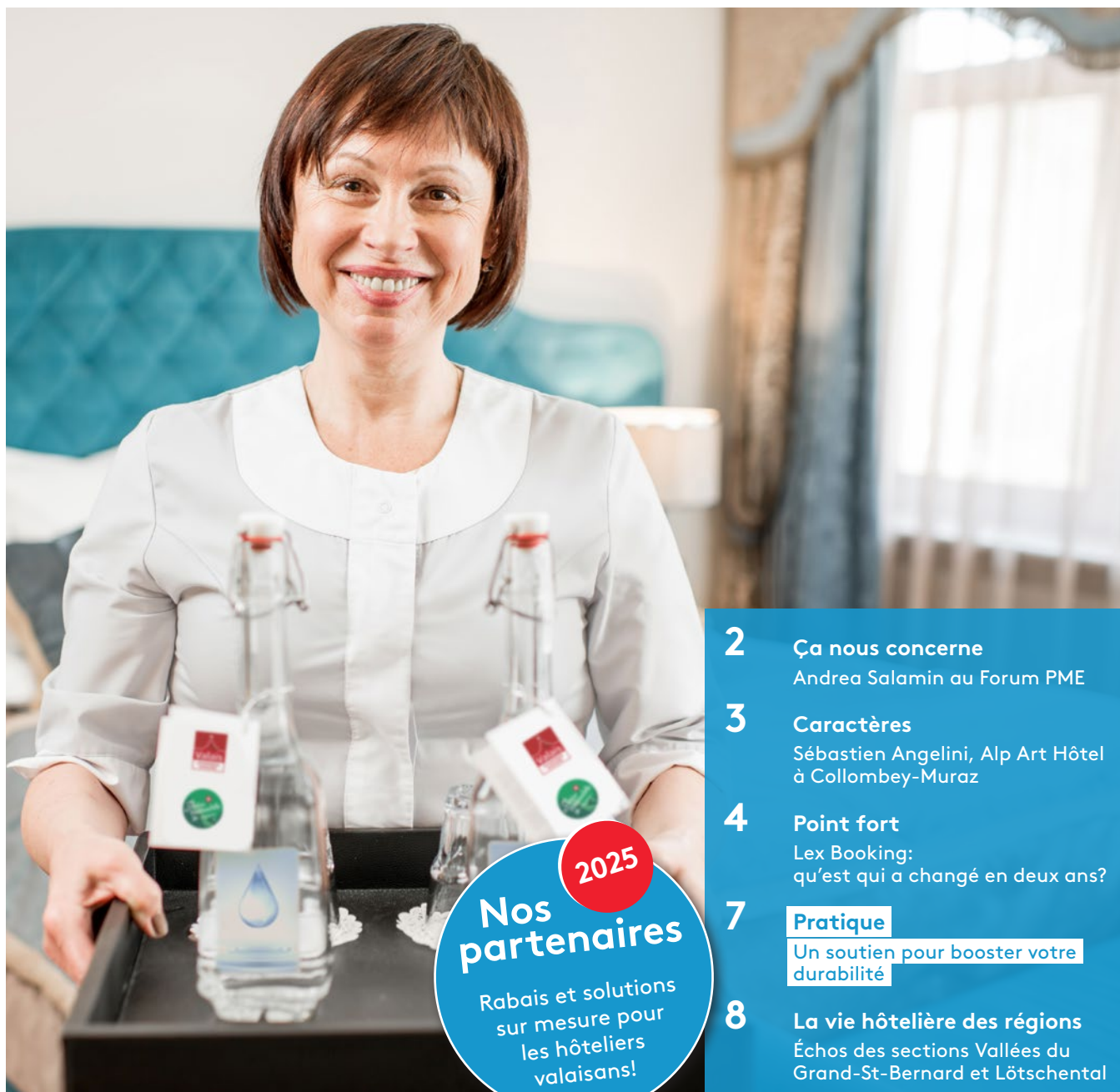


Durabilité

Devenir «Swisstainable»: une aide pour nos hôtels



Nos partenaires

Rabais et solutions sur mesure pour les hôteliers valaisans!

2025

- 2** Ça nous concerne
Andrea Salamin au Forum PME
- 3** Caractères
Sébastien Angelini, Alp Art Hôtel à Collombey-Muraz
- 4** Point fort
Lex Booking: qu'est qui a changé en deux ans?
- 7** **Pratique**
Un soutien pour booster votre durabilité
- 8** La vie hôtelière des régions
Échos des sections Vallées du Grand-St-Bernard et Lötschental



2025, année de la durabilité

Préoccupation actuelle incontournable de notre société, la durabilité sera le thème phare de l'AHV en 2025. Comme vous le découvrirez en page 7 de cette édition, notre association a lancé un grand projet de soutien et de promotion auprès de ses membres, leur permettant de se mettre à l'heure du développement durable.

Le but est de donner accès à une reconnaissance officielle pour tous les membres qui le souhaitent, en facilitant la démarche grâce à l'accompagnement de spécialistes. La marque choisie est «Swisstainable», le programme suisse de développement durable issu du tourisme et destiné au tourisme. Elle jouit d'une belle notoriété, crédibilise les actions mises en place par les acteurs et contribue ainsi à la mise en valeur d'un tourisme durable. En l'associant à l'obtention de la marque Valais Entreprise, nous voulons également contribuer à la croissance de notre marque territoriale.

Le but est de donner accès à une reconnaissance officielle pour tous les membres qui le souhaitent, en facilitant la démarche grâce à l'accompagnement de spécialistes.

Nous sommes convaincus que la plupart des membres en font déjà beaucoup. Nous voulons les aider dans leurs efforts et donner de la visibilité à leur engagement. Environ un quart d'entre eux ont déjà débuté une démarche de Swisstainable; nous les en félicitons et ne les oublions pas. Nous les soutiendrons également dans leurs actions pour aboutir ou pour aller plus loin.



Beat Eggel
Directeur AHV

Forum PME



«Nous tentons de freiner la bureaucratie»

L'hôtelière valaisanne Andrea Salamin représente HotellerieSuisse au sein de la commission extraparlamentaire «Forum PME». Elle partage ses impressions, après une année de mandat.

Comment êtes-vous arrivée au Forum PME?

HotellerieSuisse cherchait une femme romande et bilingue pour occuper son siège au sein du Forum. Lorsqu'on m'a proposé cette mission, j'ai tout de suite accepté. J'y ai vu l'opportunité de mieux comprendre les mécanismes de la politique fédérale tout en apportant mon point de vue d'entrepreneuse.

Comment ça fonctionne?

