



Editorial

Le village touristique mondial et nous



«L'année a fort bien débuté pour les hôtels vaudois. Presque toutes les destinations progressent à l'exception de certaines stations dans lesquelles l'offre a été réduite suite à la fermeture d'hôtels. Cette progression est spectaculaire, souvent à deux chiffres. Il convient cependant de nuancer ce constat optimiste. Cette embellie est principalement conjoncturelle, un peu comme l'amélioration des comptes de l'Etat qui doit beaucoup plus aux encaissements supplémentaires qu'à une saine réduction des dépenses de fonctionnement. De plus, la météo a également contribué aux bons résultats des stations de montagne. Embellie conjoncturelle donc, mais les problèmes de la branche demeurent inchangés et bien présents à moyen ou long terme:

Les aléas des taux de change

La stabilité à un niveau élevé de l'euro et, dans une moindre mesure, du dollar participent du bon climat conjoncturel. C'est un facteur que la petite Suisse, encore moins son hôtellerie, ne peut maîtriser seule. Nous sommes à la merci d'un change-

Le message du Président d'Hôtellerie Vaudoise lors de l'assemblée générale du 18 mai 2006 à Lausanne (extraits)

ment de cours brutal des principales monnaies de nos clients, changement qui réduiraient à néant tous les efforts consentis pour être concurrentiels face à la concurrence étrangère.

Sur ce plan, nous avons des contraintes analogues aux industries d'exportation. Par contre, nous ne pouvons pas délocaliser pour réduire les coûts

de tout ou partie de notre production. Il faut donc que, outre la beauté de nos sites, la qualité de nos prestations soit telle qu'elle justifie, pour le client, de payer plus cher en raison des différences de change.

L'entrée de la Suisse dans la zone euro résoudrait le problème. Mais cette solution paraît utopique et les hôteliers devront affronter encore longtemps les aléas des taux de change...

Une compétitivité minée par les coûts du marché intérieur

Examinons cette compétitivité internationale retrouvée de notre hôtellerie. Elle est due certes en partie aux taux de change raisonnables, mais aussi à une lutte incessante pour maîtriser les coûts et à une compression des marges bénéficiaires insupportable à long terme.

L'hôtelier suisse paie ses produits agricoles à peu près 50 % plus chers que ses collègues des pays voisins. Il paie aussi des salaires 45 % plus élevés. Les coûts de construction, des machines et des prestations de service sont également beaucoup plus élevés.

Si le prix de la nuitée est compétitif, c'est donc au détriment d'une marge bénéficiaire suffisante pour permettre les futurs réinvestissements. Il y a un danger d'appauvrissement de la branche, de disparition d'hôtels et d'une forte réduction de la diversité

> Suite page 2

«Infotellerie Vaudoise» innove

Notre bulletin d'information innove en se présentant désormais sous une forme plus attrayante et plus fournie, vu le développement constant de nos rubriques qui traduit la richesse des informations hôtelières et touristiques concernant notre canton. Désormais, notre petite revue est réalisée par l'Imprimerie Vaudoise à Lausanne. Nous réitérons à tous nos lecteurs une très cordiale bienvenue dans nos lignes.



Le nouveau Conseil de direction d'Hôtellerie Vaudoise

L'assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise, qui s'est déroulée le 18 mai 2006 au Lausanne Palace & Spa, à l'invitation d'Hôtellerie Lausannoise (SHLE), a ratifié la nouvelle composition du Comité de direction; celui-ci est désormais formé de son président et des quatre vice-présidents, tous représentant également leur région, soit (de g. à dr.) Jacques Pernet (Lausanne), Bernard Tschopp (Montreux), Marianne Bon (Château-d'Œx), Philippe Thuner (Morges), président, Gisèle Merminod, secrétaire générale, et Pierre-André Michoud (Yverdon-les-Bains). Plus d'infos en p. 4

Photo: José Seydoux

Sommaire

- > 01-02 Editorial
- > 02-03 A l'intention de nos hôtes
- > 04 AG 2006 d'Hôtellerie Vaudoise
- > 05-06-07 Publicité et promotion
- > 07 Actualissimo
- > 08 Créativité
- > 09 L'hôtellerie dans l'actualité
- > 09 Combien dans la balance?
- > 10-11-12 Evénements et perspectives
- > 13-14 Formation professionnelle
- > 15 Lausanne
- > 16 Des femmes... des hommes...

A l'intention de nos hôtes



Devant la carte synoptique des 40 sites, de g. à dr.: Pierre-André Briguet et Charles-Henri Coutaz, resp. secrétaire général et président de «Léman sans Frontière».

«Léman sans Frontière» a 10 ans et 40 sites

Le succès d'un organisme franco-suisse modèle en matière de promotion et de communication.

Lancé en 1996 avec 16 sites, ce regroupement vise à faire circuler les touristes d'un site à l'autre

et à envoyer ses propres visiteurs chez les partenaires; au nombre de 40 aujourd'hui, ceux-ci représentent, autour du lac Léman et de la CGN, entre Genève, Gruyères/Molésion, le Glacier des Diablerets, Martigny et les Gets (F), autant de compagnies de transports et de cités que de musées, châteaux, parcs d'attractions et autres curiosités touristiques... «Léman sans Frontière», qui représente un potentiel annuel de 15 millions de visiteurs, dispose d'un budget de 280'000 francs, chaque site s'acquittant d'une cotisation de 7'000

francs par an, sans compter les aides ponctuelles du programme européen de fonds Interreg IIIA France-Suisse. Des partenariats financiers sont développés avec le Conseil du Léman, organisme de collaboration transfrontalière, notamment dans l'économie et le tourisme, qui réunit les cantons de Genève, Vaud et Valais ainsi que les départements français de l'Ain et de Haute-Savoie.

Les outils d'information et de promotion du groupe sont classiques mais très efficaces et à la pointe des techniques de communication NTIC; il s'agit d'un guide décrivant les 40 sites, tiré à 500'000 exemplaires distribués dans 672 hôtels, 194 campings, 150 offices du tourisme et une dizaine de salons; d'un set de table édité à 1 million

d'exemplaires et utilisé dans 400 restaurants; et surtout d'une base de données d'informations touristiques franco-suisse, accessible par les téléphones portables, les agendas électroniques Palm et Pocket PC et le nouveau website:

www.infoleman.org.

La Clinique Cecil a 75 ans

Un partenariat gourmand avec le chef Carlo Crisci.

Construit en 1907 au 53 de l'avenue Ruchonnet, à Lausanne, l'Hôtel Cecil est devenu une clinique dès 1931, ce qui lui permet de fêter son 75^e anniversaire en 2006. Maillon du Groupe Hirslanden (13 établissements en Suisse) depuis 1990, la Clinique Cecil (100 lits, 300 employés, 300 médecins accrédités), est dirigé par Pierre-Frédéric Guex, diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne, et développe diverses synergies avec la Clinique Bois-Cerf. Ses principaux créneaux sont la cardiologie, l'urologie, la chirurgie générale, sans oublier sa maternité où naissent quelque 450 bébés par an... Son rachat par le Groupe Hirslanden avait permis l'adjonction de son aile sud avec un centre de soins intensifs, le bloc opératoire et la radiologie. Les chefs des cuisines des deux cliniques Cecil et Bois-Cerf bénéficient désormais d'un partenariat avec le grand chef Carlo Crisci, du Restaurant du Cerf, à Cossonay.

Editorial (suite de la page 1)

de l'offre hôtelière tant sur le plan des catégories que sur le plan géographique. Si l'ensemble du tourisme vaudois en souffrirait, les régions périphériques et de montagne seraient spécialement pénalisées.

Financement: le cercle vicieux!

Le capital immobilisé à long terme d'un hôtel est énorme. L'hôtellerie vaudoise est fortement endettée en raison des coûts immobiliers élevés et des nombreuses crises vécues ces quinze dernières années. Elle a besoin de nouveaux investisseurs pour poursuivre sa rénovation et retrouver la capacité d'innover. Mais pour attirer des capitaux frais, il faut qu'elle retrouve des marges bénéficiaires intéressantes qui permettent un amortissement plus rapide des investissements. On retrouve les coûts du marché intérieur et les taux de change. C'est un cercle vicieux.

L'administration aigüe pénalise les PME

Les charges administratives, engendrées par des lois toujours plus complexes, génèrent non seule-

ment des coûts importants, mais pénalisent le chef de petite entreprise qui doit tout faire lui-même, faute de pouvoir se payer des cadres. Il dispose donc de moins en moins de temps pour s'occuper de l'essentiel, c'est-à-dire de ses hôtes. La Confédération annonce son intention de réduire la charge administrative des PME; il faudra être attentif à ce que la simplification ne soit pas essentiellement au bénéfice de l'administration publique, mais profite vraiment à l'administré.

Pour un véritable marketing de destination

L'hôtellerie vaudoise est constituée en majorité de petites unités indépendantes, héritage historique pénalisant les adaptations nécessaires au village touristique mondial. Ce n'est pas mieux du côté des offices du tourisme ou des autres prestataires touristiques. Ainsi, pour offrir un produit complet - une semaine de vacances de neige par exemple - il faut mettre d'accord de multiples partenaires. De plus, le petit hôtel tout comme l'office du tourisme

local n'a pratiquement pas les moyens financiers ou humains de se vendre, d'aller chercher les clients ou de créer des produits originaux.

Il est nécessaire de passer d'une promotion de la ville, village ou station à un véritable marketing de destination, appuyé par des réseaux de prestataires touristiques, y compris les hôtels, organisés et ayant bien défini au préalable les objectifs et les modalités de leur partenariat.

Restons optimistes: le tourisme est la 2^e branche d'activité de ce canton. Il est le pilier économique des régions périphériques. Et l'hôtellerie est le moteur principal de l'activité touristique. Il y a, dans nos hôtels, quantité de femmes et d'hommes engagés, prêts à soigner la qualité de l'accueil, à offrir des émotions et de la détente à leurs hôtes, enfin prêts à innover...si les conditions-cadres s'améliorent.»

Philippe Thuner

Président d'Hôtellerie Vaudoise

A l'intention de nos hôtes

De grandes années pour le Lausanne Palace & Spa

Un exercice excellent l'an dernier, un bel anniversaire cette année et bientôt un spa plus beau qu'avant pour le palace du centre ville.



L'année 2005 a valu au Lausanne Palace & Spa des résultats qualifiés d'extrêmement positifs, avec un chiffre d'affaires de 33,08 millions de francs (+ 11,03%), un total de 46'253 nuitées (+ 6%), un taux d'occupation de 64% (+4,4%) et un prix moyen de 345 francs par chambre. Les investissements consentis dans les rénovations et les réalisations de nouveaux espaces ont dépassé les 15 millions de francs durant les années 2002, 2003 et 2004. Après les chambres, les rénovations porteront sur l'entrée et le lobby à rendre plus conviviaux et plus propices à la vente et aux rencontres. «Notre potentiel de développement est encore important pour ces prochaines années», a déclaré Jean-Jacques Gauer (photo) qui fête, lui, en 2006 ses dix ans à la direction générale de l'établissement.

