

A scenic landscape featuring a paved path leading down to a town and a lake. Two cyclists are riding away from the viewer on the path. The background shows rolling green hills, a large blue lake, and distant mountains under a clear sky. A wooden bench is visible on the right side of the path.

Enquête sur l'évaluation de la situation Avril 2023

Réalisée entre le 21 et le 26 avril 2023 auprès
des hôtels membres d'HotellerieSuisse

1. Rétrospective: saison hivernale 2022/2023



Rétrospective de la saison hivernale 2022/23 (I) : niveau d'avant la crise atteint à de nombreux endroits

- Par rapport à l'année précédente (SH 2021/22), près de deux tiers des établissements ont vu leur chiffre d'affaires augmenter au cours de la saison hivernale 2022/23. Cette proportion est particulièrement élevée dans les villes (86 %).
- Quatre établissements sur cinq étaient au moins plutôt satisfaits du chiffre d'affaires réalisé durant la saison hivernale écoulée et seulement 3 % n'étaient pas du tout satisfaits.
- Par rapport à la dernière saison hivernale avant la crise (2018/19), les établissements ayant enregistré un chiffre d'affaires supérieur (40 %) sont plus nombreux que ceux faisant état d'un chiffre d'affaires inférieur (23 %). La saison s'est très bien déroulée, en particulier dans les régions de montagne.
- Un tiers des établissements a réalisé un chiffre d'affaires similaire à celui d'avant la crise.

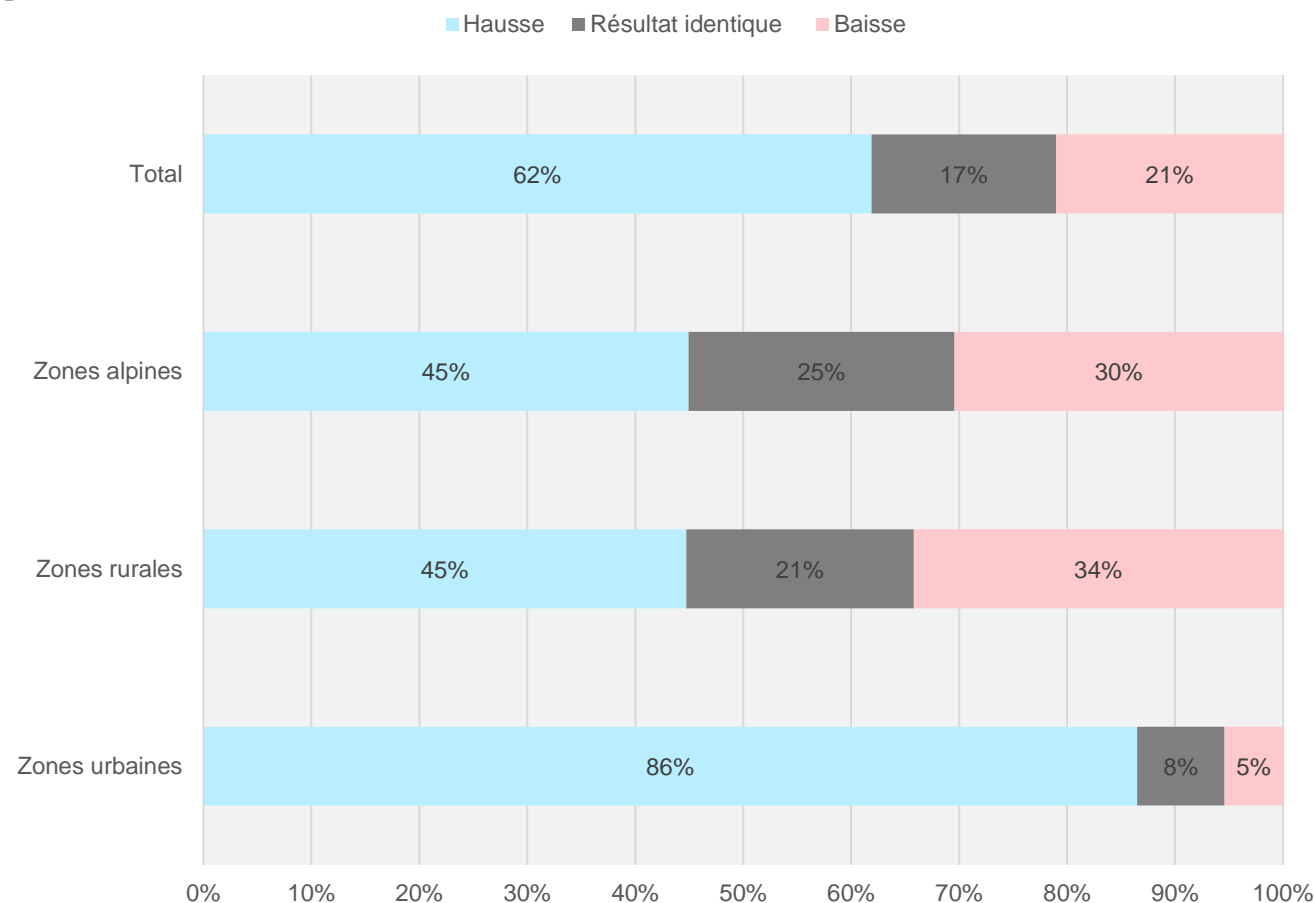


Rétrospective de la saison hivernale 2022/23 (II): la reprise se généralise

- La forte proportion d'établissements urbains ayant vu leur chiffre d'affaires augmenter par rapport à l'année précédente montre qu'ils se remettent enfin de la crise du coronavirus.
- La plupart des établissements ont atteint le niveau d'avant la crise au cours de la saison hivernale écoulée.
- Selon la statistique HESTA de l'OFS, 85 % des hôtes chinois et 54 % des hôtes japonais étaient absents en janvier et février (en comparaison avec janvier et février 2019).