Nous nous réunissons six fois par année pour débattre de nombreux objets et donner notre avis. Il faut dire que nous faisons face à une inflation de règlements actuellement. La bureaucratie européenne ne cesse de produire de nouvelles lois, auxquelles la Suisse doit souvent se rallier. Notre rôle consiste à mettre un frein aux charges administratives qui pèsent sur les PME.

Les prises de position de ce Forum PME sont-elles écoutées?

Oui, cette commission a un grand poids dans les décisions du Parlement ou du Conseil fédéral. Les politiciens sont généralement sensibles à la cause des PME, puisque ces dernières font vivre l'économie suisse.

Quel objet récemment traité concernait l'hôtellerie?

Un projet de révision de la loi sur l'encouragement du secteur de l'hébergement.

Dans ce cadre, une motion parlementaire, soutenue par HotellerieSuisse, demandait une égalité de traitement entre hôtels urbains et périphériques pour bénéficier de l'aide de la Société suisse de crédit hôtelier. Tout le monde semblait acquis à la cause, mais en lisant le rapport final, j'ai découvert que nous étions divisés sur la question. J'ai dû me battre pour que mon point de vue soit clairement notifié. En fait, j'ai appris que dans ce Forum, si on ne dit rien, cela veut dire qu'on accepte tacitement la proposition du Conseil fédéral. Il faut donc rester vigilant sur le contenu final de la prise de position, car il a une réelle influence sur l'orientation des débats ensuite.

Vous êtes la seule à représenter le milieu du tourisme. Face aux PME de l'industrie chimique ou alimentaire et de la construction... est-ce difficile d'être prise au sérieux?

Le tourisme n'a quasiment aucun élu dans les chambres. C'est d'autant plus important d'utiliser le Forum PME pour faire entendre notre voix. Heureusement, je suis très bien coachée par le responsable des affaires publiques d'HotellerieSuisse. Les sujets que nous traitons sont souvent très techniques et très complexes. Mais je n'ai pas peur de m'exprimer, y compris à titre privé en tant qu'entrepreneuse. Cette expérience est intéressante et motivante, j'apprends beaucoup.

Le Forum PME en bref

Le Forum PME est une commission d'experts extra-parlementaires, instituée par le Conseil fédéral en 1998. Lors de procédures de consultation, il examine les projets de lois et d'ordonnances, et formule des prises de position reflétant l'optique des PME. Il évalue en particulier les charges administratives, les coûts engendrés et les limitations imposées aux libertés dont dispose l'entrepreneur. Il est composé de 15 membres, nommés pour trois ans par les différentes fédérations professionnelles des secteurs économiques de la Suisse.

Pour en savoir plus, visitez la page dédiée au Forum PME sur le site du Secrétariat d'État à l'économie SECO





Sébastien Angelini, Alp Art Hôtel, Collombey-Muraz

Un concept hôtelier innovant



Sébastien Angelini, directeur d'exploitation de l'Alp Art Hôtel, teste un nouveau modèle hôtelier qui répond aux besoins de tous les types de clients.

Sébastien Angelini a pour mission de relancer l'exploitation d'un grand complexe immobilier avec un projet unique, combinant plusieurs offres d'hébergement. Ouvert en juin dernier, Alp Art Hôtel comble un vide hôtelier dans la région.

On a coutume de voir des hôtels mourir pour se transformer en logements. À Collombey-Muraz, c'est l'inverse qui est en train de se produire. Un complexe immobilier qui comptait 85 appartements est devenu un établissement 3 étoiles, associant les services hôteliers à différents types d'hébergement: chambres classiques, appartements de vacances, logements de secours pour 1 à 3 mois et appartements protégés pour seniors. «Nous pouvons répondre à toutes les demandes et à tous les profils d'utilisateurs», résume Sébastien Angelini, qui a pour objectif de rentabiliser ce bâtiment implanté dans un écoquartier en plein développement.

Une équipe de 17 collaborateurs assure les services auprès de ces différents types d'hébergement. L'établissement abrite également un centre de physiothérapie, un tea-room et un coiffeur. Enfin, le mot «Art» dans le nom de l'hôtel n'a pas été choisi au hasard: l'exposition d'œuvres d'artistes régionaux fait partie de l'esprit des lieux.

Un gros travail de mise en conformité

Construit il y a quatre ans autour d'un concept d'appartements protégés pour seniors, le complexe n'a pas connu le succès escompté. Sa réhabilitation hôtelière

offre de nouvelles perspectives, même si les efforts d'adaptation sont conséquents. Il a fallu le mettre aux normes d'un établissement public, avec détecteurs incendie et portes anti-feu. Il a fallu également repenser les espaces afin de créer une aile hôtelière avec 36 chambres doubles et 35 Serviced Apartments classés 3 étoiles par HotellerieSuisse. «Pour gagner en rentabilité, nous allons continuer de transformer des appartements en chambres. Nous en aurons 81 en 2025 et devrions parvenir ainsi à l'équilibre financier», explique Sébastien Angelini, qui a déjà enregistré des réservations pour 140 groupes l'an prochain.

Une offre bienvenue dans le Chablais

«Nous n'avons plus assez d'hôtels dans le Chablais, cette nouvelle offre est donc bienvenue.» Les chambres de l'Alp Art Hôtel sont actuellement prisées par la clientèle business, événementielle et touristique.

Prochaine étape: la construction d'une extension pour une salle de séminaire pouvant accueillir 100 personnes. L'avenir dira si tous les types d'hébergement subsisteront à long terme. «Pour le moment, ce panachage permet de couvrir les frais de location tout en apportant une mixité intergénérationnelle intéressante».

Un hôtelier engagé dans la durabilité et la formation

Sébastien Angelini est un hôtelier aux multiples casquettes. En plus d'une longue carrière dans l'hôtellerie à l'étranger et à Villars, où il a géré l'établissement familial et le Villars Lodge, il est actif dans le développement durable et la formation professionnelle. Il est auditeur pour le label Green Globe, expert auprès d'écoles hôtelières et chargé de cours pour le brevet fédéral dans l'hôtellerie-restauration. Autant de cordes à son arc qui profitent à l'exploitation de l'Alp Art Hôtel, aussi bien dans le management durable que dans la gestion du personnel.

Alp Art Hôtel

Chemin du Verger 5
1868 Collombey
+41 24 420 11 76
alparthotel.ch



La fin de la dictature des prix des OTA

Tous ne profitent pas de cette nouvelle liberté

Depuis deux ans, les hôtels peuvent proposer leurs chambres à des prix plus bas que sur les sites tiers (OTA) avec lesquels ils travaillent. Qu'est-ce que cela a changé? Une étude révèle des tendances.