En septembre 2007, sera inauguré le spa du LP (ouvert en 1997) agrandi et relooké; plus de 5 millions de francs sont investis dans ce projet qui en fera l'un des plus grands centres spas urbains de Suisse avec ses 800 m² supplémentaires (2100 m² au total). Placé sous le triple signe du bien-être, du sport et de la beauté, le CBE Concept Spa, dirigé par Emeline

Gauer, étreindra une nouvelle gamme de produits spécialement créés à son intention et un large choix de traitements, thérapies et rituels contemporains et plus traditionnels. Les travaux ne gêneront en rien l'exploitation des installations existantes.

Nouvelles chambres à l'Astra Hôtel

A Vevey, la famille Ming marque le changement de nom de son hôtel par d'importantes rénovations.

Le dernier-né de l'hôtellerie veveysanne (4 étoiles) n'en finit pas de grandir et de se moderniser dans une optique de confort et de services modernes. C'est ainsi qu'il offre désormais 100 chambres, toutes climatisées, dont sept nouvelles baptisées «Design Deluxe», très contemporaines, aménagées en étroite collaboration avec la société Bel Etage, spécialisée dans l'architecture d'intérieur. L'hôtel propose également 20 studios avec kitchenette et des chambres avec accès aux personnes handicapées.

Au niveau technologique, l'Astra est le premier hôtel en Suisse à offrir des connexions Internet via fibre optique, pour des communications optimales. En face de la gare de Vevey, par ses espaces, son confort et ses services de pointe, l'établissement



s'adresse tant aux gens d'affaires qu'aux adeptes du tourisme d'agrément, à l'exemple de son centre wellness sur le toit de l'hôtel avec vue panoramique...

A la Source de l'accueil, des soins et des saveurs

Comme un hôtel 5 étoiles, la prestigieuse clinique privée lausannoise se dote d'une nouvelle cuisine et d'une table d'hôte.

L'hôte n'est autre que Michel R. Walther, directeur général, qui convie les visiteurs de La Source à mieux goûter aux délices préparées par Eric Godot, chef de cuisine, de l'établissement hospitalier où sont servis par ailleurs chaque jour 600 couverts aux patients, collaborateurs/trices et visiteurs. Parrainée par Philippe Chevrier, le prestigieux chef du Domaine de Châteauevieux, à Satigny (GE), cette table d'hôte en milieu hospitalier est unique en Suisse. Selon Michel R. Walther, diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne, assisté par Sarah Brändle, directrice adjointe en charge du service hôtelier, l'idée est de réunir la qualité des soins et de l'accueil, une médecine de pointe, de la haute technologie... et de la gastronomie!

Baptisée «Source des Saveurs», la nouvelle cuisine, devisée à 2 millions de francs, occupe une surface de 400 m² où oeuvrent 26 employé(e)s. Quant à la table d'hôte, elle permet de servir, deux fois par semaine, de deux à dix convives pour un menu composé de deux entrées, d'un plat principal et d'un dessert. L'ensemble de cette nouvelle réalisation symbolise bien le rôle éminent joué par les cliniques vaudoises, réunies dans une association présidée par le directeur général de la Source, en faveur de l'image et du rayonnement de notre région touristique.

En bref

Réouverture prochaine de l'Hôtel du Lac à Vevey

Fermé depuis l'automne dernier pour un spectaculaire programme de rénovation, l'Hôtel du Lac rouvrira ses portes en juillet. Cet établissement traditionnel, sis sur les quais, redonnera ses 4 brillantes étoiles à la cité veveysanne et offrira une cinquantaine de chambres (désormais avec l'air conditionné), un restaurant, un bar

avec cheminée, des salles de conférences et ses magnifiques terrasses.

Une gamme de nouveaux produits au Beau-Rivage Palace

Produits griffés BRP pour le palace d'Ouchy-Lausanne qui, outre ses forfaits comprenant des billets pour des spectacles de Béjart ou des pièces données au Théâtre de Vidy, met désormais en exergue les plaisirs de son Spa Cinq Mondes à l'image de ses arrangements de 2 nuits appelés Découverte du Spa et l'Été au Spa. S'y ajoutent une croisière

coucher de soleil (2 nuits à l'hôtel et un dîner à bord du bateau à vapeur «Montreux»), un séjour «Only you» de 3 nuits avec un repas au BRP et un autre à l'Academia de l'Hôtel Angleterre et Résidence, un autre «Découverte» de 2 nuits avec menu gastronomique et dégustation de vins suisses au bar et enfin un arrangement romantique de 2 nuits avec dîner aux chandelles, chocolat et champagne... Tous ces arrangements incluent le libre accès au Spa.

AG 2006 d'Hôtellerie Vaudoise

L'hôtellerie, temple de valeurs sacrées

Pilier d'un secteur économique de pointe, Hôtellerie Vaudoise a tenu ses assises annuelles au Lausanne Palace & Spa.

Dans son tour d'horizon du secteur touristique et hôtelier en 2005 et au début 2006, le président Philippe Thuner (cf. Editorial en page 1) a évoqué l'embellie conjoncturelle à laquelle on doit la stimulation du nombre des nuitées, non sans rappeler les divers facteurs négatifs qui freinent la progression, que l'on souhaiterait plus saine et plus harmonieuse, des entreprises de l'hôtellerie et de la restauration.

L'Association cantonale vaudoise des hôteliers (203 hôtels, 7810 chambres, 14'625 lits) dans les cinq régions du canton, qui dispose d'un budget frisant les 900'000 francs, reste le pilier d'un secteur touristique dont l'apport économique, comme l'a établi en 2005 l'étude Rütter, s'élève bon an mal an à 4,6 milliards de francs.

Plus de 600 millions de francs investis dans l'hôtellerie lausannoise en 10 ans

Hôte de l'AG de la corporation, Lausanne n'est pas en reste, comme l'a rappelé Jacques Pernet, vice-président d'Hôtellerie vaudoise: les investissements consentis en dix ans par les 50 hôtels membres d'Hôtellerie lausannoise, de l'auberge de jeunesse au palace - soit 90% de l'offre hôtelière totale de l'agglomération (Lausanne, Bussigny, Crissier, Cully, Ecublens, Epalinges, Romanel et St-Sulpice) - dépassent les 600 millions de francs. En 2005, l'hôtellerie de la Capitale olympique a dénombré 920'000 nuitées (+ 3,4%) et les retombées économiques du tourisme lausannois sont de l'ordre de 1,6 milliard de francs par an.

L'extension de l'offre de lits (plus de 5'000 actuellement), au travers de divers projets de construction et d'agrandissement, devra être bien coordonnée et gérée. Quant au centre de Beaulieu-Lausanne, il représente, selon Jacques Pernet, un potentiel qui permet largement de se distinguer de la concurrence sur le marché des congrès, expositions, foires et spectacles. Enfin, Hôtellerie vaudoise se félicite de l'excellent esprit de collaboration qui caractérise les relations avec Lausanne Tourisme et l'Office du tourisme du canton de Vaud.

A l'intention des députés

Dans une allocution pleine d'humour et de bon sens, M. Jean-Marie Surer, président du Grand Conseil, a souligné la combativité de l'hôtellerie vaudoise et les mérites d'une profession axée sur l'avenir, de tradition, de culture, de service et d'hospitalité, ce qui n'empêche pas ses qualités d'entrepreneur... et de «gardien du temple des valeurs sacrées». Il en soulignait ainsi non seulement la déontologie, mais également l'apport économique!

La première personnalité de l'Etat regrette cependant qu'en tant qu'employeur l'hôtelier doive composer avec «des conditions cadres insupportables et un carcan d'exigences administratives». Message reçu par la trentaine de députés présents?

Action, libéralisation, commercialisation

Hôtes de l'AG 2006 d'Hôtellerie Vaudoise, G.L. Brentel, président d'hotellerie-suisse, a prononcé un exposé sur le renouveau à la fois de la profession et du secteur économique. La mission de l'association faitière est redéfinie:

«Elle doit améliorer les conditions visant à assurer la viabilité commerciale des hôtels et des hôteliers qui veulent être compétitifs, et contribuer ainsi à rendre la branche du tourisme plus dynamique.» Solutions préconisées: positionner les produits, les axer sur les besoins de l'hôte, penser en termes de destinations attrayantes pour le marché global.

«Les prix élevés sont une très bonne chose, mais il semble que, dans notre pays, les prestations en nature et les services aient une valeur plus élevée qu'ailleurs, ils sont hautement estimés», affirme G. Brentel qui déplore que, plus que les prix, ce sont les frais qui sont plus élevés par rapport aux pays voisins. Le président des hôteliers suisse est d'avis que, vu le cloisonnement du marché actuel qui leur porte préjudice, les frais étant protégés, la libéralisation est devenue une tâche centrale pour lutter à armes égales avec nos voisins étrangers. Enfin, la commercialisation doit être améliorée par une meilleure prise en compte, par le tourisme, des produits du terroir, des grandes marques suisses, des destinations puissantes... Un partenariat stratégique a été mis en



Les hôteliers ont aussi des hobbies, mais Daniel Lehmann (Hôtel de la Truite, Le Pont) pratique un sport extrême: la voile sur glace. Il était le conférencier du jour en évoquant, images à l'appui, ses traversées des lacs de Sibérie, de Mongolie et de Chine. Un hôtelier glissant sur une drôle de machine...

place avec Suisse Tourisme en tenant mieux compte du fait que les hôtels membres d'hotelleriesuisse constituent le fondement du marketing... et que la Suisse doit se mesurer à 190 pays touristiques!

Deux nouveaux membres d'honneur

Lors de l'assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise, le président Philippe Thuner a félicité les deux nouveaux membres d'honneur de l'associa-



tion: Hans Wyssbrod (Sainte-Croix-/Les Rasses), membre du comité cantonal dès 1989 et membre du Codir de 1999 à 2006, et Karlheinz Lukey (Montreux), membre du comité cantonal dès 1988, membre du Codir de 2001 à 2005, et président de la Caisse d'allocations familiales de 2001 à 2005.

