

## Magic Pass

# L'abonnement qui donne le sourire aux hôteliers



- 2** **Ça nous concerne**  
La TVA réduite pour l'hébergement sera maintenue
- 3** **Caractères**  
Simon Weger, Hôtel Landhaus à Münster
- 4** **Point fort**  
Les effets magiques du Magic Pass
- 8** **Vie hôtelière des régions**  
Échos des sections du val d'Anniviers et de Grächen/St-Niklaus
- 11** **Assemblée générale**  
Rendez-vous à Brigerbad



## Nous sommes «Die Lötschentaler»

Comment mettre des mots sur la catastrophe vécue à Blatten? Nous avons tous été choqués et bouleversés par cet événement extraordinaire qui a enseveli tout un village, et nous avons une pensée émue pour les habitants de la région. Parmi les personnes directement touchées se trouvent des collègues hôteliers. Nos messages de soutien et de courage s'adressent ici tout particulièrement à eux.

Les trois hôtels de la coopération hôtelière «Die Lötschentaler» ont simplement tout perdu: leur outil de travail, les fruits du labeur de plusieurs générations et d'une collaboration intelligemment développée au fil des années. Ce partenariat exemplaire a toujours été et reste un modèle inspirant pour l'hôtellerie familiale de montagne. Les autres établissements de la vallée se trouvent eux aussi plongés dans l'incertitude, ainsi que tous les acteurs du tourisme.

**Nous sommes là pour les établissements concernés et leur apporterons tout le soutien possible.**

Au nom de l'Association hôtelière du Valais, nous voulons dire que nous sommes là pour les établissements concernés. Nous apporterons tout le soutien possible, dès que possible, mais aussi à plus long terme, selon les besoins particuliers de chacun des membres.

La nature est plus forte que l'homme, mais le cœur des hôteliers valaisans ne cessera jamais de battre, et depuis le 28 mai dernier, il bat encore plus fort.

**Lara Berra**, co-présidente  
**Olivier Andenmatten**, co-président  
**Beat Eggel**, directeur

## TVA réduite pour l'hôtellerie

# «Une pérennisation de ce taux serait la meilleure option»



**Après le Conseil des États, le Conseil national a soutenu une motion qui demandait de maintenir le taux de TVA préférentiel pour les prestations d'hébergement au-delà de 2027. Philipp Mathias Bregy, conseiller national valaisan, a participé aux débats.**

**Une majorité de parlementaires a soutenu la motion, alors que le Conseil fédéral recommandait de la rejeter. Était-ce gagné d'avance ou a-t-il fallu se battre pour le maintien de cette TVA réduite?**

C'était loin d'être gagné. La commission n'avait obtenu qu'une faible majorité en faveur de la motion. Le résultat et le mandat confié au Conseil fédéral

sont désormais clairs: le taux d'imposition spécial pour la branche de l'hébergement doit être prolongé au-delà de 2027. Cette décision était importante, car le secteur du tourisme d'exportation est déjà désavantagé par le franc fort et les prix élevés en Suisse.

**Le Conseil fédéral doit à présent préparer un message pour la suite. Quelles sont les options à partir de 2027?**

La motion laisse délibérément cette question ouverte. De mon point de vue, une pérennisation serait la meilleure option, elle garantirait la plus grande sécurité de planification possible. Je suppose toutefois que le Conseil fédéral proposera d'abord une prolongation de 10 ans, jusqu'en 2037.

**N'est-il pas temps de pérenniser ce taux plutôt que de mettre la branche en sursis?**

C'est mon avis. En politique, on obtient rarement ce que l'on souhaite, mais plutôt ce qui est réalisable. De ce point de vue, la prolongation serait déjà un important succès pour le secteur de l'hébergement et l'ensemble du tourisme. La suppression du taux d'imposition spécial aurait renchéri le tourisme suisse de près de 5% et l'aurait ainsi affaibli face à la concurrence internationale.

## Le lobbying déterminant d'HotellerieSuisse

Le département politique d'HotellerieSuisse a œuvré en coulisses et en amont de cette votation parlementaire, afin de convaincre les députés. La conseillère fédérale Karin Keller-Sutter espérait des recettes allant jusqu'à 270 millions en supprimant ce taux de TVA préférentiel. Il a fallu rappeler que ce taux génère des nuitées supplémentaires, donc des recettes supplémentaires pour le fisc, qu'il concerne toute la chaîne de valeur ajoutée du tourisme, et qu'il est donc vital pour l'économie locale des régions. Favorisant la proximité, HotellerieSuisse a soutenu les sections cantonales dans leur travail d'information auprès des parlementaires concernés. L'Association hôtelière du Valais y a aussi participé, en contactant personnellement chaque député avant le vote.