Pendant de nombreuses années, les hôtels ont été contraints de proposer leurs offres au prix le plus bas sur les plateformes OTA. Depuis le 1^{er} décembre 2022, cette clause dite de parité appartient au passé, grâce à la Lex Booking. Les hôtels sont désormais beaucoup plus libres dans la fixation de leurs prix, même s'ils continuent à travailler avec une ou plusieurs OTA.

Réservations directes: principal canal de vente

Sur mandat d'HotellerieSuisse, Roland Schegg, chercheur à l'Institut de tourisme de la HES-SO Valais-Wallis, a analysé cette évolution pour la 18^e fois. Il constate que les canaux de réservation directs (e-mail, système de réservation du site de l'hôtel, téléphone, formulaire web, walk-in, fax) restent les plus importants de l'hôtellerie suisse. En effet, lorsqu'on les additionne, ils représentent 59,6% des nuitées.

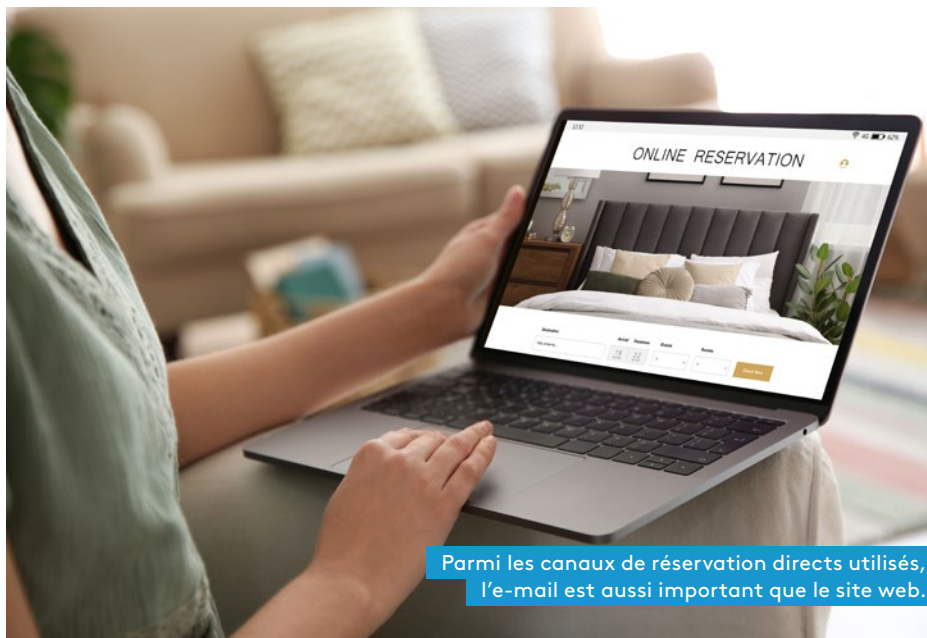
Pour le Valais, le chercheur suppose que la part des réservations directes a tendance à être un peu plus élevée. En effet, selon une étude portant sur l'ensemble de l'Europe, la part des réservations directes compte davantage dans les régions alpines et montagneuses, où elle atteint 65,2%.

7 hôtels sur 10 différencient les prix

Par rapport à l'année précédente, les réservations directes ont toutefois diminué de 3,4% en 2022. Les chiffres se situent donc à nouveau dans une fourchette similaire à celle des années prépandémiques 2017-19.

Les OTA représentent toujours la plus grande part (27%). Ces plateformes en ligne ont perdu tout juste 1,1 point de pourcentage par rapport à l'année précédente.

De plus, l'étude montre que les hôteliers suisses (et sans doute aussi valaisans) ont



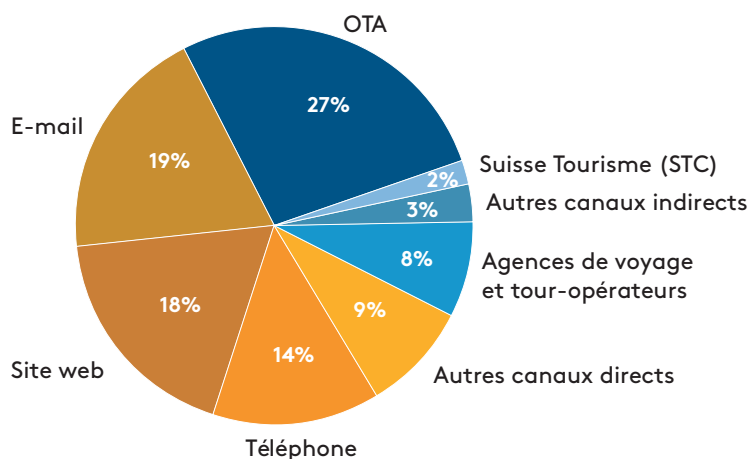
Parmi les canaux de réservation directs utilisés, l'e-mail est aussi important que le site web.

utilisé leurs nouvelles libertés tarifaires de diverses manières. Ainsi, 7 hôtels sur 10 différencient aujourd'hui leurs prix sur les OTA. Afin de renforcer la vente directe, un peu plus de la moitié des établissements fixent des prix distincts pour chaque canal, ce qui a été rendu possible grâce à l'utilisation accrue de channel managers. Plus d'un tiers des hôtels proposent des offres supplémentaires gratuites aux clients qui réservent sur leur site web.

Certains attendent ou veulent continuer comme avant

Un hôtel sur six n'a cependant pas encore procédé à des adaptations pour renforcer la vente directe et préfère attendre de voir comment le marché va évoluer. Un hôtel sur neuf a ainsi l'intention de continuer à proposer les mêmes prix de chambre sur tous les canaux de distribution. Il y a plusieurs raisons à cela, selon Roland Schegg: «Les OTA conservent une position domi-

Répartition des nuitées selon le canal de réservation en Suisse (2022)



Parmi les canaux de réservation directs utilisés, l'e-mail est aussi important que le site web.

nante sur le marché. Les hôtels qui proposent des prix plus bas sur d'autres canaux risquent d'être déclassés dans l'ordre de présentation des OTA, ce qui peut entraîner une baisse des réservations sur ce canal important». À cela s'ajoute, en particulier pour les petits hôtels, le manque de moyens financiers ou de savoir-faire technique pour mettre en œuvre des stratégies de réservation directe efficaces. C'est pourquoi l'auteur de l'étude donne des conseils

concrets sur la manière dont les établissements peuvent s'améliorer dans ce domaine (voir encadré).

