

hotelleriesuisse – l'Association des entrepreneurs de l'hôtellerie suisse

Une conquête originale de nouveaux marchés

La bataille internationale pour la clientèle exige des idées et des investissements de la part de l'hôtellerie suisse. Ce secteur compte sur l'attrait spécifique des régions touristiques, associé à la qualité suisse du service et des infrastructures hôtelières. Grâce à des offres innovantes et durables, tourisme et hôtellerie cherchent à marquer des points sur des marchés en pleine expansion comme la Russie, l'Inde et la Chine. **Par Markus Geiger**



Photo: a.d.

L'hôtellerie suisse dépend de la clientèle venant du monde entier.

L'hôte est la mesure de toutes choses et la qualité l'impératif suprême. C'est sur cette maxime que reposent toutes les activités hôtelières. En tant qu'association sectorielle, Hotelleriesuisse représente les intérêts des entreprises d'hébergement sur les plans national et international. Pour le CEO de l'association, Christoph Juen, pratiquer une bonne politique de branche signifie «créer des conditions macroéconomiques favorables». Une

d'exportation (environ 60 pour cent de sa clientèle est étrangère), l'hôtellerie est soucieuse de développer le marché intérieur. Sur le plan de la formation, Hotelleriesuisse défend le système dual et travaille actuellement à une stratégie internationale de la formation spécialisée.

Le libre-échange agricole pour contrer les prix élevés

En tant que secteur d'exportation ne pouvant pas être délocalisé, l'économie touristique est contrainte de produire à des coûts helvétiques tout en restant concurrentielle sur le plan international. Par rapport à la concurrence des pays alpins voisins, l'hôtellerie suisse a subi, jusqu'en 2001, un désavantage de coûts de 25 à 30 pour cent. Un certain nombre d'actions de la Suisse sur le marché intérieur ont apporté une amélioration des conditions-cadres qui ont depuis lors réduit ce différentiel à quelque 15 pour cent. Christoph Juen souligne cependant: «Mais voici que la surévaluation

«Nous voulons nous engager dans de nouveaux marchés comme la Russie, l'Inde et la Chine.»

politique financière et fiscale favorable à la croissance en fait partie, tout comme l'allègement des charges administratives. En matière de prévention, l'association dénonce l'interventionnisme qui freine trop souvent l'hôtelier dans sa profession. Secteur

du franc suisse vient brutalement réduire à néant cet avantage.» L'association rejette clairement un arrimage du franc à l'euro. Hotelleriesuisse réclame en revanche un renforcement de la place économique suisse et une ouverture de notre politique économique extérieure. Sur le plan des désavantages de coûts, les denrées alimentaires constituent un problème spécifique. Hotelleriesuisse réclame donc avec force un accord de libre-échange agricole avec l'UE. Comme mesure immédiate, l'association demande en outre la libéralisation du marché de la viande.

Vers de nouveaux marchés

Comme toujours, le secteur peut compter sur une base de clientèle suisse fidèle, mais: «Alors que le tourisme d'affaires dans les villes augmente encore, nous observons un double effet négatif dans les régions touristiques. D'une part, les Suisses peuvent faire des vacances jusqu'à 25 pour cent meilleur marché dans les pays de l'Europe méditerranéenne ou alpine et, d'autre part, les touristes étrangers remplacent la Suisse par des destinations moins chères, en raison de la force du franc», souligne C. Juen. C'est ce qui explique que la saison estivale est en dessous des attentes pronostiquées en début d'année.

Les attentes pour la saison hivernale sont également mitigées, estime le secteur. La crise de l'euro oblige à accroître l'éventail international de la clientèle. Plus larges sont les marchés et l'origine des clients, mieux le risque est réparti. Comme branche phare du tourisme, l'hôtellerie dispose d'instruments de promotion efficaces. Aux côtés de Suisse Tourisme, on trouve également le programme d'Innotour pour le développement de l'innovation, ainsi que la Société Suisse de Crédit Hôtelier. Christoph Juen: «Nous souhaitons maintenir le marché indigène et les grands marchés traditionnels des pays industrialisés. Simultanément, nous voulons conquérir les nouveaux marchés offerts par des pays en pleine expansion, tels que la Russie, l'Inde et la Chine.»