Nouveaux visages au CODIR

Suite aux départs de Karlheinz Lukey et de Hans Wyssbrod, le Conseil de direction d'Hôtellerie Vaudoise se présente désormais dans la composition suivante:

Administration générale

Président: Philippe Thuner, Morges

Tourisme

Vice-président: Jacques Pernet, Lausanne (réélu pour un nouveau mandat de 4 ans)
Membre du comité exécutif d'hotelleriesuisse

Formation professionnelle

Vice-Présidente: Marianne Bon, Château-d'Œx

Finances

Vice-président: Bernard Tschopp, Montreux

Economie

Vice-président: Pierre-André Michoud, Yverdon-les-Bains

Secrétariat et administration

Secrétaire générale: Gisèle Merminod (hors Codir)

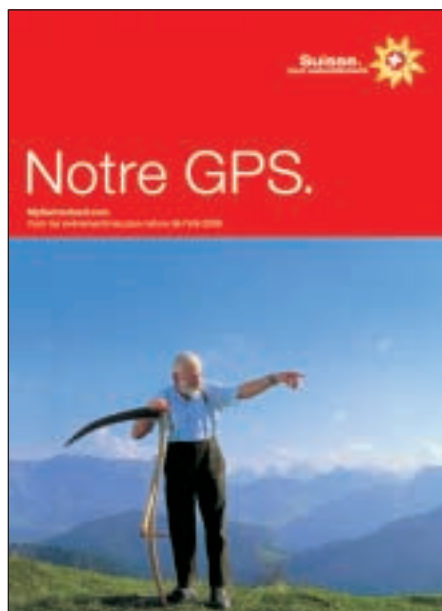
Comité cantonal:

Pierre Chevrier (Villars), Olivier Cuche (Leysin), Patrick Grobéty (Les Diablerets), Yves de Gunten (Lavaux), Daniel Lehmann (Vallée de Joux), Nicolas Ming (Vevey) – remplace Eric Favre –, Enzo Stretti (Lausanne) et Nicola Tracchia (Nyon)

Publicité et promotion

L'originale campagne d'été de Suisse Tourisme

Emotion et humour pour promouvoir les valeurs-clés de notre pays avant pendant et après la Coupe du monde de football!



Sous le slogan «La Suisse, tout naturellement», la nouvelle campagne d'été de Suisse Tourisme se caractérise par une vision de la Suisse axée sur les valeurs-clés du pays - qualité, fiabilité, hospitalité - le tout dans un cadre naturel exceptionnel et accessible grâce à des produits fleurant bon l'authenticité et l'accueil.

Cette campagne promotionnelle se décline sur une série de visuels associant toujours le nom d'un objet, d'un lieu ou d'une personne. Ainsi, «Notre GPS» montre un paysan de montagne qui indique aimablement le chemin, un centre de fitness qui est une piste VTT, le jacuzzi un bassin creusé naturellement par l'érosion dans la roche et le cinéma en plein air un décor à couper le souffle sur fond de Cervin... La Région du Léman est largement représentée dans les différentes brochures éditées par Suisse Tourisme, notamment sous le slogan «Les pieds dans l'eau, la tête au sommet» pour illustrer une région tout en contrastes; les stations de Château-d'Œx, Leysin, Les Diablerets et Villars-Gryon figurent en bonne place dans la brochure des vacances en famille.

Suisse Tourisme a fait fort pour récupérer la clientèle ne s'intéressant pas nécessairement à la Coupe du monde de football; sa campagne publicitaire, humoristique et sexy, basée sur des spots TV diffusés en Suisse et dans les pays limitrophes, invitait les femmes à passer l'été dans les montagnes suisses, «là où les hommes se soucient un peu moins de football, mais un peu plus de vous», les plus beaux Helvètes mâles à l'appui...

Opération séduction pour le Balcon du Jura Vaudois

Lancement de la Carte Séduction, un produit percutant pour mieux promouvoir et vendre les atouts d'une région offrant lac, plaine et Jura.

Un an après son arrivée à la tête de ce qui est devenu Balcon du Jura Vaudois Tourisme, Michel Ruchat lance la Carte Séduction, fruit d'une collaboration redynamisée entre les acteurs touristiques d'une région pleine de ressources, dotée d'un très riche patrimoine naturel et humain, mais jusqu'ici plutôt floue dans son positionnement et son message. «Ces collaborations, horizontale - Jura vaudois (synergies St-Cergue-Vallée de Joux/Vallorbe), Jura et lacs (Watch Valley NEJU bernois et JU) - et verticale (France et Région Yverdon-les-Bains) rappellent l'importance des endroits géographiques stratégiques avec lesquels nous sommes plus ou moins tous appelés à collaborer, mais



Lors de la présentation de la Carte Séduction à la presse, devant la voiture rétro «La Traverse» de la cie Travys: Jocelyne Bauhofer (service marketing de Travys), Geniève Vaudois (CIMA), Reynald Jaccard («La Gourmandine») et Michel Ruchat (dir. Balcon du Jura Vaudois Tourisme).

Photo: José Seydoux

surtout la chance que nous avons d'être un maillon de relais indispensable à la promotion du tourisme d'une seule et unique région», affirme Michel Ruchat.

Les acteurs, partenaires et prestataires engagés dans cette opération sont les transports publics (travys Yverdon-les-Bains, train touristique Yverdon - Sainte-Croix, bus L'Auberson/Bullet/Mauborget), les organismes culturels (musées du CIMA et Baud de mécanique d'art et de boîtes à musique, Musée des arts et des sciences, galerie d'art Yllon'Art), le Centre thermal d'Yverdon-les-Bains, et l'Office du tourisme et du thermalisme, plateforme d'informations et de ventes de toute la région. La Carte Séduction, vendue au prix de 20 francs, donne droit à la libre circulation sur les lignes précitées, une entrée à choix dans un musée et à la galerie d'art, ainsi qu'une spécialité, l'amandine, produite par «La Gourmandine» à Sainte-Croix.

Bon(s) anniversaire(s) Montreux!

En 2006, Montreux a de nombreuses raisons de fêter et veut se profiler comme une destination de qualité à dimension émotionnelle.

Cette année, toute la cité et sa région (dans sa notion élargie!) vibrent de plaisir à l'occasion de huit anniversaires! Il s'agit, dans l'ordre d'ancienneté, des 100 ans du Raffles Le Montreux Palace, des 75 ans de la Clinique La Prairie, des 70 ans de Claude Nobs, figure emblématique s'il en est, des 60 ans du Septembre musical, des 40 ans du Montreux Jazz Festival, des 30 ans du Théâtre Montreux Riviera (TMR), des 25 ans de la spectaculaire course à pied Montreux - Rochers-de-Naye et des 25 ans également du Swiss Vapeur Parc au Bouveret.

Harry John, le directeur de Montreux-Vevey Tourisme qui voit très loin, axe sa communication sur ce feu d'artifice d'anniversaires pour mieux souligner le caractère festif et prestigieux de la région. Celle-ci, suite à une analyse marketing, a pu déceler ses points forts tels que, outre le paysage et la nature, son hôtellerie de luxe, ses festivals, écoles et cliniques privées; quant aux points faibles reconnus, ils concernent la saisonnalité, une certaine carence en matière d'hôtels 3 étoiles et des problèmes liés à l'ouverture des commerces... «Il est donc évident que notre région doit se positionner comme destination de qualité en tenant compte des facteurs émotionnels», explique Harry John dans le dernier numéro du bulletin d'information «Réflexes».



Opération de charme à Moscou

Suisse Tourisme, l'OTV et Miss Suisse au MITT 2006.

La Suisse suscite un intérêt croissant sur le marché touristique russe (15% de progression en 2005 et la perspective de parvenir au demi-million de nuitées dans peu d'années). Cette constatation a notamment été faite lors du MITT 2006, le plus grand salon du tourisme en Russie, où Suisse Tourisme a célébré les dix ans de sa représentation à Moscou. L'an dernier, le canton de Vaud a enregistré plus de 40'000 nuitées hôtelières russes, «à très haute valeur ajoutée», c'est pourquoi l'OTV s'intéresse particulièrement à ce marché émergent. Son directeur Charles-André Ramseier s'était fait accompagner par une ambassadrice de choix et de charme à la réception donnée par notre pays dans le cadre du salon en question: Lauriane Gilliéron, Miss Suisse 2005, a été la coqueluche des médias présents, donnant de nombreuses informations tant à la télévision que dans les médias féminins et touristiques.

Le Restoroute de Bavois a 5 ans et une image dans le vent

Inauguré en avril 2001, le relais autoroutier de l'AI confirme son rôle de vitrine commerciale et touristique sous le signe de la nature.

Situé à mi-distance entre Lausanne et Yverdon-les-Bains, le Restoroute de Bavois fête cette

année un lustre d'exploitation à succès; ses partenaires restent sa société immobilière, présidée par Yves Christen, conseiller national, Autogrill (restaurant), Alvishop/Resto-shop (kiosque et marché), Prométerre (diffusion de produits régionaux), l'Association pour le développement du Nord Vaudois (espace touristique) et Shell (stations d'essence). Dès le départ, ce relais autoroutier s'est positionné en vertu de ses atouts propres (USP), sa

situation au cœur du Pays de Vaud et son exceptionnel écrin naturel, et par rapport à ce qu'on appelle aujourd'hui le développement durable (toiture végétalisée, chauffage d'appoint au bois, produits du terroir vaudois). C'est pourquoi son enseigne «Bavois, la nature sur l'autoroute» se veut dégager une image positive, originale et porteuse qui inspire également toutes les animations thématiques élaborées par le «pool marketing» de Bavois. On ne citera, à titre d'exemple, que les actions de cette année: la basse-cour pascale, l'univers des courges, le jardin des épouvantails...

Le restoroute est également devenu une vitrine touristique et commerciale avec, outre le mobile de l'artiste Charles Morgan, la présence en force depuis l'hiver dernier, d'Yverdon-les-Bains et du Balcon du Jura Vaudois. Quelque 55'000 véhicules à moteur transitent journallement dans les deux sens devant l'aire de Bavois... et son Restoroute n'est souvent pas qu'un arrêt utilitaire, mais, pour certains, un véritable but de voyage... et pour tous une carte de visite du Pays de Vaud.

Transports et sports gratuits à Villars-Gryon



Les stations de Villars et de Gryon remettent

à leurs hôtes une carte commune de «Libre Accès», durant l'été 2006, aux trains, remontées mécaniques et équipements sportifs.

En couronnement du projet-pilote «Enjoy Switzerland» de Suisse Tourisme, auquel elle a participé en tant qu'unique station de Suisse romande, la station de Villars-Gryon - à considérer désormais sous un nouveau logo liant ces deux entités complémentaires - vient de lancer une initiative révolutionnaire: la «Carte Libre Accès».