Utiliser les OTA de manière stratégique

Roland Schegg estime que les OTA continueront à jouer un rôle important pour les hôtels à l'avenir. Selon lui, un modèle hybride est probable, dans lequel les OTA et les réservations directes coexistent. «Les hôtels utiliseront les OTA de manière stra-

tégique pour atteindre certains segments de clientèle, tout en renforçant leurs canaux de réservation directe afin de cibler des clients plus fidèles.» Il est difficile de faire des prévisions définitives, mais les hôtels devraient néanmoins optimiser de manière proactive leurs canaux de distribution et s'adapter aux conditions changeantes du marché afin de réussir à long terme.

Plus de réservations directes: voici comment faire

L'auteur de l'étude Roland Schegg recommande les mesures suivantes pour générer davantage de réservations via son propre site web.

Renforcez votre stratégie de réservation directe par des prix stratégiquement plus bas sur votre propre site web, des avantages exclusifs comme des surclassements gratuits ou des expériences personnalisées (randonnées guidées, dégustations de produits régionaux). Pensez à optimiser votre site web avec des systèmes de réservation conviviaux, une présentation agréable et un design responsive.

Augmentez votre présence sur le web grâce à un profil complet et actualisé sur Google My Business et à une gestion interactive des évaluations des clients.

Utilisez la technologie de manière ciblée: le Revenue Management permet d'adapter vos prix de manière dynamique en fonction de la demande actuelle et d'optimiser ainsi le chiffre d'affaires et le taux d'occupation. Les channels managers vous permettent de gérer efficacement vos offres sur différents canaux de distribution. L'évaluation ciblée des données de vos hôtes sert à personnaliser les campagnes de marketing et améliorer votre offre.

Utilisez les coopérations et les réseaux avec les prestataires locaux tels que les restaurants, les offices de tourisme et les écoles de ski pour créer ensemble des forfaits attractifs qui se distinguent des offres OTA.

Communiquez activement les avantages des réservations directes via les médias sociaux et le marketing par e-mail, afin de renforcer la fidélisation des clients et de vous démarquer clairement des offres OTA.

Pour aller plus loin, découvrez la notice d'HotellerieSuisse
«Réservation directe: les 18 astuces à suivre»



L'espoir de figurer sur le comparateur Google

Joseph Bonvin, Hôtel Art de Vivre, Crans-Montana

«Depuis une année, j'ai introduit 10% de rabais pour les réservations directes sur notre site internet. Malgré cela, la majorité des nouveaux clients préfère passer par les OTA, parce qu'ils y ont déjà leur profil enregistré et que cela leur facilite la vie. Je suis en train de changer mon PMS, associé à un channel manager de dernière génération. Cette fois, je vais programmer la majoration automatique des prix de 10% pour les OTA. La référence de mon site internet devrait alors s'afficher dans le comparateur de prix Google en première position.»



Un avantage encore peu connu

Valentin Rampone, Hôtel Elite, Sion

«En affichant des prix plus attractifs sur notre site internet, nous essayons d'inciter les clients à réserver directement chez nous. Cet avantage est encore peu connu. Nous le communiquons auprès des clients qui ont l'intention de revenir, en précisant également qu'ils profiteront de conditions d'annulation plus souples. J'observe toutefois de nouvelles habitudes: même si les touristes ont le réflexe de passer par Booking pour repérer les hôtels d'une localité, certains pensent désormais à rejoindre notre site au moment de la réservation.»



Un mix de mesures

Bruno & Ines Wolfisberg, Hotel Blinnenhorn, Reckingen

«Nous différencions nos prix en fonction du canal. Sur Booking, la seule OTA avec laquelle nous travaillons, la même chambre coûte 10% de plus. Nos forfaits «Vacances d'été» de trois nuits avec demi-pension à prix réduit sont seulement pour les réservations directes. Nous travaillons depuis des années avec un Internet Booking Engine (IBE), tenons à jour notre profil d'entreprise Google, faisons la promotion de notre offre sur Facebook, Instagram et Google, et utilisons les bannières HotellerieSuisse dans nos e-mails.»

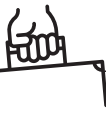


Des efforts payants

Olivier Andenmatten, Aktiv Hotel & Spa Hannigalp, Grächen

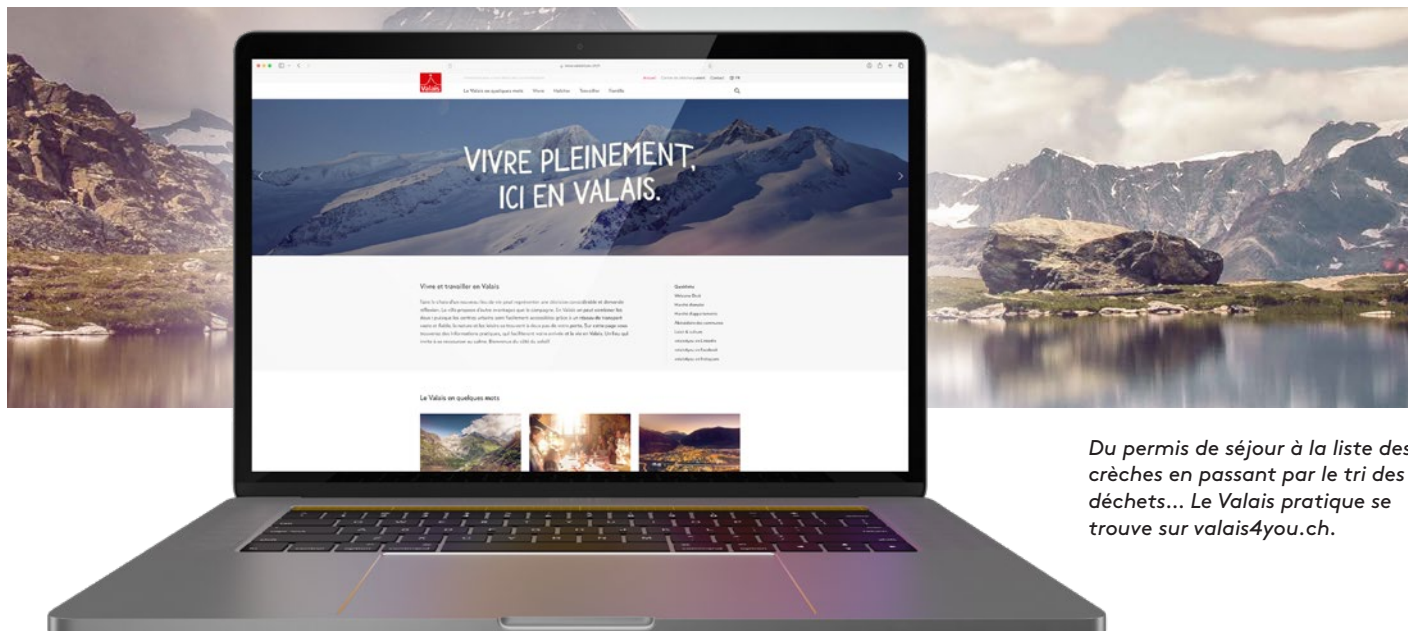
«Avec le channel manager, nous ciblons notre propre IBE avec le meilleur prix pour les réservations directes. Sur les OTA, il est de 5 à 10% plus élevé.