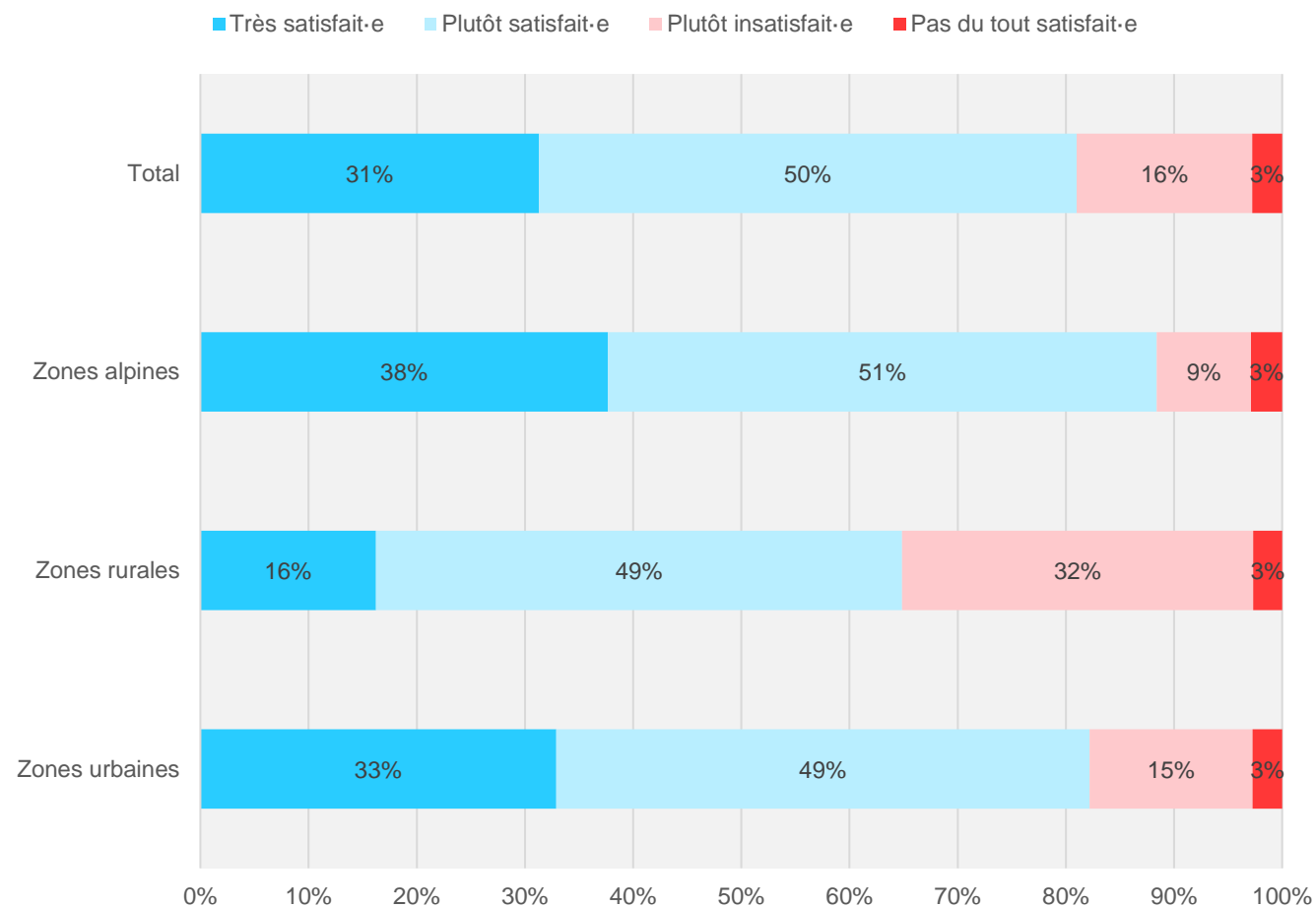
Comparaison avec l'année précédente: deux établissements sur trois ont vu leur chiffre d'affaires augmenter par rapport à l'année précédente



- Par rapport à l'année précédente, 62 % des établissements ont généré un chiffre d'affaires plus élevé. Dans les villes, cette proportion est particulièrement élevée (86 %).
- Le coronavirus a encore fortement affecté les résultats de la saison hivernale 2021/22 dans la branche suisse de l'hébergement, en particulier dans les villes.
- Par rapport aux autres zones, les villes bénéficient à présent d'un important effet de rattrapage.

Réponses (n)	
Total	181
Zones urbaines	74
Zones rurales	38
Zones alpines	69

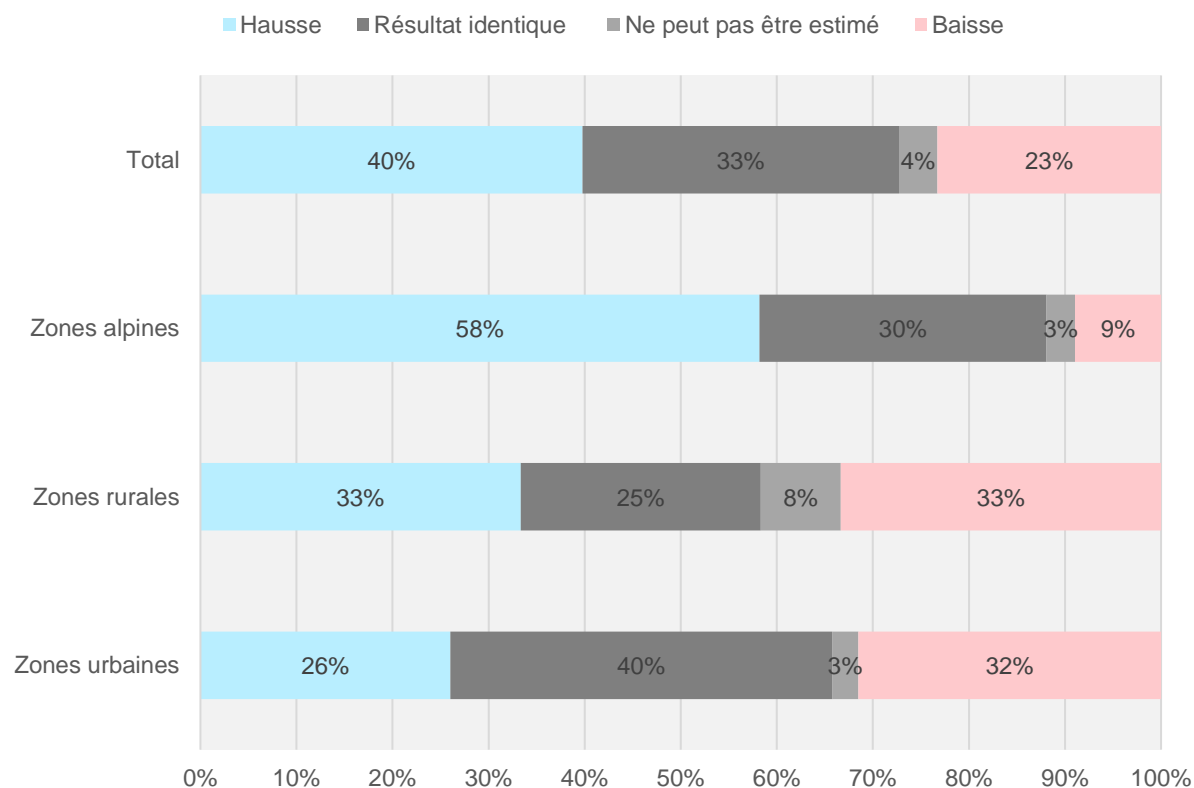
Une nette majorité des établissements sont satisfaits de leur chiffre d'affaires réalisé durant la saison hivernale écoulée



- 81 % des établissements interrogés étaient plutôt ou très satisfaits de leur chiffre d'affaires de l'hiver dernier.
- Il n'y a guère de différence entre les villes et les régions alpines.
- En termes de chiffre d'affaires, la branche dresse un bilan majoritairement positif de la saison hivernale 2022/23.

Réponses (n)	
Total	179
Zones urbaines	73
Zones rurales	37
Zones alpines	69

Comparaison d'avant la crise: les régions alpines ont tendance à dépasser le niveau d'avant la crise



- Dans les régions alpines, 58 % des établissements ont dépassé le niveau d'avant la crise (SH 2018/19) et 9 % sont encore en deçà de leur chiffre d'affaires d'avant la crise.
- Dans les zones urbaines et rurales, moins d'établissements ont dépassé le niveau d'avant la crise.
- Cela montre que les régions alpines profitent davantage de la part toujours élevée d'hôtes suisses.
- Les villes, quant à elles, attendent encore une reprise de la demande en provenance de certains pays tiers.