## Simon et Cagla Weger, Hotel Landhaus à Münster

«L'esprit d'équipe n'a jamais été aussi fort».



Le Landhaus est un boutique-hôtel certifié. Une grande partie de la clientèle, suisse à 95%, revient régulièrement.

**Cagla et Simon Weger dirigent l'hôtel Landhaus à Münster avec engagement, délicatesse et esprit d'innovation. Leur sens de l'hospitalité se vit également à l'égard de leur personnel, avec la mise à disposition de studios à prix avantageux, y compris une salle de fitness et de fêtes.**

Quand on entre au Landhaus, on perçoit, on sent et on ressent immédiatement que deux grands hôteliers sont à l'œuvre et qu'ils prennent plaisir à investir dans la nouveauté. En effet, Cagla et Simon Weger profitent de chaque entre-saison au printemps et en automne pour transformer, rénover et embellir leur établissement. Pour ce faire, ils misent délibérément sur des matériaux durables, des couleurs discrètes et des partenaires régionaux. Ils paient ces investissements parfois importants de leur propre poche, grâce aux bénéfices réalisés. C'est aussi l'œuvre de deux diplômés en gestion d'entreprise: Cagla et Simon se sont rencontrés et aimés lors de leurs études à la Haute école spécialisée de Berne.

Depuis l'hiver 2016-17, ils représentent la deuxième génération de l'entreprise familiale, un engagement plutôt inattendu, car à l'époque, ils envisageaient une carrière ailleurs. Mais l'idée d'une aide temporaire d'une année s'est transformée en vocation.

### Qualité et durabilité avant tout

Très vite, ils se retrouvent confrontés à plusieurs chantiers et prennent de plus en plus de plaisir à créer et à réaliser de nouveaux projets. Petit à petit, ils rénovent la

cuisine, l'entrée, le restaurant, la salle du petit-déjeuner, toutes les chambres et le sauna.

Ils accordent une grande importance à l'utilisation de matériaux durables et de qualité, ainsi qu'à des associations de couleurs soigneusement choisies. «Nous sommes un boutique-hôtel certifié», déclare Simon avec fierté et enthousiasme. Les quatre étoiles, ils ne les mentionnent que sur demande: les avis et les retours des clients sont beaucoup plus précieux à leurs yeux.

En cuisine aussi, la qualité et la durabilité sont prioritaires: une carte réduite, des produits régionaux haut de gamme et le moins de gaspillage possible. Ainsi, les clients tranchent eux-mêmes leur pain au restaurant, tout comme les spécialités de viande séchée au petit-déjeuner, sur deux précieuses machines Bertel. «Moins de déchets, c'est plus d'économies, ce qui nous permet d'investir dans des produits de qualité issus de la production régionale», se réjouit Simon.

### Des studios pour le personnel

Pour loger le personnel, un hôtel acquis à bon prix à la sortie du village a été entiè-

rement rénové par la famille Weger. Le «Team Lodge» offre 15 studios modernes, un espace commun et une salle de fitness haut de gamme. Plus de la moitié des 25 collaboratrices et collaborateurs du Landhaus y vivent et ont ainsi l'occasion de créer des liens. Les autres, souvent des indigènes, résident dans les environs.

Ils se retrouvent tous régulièrement pour échanger, festoyer ou faire du sport. Pendant les pauses de midi, les membres de l'équipe s'entraînent ensemble à la salle de fitness. Selon Cagla, les absences pour raisons de santé sont nettement moins fréquentes et les rares postes vacants sont pourvus très rapidement. «L'esprit d'équipe n'a jamais été aussi fort, tout le monde est très motivé. Certains passent même nous voir pendant leurs jours de congé!»



Cagla et Simon Weger ont deux enfants, une vision claire et des projets de transformation pour les trois prochaines années.