Les clients qui réservent directement chez nous ont droit à des avantages, comme une bouteille de vin, un bon pour une boisson ou une réduction sur le spa privé. Bien entendu, nous utilisons également un IBE ainsi que le SEO sur le site web et nous attirons l'attention sur notre offre avec des Google Ads et des posts ciblés sur les médias sociaux. Les réservations OTA ont ainsi baissé d'environ 5 à 10%.»



Ressources humaines

Faire ses premiers pas en Valais... Suivez le guide!



Du permis de séjour à la liste des crèches en passant par le tri des déchets... Le Valais pratique se trouve sur valais4you.ch.

Pour faciliter l'arrivée des travailleurs venus d'ailleurs, la plateforme valais4you.ch réunit toutes les informations pratiques et administratives du canton. Un guide digital encore peu connu, qui pourrait être utile aux hôteliers.

Où trouver un logement? Comment obtenir un permis de travail? Y a-t-il une crèche pour mon enfant? Quelles assurances dois-je contracter? Toutes ces questions et bien d'autres occupent les personnes qui souhaitent travailler et vivre en Valais. Dans l'hôtellerie, les employeurs ont l'habitude de guider leur personnel en provenance d'autres cantons ou de l'étranger dans les dédales administratifs de notre pays. Avec la plateforme valais4you.ch, ils trouvent toutes les réponses au même endroit et peuvent partager ces connaissances avec leurs collaborateurs. En plus des informations pratiques sur la vie quotidienne en Valais, on y découvre les traditions locales, le monde des vins et autres spécialités, ainsi que des données chiffrées et historiques. Cela peut donner un bon aperçu de la culture valaisanne avant de s'y plonger pour de vrai.

Welcome Desk par e-mail

Disponible en trois langues (français, allemand, anglais), ce guide digital peut aussi être sollicité pour des questions précises par e-mail. Les équipes des Antennes régionales du Valais romand et du Haut-

Valais, chargées d'animer la plateforme, reçoivent une centaine de demandes par année. «La plupart concernent les démarches liées au permis de travail», constate Florence Gessler, cheffe de projets à l'Antenne Région Valais romand.

“ **«Le contenu est excellent, nous avons intégré certaines pages sur notre bourse d'emplois jobszermatt.ch.»**

Harald Burgener, directeur de la section hôtelière de Zermatt

À Zermatt, certaines rubriques de valais4you.ch ont été intégrées à la plateforme jobszermatt.ch, créée par les entreprises de la station. «Nous trouvons le contenu excellent et espérons que ces pages seront bientôt traduites dans davantage de langues», relève Harald Burgener, directeur de la section hôtelière de Zermatt.

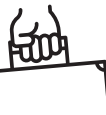
Attirer du personnel qualifié

Les prestations de valais4you.ch sont le fruit d'une collaboration entre les grands employeurs du canton, les antennes régio-

nales, les communes, Valais/Wallis Promotion et le Service de l'économie, du tourisme et de l'innovation (SETI). L'intention première de cette plateforme était de promouvoir l'immigration de personnel qualifié. Initiée dans le Haut-Valais en 2019, elle devait répondre aux difficultés de recrutement et d'intégration de plus de 1000 nouveaux employés recherchés par la Lonza.

Depuis, le contenu s'est déployé sur l'entier du canton, avec une prise en compte des spécificités régionales. En parallèle, Valais/Wallis Promotion mène une campagne ciblée sur les grandes villes suisses, pour donner envie de venir travailler et vivre en Valais.

Ce guide digital reste toutefois peu connu des personnes qui pourraient en profiter. «Nous travaillons actuellement sur cette communication, notamment auprès des services communaux d'intégration et des associations professionnelles», annonce Florence Gessler. Le contenu va continuer à s'améliorer, au gré des besoins et des remarques des utilisateurs.



Action spéciale Swisstainable

Un soutien pour booster votre durabilité

Pour valoriser les efforts des hôteliers et les aider à s'engager dans la voie du développement durable, l'AHV facilite l'accès à la reconnaissance nationale Swisstainable. Elle finance la démarche et 50% des frais de cotisation pour le premier cycle de 3 ans.

Le développement durable est devenu un objectif de société, qui a également son importance dans le tourisme. Se présenter comme un établissement «durable», cela implique de s'engager à limiter ses impacts sur l'environnement, à favoriser le bien-être du personnel et à diriger ses affaires de manière efficace. Or, depuis plusieurs années, beaucoup d'hôtels valaisans mènent des actions qui vont déjà dans ce sens. D'autres hôteliers souhaiteraient s'y mettre, mais ne savent pas par où commencer. Dans tous les cas, l'Association a décidé d'aider ses membres à s'inscrire de manière plus visible sur la voie de la durabilité, à travers l'obtention conjointe de Swisstainable (niveau II-engaged) et de la marque Valais Entreprise.

Une distinction qui en vaut deux

Le programme Swisstainable niveau II-engaged valide des preuves concrètes d'engagement. Ces dernières peuvent être acquises dans le cadre d'une démarche de durabilité reconnue, telle que la marque Valais Entreprise. «Cela nous semblait cohérent de passer par la marque valaisanne qui récompense l'économie positive dans notre canton. Les hôteliers pourront ainsi bénéficier d'une communauté responsable au niveau local et national», explique Beat Eggel, le directeur de l'AHV.

Démarche rapide et simplifiée

L'AHV propose l'accompagnement de la société HDurable, qui maîtrise toutes les étapes du processus. «Tout a été prédéfini de manière à ce que les hôteliers gagnent du temps», explique Nelsia Hermann, cofondatrice de HDurable. Les spécialistes se chargent des formalités administratives et s'adaptent aux réalités de chaque établissement. Pour l'hôtelier, en termes de temps, cela ne représente que 5 à 7 heures d'investissement.



La démarche permet d'initier des actions bénéfiques pour l'hôtel à long terme, comme une meilleure gestion des déchets au restaurant, par exemple.