Hotelleriesuisse demande au Conseil fédéral d'accroître de 10 pour cent les moyens de Tourisme Suisse pour la prochaine période de financement de

quatre ans afin qu'ils totalisent environ 210 millions de francs. L'association s'associe en outre financièrement au programme d'impulsion de la Confédération. L'objectif est de réagir rapidement aux conséquences de la crise monétaire. Le tourisme ne peut se réinventer. «La Suisse ne peut pas marquer des points grâce à des offres meilleur marché que celles des pays concurrents, mais doit compenser l'effet des fluctuations tarifaires par l'excellence de ses prestations», affirme Christoph Juen.

Protection du paysage et lits froids

La diversité et la beauté des paysages sont le trésor de notre tourisme. L'aménagement du territoire et la mobilité constituent donc les thèmes-clés du travail associatif. La situation ressemble à un exercice d'équilibre entre esthétique et fonctionnalité. D'un côté, la nature et ses fleurons mondialement connus sont de véritables générateurs de valeur; de l'autre, cette même nature est porteuse de l'offre touristique grâce aux hôtels, chemins de fer de montagne, ski-lifts et autres infrastructures. Les lits dits froids dans des résidences secondaires pèsent également sur les sites touristiques: de l'avis de l'association, il faut remédier à cette évolution par des mesures réglementaires et fiscales. Hotelleriesuisse rejette l'initiative sur le paysage et sur les résidences secondaires car, selon elle, le problème doit être abordé dans le cadre d'une révision partielle de la loi sur l'aménagement du territoire. «L'exploitation de la nature doit se faire par le bon sens», explique le CEO, «mais pas à n'importe quel prix.» La branche suit depuis longtemps la voie d'une gestion durable. «Nous voulons sensibiliser les acteurs de l'offre et de la demande. Pour nous, une gestion durable fait partie de nos standards, ce n'est pas un attribut particulier.»

Dans cette optique, l'association met divers services à disposition de l'hôtelier: de la page Internet hotelpower.ch contenant des informations sur le rendement énergétique, aux subsides pour l'assainissement des enveloppes de bâtiments. Innover est essentiel dans l'hôtellerie. Le «Milestone» – Prix du

tourisme suisse, une initiative du journal-maison «htr hotel revue», appelle toute l'année les touristes à lui faire parvenir des idées pour des projets innovants. L'an dernier, par exemple, quelque cent propositions ont été faites par cette voie et l'association recommande la prise en considération d'un grand nombre d'entre elles.

Préserver l'autonomie du partenariat social

Depuis le début de 2010, la nouvelle convention collective de travail (CCNT) est entrée en vigueur. Les signataires sont Hotelleriesuisse, GastroSuisse et la SwissCatering Association, côté employeurs; Hotel & Gastro Union, Unia et Syna, côté salariés. Son contenu est favorable à l'entreprise. La CCNT comporte désormais un vaste concept pour le développement de la formation initiale et continue. En outre, lors de l'entrée en vigueur de la CCNT et dans le contexte de la crise financière d'alors, les partenaires sociaux se sont mis d'accord pour repousser les composantes salariales de deux ans, soit au 1^{er} janvier 2012. Toutefois, la crise monétaire ne pargne pas non plus le marché du travail et les partenaires sociaux sont sollicités. Compte tenu des effets négatifs de la crise de l'euro, Hotelleriesuisse recherche actuellement le dialogue en vue de définir d'éventuelles mesures d'accompagnement à l'actuelle CCNT. ■



Membres: 3100

Date de fondation: 1882

Président: Guglielmo L. Brentel

CEO: Christoph Juen

Contact:

hotelleriesuisse

Monbijoustrasse 130

3007 Berne

Tél. +41 (0)31 370 41 11

info@hotelleriesuisse.ch,

www.hotelleriesuisse.ch