Dans le contexte du programme national précité, destiné à améliorer la qualité des produits et des services touristiques suisses, de l'accueil et de la communication, la station des Alpes vaudoises a conçu un véritable sésame pour favoriser en été la fréquentation de ses chemins de fer, remontées mécaniques et installations sportives. Première initiative de ce genre dans une station de montagne de Suisse romande, cette carte sera remise gratuitement, du 1^{er} juillet au 29 octobre 2006, aux hôtes logés, dans les hôtels comme dans les chalets/ appartements de vacances, pour toute la durée de leur séjour; elle est aussi vendue au prix de CHF 8.- par jour aux excursionnistes (CHF 35.- pour toute la saison). Cette politique du libre accès a nécessité une augmentation des taxes de séjour afin que les entreprises participantes n'en subissent pas les répercussions financières. Elle vise également à profiler Villars-Gryon comme station familiale d'été, moderne et innovatrice, tout en essayant de stimuler le mouvement touristique, la fréquentation des équipements sportifs - y compris par la clientèle journalière - et d'améliorer l'impact économique du tourisme.



Les gagnants du concours devant l'épouvantail «Arthur», présenté dans le cadre d'une des animations thématiques du Restoroute de Bavois: la classe des Figuiers, de Lausanne.

Publicité et promotion

En bref

Collection d'été aux Trois-Couronnes

Les collections de l'Hôtel Trois-Couronnes (5 étoiles, 55 chambres), membre des Leading Small Hotels of the World, à Vevey, sont désormais attendues avec impatience. Il s'agit d'une série d'offres exclusives présentées dans une luxueuse plaquette; la Collection Été 2006 est fidèle à ce concept avec ses séjours liés au bien-être (spa) et aux soins spécialement conçus pour les hommes d'affaires, à la gastronomie (en particulier avec la collaboration du restaurant voisin de Denis Martin) et aux thèmes ludiques (fêtes, anniversaires, etc.). Un excellent exemple de commercialisation tout public d'un petit palace dirigé par Jean-Marc et Charlotte Bouilly-Renaud.

Vitalisation biomoléculaire au Mirador Kempinski

Dans la ligne de sa vocation au service du bien-être, fortement ancrée dans la maison depuis des décennies, l'Hôtel Mirador Kempinski a ajouté à son spa Givenchy, son fitness et son centre Cambuzat un centre médical dispensant des cures d'une semaine de vitalisation biomoléculaire. Celui-ci s'est assuré le concours du médecin Alex Ohlenschläger, éminente personnalité internationale reconnue dans ce domaine particulier de la médecine biologique. Dirigé par Eric Favre, le 5 étoiles du Mont-Pèlerin, par ailleurs centre de séminaires de haut niveau, se profile ainsi de plus en plus dans l'hôtellerie médicale attachée à l'image même de la région lémanique.

Villars-Palace: le Club Med investit

Seul village de Suisse romande (contre deux en Suisse alémanique à Wengen et St-Moritz), le Club Med de Villars va consacrer de gros investissements dans l'aménagement du Villars-Palace, établissement de

haut de gamme de son offre estivale et hivernale. Au programme devisé à 15 millions de francs, figurent dans l'immédiat une piscine extérieure et l'extension de son restaurant «spécialités» ouvert au public. Les autres projets correspondant à l'investissement précité sont encore en phase d'étude.

www.search-menu.com

Conçu et commercialisé par IGF SA, société spécialisée dans la gestion d'entreprise et le développement de logiciels de gestion ERP (Visual manager) via Internet, le concept www.search-menu.com, destiné tant aux restaurants qu'aux fiduciaires, consiste à publier les menus du jour et les actions de restaurants, le tout assorti d'un concours pour stimuler l'intérêt des internautes. Le portail bénéficie de campagnes publicitaires pour en augmenter la connaissance et favoriser ainsi la fréquentation des restaurants adhérents.

www.igf.ch

Actualissimo

Le luxe: plutôt que du coût, du cœur!

Niveau de vie, prestation, magnificence, perfection... la notion de luxe a longtemps été synonyme d'ostentation coûteuse, voire superflue, et traduite en termes essentiellement matériels, alors que le vrai luxe s'avère avant tout aujourd'hui une valeur humaine accessible à chacun, notamment aux professionnels de l'accueil et d'une hôtellerie gérée avec du cœur.

Là, s'arrête la lecture de cet article pour quiconque ne voit dans cette profession qu'un «business» comme un autre auquel on doit appliquer exclusivement les recettes, méthodes et techniques en usage dans l'industrie et le commerce international par exemple! Dans le tourisme en général et l'hôtellerie en particulier, dès le moment où le «prospect» a franchi le seuil de votre établissement, il devient un hôte et non un client. C'est le premier luxe d'un secteur d'activité qui vend avant tout du bien-être, de l'atmosphère et de l'émotion.

De la fonctionnalité pure à l'excellence

A l'évidence, qu'il s'agisse d'équipements, de matériaux, de nourriture ou de services, le bas de gamme restera strictement fonctionnel tandis que le haut de gamme confinerà au «nec plus ultra» en la matière. A quelque part, du fait de son coût, la qualité suprême, forcément consommatrice de ressources humaines (donc pourvoyeuse d'emplois), confine à l'excellence.

En cela, le luxe crée de la valeur. Du tortillard à l'Orient-Express, du ferry au Queen Mary 2, du «backpackers» au palace, de la croissanterie au «3 étoiles Michelin», l'échelle permet de l'atteindre quasi mathématiquement! Il n'est point paradoxal de constater qu'en l'occurrence le luxe est de pouvoir offrir ou obtenir (confiance, discrétion, efficacité, amabilité) un élément à visage humain.

Faire rimer hôtellerie avec sociologie et déontologie

Par définition, mais cela pourrait changer en ce troisième millénaire, le luxe apparaît toujours comme quelque chose échappant à la masse, à l'homme de la rue. Confort hors normes, plaisirs inaccessibles, modes fun, «luxe, calme et volupté»... un micro-trottoir prouverait très rapidement que de tels trésors représentent, socialement et financièrement, le rêve irréalisable de Monsieur Tout-le-monde. C'est un fait. Point barre.

Et si, comme nous le laissons apparaître dans ces lignes, le luxe devenait, dans les professions de l'accueil, celui de les exercer non seulement techniquement de façon parfaite, mais avec de la chaleur humaine, voire avec une touche d'humanisme (ce qui n'est pas tout à fait la même chose), avec enthousiasme, respect, cordialité, sincérité? L'éthique d'abord, avant le brillant technologique et la performance à tout prix. L'hôtellerie en tête, parce qu'elle constitue le toit de la maison que l'hôte veut voir se recréer chaque jour à l'extérieur de chez lui, est en mesure de s'offrir ce luxe: réunir la sociologie de l'accueil et la déontologie professionnelle. Autrement dit, parvenir à l'osmose hôtelier/gestionnaire, techniques/rerelations humaines, rapport prix/plaisirs. Et si, dans ce sens-là seulement, le 21^e siècle devenait celui du luxe?...

Quand le luxe devient gratuit

Pour la première fois dans un pays francophone, nous avions lancé la thèse selon laquelle un concept d'accueil élargi constituait le seul élément permettant de réussir une véritable approche de l'homme par le tourisme, l'absence de l'un excluant l'autre! Implicitement, cette réflexion incluait des principes qui, sous le terme «accueil» nouvellement défini, ont trait, aujourd'hui plus que jamais, à ces mêmes notions de qualité, de communication, d'humanisme et de luxe dans le sens de l'excellence, de la perfection, de l'idéal, du sommet d'un processus. Le luxe reste certes lié à un produit purement matériel, symbolisé par une chambre avec suite princière, une Rolls Royce, une montre diamantée ou le bijou électronique le plus sophistiqué du monde. Or, il nous est agréable d'observer que l'évolution de l'hôtellerie - en tant que profession de l'accueil en général - permet, elle, à un pôle de services de faire du luxe un état d'esprit, tel qu'il a été décrit plus haut.

De surcroît, ce luxe-là contribue à celui, pour un hôtelier chef d'entreprise, d'être personnellement un exemple de comportement en matière de relations humaines et de ressources humaines, quelle que soit d'ailleurs la taille de sa maison. Ainsi, il est en mesure d'apporter un peu de mieux-être (le luxe du bien-être!) à ses collaborateurs et collaboratrices comme à ses hôtes. Le luxe du choix, mais aussi l'attitude de l'homme ou de la femme responsable de laisser à l'hôtellerie un peu de ce qui a fait son âme. C'est le luxe du cœur, appelons-le comme ça! Et il est gratuit.

José Seydoux

Des premières et des nouveautés

Des premières et des nouveautés dans notre rubrique, elle aussi relookée, et dans des registres très différents... L'hôtellerie et le tourisme, sources d'inspiration au quotidien, ici et ailleurs dans le monde!

● Le plus grand hôtel du monde

Le plus grand hôtel du monde va se construire à Dubaï bien sûr, un des sept Etats semi-autonomes des Emirats arabes unis qui compte recevoir dix millions de touristes par an à partir de 2016. L'hôtel Asia Asia comportera 6500 chambres au sein d'un complexe, le site de Bawadi, qui en totalisera quelque 29'000, moyennant un investissement de 27 milliards de dollars...

● Le premier «Cube Hôtel»

Le premier «Cube Hôtel» de Suisse a été inauguré à Savognin (Grisons); fort de ses 300 lits, d'une discothèque et d'un bar, il combine un hébergement économique très design, des animations pour les jeunes et les sports d'hiver. Le prix d'une nuit est de 74 francs par personne en chambre double à condition d'acheter - et c'est une réelle obligation - un abonnement de ski à 44 francs. Ses promoteurs escomptent 45'000 nuitées par an. Le concept intéresse d'autres stations en Suisse.

● Hébergements insolites

Le premier «Guide des hébergements insolites» (Denise Cabelli, éd. Métropolis, Genève) vient de paraître; il mentionne et décrit plus de 180 adresses en France et à l'étranger (dont l'Hôtel Palafitte à Neuchâtel). En marge des sentiers battus, on y trouve de quoi «séjourner autrement», par exemple dans un phare, un pigeonier, un arbre, un tonneau, une prison, une maison hantée, un aquarium et même une maison de hobbit...



L'Hôtel Bella-Tolla, à St-Luc (VS), l'un des plus beaux hôtels historiques de Suisse.

● Hôtels historiques d'hier et d'aujourd'hui

Le premier livre des «Hôtels historiques du Valais», bâtis entre 1815 et 1914, est un véritable inventaire de 515 références sous forme de fiches techniques descriptives; 127 bâtiments fonctionnent toujours comme hôtels, auberges ou pensions... Le Gouvernement valaisan envisage la possibilité d'en subventionner les rénovations afin d'améliorer le potentiel touristique.