Réponses (n)	
Total	181
Zones urbaines	74
Zones rurales	38
Zones alpines	69

2. Perspectives: saison estivale 2023



Perspectives pour la saison estivale 2023 (I): l'hôtellerie s'attend à une belle saison

- Au cours de la saison estivale 2022 déjà, les établissements ont réalisé des chiffres d'affaires similaires à ceux de la saison estivale 2019 (niveau d'avant la crise).
- Pour la saison estivale 2023, un plus grand nombre d'établissements s'attend à réaliser un chiffre d'affaires supérieur que lors de l'évaluation de la situation effectuée l'année dernière à la même période.
- Environ la moitié des établissements s'attendent à générer un chiffre d'affaires similaire à celui de 2022.
- Ce sont surtout les prix de l'énergie et l'inflation générale qui ont conduit trois établissements sur quatre à augmenter leurs prix par rapport à l'année précédente.



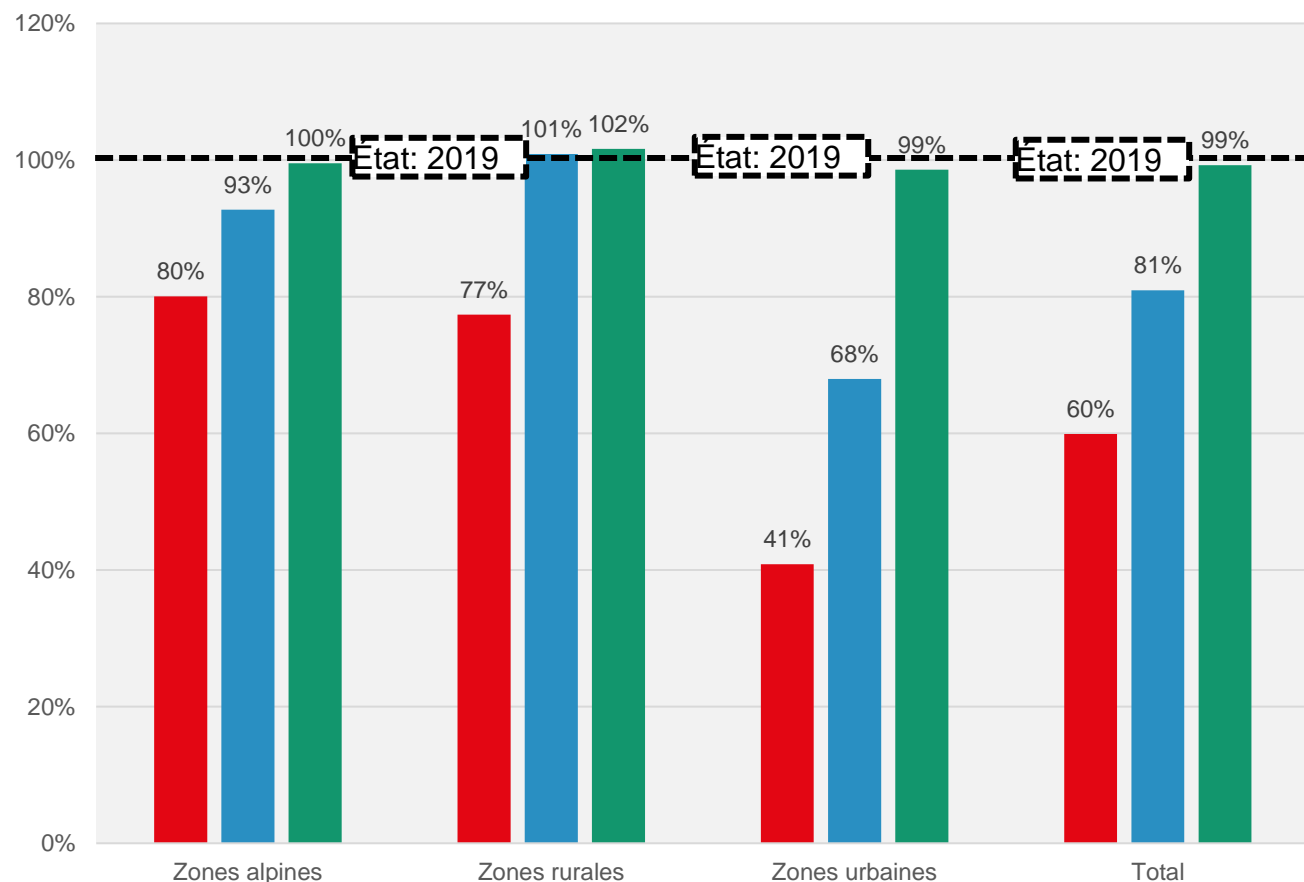
Perspectives pour la saison estivale 2023 (II): optimisme pour les chiffres d'affaires, mais des défis demeurent

- En ce qui concerne les chiffres d'affaires, la branche se montre majoritairement optimiste pour la saison estivale à venir. C'est ce que montrent les attentes positives à cet égard par rapport à la saison estivale de l'année précédente.
- Les effets du coronavirus sur la demande s'atténuent lentement, mais de nouveaux défis voient le jour et d'anciens s'aggravent, tels que la pénurie de main-d'œuvre qualifiée et la pénurie d'énergie, également liée à la guerre en Ukraine.



Autant de nuitées en 2022 que pendant la saison estivale 2019 (HESTA, OFS)

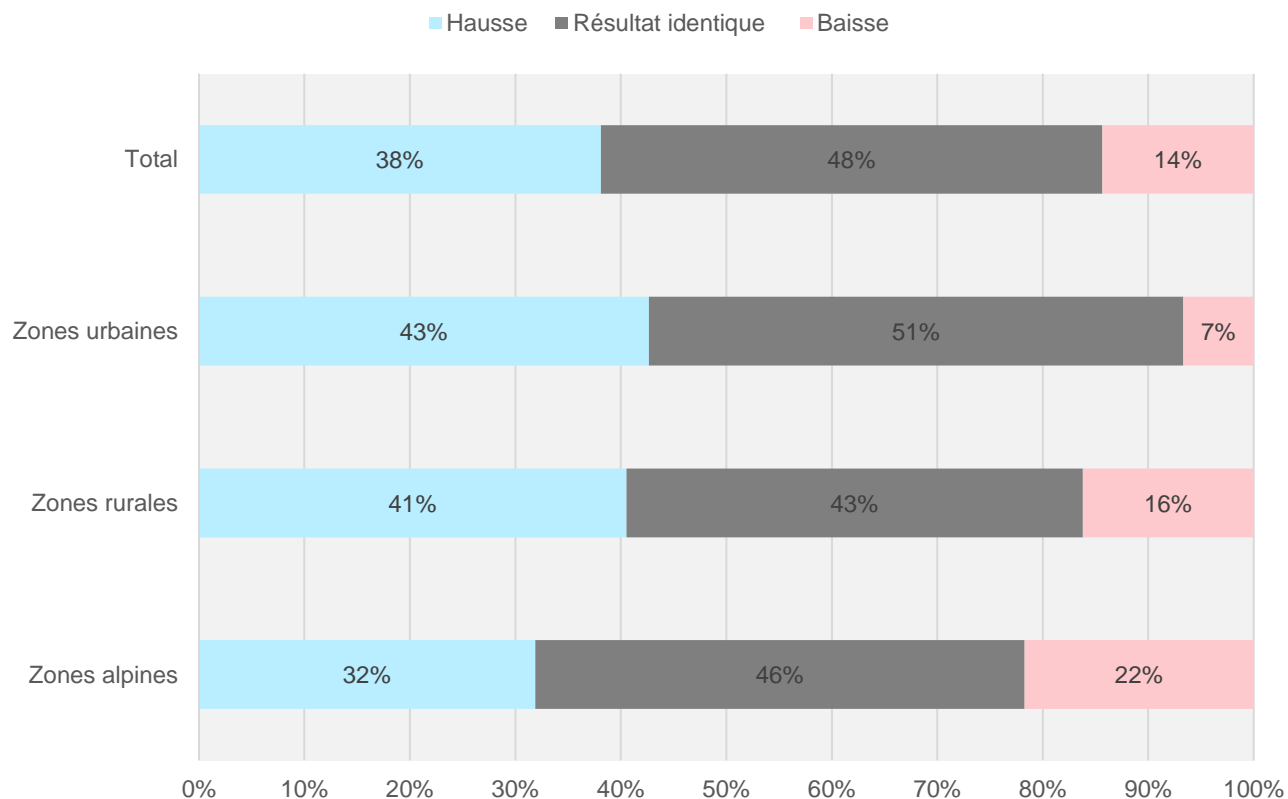
■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



