que cette première étape devrait être suivie d'autres afin que Lausanne quitte sa place de lanterne rouge et que ses hôtels puissent affronter la concurrence d'autres villes avec davantage d'atouts. Sans parler de l'étranger où les différences de tarifs sont encore plus criantes...

Le tableau est, hélas, autre en ce qui concerne les tarifs du gaz. Ceux-ci ont subi, depuis le 1^{er} octobre dernier, une hausse de 10%. La raison en est que les entreprises distributrices ont des contrats qui les lient à l'évolution du prix du pétrole et dont Lausanne est entièrement tributaire. Quand on pense aux efforts de la Ville pour promouvoir cette énergie «propre», on ne peut que regretter que son coût au consommateur prenne l'ascenseur...

Vols à Ouchy

Une situation qui se péjore



« Attention aux voleurs, ne leur laissez aucune chance. Malgré cette affiche placardée dans les hôtels, cafés et restaurants d'Ouchy, les larcins sont en nette augmentation.

Les pickpockets semblent donc se multiplier dans les lieux publics, places et

promenades des bords de lac lausannois. A telle enseigne que hôtes et visiteurs sont dûment mis en garde contre la recrudescence du phénomène au moyen d'une petite affiche placardée où il se doit. Autre moyen de dissuasion, des policiers clairement identifiés y effectuent des rondes plus fréquentes. Ainsi, alors que les dealers ont été refoulés de ces lieux, la relève, si l'on peut dire, est maintenant prise par les voleurs à la tire et à... l'astuce.

Jean-Philippe Fleury, directeur de l'hôtel Aulac et du café-restaurant Le Pirate (également membre du comité d'hôtellerie lausannoise), insiste sur la nécessité de porter plainte auprès de la police. «Nous encourageons nos clients à aller au poste pour y déclarer les vols dont ils sont victimes, car c'est grâce aux rapports de celle-ci qu'on pourra mesurer exactement l'augmentation de ces actes et obtenir une surveillance renforcée». Si la police fait bien son travail, les gens hésitent en revanche à déposer plainte, estimant vraisemblablement que cela ne leur rendra pas leur argent. Parmi eux, nombreuse est la clientèle âgée n'affichant que peu de méfiance par rapport à cette triste évolution des mœurs.

Très concernée par ce problème, hôtellerie lausannoise a donc décidé, par la voix de son président, M. Enzo Stretti, de s'adresser aux autorités de la Ville en charge de la police. Son but: faire en sorte que les réclamations des hôteliers – et pas seulement les statistiques – soient également retenues lors de l'évaluation des mesures à prendre.

Gastronomia 2004

Plus proche des hôteliers

Si la réputation de Gastronomia n'est plus à faire, le salon a innové cette année en accordant une large place aux équipements hôteliers et au «wellness».

Annoncé dans notre précédente édition (voir Infotellerie Vaudoise no 39), Gastronomia a connu son succès habituel et cela d'autant plus que, cette année, le salon innovait en faisant un pas supplémentaire et important en direction des hôteliers. Ainsi, un accent particulier a été mis sur les biens d'équipement dans l'hôtellerie, ainsi que sur ce qui s'impose de plus en plus dans les établissements de catégorie supérieure: les installations liées au «wellness-santé-bien-être».

Pour M. Hans Wyssbrod, vice-président d'Hôtellerie Vaudoise et membre du comité de Gastronomia, la manifestation a donc pris une nouvelle dimension. La maison Gruyéria, de Bulle, spécialisée dans les équipements et l'ameublement hôteliers (chambres, salons, salles à manger), y a notamment présenté une gamme de solutions riche et variée. Cette année, trois entrées principales étaient proposées, ce qui a considérablement facilité les parcours des visiteurs.

Une réunion de travail du comité a été agendée pour janvier 2005 afin de définir une stratégie d'avenir, précise M. Wyssbrod. Comme pour tout salon de ce type, des innovations s'imposent. «A cette fin, nous allons tirer profit des enseignements de la dernière édition de Gastronomia, tout comme d'IGEHO, la manifestation bâloise qui a également lieu tous les deux ans en alternance avec celle de Lausanne».

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

hotelleriesuisse: table ronde avec les médias

L'association faitière nationale de l'hôtellerie helvétique entend bien conserver le « leadership » de la branche et l'exprime devant la presse suisse.

La première « table ronde des médias » de Suisse romande s'est déroulée à l'Hôtel Alpha-Palmiers - symbole lausannois de l'hôtellerie de demain - et a permis aux dirigeants d'*hotelleriesuisse* d'aborder diverses questions d'actualité (dont celle de la classification des établissements) et d'oser quelques projections sur le futur. On a rappelé, à cette occasion, l'importance et la représentativité de l'ex-Société suisse des hôteliers: 3500 membres, 2400 hôtels (dont la quasi-totalité des 5 étoiles de Suisse et

neuf 3 étoiles sur dix) générant plus de 80% des nuitées hôtelières du pays, 21 associations régionales comptant plus de cent sections. Les compétences-clés de l'association concernent la classification des hôtels, la défense des intérêts de politique économique et touristique, le partenariat social (Convention collective nationale de travail), l'information (à travers en particulier l'*hotel-tourismus revue*), la formation professionnelle et continue, les services de conseils, les assurances sociales *Hotela* (Montreux).

Christian Rey, président d'*hotelleriesuisse*, a renouvelé à Gastrosuisse, l'association avant tout vouée à la défense des intérêts du secteur de la restauration avec plus de 20'000 membres, son offre de classer aussi ses membres hôteliers essentiellement à la tête de petits établissements de niveau 1 et 2 étoiles. D'autres questions ont été abordées dans le cadre de ce rendez-vous avec la presse: ouverture de l'UE à l'est avec de nouveaux marchés potentiels pour le tourisme suisse, nécessité d'accepter l'accord de Schengen pour que la Suisse soit sur un pied d'égalité avec les autres pays, formation professionnelle, collaboration inter-hôtels au niveau local, flexibilité des prix hôteliers en fonction de la demande immédiate, perspectives optimistes pour le tourisme suisse...



Première table ronde des médias d'*hotelleriesuisse* à Lausanne: de g. à dr. Jacques Pernet, vice-président d'Hôtellerie Vaudoise, Christian Rey et Christoph Juen, resp. président et directeur d'*hotelleriesuisse*, et Philippe Thuner, président d'Hôtellerie Vaudoise.

En bref

Un nouvel Hilton... en face de Lausanne!

C'est bien à Evian que la chaîne hôtelière américaine Hilton s'implantera, grâce à l'engagement de la Ville d'Evian, du financier Georges Fenench et d'un groupe financier franco-néerlandais. Le futur établissement, qui nécessitera un investissement de l'ordre de 80 millions de francs, comptera 139 chambres et 34 suites, au bord du lac, ainsi qu'un parking de quelque 400 places.

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: info@hotelleriesuisse.ch - Internet: hotelleriesuisse.ch

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

1804 Corrier s/Vevey

P.P.

Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique:

13-16 janvier 2005

Ferienmesse, salon des vacances, BEA Berne

27-30 janvier 2005

FESPO, Vacances et loisirs, Zurich

4-6 février 2005

Salon Vacances, sports et loisirs, Palexpo Genève

25-27 février 2005

Ferienmesse, salon des vacances, Bâle

21-22 avril 2005

Journées suisses des vacances (Suisse Tourisme), Lausanne

24-26 avril 2005

Swiss Travel Mart STM 2004 (Suisse Tourisme), Lausanne

26 mai 2005

Assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise, Morges