● Plus qu'une seule marque «Valais»

La marque «Valais» est née sous l'égide de l'Etat, de Valais Tourisme et des grandes organisations économiques. D'ici à 2007, une centaine d'entreprises d'activités économiques diverses devraient utiliser cette marque, après avoir obligatoirement passé par la démarche de qualité «Valais Excellence» (certification ISO 9001 et 14001).

● Bien suisse, la liqueur d'edelweiss

Une première insolite et sympathique, prometteuse aussi: la liqueur d'edelweiss est due à la patience et au talent d'un pharmacien de Corcelles, Christian Borel-Haquet. La fleur des glaciers n'en est plus à un honneur près tant elle est emblématique de l'image alpine en général et helvétique en particulier. A boire à l'hôtel ou au restaurant avant de quitter la Suisse ou à emporter dans ses bagages.

● Produits de nos cantons

Un nouveau prospectus, à l'enseigne de «Pays romand, pays gourmand», l'association qui regroupe les associations cantonales de promotion des produits du terroir, présente la riche palette des paniers garnis préparés par tous les cantons romands. Le contenu des paniers peut varier selon la saison, le budget

et le goût de l'acquéreur. Un cadeau idéal pour des hôtes fidèles, des collaborateurs méritants, des partenaires avisés!

www.pays-gourmand.ch

● Ambassade romande à Zurich

La première épicerie romande de Zurich (Zweierstrasse 56), sous l'enseigne «Welschland», s'est ouverte et offre un vaste assortiment de plus de 200 spécialités des cantons latins, reflets des cuisines, des vins et des produits régionaux. Cette

épicerie de campagne, tenue par Laurent Houriet et Jürg Steiner, constitue une sorte d'ambassade du bon goût romand sur les bords de la Limmat.

www.welschland.com

● Les enfants au palace d'en face

Programmes d'animations pour les enfants, tournois de golfs, festivals gastronomiques et mêmes massages au chocolat (à Pâques!); l'Evian Royal Resort se distingue par une foison d'activités ludiques et gastronomiques destinées à une large clientèle. Durant toute l'année, les enfants de 2 à 16 ans sont accueillis gracieusement de 8h30 à 18h30 à l'Evian Royal Kid's Resort.

● Les célibataires à l'hôtel

L'Hôtel des Bains de Saillon a lancé le «bath dating», autrement dit un arrangement d'une semaine d'activités pour célibataires. Un programme ad hoc a été élaboré pour accueillir ces hôtes esseulés et favoriser les rencontres: bains, randonnée pédestre et animations ludiques sont ainsi proposés à ceux qui annoncent la couleur et n'ont pas peur de se jeter à l'eau...

● Les apprentis aux commandes

Il fallait oser! L'Hôtel de l'Aigle, à Couvert (NE), a été entièrement géré, durant une semaine, par cinq apprenti(e)s. Le patron de cet établissement 3 étoiles, Matthias von Wyss, avait minutieusement préparé cette opération qui a commencé par sa propre prise d'otage et s'est poursuivie par des repas et des animations originales. Aux dernières nouvelles, les jeunes ont pris conscience du sens des responsabilités, les hôtes sont toujours vivants... et le directeur des lieux se porte bien!

L'hôtellerie dans l'actualité

Le Montreux Palace sous contrôle saoudien

Le groupe Kingdom Hotels a racheté les 88 hôtels de la société canadienne Fairmont Hotels Resorts, propriétaire de la chaîne Singapour Raffles.

Selon un communiqué de Fairmont, la chaîne d'hôtels Singapour Raffles, dont font partie, le Montreux Palace, le Métropole à Genève et le Plaza à Zurich, est passée sous le contrôle du groupe saoudien Kingdom Hotels, propriété de la famille du Prince Alwaleed bin Talal Abdulaziz Al Saud et la société californienne d'investissements Colony Capital qui détient un quart des actions. Ces deux sociétés ont racheté ensemble les 88 hôtels de luxe du groupe Fairmont Hotels Resorts (Canada), propriétaire de Singapour Raffles; le montant de la vente s'est élevé à 3,9 milliards de dollars.

Des étoiles convoitées

Pas d'étoiles pour classer les hôtels de GastroSuisse.

Selon une décision du Tribunal de commerce de Zurich et en vertu du droit des marques et de la concurrence, hôtellerie-suisse est le seul organisme ayant le droit d'utiliser des étoiles pour classer ses établissements membres, ce qu'elle fait depuis plus de 25 ans. GastroSuisse (20'000 membres dont 5'000 petits hôtels), qui entendait utiliser le même système pour sa propre classification, devra trouver un autre symbole ou participer au système de l'association faitière de l'hôtellerie suisse en se conformant à ses exigences. Seul un système de classement unique de tous les établissements de notre pays, souhaité d'ailleurs par Suisse Tourisme, est en mesure de mettre fin à cette «guerre des étoiles».

En bref

Swiss Golf 2006

Quatre hôtels vaudois figurent dans le guide Swiss Golf 2006, édité pour la deuxième fois par Suisse Tourisme, qui recense une quarantaine de «golf hôtels» de notre pays, dont six seulement en Suisse romande; il s'agit de l'Hôtel du Signal à Puidoux-Chexbres, du Royal Plaza à Montreux, du Grand Hôtel des Bains à Yverdon-les-Bains et de la Fleur du Lac à Morges.

Le Guillon sort un annuaire fort précieux

La Confrérie du Guillon a publié pour la première fois un «Annuaire des Cotterds» qui contient les coordonnées des membres de ses sept Cotterds (Fribourg, Jura, Berne, Lucerne, Bâle, Zurich et St-Gall), des membres de la Confrérie aux activités viti-vinicoles et des conseillers de la Confrérie et Honoraires. «Avant la Star Academy, l'Eurovision et CNN, le Cotterd jouait un rôle social, amical et rassembleur. Aujourd'hui, le Cotterd de la Confrérie du Guillon poursuit cette même mission, autour du vin, de l'amitié et de l'esprit», écrit en préambule Philippe Gex, gouverneur. Tous les rendez-vous de la Confrérie en 2006 figurent également dans cette nouvelle publication riche de nombreux renseignements.

Combien dans la balance ?

Année record pour les casinos suisses

Avec un CA direct et indirect de 1,3 milliard de francs, une branche économique à haute valeur ajoutée.

Une étude menée à l'initiative de la Fédération suisse des casinos (FSC), qui regroupe les 19 casinos implantés sur sol helvétique, a estimé qu'en 2005 leur chiffre d'affaires direct et indirect s'était élevé à 1,3 milliard de francs. Le produit brut des jeux s'est monté à 874 millions de francs, ce qui représente une augmentation de 14%

par rapport à l'année précédente; 60% ont été réalisés par les sept grands casinos de type A, 40% par les douze casinos de type B où les mises et les gains sont limités. Un tiers du produit brut des jeux provient de la clientèle étrangère; les trois-quarts du chiffre d'affaires des casinos sont réalisés grâce aux machines à sous, le dernier quart aux tables de jeu. Au classement des casinos les plus importants, celui de Mendrisio (TI), qui est pourtant un casino B, décroche la palme avec un produit brut de 121,5 millions, devant Lugano (102 millions). Le Casino de Montreux (seul A de Suisse romande) a réalisé un chiffre de 86,5 millions, en progression de 11,3%. Les 19 casinos suisses emploient actuellement 2224 collaborateurs/trices (EPT) et ont accueilli 4,4 millions de visiteurs l'an dernier.

hoteljob

La météo nous annonce un bel été chaud et ensoleillé !

De nombreux candidats qualifiés attendent de mettre leurs compétences au service de vos hôtes, postes à la saison ou à l'année.

N'attendez pas ! Contactez-nous !

Marie-Claire Rossi
hoteljob, Lausanne
Tél. 021 320 28 76

hôtellerie
suisse

Bureau de placement
Rue des Terreaux 10
CP 7507, CH-1002 Lausanne
Téléphone 021 320 28 76
Téléfax 021 320 02 64

Événements et perspectives

Lausanne décroche «Gymnaestrada 2011»

Devant Amsterdam et Bruxelles, la Capitale olympique a été désignée pour recevoir, dans cinq ans, les 25'000 gymnastes d'une manifestation quadriennale unique au monde.

La 14^e World Gymnaestrada se déroulera en 2011 à Lausanne, un événement de taille qui manquait encore à son tableau de chasse et qui a été décroché grâce à un gros travail de préparation et de conviction accompli par les milieux sportifs, touristiques et politiques de la capitale. En effet, une délégation du comité de candidature, comprenant notamment Jacqueline Maurer, conseillère d'Etat, Jean-Jacques Schilt, conseiller municipal, Patrice Iseli, chef du service des sports de la Ville de Lausanne, Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme, et Me François Carrard, ancien directeur général du CIO, s'en est allée à la rencontre des délégués de la Fédération internationale de gymnastique à Kuala Lumpur. Incontestablement, l'attribution de Gymnaestrada 2011 à Lausanne atteste de l'expérience, des atouts et des avantages de cette ville, qui joue dans la cour des grands, en matière d'organisation d'événements sportifs d'envergure mondiale.

Quelque 25'000 gymnastes d'une quarantaine de nations séjourneront à Lausanne durant une semaine, en juillet 2011; s'ils seront avant tout logés dans des hébergements sommaires, comme des salles de classes et des halles de gymnastique, les spectateurs et les journalistes attendus en nombre le seront, eux, dans les hôtels. Le budget global de la manifestation atteint un total de 25 millions de francs.



Plusieurs nouveaux hôtels à Lausanne?

Pas moins de cinq projets de construction ou d'agrandissement, représentant entre 500 et 600 chambres, sont à l'étude, les uns plus avancés que d'autres.



Actuellement, Lausanne et ses environs comptent une cinquantaine d'hôtels d'une capacité globale d'environ 2700 chambres. L'Hôtel Mövenpick envisage d'ajouter 65 chambres supplémentaires d'ici à 2008 et l'Hôtel Jan 94 chambres. A Vennes, le terminus nord du M2, baptisé Parking-relais + AquaEcopôle (photo), devrait comporter, à l'horizon 2010, un établissement 3 étoiles de 117 chambres; le reste du projet comprend un éco-musée sur le thème de l'eau doté d'un aquarium, un centre médical, une surface commerciale d'appoint et une garderie d'enfants. De son côté, l'EPFL envisage de créer, d'ici à 2009/2010, un hôtel 3 ou 4 étoiles de plus de 100 chambres pour compléter son futur centre de congrès. Un hôtel d'application de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) pourrait s'insérer dans l'un des deux derniers projets précités. Enfin, un autre établissement de 160 chambres, de catégorie moyenne est prévu, à l'horizon 2009, dans l'enceinte de Beaulieu-Lausanne.

Vers une redynamisation de la station des Diablerets

Réalisation annoncée de «Dablerets Vrai Village de Montagne», projet de développement global.