- Le graphique montre le nombre de nuitées pour les saisons estivales (avril à octobre) des années 2020, 2021 et 2022 par rapport à celui de la saison estivale 2019.
- Il en ressort qu’au cours de la saison estivale 2022, le niveau des nuitées de 2019 a presque été atteint.
- Bien que les résultats varient considérablement d’un établissement à l’autre, le nombre de nuitées en 2022 a été similaire à celui d’avant la crise, et ce dans toutes les zones touristiques.
- C’est pourquoi aucune comparaison avec le niveau d’avant la crise n’est effectuée pour la saison estivale à venir. À la place, l’année 2022 sert de référence.

Source: HESTA, OFS (zones touristiques ST)

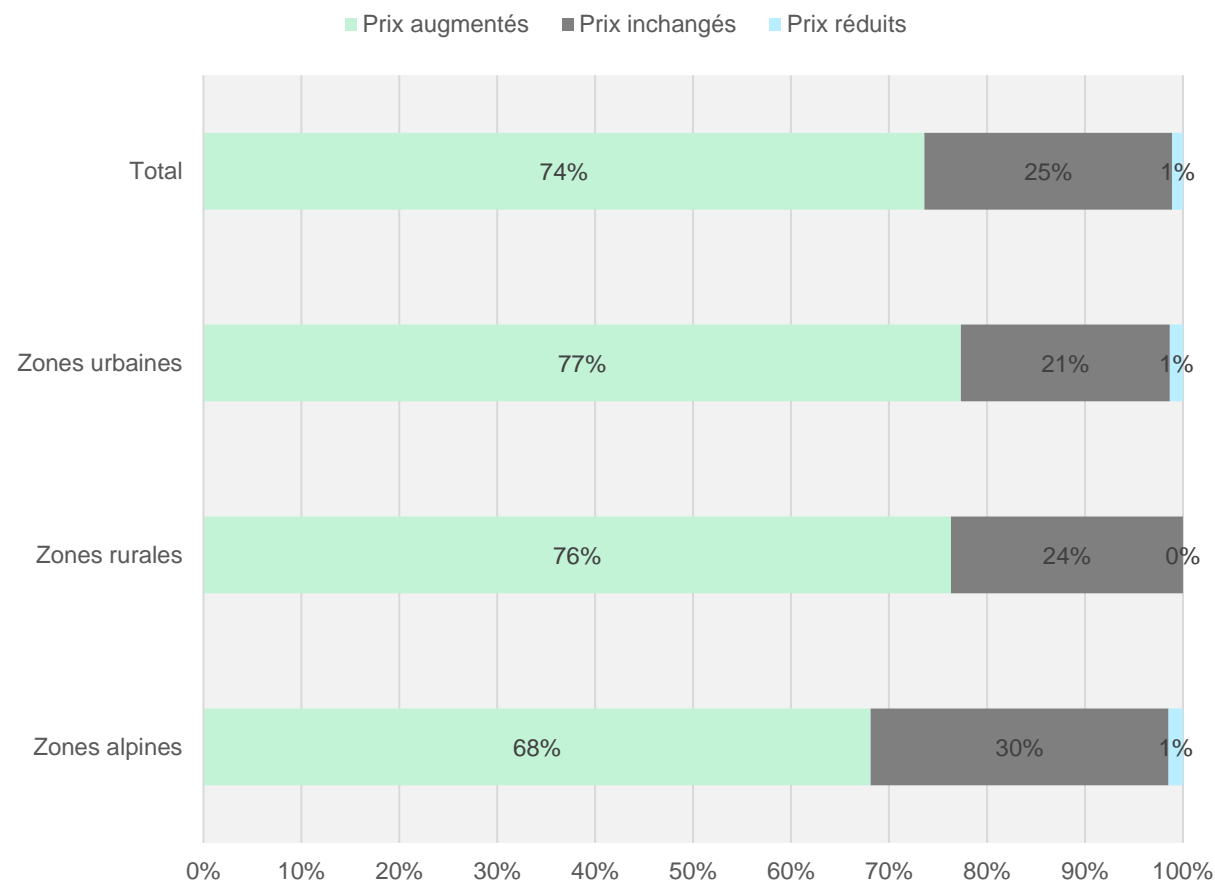
Perspectives pour la saison estivale 2023: généralement, une meilleure saison qu'en 2022 est attendue



- Par rapport à la saison estivale 2022, les établissements qui prévoient de réaliser un chiffre d'affaires supérieur sont plus nombreux que ceux tablant sur un chiffre d'affaires inférieur, et ce pour toutes les zones.
- Ce ratio est particulièrement élevé dans les villes (43 % contre 7 %).
- En ce qui concerne la demande, la branche est donc majoritairement optimiste quant à la saison estivale à venir.

Réponses (n)	
Total	181
Zones urbaines	75
Zones rurales	37
Zones alpines	69

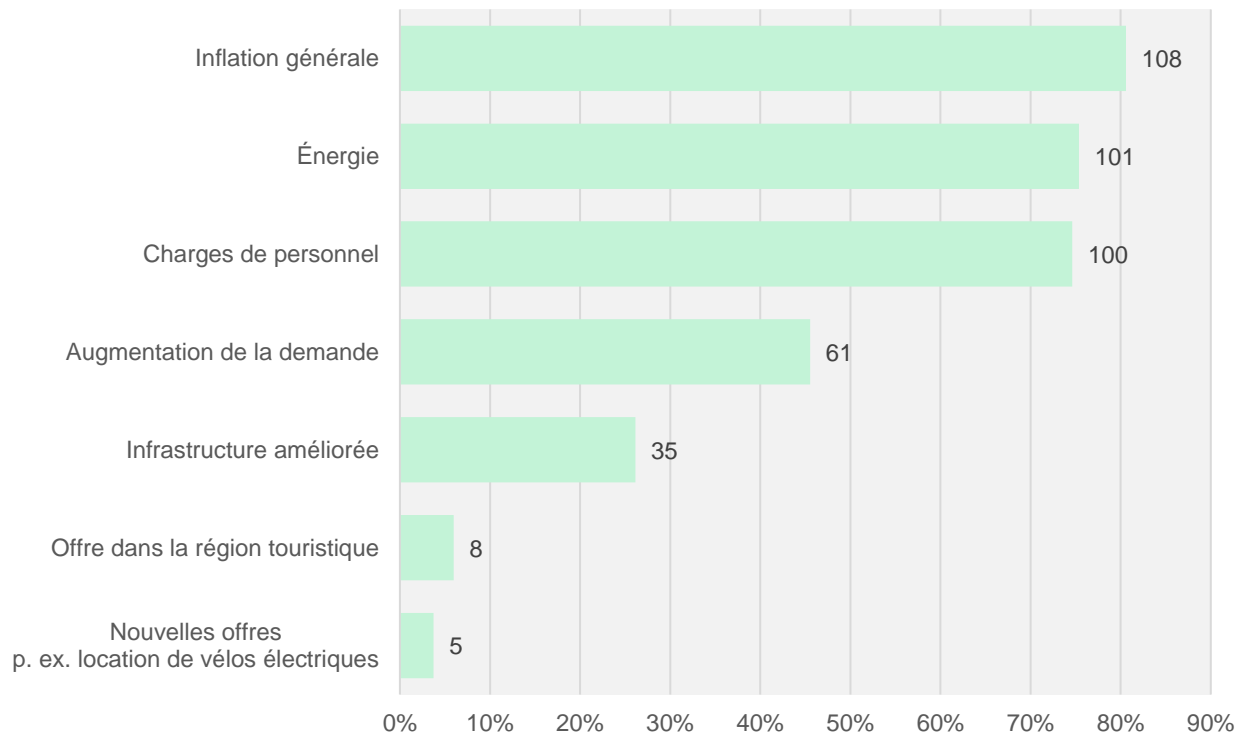
Adaptations des prix: trois établissements sur quatre ont augmenté leurs prix pour la saison estivale à venir