Après une première rencontre et un état des lieux, la société HDurable aide les hôteliers à monter leur plan d'action, avec une liste d'engagements qui touchent les trois piliers du développement durable (environnement, social, économie). Cela peut aller d'un questionnaire de satisfaction pour les employés à un audit énergétique ou une politique d'achat orientée vers les fournisseurs locaux. Selon Adrien Hermann, cofondateur de HDurable, «beaucoup de mesures sont faciles à mettre en œuvre, avec des bénéfices intéressants à la clé. Un

hôtel responsable de ses actes et de ses impacts a plus de crédibilité auprès de ses clients, mais aussi auprès de ses employés.»



«Votre association vous aide à obtenir la Swisstainable niveau II-engaged, via la marque Valais Entreprise.»

Délais et coûts pour les membres de l'AHV

La démarche pour obtenir la reconnaissance Swisstainable niveau II-engaged avec le soutien de l'AHV se déroule en 3 étapes.

1. Séance de démarrage avec HDurable
2. Obtention de la marque Valais Entreprise avec coaching HDurable
3. Obtention de Swisstainable niveau II-engaged avec coaching HDurable

Le soutien de l'AHV couvre le 100% des coûts d'accompagnement et les 50% des frais de cotisation liés aux deux marques pour les 3 premières années de validité. La contribution de l'hôtel représente entre 300 et 600 francs (certains frais dépendent de la taille de l'établissement).

Ce soutien vous intéresse? Prenez directement contact avec l'équipe de HDurable, mandatée par l'AHV: nelsia.hermann@hdurable.ch

📄 Plus d'infos sur www.hotelleriesuisse.ch/vs-durabilite

Infos sur la marque Valais Entreprise

📄 <https://www.vwpnet.ch/fr/pages/marque-valais-entreprise-2712>

Infos sur Swisstainable niveau II-engaged

📄 <https://www.stv-fst.ch/fr/durabilite/centre-de-competences/swisstainable>



La tournée des sections

Les sections des Vallées du Grand-Saint-Bernard et du Lötschental ont comme points communs d'être petites et actives au sein de régions touristiques authentiques. L'une renaît de ses cendres, l'autre mise sur la coopération.

Vallées du Grand-Saint-Bernard Renaissance sous l'impulsion de jeunes hôteliers

Le Pays du Saint-Bernard possède une longue tradition hôtelière. Il a connu son âge d'or dans les années 1920, période durant laquelle la station de Champex-Lac rivalisait avec Zermatt et Chamonix grâce aux pionniers de l'alpinisme britannique. La guerre mettra un frein à ce développement. Même si l'offre est aujourd'hui plus modeste, il reste quelques beaux établissements témoins de cette époque. La diversité des hébergements touristiques s'adapte à tous les budgets et les 3 domaines skiables sont accessibles avec un pass unique.

Objectif:

recréer «la voix des hôteliers»

Au sein de cette destination qui réunit trois stations, les 8 hôtels membres d'HotellerieSuisse n'avaient pas trouvé l'intérêt ni la motivation de se fédérer jusqu'ici. La section des Vallées du Grand-Saint-Bernard ne s'est plus réunie depuis plus de 10 ans.

C'est sous l'impulsion de deux jeunes hôteliers de Champex-Lac qu'elle vient de renaître. «En siégeant au Conseil communal d'Orsières, j'ai réalisé qu'il manquait un interlocuteur pour l'hôtellerie. Or, c'est important que nos besoins soient entendus», explique Adrien Biselx, nouveau président de la section. Avec sa collègue Fanny Richer, il souhaite convaincre au moins un hôtelier par village de rejoindre le comité. «Ce sera une petite section, mais au moins, tout le monde sera représenté. De plus, une nouvelle génération d'hôteliers est là, plus encline à dialoguer.»

Défi: financer les rénovations

Ici comme ailleurs, tenir son hôtel à jour est une lourde préoccupation, d'autant plus à l'heure de la transition énergétique. «Ces frais sont immenses pour des infrastructures comme les nôtres. Les prix de la construction ont explosé, les banques ne prêtent plus et les démarches pour



Champex-Lac, l'une des stations de la région, vit principalement du tourisme estival.

obtenir des subventions sont compliquées», résume Adrien Biselx, qui doit prochainement remplacer la toiture, la chaudière à mazout et l'isolation de son établissement. D'où l'idée de partager les bonnes pratiques en la matière et de mieux faire entendre les préoccupations de l'hôtellerie auprès des autorités.

Projet: remplir la saison hivernale

Contrairement à la majorité des stations valaisannes, le Pays du Saint-Bernard vit

essentiellement du tourisme estival. «Nous avons pourtant de très beaux mois de janvier, avec neige et soleil. Il y a une clientèle à aller chercher, d'autant plus que nous misons sur le charme et l'authenticité», note Adrien Biselx. Là encore, la présence d'une association forte permettra aux hôteliers de travailler main dans la main avec les instances touristiques afin de mieux promouvoir le potentiel de cette saison.

La section Vallées du Grand-Saint-Bernard en bref

Président et vice-présidente	Adrien Biselx et Fanny Richer
Membres du comité	le comité est en cours de constitution
Nombre d'hôtels (membres)	8
Nombre de lits (membres)	128
Année de l'organisation de la dernière AG cantonale	1978



Lötschental

Une coopération motivante et bénéfique

La section hôtelière du Lötschental est née à une époque où le tourisme hivernal était en plein essor et où plusieurs hôtels se sont construits. Par la suite, l'hôtellerie de la vallée a décliné. Il ne reste aujourd'hui plus que six membres, dont trois fonctionnent en coopération depuis quelques années.

Objectif: clarifier l'avenir

Pour le président de la section Lukas Kalbermatten, «nous devons nous poser la question si une section aussi petite a encore du sens ou s'il ne vaudrait pas mieux rejoindre une section plus importante.» Par ailleurs, le Lötschental aurait besoin de plus de lits et de tables d'hôtes. Car la vallée dispose d'un tourisme sain et durable pour les saisons d'été comme d'hiver. L'offre insuffisante en hôtels et restaurants pose également problème à d'autres prestataires et événements.

Défi: des lits et des successeurs

«Il ne semble malheureusement pas qu'il soit question de nouveaux lits dans l'hôtellerie classique. On prévoit plutôt des lits dans la catégorie appartements avec services et dans le haut de gamme», regrette Lukas Kalbermatten. Certains hôtels de la région n'ont que peu investi ces dernières années et rencontrent à présent de gros problèmes pour assurer leur succession. Raison pour laquelle les remontées mécaniques de Lauchernalp ont repris cet été un hôtel-restaurant sur le domaine skiable.