Sous l'impulsion de Pierre Schwitzguebel et après obtention des accords de tous les intéressés, le projet a vu le jour avec la constitution de la société Diablerets Vrai Village de Montagne SA (DVVM), dont les actionnaires sont Kristian Siem, ancien patron de la Norwegian Cruise Line (paquebot «France»), PDG des groupes Siem Offshore et Siem Industries, la famille René De Picciotto, président de la SG Private Banking et du conseil d'administration du Lausanne Palace & Spa, et les frères Jean-Luc et Pierre Schwitzguebel.

Cette société a racheté l'Hôtel des Chamois (en faillite), la totalité du capital-actions de la société Hôtel des Diablerets SA et de sa filiale Les Mazots SA, restaurant d'altitude, le capital-actions de la société Télécabine Les Diablerets-Issenaud SA, de même qu'elle a acquis le terrain communal du Collège et négocie le rachat de la société Meilleret-Les Diablerets-Vers l'Eglise SA. D'importants travaux de rénovation et de transformation seront entrepris à l'Hôtel des Diablerets et à l'Hôtel des Chamois, tandis que sera financé également l'enneigement mécanique des pistes Mazots-Les Vioz et Jorasse. L'investissement se monte à 18 millions de francs. D'ici à 2012, DVVM revalorisera différents terrains par la construction d'appartements, d'appartements en PPE et, éventuellement, d'un nouvel hôtel. La gestion opérationnelle du projet a été confiée à Pierre Schwitzguebel dans l'attente de la nomination du futur directeur général.

Événements et perspectives

Le Grand Prix du Livre à Philippe Guignard

Le Club Prosper Montagné récompense l'ouvrage du Maître cuisinier-pâtissier d'Orbe.

La 23^e édition du Grand Prix du Livre gastronomique, décerné en Suisse par le Club Prosper Montagné et Académie suisse des gastronomes, a permis de distinguer un grand professionnel qui, ici comme dans ses activités de cuisine, de pâtisserie et de traiteur, a su s'entourer d'une équipe performante. Son livre intitulé «Fête-le vous-même!», paru aux Editions Favre à Lausanne, a en effet bénéficié de l'apport de Daniel Fazan, journaliste gastronomique, d'Oscar Ribes, graphiste, et de Pierre-Michel Delessert, photographe.

Le président du jury, le journaliste et gastronome André Winckler, a souligné les points forts de cet ouvrage qui résume bien la personnalité charismatique de Philippe Guignard: qualité du contenu, accessibilité des recettes, parfaite réalisation technique, authenticité... De la «cuisine vraie» telle qu'elle est défendue et promue par le Club Prosper Montagné au travers de ses diverses activités en faveur de l'art culinaire, des produits et naturellement des hommes et des femmes qui en ont fait leur profession et souvent leur passion.



Autour de Philippe Guignard, de g. à dr.: Henri Favre, André Winckler, président du jury, et Pierre Henchoz, président d'honneur du Club Prosper Montagné.

Opéra, cuisine et ambiance: le Sud va envahir Avenches

Du 7 au 22 juillet, «Il Trovatore» de Verdi sera l'occasion de vivre une grande fête à l'italienne.



L'opéra sera donné à huit reprises dans les arènes de la cité romaine, la distribution réunira des stars mondiales de l'art lyrique et des solistes qui reviennent toujours volontiers à Avenches, grâce à l'engagement et à l'enthousiasme de l'un d'entre eux, Sergio Fontana, directeur artistique du Festival. Aux grands moments musicaux annoncés, devrait s'ajouter, cette année comme jamais auparavant, un vaste programme d'activités et d'animations touristico-gastronomiques, à l'initiative du directeur de l'Office du tourisme d'Avenches, Michel Doleires (photo), également responsable marketing et communication du Festival. Quelque 48'000 spectateurs sont attendus.

Avenches prendra des allures de ville du Sud, de Sicile plus précisément d'où viendront décors, costumes, mets... et même certains solistes. La rue centrale d'Avenches sera rebaptisée la «Via Roma» avec ses colonnes romaines et ses palmiers (ceci durant tout le mois de juillet), le restaurant du festival «Casa Sicilia» servira des spécialités, un marché sicilien permettra de déguster des vins, pâtisseries et autres douceurs et, chaque soir, Aventicum s'emplira de sons et de parfums méditerranéens... Restaurateurs et commerçants avenchois ont été sollicités pour s'engager dans la fête. «C'est un véritable échange Sicile/Broye vaudoise au travers de synergies culturelles certes mais aussi culinaires et touristiques que nous voulons établir à Avenches», explique Michel Doleires qui relève qu'une conférence de presse à Milan a permis de mieux faire connaître Avenches en Italie, son festival d'opéra et, désormais, la philosophie censée l'accompagner. Le tout

sous le regard... de l'empereur Marc Aurèle dont le buste en or trône cet été (et jusqu'au 5 novembre 2006) au Musée romain d'Avenches.

Grandson inaugure une maison d'accueil en milieu rural

La Maison des terroirs réunit accueil, information touristique et promotion des produits du terroir et des vins.



Devant la Maison des Terroirs de Grandson, de g. à dr.: Sylvain Gaildraud, concepteur et responsable du projet, Catherine Conti, responsable de la Maison des Terroirs, Luce Badini, son adjointe, et Albert Banderet, préfet de Grandson et président de l'Association des Terroirs de Grandson. Photo: José Seydoux

Dans son rôle de vitrine régionale, cette bâtisse historique abrite, en plus du caveau des vigneron, un espace de 200 m² voué aux renseignements sur l'offre touristique régionale, aux dégustations des vins de l'appellation Bonvillars et des produits du cru ainsi qu'à la vente en boutique.

Initié par l'Association pour le développement du Nord vaudois (ADNV), ce centre qui se veut de convivialité, d'échanges et de rencontres entre la population locale et les touristes, ambitionne également de servir de creuset à un projet de développement territorial, un peu à l'image des parcs naturels français. Comme le précise Albert Banderet, président de l'Association des terroirs de Grandson et préfet du District de Grandson, et Sylvain Gaildraud, concepteur et responsable du projet au sein de l'ADNV, «ce projet s'appuie d'abord sur un partenariat étroit entre les prestataires privés et 19 communes (8'800 habitants) partenaires de l'opération; la Maison des terroirs a pour mission d'animer ce territoire et de le doter d'infrastructures ou projets qui dynamisent son développement et renforcent son attractivité.» Signalétique, animations et événements sont prévus dans ce cadre.

Evénements et perspectives

Enfin, le concept inclut la mise en réseau d'autres régions rurales vaudoises ou romandes dans la perspective de créer une «marque» synonyme de qualité pour l'accueil et de réaliser des opérations promotionnelles en commun. La Maison des Terroirs est placée sous la responsabilité de Catherine Conti, diplômée de l'Ecole suisse de tourisme à Sierre.

250 ans de Bon Accueil dans l'hôtellerie damounaise

Datant de 1756, le chalet «Bon Accueil», à Château-d'Œx, est devenu une hostellerie qui a toujours su honorer son nom.

Un quart de millénaire pour cette vénérable bâtisse montagnarde construite par les maîtres David Genetre, Abraham Pilet et Jean-Pierre Libirde. C'est en 1931 que ce qui n'était qu'une ferme typique isolée, située sur les hauts de la station du Pays-d'Enhaut, est loué par Madame Alfred Allistone qui accueille des pensionnaires. Après la guerre, en juin 1945, son fils, Curtis Allistone, qui a passé la guerre dans le service de renseignement britannique et à la BBC (British Broadcasting Corporation), exploite les lieux comme pension et reçoit exclusivement les collaborateurs de la BBC...

avant d'acheter le chalet à la famille Rosat pour y installer l'Hostellerie Bon Accueil.

Au fil des ans, cet établissement subit d'importantes rénovations pour devenir l'établissement 3 étoiles d'aujourd'hui, dirigé par Madame Marianne E. Bon: un petit hôtel de charme doté d'un excellent restaurant, membre aussi des Swiss Historic Hotels, et fidèle à sa vocation dans le respect de l'authenticité.

Telecom 2009

100'000 nuitées en Romandie?

Retour très attendu à Genève et dans une partie de la Suisse romande du Salon des techniques de télécommunications Telecom; celui-ci se déroulera à Palexpo du 5 au 10 octobre 2009, Genève l'ayant emporté devant Birmingham, Dubaï et Paris... Le résultat aussi du gros engagement de toute une communauté régionale susceptible de profiter de retombées économiques de l'ordre de 400 millions de francs. Lors de la dernière édition organisée à Genève, en 2003, Telecom avait regroupé près de 900 exposants et 100'000 visiteurs, ce qui avait généré un mouvement de quelque 100'000 nuitées. C'est dire que cette manifestation hautement professionnelle déborde largement le cadre genevois. Abusée par des intermédiaires sans scrupule, la Société des hôteliers de Genève a présenté pour l'édition 2009 un dossier d'une véritable transparence, grâce à un contrat tripartite

signé par chaque partie: hôtelier, éventuel intermédiaire et exposant. A noter que les prix proposée pour 2009, contractuels eux aussi, sont inférieures à ceux pratiqués en 2003 et que les 6'000 chambres requises par les organisateurs sont d'ores et déjà bloquées.

Gastronomia 2006

Du 4 au 8 novembre, «Passport to Success»

La prochaine édition du salon Gastronomica, qui se déroulera à Beaulieu-Lausanne du 4 au 8 novembre, marquera les vingt ans de cette manifestation professionnelle de l'hôtellerie et de la restauration. Sous le slogan «Passport to Success», ce salon abritera, outre ses exposants spécialisés et ses traditionnels concours des apprenti(e)s, un nouveau secteur, «Art & Design», avec des chambres modèles, assorti de la remise du «Prix Gastronomica Design Award». Le secteur «Ecoles et innovations», avec la participation notamment de l'Ecole hôtelière de Lausanne, favorisera une meilleure connaissance de ce domaine. Un plateau de télévision permettra la diffusion de conférences et de débats. Quant à l'Espace convivial, il retrouvera ses six grands chefs et son restaurant gastronomique. Un système de badges électroniques, remis aux visiteurs, sera étrenné à cette occasion.

www.salongastronomia.ch



En bref

Prix du tourisme suisse Milestone 2006

Le Prix Milestone 2006, septième édition de cet événement incontournable de la branche du tourisme, a pour but de distinguer des projets novateurs et des personnalités du tourisme suisse. Placé sous l'égide de l'hebdomadaire hotel+tourismus revue (htr), du Secrétariat d'Etat à l'économie (seco) et de la Fédération suisse du tourisme (FST), il consiste à décerner des prix honorant des réalisations touristiques dans les catégories «L'œuvre d'une vie» - remportée l'an dernier par Charles-André Ramseier, directeur de l'OTV -, «Projets remarquables» et «Relève». Les détails des conditions de participation, la formule du concours et la composition du jury sont disponibles sur le site www.htr-milestone.ch. La cérémonie de remise des prix aura lieu le 14 novembre 2006 à Berne.