- Les trois quarts des établissements ont augmenté leurs prix pour la saison estivale par rapport à l'année précédente.
- Cette proportion est légèrement plus élevée dans les zones urbaines et rurales.
- Seule une très faible minorité a baissé ses prix par rapport à l'année précédente.
- Cela montre que la pression sur les coûts s'accroît en raison de la persistance de l'inflation (cf. la diapositive suivante).

Réponses (n)	
Total	182
Zones urbaines	75
Zones rurales	38
Zones alpines	69

Hausse des prix due à une pression accrue sur les coûts



- La plupart des établissements (81 %) justifient leurs hausses de prix par l’inflation générale.
- Viennent ensuite l’augmentation des coûts de l’énergie et des charges de personnel aux deuxième et troisième places.
- 46 % des établissements justifient leurs augmentations par une demande plus élevée, mais seulement 4 % d’entre eux l’indiquent comme seule raison (plusieurs réponses étaient possibles).
- Pour un secteur caractérisé par des marges généralement faibles, il était clair que la situation économique actuelle allait se répercuter tôt ou tard sur les prix des nuitées.

3. Mesures d'économie d'énergie



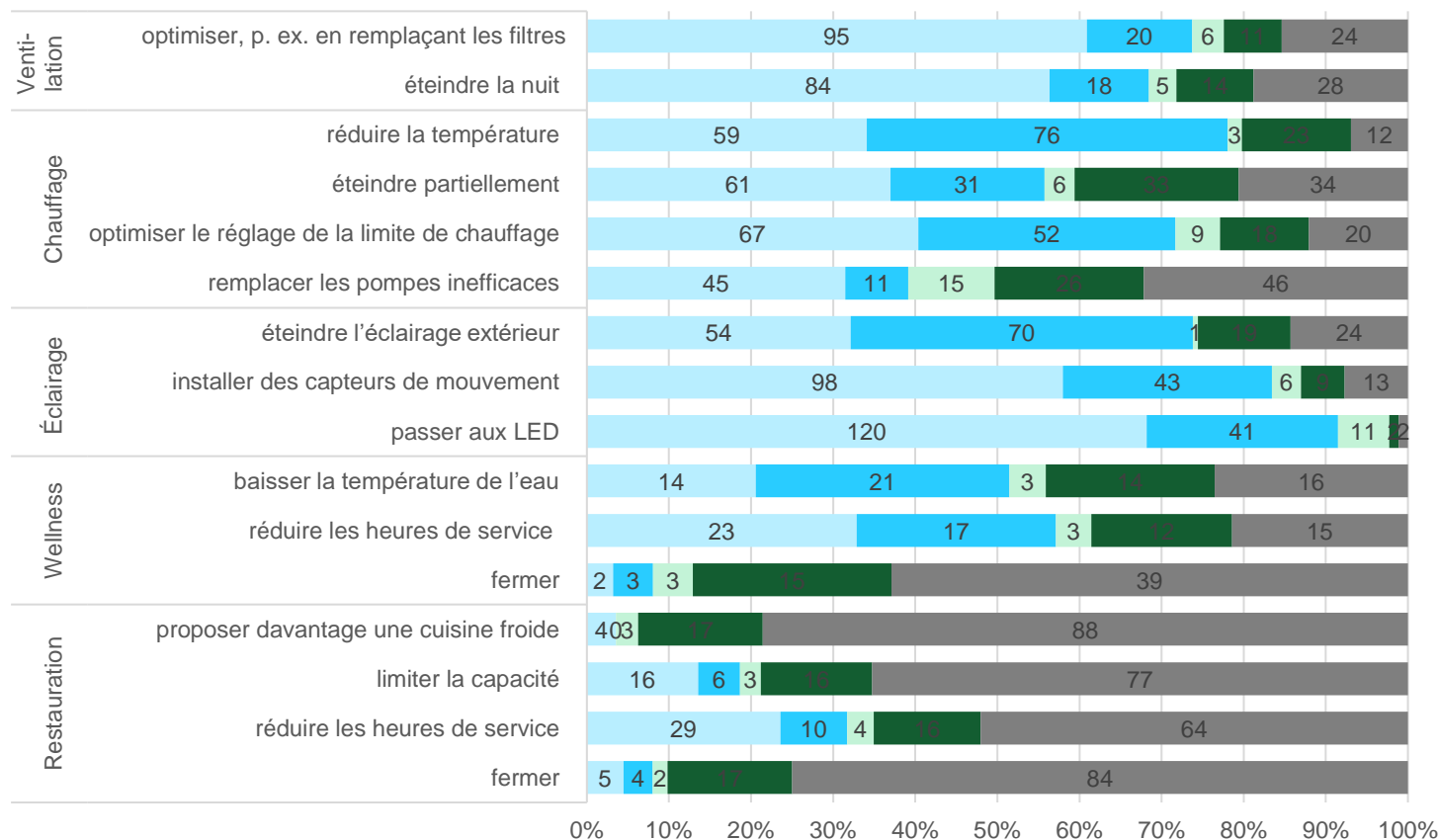
Les établissements d'hébergement font leurs devoirs en matière d'économie d'énergie

- Les établissements interrogés ont mis en œuvre de nombreuses mesures d'économie d'énergie avant et pendant la saison hivernale 2022/23.
- L'accent a été mis sur des mesures simples et peu coûteuses pour les établissements.
- Les mesures à plus long terme, telles que le remplacement de pompes inefficaces, ne figurent pas en tête de la liste des priorités, notamment pour des raisons de coût.
- Grâce à la forte présence de ce thème dans les médias, les hôtes sont conscients de la gravité du sujet et acceptent les mesures sans faire de commentaires.
- Les hôtels de montagne ont reçu le plus grand nombre de réactions positives à ces mesures.