Projet: Coopération hôtelière à deux niveaux

La collaboration au sein de la coopération du Lötschental apporte une plus-value incontestable aux trois hôtels concernés. «Depuis sa création, le chiffre d'affaires a largement doublé», s'enthousiasme Lukas Kalbermatten, qui y participe lui-même très activement. «C'est un succès, même si au début, la démarche a engendré des tensions entre les hôteliers de la coopération et leurs collègues de la vallée», confie-t-il.



Le défilé des grenadiers de la Fête-Dieu attire de nombreux visiteurs dans le Lötschental, où les lits hôteliers manquent.

Les hôtels de la coopération ont fait des investissements et récoltent aujourd'hui les fruits de leur engagement.

Cette coopération hôtelière du Lötschental participe au projet Innotour «Coopérations hôtelières réussies à long terme et monitoring de leur développement», qui a débuté fin 2023. Avec les coopérations «Matterhorn Valley Hotels» de Grächen et «Swiss Alpine Hotels» de l'Oberland bernois, elle analyse les facteurs de réussite et les écueils

de ces expériences ainsi que leur valeur ajoutée pour la destination. «Ces échanges avec les autres coopérations sont très enrichissants», s'enthousiasme Lukas Kalbermatten.

“ Depuis la création de notre coopération hôtelière en 2013, le chiffre d'affaires a plus que doublé. »

La section Lötschental et environs en bref

Président	Lukas Kalbermatten
Secrétaire	Brigitte Lehner-Hasler
Nombre d'hôtels (membres)	6
Nombre de lits (membres)	306
Année de l'organisation de la dernière AG cantonale	2007



Rencontre avec Nicole Brändle, directrice d'HotellerieSuisse «La pénurie de main-d'œuvre qualifiée reste un défi majeur»

En fonction depuis le printemps dernier, la directrice d'HotellerieSuisse Nicole Brändle a annoncé son départ pour juin 2025. Elle évoque ses réussites, les défis futurs de l'hôtellerie et les raisons de sa démission.

Vous travaillez chez HotellerieSuisse depuis 2019. Quels objectifs avez-vous atteint?

La gestion de crise Covid-19 a certainement été la plus importante à mes débuts. J'ai dû coordonner le travail politique avec les associations faitières, associations partenaïres et régionales et les autorités. Grâce à un lobbying ciblé, nous avons obtenu pour l'hôtellerie des résultats significatifs pendant cette crise.

Lorsque j'ai été nommée directrice, j'ai rapidement mis sur pied une réorganisation adaptée. Nous souhaitons ainsi renforcer l'orientation de notre action vers les membres, simplifier les processus et les structures, et mieux cibler notre travail.

Quelles sont vos ambitions jusqu'en juin 2025?

Je souhaite donner une impulsion à la nouvelle organisation du siège. De plus, je veux finaliser le processus de vision en cours et lancer la révision de la stratégie.

Quels ont été les grands défis hôteliers auxquels vous avez dû faire face?

La crise sanitaire a certainement représenté de loin le plus gros défi. Ce fut une période extrêmement intense.

Puis est arrivée la crise énergétique. Nous nous sommes battus pour que l'hôtellerie et le tourisme ne soient pas à nouveau les premiers à être mis à l'arrêt. Et bien entendu, la pénurie de main-d'œuvre qualifiée ...

... qui restera sans doute un défi ...

En effet, le manque de personnel qualifié restera certainement l'un des plus grands défis à l'avenir. D'autres sujets importants concernent la numérisation. Par exemple, comment l'intelligence artificielle peut-elle être utilisée de manière profitable pour le secteur hôtelier. Et enfin, la durabilité, à



«Comment l'IA peut-elle être intégrée de manière profitable dans l'hôtellerie? C'est un sujet important», explique Nicole Brändle, ici en conversation avec Thilo Stadelmann, professeur en intelligence artificielle lors du Hospitality Summit 2024 à Zurich.

savoir les modèles commerciaux d'avenir pour l'hôtellerie. La pression économique va également nous mobiliser.

Comment percevez-vous l'hôtellerie en tant que cliente?

Je découvre en Suisse – et encore récemment en Valais – de nombreux établissements formidables et innovants, qui ont beaucoup investi et qui répondent parfaitement aux besoins des hôtes.

... et l'Association hôtelière du Valais?

Elle est particulièrement bien organisée et constitue l'une des associations les plus actives et les plus engagées de Suisse. Elle est politiquement très bien connectée. Parfois, nous nous étonnons de voir à quel point les choses vont vite en Valais, à quel point les voies vers les autorités sont rapides.

Vous quittez HotellerieSuisse suite à l'élection de votre mari Martin Schlegel à la présidence de la Banque nationale suisse (BNS) en octobre. Pourquoi votre engagement au sein d'HotellerieSuisse ne sera-t-il plus possible?

Avec mon mari, nous avons ressenti une certaine pression des milieux médiatiques et politiques. Il était question de conflit d'intérêts, parce que la BNS mène la poli-

tique monétaire et des taux d'intérêt, et que l'hôtellerie profite du niveau faible du franc. Bien qu'à mon avis, il n'y ait pas vraiment de conflit d'intérêts, ces reproches m'auraient considérablement freinée dans mon travail.

Quel sera votre avenir professionnel?

Je suis là jusqu'en juin et j'ai encore beaucoup à donner. Ensuite, je verrai ce qui va se passer. J'ai besoin de travailler en équipe, de faire bouger les choses et de prendre des responsabilités.

Économiste avec expériences bancaires

Nicole Brändle, 45 ans, a étudié l'économie à Zurich et achevé un Executive Master of Business Administration (EMBA) à Singapour. Durant dix ans, elle a travaillé dans le secteur bancaire (Banque nationale, Crédit Suisse). Après une année comme responsable de projet pour la promotion économique de la ville de Zurich, elle a rejoint HotellerieSuisse en 2019 et a dirigé en tant que membre de la direction le secteur Monde du travail, Formation et Politique. En avril 2024, elle a été élue au poste de directrice. Elle est mariée et mère de trois enfants.



Apprentis SPECO

Une relève motivée

Ils débutent leur apprentissage et ont déjà contribué à la réussite de deux événements: l'Assemblée générale de l'AHV à Sion et le Salon des métiers à Brigue. Paul, Mia, Anja et Gian font partie des 34 nouveaux apprentis SPECO.

La promotion des apprentissages hôteliers est une priorité pour l'AHV. Bonne nouvelle, la relève se porte mieux. 34 jeunes ont débuté leur CFC de Spécialiste en communication hôtelière (SPECO) cette année contre 25 l'an passé. Ils ont eux-mêmes œuvré à la mise en valeur de la branche, en s'investissant dans l'organisation de deux événements récents.