Formation professionnelle



Un centre de compétences à Lausanne

Le Bureau romand d'hotelleriesuisse abrite désormais le secteur «profession et formation» de l'association faîtière.

Ainsi que nous l'avons déjà annoncé dans notre précédente édition, le Bureau romand d'hotelleriesuisse est dirigé depuis le 1^{er} mai par Estelle Papaux (photo), nommée également responsable du secteur «profession et formation» et membre de la nouvelle Direction mise en place dans le cadre du processus stratégique «hotelleriesuisse 2012». Sous l'égide de Christoph Juen, directeur général, cette Direction comprend également Thomas Allemann (politique économique et sociale) et Isabel Garcia (communication, image et branding). Deux cadres supérieurs, Me Christian Hodler, vice-directeur, et Christian Santschi, responsable de la formation, quittent le siège central de Berne pour créer leur propre société, «hsp - Hodler, Santschi & Partner AG». La décentralisation à Lausanne du secteur de la formation professionnelle de la société suisse n'est pas étrangère à la vocation de Lausanne dans ce secteur. Rappelons qu'en Suisse romande les institutions d'enseignement liés à hotelleriesuisse sont l'École hôtelière de Lausanne (EHL), l'École de secrétariat hôtelier, placé sous l'égide du Bureau romand, et l'Hôtel-école du Classic Hôtel à Leysin (cours théoriques pour apprentis). Licenciée de l'Université de Lausanne, Estelle Papaux est une spécialiste de la formation, puisqu'elle était cheffe de projet à l'Office fédéral de la formation et de la technologie (offt) où elle s'occupait des relations avec les Hautes écoles spécialisées (HES).

En bref

Marketing de la relève

Le service de marketing de la relève, au Bureau romand d'hotelleriesuisse, à Lausanne, a organisé, au cours des cinq premiers mois de l'année, dans le seul canton de Vaud, huit séances d'information à l'intention des jeunes au seuil d'un choix professionnel, une séance d'information à l'intention des apprenants, des participations à l'Espace Saveurs du Carrefour des Métiers, à Gland, et une autre à la Planète Métiers de Lausanne. Les places de formation professionnelle initiale vacantes se trouvent sur le site www.formation-hotel-resto.ch.

Séminaire des gouvernantes d'hôtel

«La Suisse, berceau de l'hôtellerie internationale et des grandes écoles hôtelières de renommée mondiale, reste par contre encore timide et réservée dans la promotion de la profession de gouvernant(e) général(e)», regrette Josselyne Henin (Raffles Le Montreux Palace), présidente de l'Association des gouvernantes générales (AGG)*, qui a décidé de faire sortir de l'ombre une profession demeurant méconnue du grand public et du management qui l'utilisent sans la reconnaître. Animé par Françoise Schillinger, formatrice internationale, ce séminaire avait pour but de promouvoir un échange, une synergie entre les cinquante adhérents opérant dans les établissements 4 et 5 étoiles, palaces, cliniques privées et écoles hôtelières internationales.

* AGG, case postale 61, 1823 Glion - josselyne.henin@raffles.com

Changement à la présidence de Lausanne Tourisme

La récente assemblée générale de Lausanne Tourisme a ratifié la nomination d'un nouveau président de l'office du tourisme lausannois en la personne de Me Pierre-Olivier Wellauer, avocat, ancien Bâtonnier de l'Ordre des avocats, un homme déjà très proche du tourisme par sa participation active dans diverses organisations (Constituante, Maison du tourisme, Jeunotel, Championnat du monde de curling).

Il succède à Pierre Schwitzguebel qui a marqué de sa forte personnalité et de ses talents de grand professionnel du tourisme une page de l'histoire de Lausanne Tourisme. Entré en 1976 déjà au service de cet organisme en tant que directeur de ce qui était alors l'Association des intérêts de Lausanne (ADIL) avant de devenir l'Office du tourisme et des congrès (OTCL), puis Lausanne Tourisme, Pierre Schwitzguebel en prit la présidence dès 1995, suite au décès de Me Gilbert Schwaar et à la nomination de son adjoint, Claude Petitpierre, à la direction. Un règne de plus de trente ans, sanctionné par la propulsion de Lausanne (désignée comme Capitale olympique en 1994) parmi les trois premières destinations touristiques de Suisse et marqué par le rôle croissant du premier organisme du tourisme lausannois. Impliqué dans de nombreuses organisations de manifestations, Pierre Schwitzguebel s'est aussi engagé dans d'autres instances, en qualité de vice-président, tels que l'Office du tourisme du canton de Vaud et Suisse Tourisme.



L'ancien et le nouveau président de Lausanne Tourisme, Pierre Schwitzguebel et Pierre-Olivier Wellauer, lors de la croisière à bord du «Montreux» qui a suivi l'assemblée générale.

Photo: Régis Colombo / www.diapo.ch

Formation professionnelle



Des projets pour l'Ecole hôtelière de Lausanne

Avec 1520 étudiants et une forte augmentation des dossiers de candidature, l'EHL doit s'agrandir.

Ainsi que l'a souligné récemment son directeur général, Ruud Reuland, devant les milieux politiques et hôteliers vaudois, l'école du Chalet-Gobet est placée devant de nouveaux défis. C'est la rançon du succès pour la seule école hôtelière suisse affiliée à la Haute école spécialisée de Suisse occidentale HES-SO et de l'intérêt qu'elle suscite toujours en Suisse, d'où proviennent encore 46% des effectifs, et surtout à l'étranger (84 pays), le pays le plus porteur restant la France. De 2003 à 2006, le nombre des dossiers de candidature a progressé de 70%, d'où la nécessité d'un processus de sélection très strict. Trois programmes académiques en français ou en anglais permettent de décerner des diplômes de Master et de Bachelor (économiste d'entreprise HES en hôtellerie et professions de l'accueil) et de Gestion d'exploitation hôtelière (programme court). En outre, l'EHL dispense des cours de formation continue (cours d'été), exécute des travaux de recherche appliquée et abrite le «Cyber-Hotel», qui regroupe toutes les avancées technologiques dernier cri qui vont équiper les hôtels à l'avenir.

Parmi les travaux à accomplir, figurent d'ici, à 2008, la rénovation des cuisines et, d'ici à 2010, l'aménagement de salles de classe et d'une nouvelle bibliothèque. Contrairement à une première idée émise, il n'y aura pas d'hôtel d'application sur le campus du Chalet-Gobet, mais des possibilités de collaboration s'ouvrent dans le cadre des projets d'hôtels à l'AquaEcopôle (Vennes) et à l'EPFL.

Victoire de l'EHL à la Bourse Evian des jeunes talents

Des étudiants de cinq écoles hôtelières de Suisse romande ont participé à l'édition 2006.

La Bourse Evian des jeunes talents, organisée en Suisse par la Société des eaux minérales d'Evian, a pour objectif de stimuler la créativité et l'esprit d'innovation des élèves des écoles en présentant, individuellement ou par groupe de trois au maximum, un projet dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration. Ils sont



A l'issue de la remise des prix de la Bourse Evian 2006 à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), de g. à dr.: Jean-Daniel Perret, administrateur délégué d'Evian Volvic Suisse, Luisa Pezzotta (EHL), Pierre-André Ayer, chef de cuisine et président suisse des Jeunes Restaurateurs d'Europe, parrain de la Bourse 2006, Anne-Sophie Martin (EHL) et André Winckler, président du jury.

départagés par un jury sur des critères d'originalité et de faisabilité.

Pour sa 16^e édition, la Bourse Evian 2006 a réuni des étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), du Glion Institut des hautes études à Glion et Bulle, de l'Ecole hôtelière de Genève, de l'Institut hôtelier César Ritz au Bouveret et de HIM à Montreux. Trois prix de 5000, 2000 et 1500 francs récompensent les lauréats. La palme a été remportée par deux jeunes femmes de l'EHL, Luisa Pezzotta et Anne-Sophie Martin, pour un travail intitulé «Convivium» et relatif à un projet de livraison de repas au sein des entreprises d'une grande ville (cf. photo).

Management de spa

Nouvelle formation inédite à Lausanne.

L'Ecole Panorama (rte de la Tour 8bis, 1004 Lausanne) et la société Innovax spécialisée dans le conseil en formation, lancent en Suisse le premier cours de management de spa, centres thermaux et de bien-être. Dirigée par Evelyne Affolter, l'école lausannoise, certifiée EDUQUA et membre des fédérations suisse et vaudoise des écoles privées, propose aux intéressés par ce domaine extrêmement porteur du tourisme un cours comprenant huit modules de 30 leçons chacun. Tous les cours ont lieu le samedi en horaire continu de 08h15 à 15h45. www.ecolepanorama.ch

Cours d'été EHL

Une vingtaine de modules de 3 jours

Succès sans faille pour le programme d'été de formation continue proposé depuis 26 ans par l'Ecole hôtelière de Lausanne! Du 19 juin au 12 juillet 2006, une vingtaine de modules de trois jours chacun sont prévus dans trois catégories: gestion administrative et de projets, ressources humaines et direction, techniques de vente et communication. Tous dispensés en anglais, à l'exception d'un seul, ces cours s'adressent exclusivement à des cadres supérieurs actifs dans l'hôtellerie et le secteur de l'accueil. On vient les suivre du monde entier, comme en témoignent les éditions précédentes; en 2005, on a dénombré 68 participants de 23 pays qui ont suivi 148 modules.

Photo: Philippe Dutoit

Hôtellerie et tourisme: bilan positif à mi-parcours

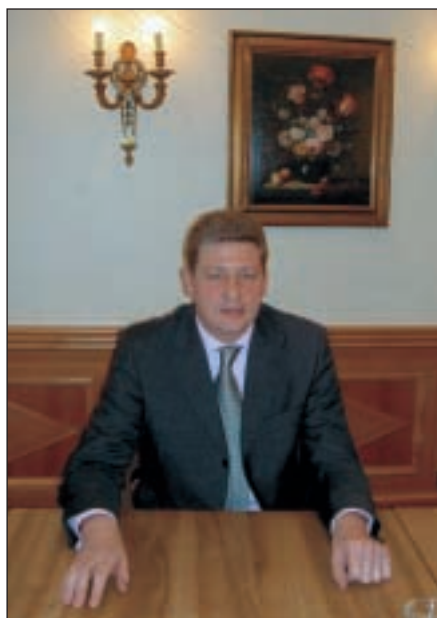
Le monde touristique et hôtelier est satisfait de ce début d'année. La fréquentation des établissements lausannois a en effet encore augmenté par rapport au 1^{er} trimestre de 2005.