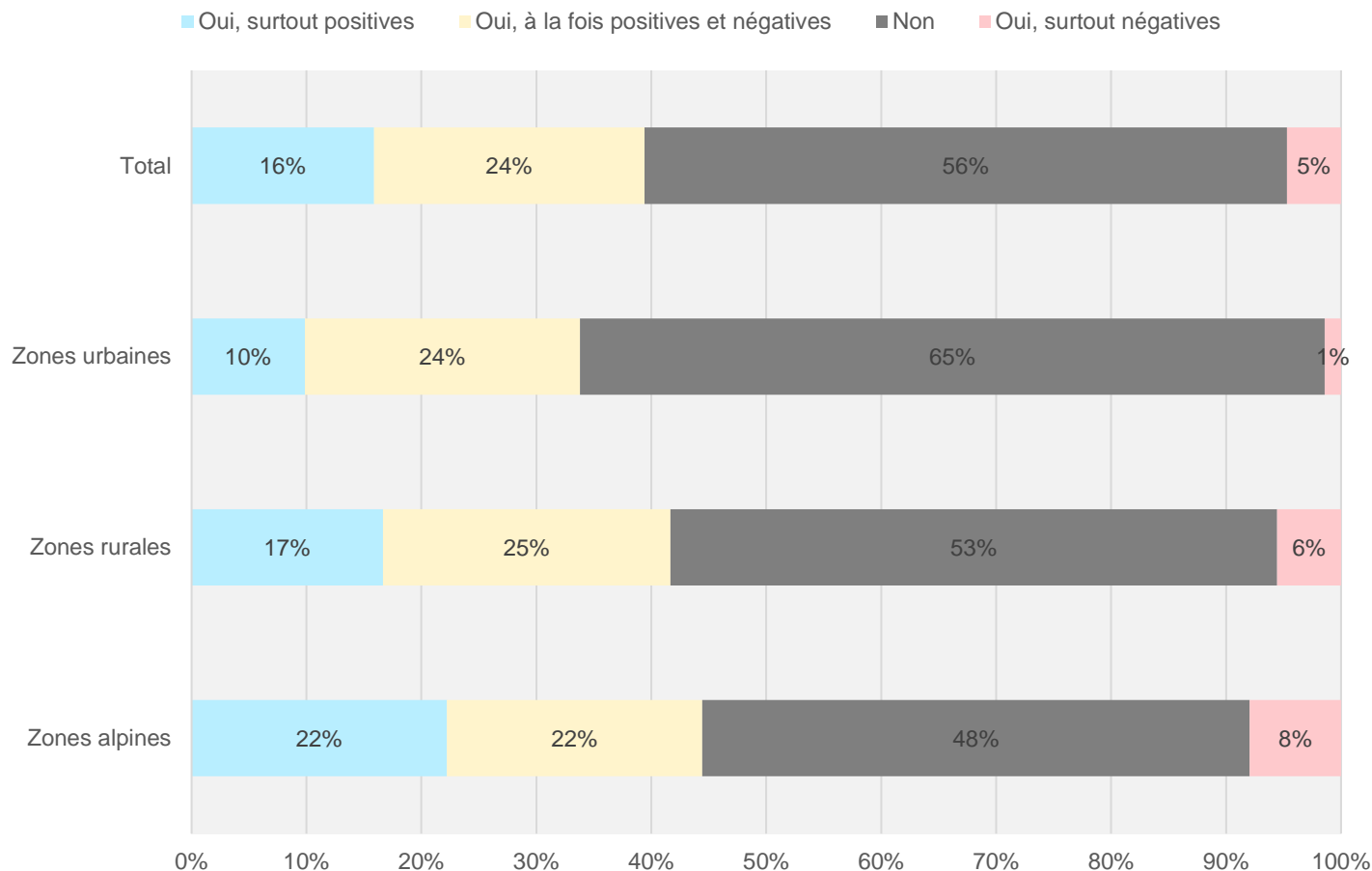
Les établissements ont mis en œuvre un large éventail de mesures d'économie d'énergie

■ Introduite avant la SH 22/23 ■ Introduite durant la SH 22/23 ■ Mise en œuvre prévue ■ Si nécessaire ■ Pas de mise en œuvre



- Les établissements ont mis en œuvre de nombreuses mesures d'économie avant ou pendant la saison hivernale 2022/23.
- Plus de 90 % des établissements sont passés à l'éclairage LED.
- Plus de la moitié des établissements ont réduit les heures d'ouverture et la température de l'eau dans les espaces wellness.
- Peu de mesures ont été prises dans le domaine de la restauration.
- Les résultats montrent que des mesures simples et relativement peu coûteuses sont le plus souvent mises en œuvre.
- Dans le domaine de la restauration, les établissements ne voient souvent aucun moyen d'introduire des mesures sans influencer négativement l'expérience des hôtes.

Peu de réactions négatives de la part des hôtes: c'est dans les montagnes que la compréhension est la plus grande



- Les établissements ont rarement reçu des réactions négatives aux mesures d'économie d'énergie mises en œuvre.
- Dans les catégories 4 et 5 étoiles, un établissement sur cinq a surtout reçu des réactions positives de la part de la clientèle.
- Il est probable que la présence constante de ce thème dans l'opinion publique pendant les mois d'hiver a rendu les hôtes plus compréhensifs.

Réponses (n)	
Total	170
Zones urbaines	71
Zones rurales	36
Zones alpines	63

4. Lex Booking

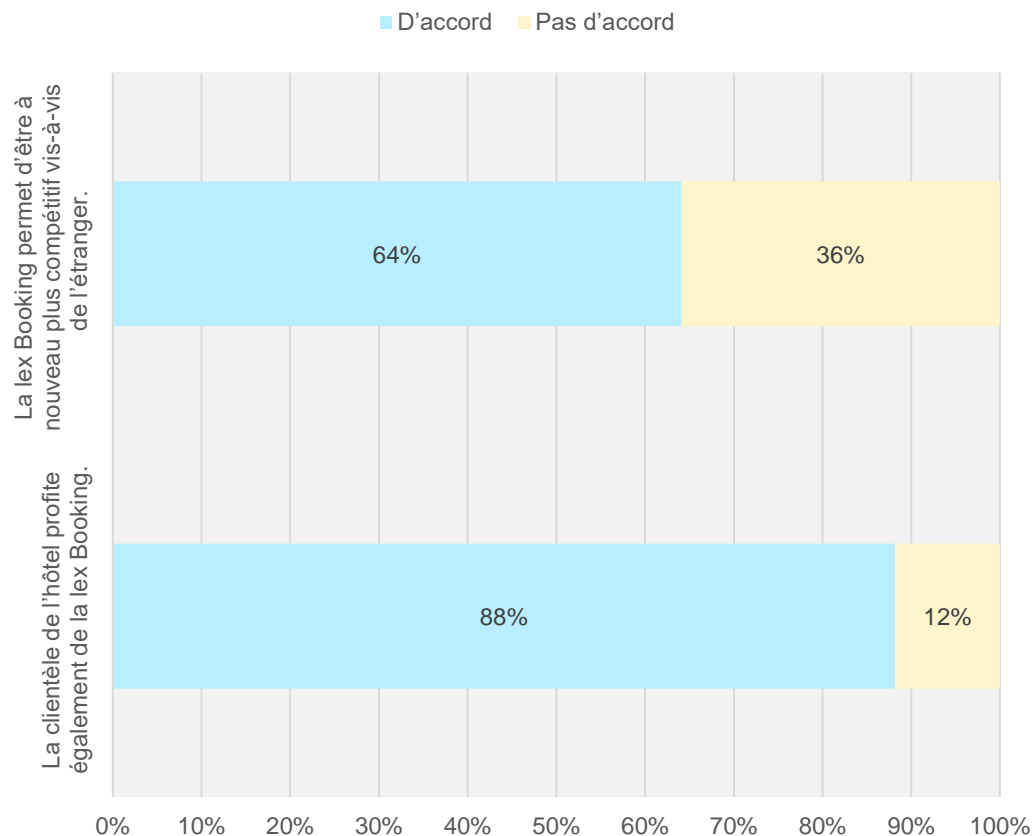


Lex Booking: la grande majorité des établissements proposent des prix plus avantageux sur leur propre site Internet