Démonstration face aux pros

La dernière Assemblée générale de l'AHV s'est tenue à l'École professionnelle commerciale et artisanale (EPCA) de Sion, le 27 août dernier. Le but était de mettre en valeur un lieu de formation indispensable pour la branche. Plusieurs ateliers dans les domaines de l'hôtellerie, du service, et de la cuisine notamment, ont permis de découvrir le savoir-faire enseigné et les infrastructures à disposition. Ces démonstrations ont été assurées par les apprentis fraîchement débarqués au centre. Leur enthousiasme et leur engagement ont impressionné.

Organisation d'un stand

De leur côté, les apprentis du Haut-Valais ont été mobilisés pour animer un stand au Salon des métiers de Brigue, en septembre dernier. Ils ont imaginé des postes ludiques pour présenter les différentes facettes de leur métier: l'ouverture d'une bouteille de vin, un quiz (kahoot) sur le travail de SPECO, un jeu sur le déroulement du check-in et du check-out, un défi d'adresse au service, etc. Ces activités ont été très appréciées du public. Elles ont donné une image positive du CFC SPECO, tout en impliquant les apprentis dans l'organisation d'un événement important.



Les apprentis formés à Sion ont servi l'apéro et animé des ateliers de présentation dans le cadre de l'AG.

«J'ai choisi l'apprentissage SPECO pour sa diversité et parce qu'il permet de se perfectionner dans les langues. Mais ce qui me plaît le plus, c'est le contact avec les gens. Comme ce CFC est une très bonne formation de base, je prévois ensuite de faire des études ou de suivre une formation continue dans ce métier.»

Gian Enzo Salzmann
17 ans, Baltschieder

«Avec ce CFC, j'aurai la possibilité de voyager plus tard et de travailler dans des hôtels ou entreprises touristiques de toutes sortes. J'aime l'idée de rencontrer des gens du monde entier et de contribuer à leur bien-être afin qu'ils profitent de leur séjour. Même si je compte vivre des expériences à l'étranger, je suis sûre que je finirai par revenir en Valais.»

Anja Abgottspion
17 ans, Ausserberg

«J'ai commencé par un CFC d'employé de commerce, mais cela ne me plaisait pas. J'ai pensé au tourisme et j'ai trouvé la formation SPECO à Sion. Le rythme et la variété des tâches me conviennent parfaitement. Ensuite, je ferai mon service militaire et je travaillerai une année ou deux avant de découvrir le monde. Mon rêve, c'est de créer mon propre business à l'étranger.»

Paul Moser
18 ans, Avenches

«J'ai grandi dans le milieu de la restauration à Anzère. Quand je suis allée voir la conseillère en orientation et qu'elle m'a parlé de ce CFC, je me suis dit: ça, c'est fait pour moi! J'aime aussi bien le service, le housekeeping que la réception. Après, je partirai une année au Canada, le pays de mon père, pour visiter et découvrir d'autres méthodes de travail.»

Mia Cornish
15 ans, Arbaz



Mot du co-président



La fausse réalité des nuitées

Les médias se focalisent volontiers sur les nuitées mensuelles: elles sont faciles à comprendre et à communiquer. Pourtant, elles donnent une image déformée de la réalité, car la partie «coûts» est complètement ignorée. Mais le public continue d'assimiler les valeurs des nuitées à la réussite ou à la non-réussite de notre branche.

Une augmentation des nuitées ne signifie pas forcément une augmentation des bénéfices, surtout en période de hausse des charges liées à l'énergie, aux salaires et aux matières premières. De plus, ces chiffres ne se répartissent pas uniformément sur toutes les destinations. Et il ne faut pas perdre de vue que ces statistiques n'offrent qu'un aperçu ponctuel de la fréquentation à un moment donné.

Pour ces différentes raisons, je lance un appel particulier au monde politique. Ne vous contentez pas de consulter les nuitées pour évaluer le succès de l'hôtellerie. Tenez compte de chiffres clés supplémentaires comme le résultat brut d'exploitation (RBE) ou la marge par nuitée hôtelière.

Ces valeurs fournissent une image plus exhaustive de la réalité économique et devraient être davantage intégrées dans les discussions et décisions politiques. Pour que les mesures de soutien à la branche portent effectivement leurs fruits.



Olivier Andenmatten
Co-président AHV

Quoi de neuf ?



Tout savoir sur les vins du Valais

Deux journées de cours sont organisées en janvier 2025 à Verbier, Crans-Montana et Sion pour connaître les vins valaisans et les manières de les accorder avec des plats. Cette formation comporte 4 modules d'une demi-journée, que les employés de l'hôtellerie-restauration peuvent suivre en un bloc ou séparément: les connaissances de base, les blancs, les rouges et les expériences gastronomiques. Elle est animée par les experts Dominique Fornage et Byron Catéchis.

🔗 Inscriptions sur ritzzy.ch

Hôtel de Saas-Grund récompensé

Le Montela Hotel & Resort, basé à Saas-Grund, est le lauréat du Prix Digitourism 2024. Cette récompense, d'une valeur de 15'000 francs, salue le travail de digitalisation réalisé par l'hôtel. Ce dernier a

notamment mis en œuvre une plateforme de commande de repas en ligne et de produits du terroir de fournisseurs locaux. Une démarche innovante, appréciée par les clients. La prochaine édition du Prix Digitourism et des Journées Digitourism est prévue au printemps 2025. Les candidatures seront lancées en mars prochain.

L'AHV au salon CaReHo

Le rendez-vous des professionnels des métiers de bouche et de l'hôtellerie a eu lieu du 17 au 19 novembre à Martigny. Cette troisième édition du salon CaReHo a attiré plus de 5000 visiteurs. L'Association hôtelière du Valais y a tenu un stand avec Hotela. L'événement a permis de réseauter avec les hôteliers présents et de nouer de précieux contacts avec les différents prestataires du secteur. La prochaine édition aura lieu en automne 2026.

Le bureau de l'Association hôtelière du Valais vous souhaite d'heureuses fêtes et vous présente ses meilleurs vœux pour 2025!



Fermeture des bureaux
du lundi 23 décembre 2024
au lundi 6 janvier 2025.

Pour vos messages: info@vs-hotel.ch

Edition : Association hôtelière du Valais

Rue Pré-Fleuri 6, 1950 Sion, tél. 027 327 35 10, fax 027 327 35 11

info@vs-hotel.ch – www.vs-hotel.ch – www.booking-valais.ch

Textes : Geneviève Hagmann, Myriam Holzner – Graphisme : invisu-design.com

