

27.10.2008 - 11:30 Uhr

## La classification suisse des hôtels: cibler sur les besoins des hôtes

Zurich/Berne (ots) -

Lors de la conférence de presse qui s'est tenue aujourd'hui à Zurich, le consultant en stratégies zehnvier a présenté les résultats d'une enquête menée auprès des hôtes sur les cinq principaux marchés de provenance de l'hôtellerie suisse. Cette étude de marché a été demandée par hotelleriesuisse en vue de développer la classification suisse des hôtels: ses résultats sont une base incontournable pour la prochaine révision des normes de classification.

Quels sont les besoins des hôtes de demain? Pour répondre à cette question, hotelleriesuisse a fait réaliser une enquête sur ses cinq principaux marchés de provenance. 2'746 hôtes potentiels de France, Grande-Bretagne, USA et Suisse ont été interrogés en ligne sur quatre thèmes prioritaires: "Le futur rôle de l'hôtel", "Thèmes d'hôtels", "Key Decision Factors pour le choix d'un hôtel" et "Attentes des hôtes". Les auteurs de l'étude ont mis particulièrement l'accent sur la comparaison entre voyageurs d'affaires et touristes, hôtes des différents marchés de provenance et hôtes des différentes catégories d'hôtels.

### Le futur rôle de l'hôtel

Voyageurs d'affaires et touristes définissent l'hôtel idéal comme un havre de paix, c'est-à-dire un lieu où se reposer et se ressourcer. Les différences qui apparaissent dans la comparaison entre pays sont toutefois intéressantes: contrairement à une majorité peu intéressée par le divertissement, les voyageurs d'affaires britanniques et américains veulent eux pouvoir faire la fête et se divertir dans leur hôtel. On note également un intérêt prononcé chez les touristes pour la culture locale, un intérêt déclaré par quatre personnes interrogées sur dix.

### Les cinq thèmes d'hôtels les plus prisés

Quelles sont les spécialisations qui décideront l'hôte de demain à réserver un hôtel? Les voyageurs d'affaires accordent une importance majeure aux thèmes "Affaires", "City", "High-Tech", "Excellente cuisine" et "Typically Swiss". Pour les touristes, les priorités sont différentes: ils déclarent réserver de préférence un hôtel "Excellente cuisine", "Typically Swiss", "Wellness", "Familles" ou "Cheap & Chic". L'analyse détaillée révèle que "Typically Swiss" est un thème privilégié par les Britanniques, les Américains et les Français. En outre, les thèmes en rapport avec l'environnement et la nature sont également à l'honneur, ils sont nommés en sixième position par les voyageurs d'affaires comme par les touristes.

### Key Decision Factors pour le choix d'un hôtel

Quelle importance revêtent des facteurs comme l'équipement, les prestations, le prix, le label de qualité et les facteurs soft? Pour choisir un hôtel, les voyageurs d'affaires accordent en premier lieu une attention particulière à l'équipement (p. ex. chambre, restaurant, espace wellness) et en seconde ligne au prix et aux facteurs soft tels que l'ambiance ou l'amabilité du personnel. Les prestations supplémentaires (p. ex. service de blanchisserie) et les labels de qualité pèsent beaucoup moins dans leur choix. Les touristes accordent quasi la même importance à l'équipement qu'au prix. Les facteurs soft ont la même importance pour les voyageurs

d'affaires et les touristes, toutes catégories et tous pays confondus. La comparaison par pays met en évidence que le label de qualité est un critère décisif pour la France, la Grande-Bretagne et les USA.

#### Attentes des hôtes

L'analyse de 80 aspects différents permet de tirer trois conclusions principales: premièrement, les attentes des touristes et des voyageurs d'affaires sont identiques sur de nombreux points. Deuxièmement, plus la catégorie de l'hôtel est élevée, plus les attentes augmentent. Troisièmement, une qualité élevée des prestations standard (p. ex. propreté, confort du lit, divers moyens de paiement, parking) est une nécessité absolue à l'avenir également dans toutes les catégories d'hôtels. On remarque en outre que la sécurité et un environnement non fumeur revêtent une importance majeure pour les personnes interrogées.

#### Incidences sur les normes de la classification suisse des hôtels

Pour que la classification suisse des hôtels puisse fonctionner en adéquation avec les besoins des hôtes de demain, ses normes sont régulièrement adaptées aux nouvelles tendances et exigences. Les résultats de l'étude de marché constituent une base essentielle pour la révision des normes de classification. Dans une prochaine étape, les recommandations de l'étude de marché seront pondérées et - où cela s'avère pertinent et faisable - incluses dans le catalogue de critères. "L'enquête montre par exemple que des thèmes tels que 'Green Living' ou 'Excellente cuisine' sont plus actuels que jamais et qu'avec la campagne 'Typically Swiss' préparée avec Suisse Tourisme, nous sommes tout à fait dans la tendance", a expliqué Annette Stoffel, responsable du marketing et de la classification. Elle ajoute : "L'un des grands défis à relever pour la classification des hôtels sera de mettre davantage l'accent sur les facteurs soft tels qu'authenticité, atmosphère ou amabilité et de les transformer en normes clairement définies." Annette Stoffel constate également que l'étude n'est pas uniquement importante pour la classification suisse des hôtels. "Les résultats fournissent aussi aux hôteliers une multitude de points de repère pour s'améliorer - que ce soit au niveau des prestations, de l'infrastructure ou du marketing."

#### Restructuration de la classification suisse des hôtels en cours

Les organes de la classification suisse des hôtels sont chargés de procéder à la révision régulière des normes, au contrôle des hôtels classés et, le cas échéant, au traitement des recours déposés après une réclamation ou un déclassement. Ces responsabilités exigent un système efficace, transparent et professionnel qui tienne compte des changements intervenant dans les conditions-cadres. Pour répondre à la complexité accrue et aux évolutions du marché, les délégués d'hotelleriesuisse ont approuvé le 19 mai 2008 une restructuration de la classification suisse des hôtels basée sur le principe de la séparation des pouvoirs. La restructuration est en cours, les nouveaux organes commenceront leur travail le 1er janvier 2009: La "Commission de recours indépendante CRI" (juridique), élue par l'Assemblée des délégués, traitera les recours en dernière instance, le "Pool national des auditeurs PNA" (exécutif) contrôlera l'application des normes dans les hôtels classés et le "Groupe d'experts pour la révision des normes GERN" (législatif) s'occupera de la révision des normes de classification.

Avec cette réorganisation, hotelleriesuisse entend renforcer l'indépendance de la classification des hôtels par rapport à l'association, professionnaliser davantage le système de milice, réduire les charges administratives et accélérer les processus. La réorganisation de la classification des hôtels et l'adaptation régulière des normes poursuivent les mêmes objectifs: la classification suisse des hôtels doit aider l'hôte à se repérer de manière fiable dans l'offre hôtelière et fournir à l'hôtelier un outil efficace pour, d'une part, bien se positionner sur le marché

national et international et, d'autre part, assurer et améliorer la qualité.

Contact:

Nora Fehr  
responsable Communication, Image et Branding  
hotelleriesuisse  
Tél.: +41/31/370'42'80  
Mobile: +41/79/310'48'32  
E-mail: nora.fehr@hotelleriesuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004113/100572039> abgerufen werden.