- La loi interdisant les clauses de parité, entrée en vigueur le 1^{er} décembre 2022, a porté ses fruits: les établissements d'hébergement font usage de leur liberté d'entreprise nouvellement acquise et proposent des prix plus bas sur leur propre site Internet.
- Les hôtes profitent également de cette loi car ils trouvent non seulement des prix plus bas, mais aussi de meilleures disponibilités et conditions sur les sites Internet des hôtels.
- Néanmoins, les OTA continuent à représenter la part la plus importante des réservations en ligne et disposent d'un important pouvoir de marché.
- La plupart des hôtelières et hôteliers continuent à penser que ce pouvoir de marché n'a pas été brisé, car les OTA font désormais pression en recourant à d'autres moyens, tels que des baisses dans le classement ou des programmes de rabais agressifs.



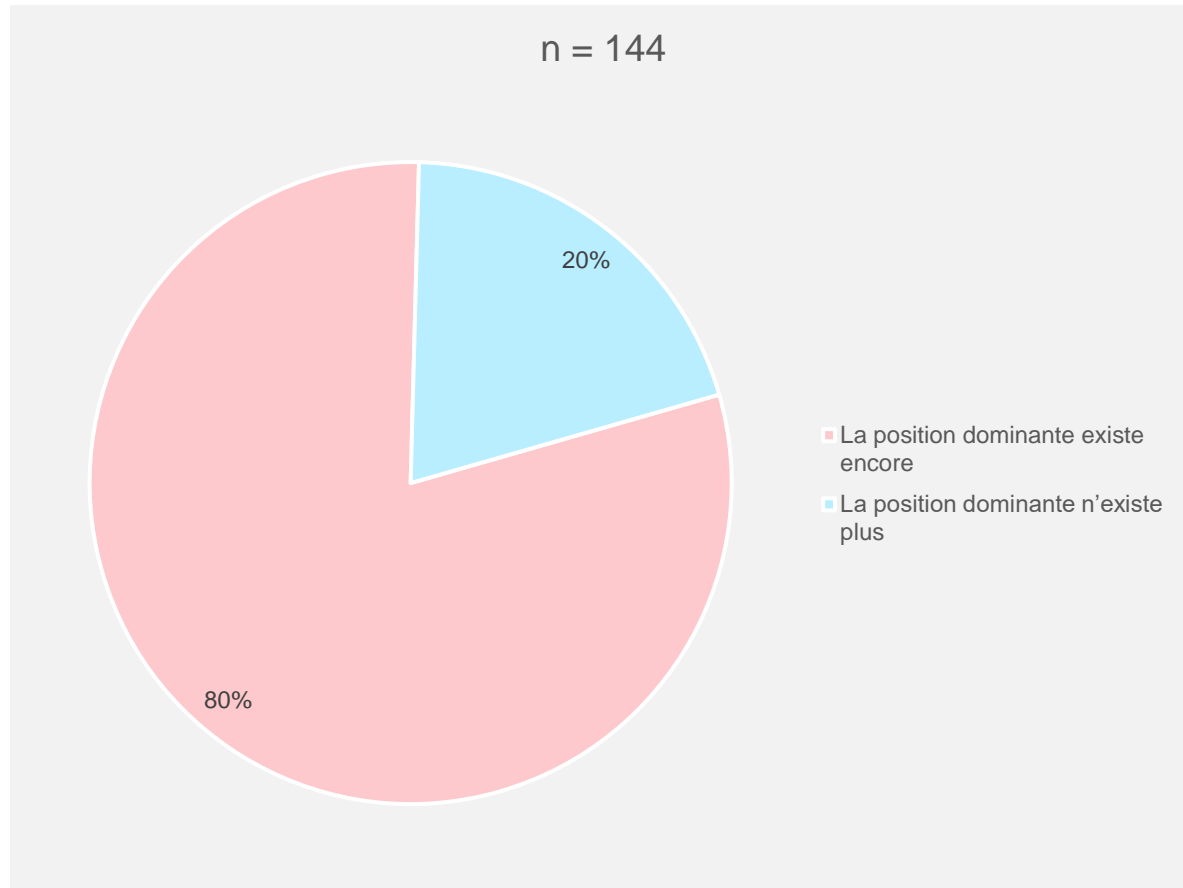
La lex Booking permet aux établissements d'être plus compétitifs et aux hôtes de profiter de tarifs plus avantageux



- 88 % des établissements sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les hôtes profitent de la lex Booking et deux tiers d'entre eux estiment qu'elle a éliminé un désavantage concurrentiel vis-à-vis de l'étranger.
- Les établissements d'hébergement se mettent de plus en plus au numérique. L'élan de numérisation provoqué par la pandémie se poursuit.
- Grâce à la nouvelle loi, ils peuvent désormais proposer à leur clientèle les meilleures conditions sur leur propre site Internet en toute légalité.

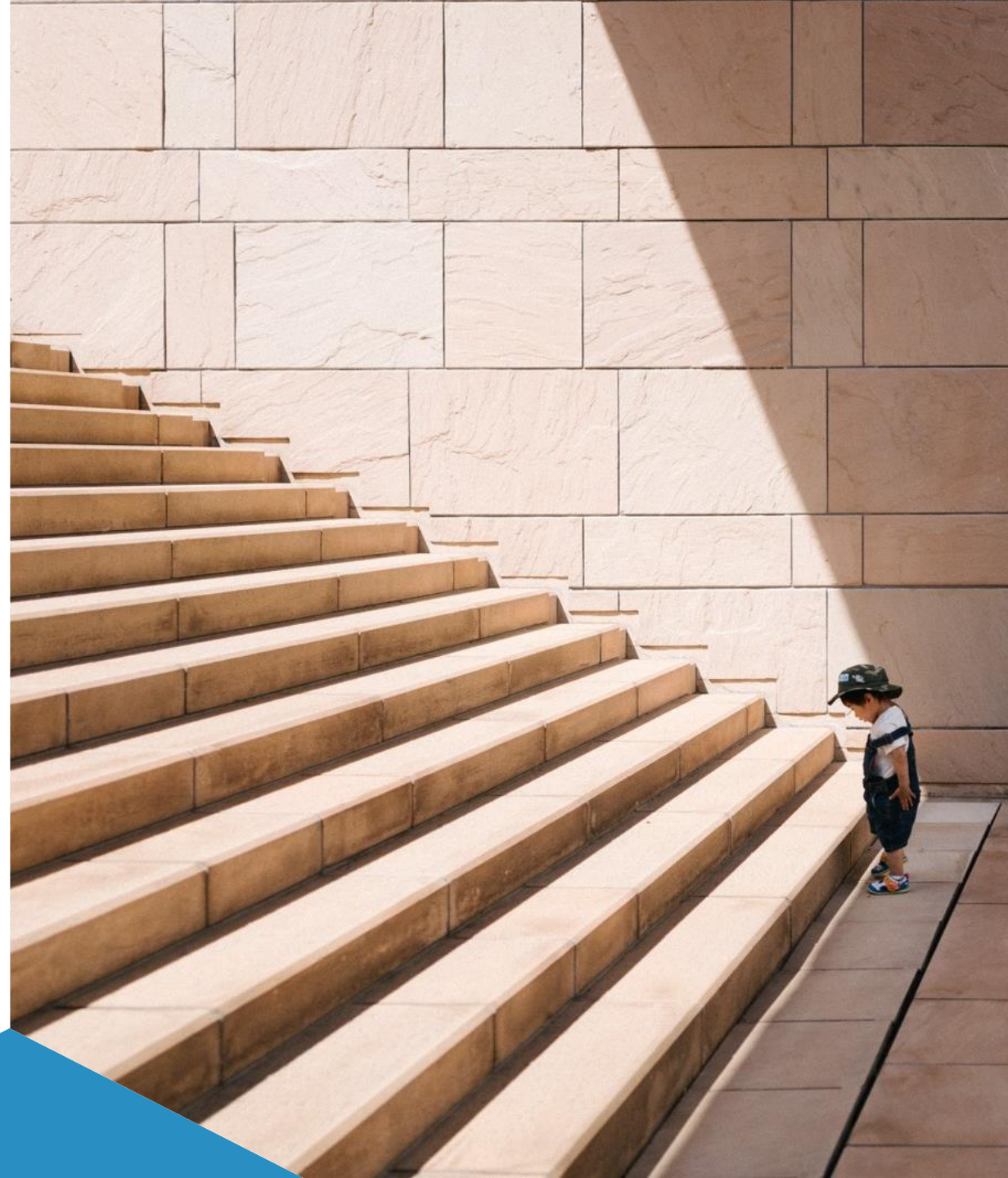
Réponses (n)	
Les hôtes en profitent	144
Plus compétitif	142

