

22.11.2007 - 17:30 Uhr

## hotelleriesuisse fête son jubilé et se tourne, avide d'action, vers l'avenir

Berne (ots) -

"L'avenir de l'hôtellerie suisse", tel est le nom de l'étude pour laquelle hotelleriesuisse a mandaté l'Institut Gottlieb Duttweiler (GDI) à l'occasion de son 125ème anniversaire. Les résultats seront présentés au public aujourd'hui. La présentation de David Bosshart, CEO de l'Institut Gottlieb Duttweiler, constitue la riche introduction de la fête du jubilé, que l'association des chefs d'entreprise de l'hôtellerie suisse célébrera au Kursaal de Berne en présence de 600 invités.

A l'occasion de ses 125 ans, hotelleriesuisse, l'association des chefs d'entreprise de l'hôtellerie suisse, a mandaté l'Institut Gottlieb Duttweiler, en tant que laboratoire d'idées indépendant, pour réaliser une étude des tendances. "L'avenir de l'hôtellerie suisse" combine les dernières connaissances professionnelles et les résultats issus de workshops d'experts et ceux d'un sondage en ligne des professionnels de la branche et des hôteliers. Il en ressort un document orienté sur la pratique qui dépiste les principales tendances du futur sur le marché hôtelier et formule des suggestions variées pour l'hôtellerie et le tourisme. L'étude ne fournit aucune recette miracle, mais elle identifie de nombreuses voies prometteuses et invite la branche à plus de courage et d'innovation.

Sept thèses sur l'avenir de l'hôtellerie

Les auteurs de l'Institut Gottlieb Duttweiler s'intéressent aux extrêmes car ils les jugent plus réalistes et - s'agissant de la capacité de présentation et d'innovation de la branche - plus efficaces. Les sept thèses qui résument et renforcent leurs conclusions font donc également débat par certains aspects:

- L'hôtel est mort: manger, boire et dormir - ce sont les prestations de l'hôtel du passé. Aujourd'hui, les attentes vont au-delà.
- Catégorie moyenne n'est pas égale à service moyen: le segment moyen doit évoluer et se spécialiser dans des niches exclusives. Il n'a pas besoin de plus d'offres, mais d'offres uniques en leur genre.
- Le double virtuel est un must: seul celui qui est doté d'une identité virtuelle intéressante, le reste aussi dans la vie réelle.
- Les rois de demain ne connaissent pas le pardon: les clients savent ce qu'ils veulent. Et ce n'est pas peu dire. Bien souvent, les hôteliers ne connaissent pas assez ces besoins.
- Les globe-trotters de luxe ne se satisfont pas de yourtes: un savoir-faire culturel est nécessaire pour enthousiasmer la clientèle qui s'internationalise de plus en plus. Mais cela ne suffit pas. Les touristes individuels, les personnes fortunées et les hommes et femmes d'affaires représentent une nouvelle catégorie internationale de voyageurs habitués au luxe, pour lesquels l'origine géographique est secondaire.
- L'hôtel est un lieu de convivialité: le besoin de rencontres et d'appartenance à des réseaux est en croissance dans notre monde de plus en plus anonyme. Les lieux propices à l'échange gagnent de ce fait en importance au détriment des lieux privés.
- Des mondes opposés: temples de wellness et lieux de débauche: les hôtes veulent avoir l'embarras du choix: doivent-ils s'adonner à la tendance wellness des bains de boue et du thé vert? Ou préféreront-ils récupérer du quotidien en faisant la fête et en flirtant avec d'autres voyageurs jusqu'au petit matin?

Une autre clé pour l'avenir: les archives hôtelières

La fondation "Archives hôtelières suisses", qui sera également présentée à l'occasion de la fête du jubilé, considère qu'elle apporte une contribution importante à la conservation des témoignages historiques et pose une première pierre pour l'avenir. Tel que l'expose l'historien de l'architecture et conservateur de monuments historiques Roland Flückiger dans sa brève présentation, les archives hôtelières, initiées par hotelleriesuisse, ont pour mission de rassembler les documents portant sur l'histoire de l'hôtellerie et du

tourisme, de les classer et de les mettre à la disposition des personnes intéressées. Selon M. Flückiger: "Ce travail s'impose d'urgence car l'exploitation du passé historique constitue une base fondamentale de la continuité du succès des activités hôtelières et touristiques suisses".

Soirée de gala et discours de la Présidente de la Confédération  
Mme Calmy-Rey

hotelleriesuisse doit ensuite accueillir 600 invités du monde politique, de l'économie et de la société lors de la soirée de gala dont la devise est "125 ans d'esprit pionnier et novateur". Le passé et l'avenir de l'hôtellerie, mais également les défis du présent, sont au centre du discours de la Présidente de la Confédération Micheline Calmy-Rey, au même titre que les messages de salutations du conseiller exécutif Andreas Rickenbacher et du co-président de l'Association autrichienne des hôteliers Sepp Schellhorn. A l'occasion de son allocution et du débat avec le conférencier Kurt Aeschbacher, Guglielmo L. Brentel, président d'hotelleriesuisse, souligne que l'hôtellerie et le tourisme ont beaucoup à accomplir: "Si nous trinquons aujourd'hui aux grandes envolées de l'hôtellerie suisse et à un avenir très prometteur, nous ne devons pas oublier l'euro fort et la conjoncture réjouissante qui nous poussent vigoureusement en avant". Selon lui, si la branche veut être concurrentielle à long terme, elle doit investir dans l'innovation, les prestations en nature ou en services, les produits et les collaborateurs. Un marketing performant et des conditions cadre favorables aux entreprises sont en outre les conditions du succès sur le long terme, explique M. Brentel.

Pour une hôtellerie porteuse d'avenir

hotelleriesuisse compte 3'200 membres, dont 2'200 hôtels. Ceux-ci génèrent près de 77 pour cent des nuitées. Les compétences clé d'hotelleriesuisse englobent:

- Développement permanent de la classification suisse des hôtels
- Défense des intérêts politico-économiques et politico-touristiques des hôteliers suisses
- Entretien du partenariat social dans l'hôtellerie et la restauration grâce à la convention collective nationale de travail pour les hôtels, restaurants et cafés
- Offres d'emploi et de formation destinées à promouvoir l'entrepreneuriat et la qualification des collaborateurs dans l'hôtellerie et la restauration
- Produits d'assurance d'HOTELA, le prestataire de services dans le domaine des assurances sociales et des ressources humaines
- Service de conseil et d'information pour la branche de l'hôtellerie et du tourisme
- Edition du journal indépendant spécialisé htr hotel revue, ainsi que d'autres publications spécialisées

Liens proposant l'étude des tendances du GDI

L'étude des tendances "L'avenir de l'hôtellerie suisse" est en vente sur [www.hotelleriesuisse.ch/e-shop](http://www.hotelleriesuisse.ch/e-shop) au prix de 50 francs. Le Management Summary, au format électronique, est mis gratuitement à la disposition de toutes les personnes intéressées sur [www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch).

Contact:

hotelleriesuisse  
Nora Fehr, Responsable Communication, Image et Branding  
Tél.: +41/31/370'42'80  
Mobile: +41/79/310'48'32  
E-Mail: [nora.fehr@hotelleriesuisse.ch](mailto:nora.fehr@hotelleriesuisse.ch)