L'Assemblée Générale ordinaire d'Hôtellerie Lausannoise, le 3 mai dernier, a été l'occasion de rappeler un certain nombre de résultats et de projets. Ainsi, le président Enzo Stretti n'a pas manqué de souligner les efforts de modernisation de la branche, entraînant d'importants investissements et attirant toujours plus le tourisme d'affaires. Si la sécurité demeure une préoccupation, les autorités paraissent avoir pris des décisions efficaces, comme c'est le cas en ce qui concerne les vols à Ouchy, signalés dans l'une de nos précédentes éditions. Avec l'opposition légale faite par HL à la disparition de l'Hôtel Royal-Savoy, l'association a manifesté un soutien fort à l'un des fleurons de l'industrie hôtelière lausannoise (voir notre page de décembre 2005). Certes, certains établissements augmentent - parfois fortement - leur capacité d'accueil, mais la capitale vaudoise n'a toujours pas les possibilités d'hébergement pour de très grands congrès, comme l'a aussi relevé Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme.

Sur un plan plus global, la Municipalité entend mettre l'accent encore davantage sur le marketing urbain - on rappellera que Lausanne a obtenu un prix à San Francisco dans le domaine du développement durable. Quatre axes seront privilégiés: l'olympisme et le sport; la recherche, l'innovation et la formation; la culture et la situation géographique. Sans qu'il y ait hiérarchie prioritaire entre eux. Ainsi, tant au niveau fédéral que cantonal, les acteurs du tourisme et de l'accueil veulent donner une image forte du pays et de ses régions. Le mot d'ordre est cohérence entre les partenaires en matière d'organisation, de présentation et de gestion. Pour Daniel Brélaz, syndic, des synergies réelles contribueront à coup sûr à maintenir la 3^e place lausannoise dans le palmarès helvétique des destinations. A moins de graves problèmes internationaux, les perspectives s'annoncent donc favorables sur le moyen-long terme. Mais méfions-nous quand même des gadgets promotionnels, coûteux et sans véritable portée!

Apparentes ou invisibles, les stratégies s'affinent

Confort, accessibilité, équipements, moyens de communication, découvertes et prestations diverses: le voyage d'affaires a des exigences qui correspondent à de multiples facilités.



Stefano Brunetti-Imfeld, directeur de l'établissement 4 étoiles, a pour credo la responsabilisation et le partage du succès. (Photo: E. Feinberg)

«Il faut bien comprendre l'activité du client, pour examiner ce qu'on peut lui proposer et comment. La qualité de nos prestations doit lui apparaître clairement.» Stefano Brunetti, directeur-propriétaire de l'Hôtel de La Paix, à l'avenue Benjamin-Constant, et vice-président d'Hôtellerie lausannoise, constate que, malgré certaines incertitudes, le voyage d'affaires augmente presque partout. Par rapport à d'autres critères entrant en ligne de compte dans le choix d'un lieu, le prix n'est d'ailleurs pas forcément un élément déterminant à tous les coups. Il y a aussi la qualité de vie, la proximité d'un aéroport, des centres de conférence et d'exposition (Beaulieu), les possibilités de pratiquer des sports, des loisirs, du shopping, etc.

«Aujourd'hui, nos prix sont tout à fait comparables à ceux pratiqués dans d'autres pays européens, malgré d'importants investissements, alors que Lausanne et ses environs offrent de multiples atouts liés au lac, aux montagnes et à

un arrière-pays lui aussi très diversifié. A notre avis, le Développement économique vaudois (DEV) est très actif et fait un travail essentiel. Nombreuses sont les sociétés qui s'implantent sur l'Arc lémanique. Inaugurée à la fin du mois de juin, la Maison du sport regroupe un bâtiment supplémentaire pour le CIO et d'autres fédérations sportives. Et il ne faudrait pas oublier les congrès médicaux liés de près ou de loin au CHUV. Ce 1^{er} semestre 2006 aura vu se dérouler deux grands congrès internationaux à Lausanne: ENS et IFNA. A l'occasion de telles rencontres, l'accompagnant est logé gratuitement et ne paie que son petit déjeuner.

Cela étant, certaines mesures prises ont quelquefois des répercussions pas vraiment apparentes. Exemple? Les changements d'horaires des avions ou des trains susceptibles de modifier passablement le temps passé sur place...

Les vertus de la communication interne

Travaillant dans le cadre de 109 chambres et suites, de deux restaurants, de bars et de diverses salles de réunion (on y organise beaucoup de séminaires, de banquets et de mariages), les quelque 80 collaborateurs(rices) de ce 4 étoiles bénéficient d'une réelle communication interne. «Tous les six mois, une formation de base comportant des jeux de rôles est dispensée. Nous mettons tout particulièrement l'accent sur l'accueil et le devoir de communiquer de façon adéquate. D'autre part, nous nous efforçons d'élaborer des plannings horaires allant le plus possible dans le sens des vœux de chacun(e), ce qui est tout de même un facteur non négligeable de motivation.»



Situé au cœur même de la ville de Lausanne, l'Hôtel de la Paix a ouvert ses portes en 1910. (Photo: E. Feinberg)

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

Des femmes... des hommes...



● Hôtellerie Vaudoise félicite *Jean-Marc Udriot*, directeur du Classic Hotel à Leysin, pour son élection à la Municipalité et à la Syndicature de cette commune où il amorce sa deuxième législature.

Agé de 43 ans, cuisinier et diplômé de l'École hôtelière de Genève, ce brillant hôtelier a rallié la station leysenoude en 1988 pour y diriger trois établissements. M. Udriot a notamment présidé la Société des Hôteliers de Leysin et Leysin Tourisme ainsi que diverses grandes manifestations; il est également administrateur de Téléleysin, membre du bureau et du comité de direction de l'OTV et président de l'Association Alpes Vaudoises Promotion.

● L'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) a créé une nouvelle fonction afin de renforcer la coordination des activités promotionnelles dans les Alpes Vaudoises. Pour remplir son cahier des charges, essentiellement dans les domaines de la communication, de la promotion et de l'organisation, une «déléguée à la coordination de la promotion touristique des Alpes Vaudoises», a été engagée en la personne de *Christine Piatti*. Cette professionnelle du tourisme, diplômée de l'École suisse de tourisme à Sierre et de l'École Marketing Personnel Management à Lausanne, a notamment travaillé dans une société d'exploitations touristiques à Leysin et assumé la responsabilité du marketing du Montreux Palace.

● Mutation à Lausanne Tourisme où *Philippe Kuhne*, chef du service marketing et ventes depuis 9 ans, a cédé sa place à *Tanja Meier*, l'une de ses collaboratrices, au bénéfice d'une formation hôtelière et d'un diplôme de technicienne en marketing du SAWI, qui a notamment assumé la responsabilité des ventes et du marketing du Mövenpick Lausanne durant cinq ans. Elle succède à Philippe Kuhne qui a exprimé le désir de faire une pause pour retrouver une forme complète et qui s'est avéré un remar-

quable ambassadeur de Lausanne sur les marchés étrangers, ce qu'il devrait continuer de faire dans le cadre de divers mandats de promotion que lui confiera Lausanne Tourisme.

● Nouvelle distinction - ô combien méritée! - pour *Louis Villeneuve*, premier maître d'hôtel à se voir conférer le Prix de l'accueil et du service décerné par l'Académie internationale de la Gastronomie. Au service de l'Hôtel de Ville de Crissier depuis 31 ans, le grand «Monsieur Accueil et Service» de Fredy Girardet et de Philippe Rochat est déjà décoré du Mérite agricole français et de la Coupe de l'Accueil du Club Prosper Montagné... avant de recevoir prochainement l'Ordre national du Mérite, l'une des plus hautes distinctions françaises.

● L'Association internationale des Clefs d'or, qui regroupe les meilleurs concierges des grands hôtels du monde, a conféré son titre de membre à *Rade Ruleski*, concierge du Mirador Kempinski, au Mont-Pèlerin. Pour ce collaborateur dont le nom même rime avec l'hôtel dont il personnifie l'accueil, cette distinction en forme de quatre clefs d'or, figurant désormais sur sa livrée, récompense les mérites de cet ingénieur macédonien venu en Suisse pour faire ses armes dans la restauration et l'hôtellerie en commençant au bas de l'échelle. Son insigne lui a été remis par Freddy Wiederseiner, président de la section «Riviera vaudoise & Bas-Valais» de l'Association des Clefs d'or.

● A la tête de la Fondation Nestlé Pro Gastronomica depuis bientôt dix ans, *Othmar Sorgenfrei*, son directeur, va passer le flambeau à... *Othmar Mueller*, jusqu'ici très actif dans le domaine de la restauration au sein du secteur FoodServices en Suisse. Eminente personnalité, M. Sorgenfrei a donné une impulsion nouvelle à la Fondation de Nestlé dont le but est de promouvoir la formation des formateurs dans le domaine de la restauration, de l'hôtellerie et du tourisme, partout dans le monde, mais particulièrement dans les pays en voie de développement. Son action, parmi de nombreuses organisations et associations professionnelles suisses et internationales, comportait également des relations suivies avec les écoles hôtelières.

P.P.
1000 LAUSANNE 1
Dépôt en nombre

Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique

> 29 juin 2006

Assemblée générale de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Saint-Croix

> 24-26 octobre 2006

TTW Travel Trade Workshop, Montreux

> 25/26 octobre 2006

Cours de Quality-Trainer (niveau III), Lausanne

> 4-8 novembre

Salon Gastronomica 2006, Beaulieu-Lausanne

> 8 novembre 2006

Forum des hôteliers vaudois, Gastronomica, Beaulieu-Lausanne

> 14-19 novembre 2006

Congrès des écoles hôtelières (EUHOFA), Ecole hôtelière de Lausanne

> 16-25 novembre 2006

Semaine suisse du goût

> 24 mai 2007

Assemblée générale d'Hôtellerie Vaudoise, Avenches

Impressum

Bulletin trimestriel d'information édité par Hôtellerie Vaudoise, section cantonale d'hôtellerie suisse, et distribué dans les milieux touristiques, économiques et politiques du canton de Vaud.

«INFOTELLERIE VAUDOISE»:

Hôtellerie Vaudoise, avenue d'Ouchy 60, CP, 1000 Lausanne 6

Tél. +41 21 617 72 56 - Fax +41 617 72 27 - info@hotellerievaudoise.ch

www.hotellerievaudoise.ch

Rédacteur en chef: José Seydoux

Impression: Imprimerie Vaudoise, Lausanne

hotellerie
suisse