Les OTA ont d'autres moyens d'exercer leur pouvoir de marché



- Quatre établissements sur cinq sont d'accord avec l'affirmation suivante: «la position dominante sur le marché des OTA n'a pas été brisée, car d'autres moyens leur permettent de s'imposer (p. ex. pénalités de classement).»
- Cela s'explique par le fait que les OTA détiennent toujours de loin la plus grande part de marché des réservations en ligne en temps réel. En raison de cet important pouvoir de marché, les OTA continuent d'exercer une pression sur les établissements d'hébergement.

5. Défis



Les défis liés à l'offre dominant

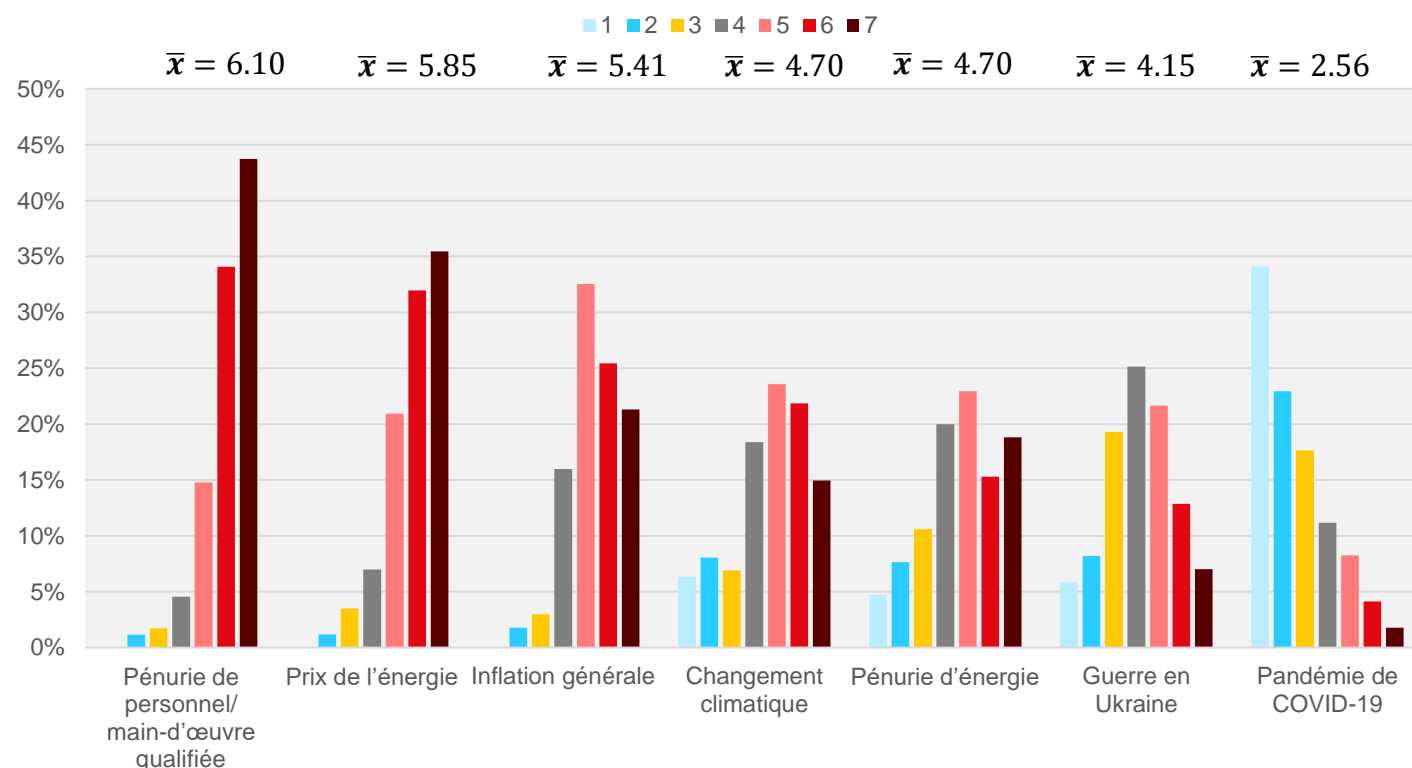
- Actuellement, les établissements interrogés considèrent clairement le manque de personnel et de main-d'œuvre qualifiée comme le principal défi. Sur une échelle de 1 à 7, la valeur moyenne attribuée à ce problème est de 6,1.
- Les prix de l'énergie et l'inflation viennent en deuxième et troisième position.
- Le changement climatique et la menace d'une nouvelle pénurie d'énergie présente également des scores élevés.
- Les problèmes liés à la demande, tels que la guerre en Ukraine et la pandémie de coronavirus, ont été relégués au second plan.
- Pour de nombreux établissements, la préoccupation principale n'est plus la demande, mais la question de savoir s'ils disposent de suffisamment de personnel pour répondre à la demande. En outre, l'inflation exerce une pression sur les marges et oblige les établissements à augmenter leurs prix.



La pénurie de main-d'œuvre qualifiée est le principal défi de la branche

Quels seront, selon vous, les principaux défis pour l'hôtellerie suisse?

[7 = défi majeur; 1 = pas un défi]



- La pandémie de coronavirus est passée à la dernière place dans l'évaluation des défis.
- Suivie par les prix de l'énergie et l'inflation générale, la pénurie de personnel et de main-d'œuvre qualifiée représente le principal défi pour le secteur.
- Une nette majorité (61 %) accorde une grande importance au changement climatique (4 ou plus).
- Cela montre que l'effondrement de la demande lié au coronavirus s'est atténué et que les problèmes se sont déplacés du côté de l'offre.