Hôtel Landhaus  
Furkastrasse 735, 3985 Münster  
027 973 22 73  
[landhaus-goms.ch](https://www.landhaus-goms.ch)



## Remontées mécaniques

# Les effets magiques du Magic Pass

**L'abonnement annuel multi-stations ne cesse de faire de nouveaux adeptes depuis sa création en 2017. Il génère actuellement plus de 500 000 nuitées par année en Valais, ce qui a permis de renforcer l'activité hôtelière des destinations.**

En huit ans, le Magic Pass a créé un phénomène sans précédent, redonnant le goût du ski à des dizaines de milliers de personnes par l'accès illimité à plusieurs domaines skiables pour un montant avantageux. Actuellement, le 20% du total des journées skieurs réalisées en Valais provient de ces abonnés. «On sait que 1 franc dépensé pour le ski en rapporte 6 à l'économie locale. En 2024, sur les quelque 42 millions de francs du Magic Pass, on peut estimer que 150 à 200 millions sont revenus dans les caisses des hôtels, restaurants et commerces des stations», commente Sébastien Travalletti, directeur du Magic Pass. Les deux tiers des skieurs qui fréquentent les stations valaisannes provenant de l'extérieur du canton, la demande de séjours est bien là. «Selon nos calculs, le Magic Pass génère plus de 500 000 nuitées par année en Valais.



### Un succès exponentiel

Le segment de clientèle le plus intéressant pour l'hôtellerie se compose de citoyens de l'arc lémanique et de Suisse alémanique. Auparavant, ces skieurs occasionnels ne se rendaient dans les stations valaisannes que lorsque les conditions de neige et de météo étaient parfaites, pour une ou deux journées par hiver. Le Magic Pass a changé leurs habitudes. L'abonnement bon marché réglé en début de saison les incite à venir plus souvent, à profiter des à-côtés et

à s'offrir une ou plusieurs nuits d'hôtel. La formule a ainsi permis de booster la clientèle suisse et de raviver l'industrie du ski. Et le succès est exponentiel. L'offre du Magic Pass a démarré avec 25 stations en 2017 et en propose 97 huit ans plus tard, avec plus de 300 000 clients et un doublement des ventes outre-Sarine. Dans certaines vallées, le creux de janvier a disparu et la fréquentation en semaine a augmenté, notamment grâce aux retraités.



### Le restaurant en profite davantage

Bruno Sà,  
Hôtel des Bains  
d'Ovronnaz

«Le Magic Pass renforce l'attractivité de notre établissement et donne un plus grand pouvoir d'achat aux clients. Comme l'entrée aux Bains d'Ovronnaz est comprise dans le Pass, ils dépensent volontiers leur argent au restaurant et à la buvette. En revanche, la formule profite très peu à notre hôtel, car la clientèle est plutôt romande. C'est pourquoi nous orientons notre promotion vers la Suisse alémanique. Nous sommes partenaires du programme fidélité BeMagic et tentons de négocier le développement de packages spéciaux bains-ski-hôtel sur cette plateforme, plus intéressants que le système à points.»



### Grâce au Magic Pass, on ouvre toute l'année

Arnaldo Corvasce,  
Hostellerie d'Orzival,  
Vercorin

«Le Magic Pass a permis de faire connaître notre station. Il nous a apporté une nouvelle clientèle, en provenance de Suisse alémanique notamment. Les effets sont si bénéfiques que je me demande pourquoi cet abonnement n'a pas été créé plus tôt! Vercorin fait partie des stations partenaires depuis le début. Grâce aux revenus générés par le Magic Pass, nous avons pu investir dans notre restaurant et venons de décider d'ouvrir l'établissement toute l'année, car la fréquentation estivale est aussi en hausse.»



### Un nouvel élan pour la région

Séverine Loncke,  
Hôtel du Pigne,  
Arolla

«Le Magic Pass a eu un effet spectaculaire sur les remontées mécaniques, avec de belles retombées pour les hôtels. Comme nos domaines skiables (Evolène et Arolla) ne sont pas reliés, les gens restent deux jours pour aller d'un côté et de l'autre, ce qui nous assure des nuitées. Cette clientèle se fait volontiers plaisir au restaurant et revient d'année en année. Des retraités me disent que c'est le Magic Pass qui les incite à sortir et à s'offrir des séjours en montagne. Cet abonnement a donné un nouvel élan aux remontées mécaniques et aux acteurs touristiques.»

Le développement de l'offre estivale est plus discret, mais permet de soutenir les remontées mécaniques dans leurs efforts pour renforcer l'attractivité de cette saison. L'hôtellerie y gagne aussi, surtout depuis la crise sanitaire du Covid, qui a ramené les Suisses en altitude en été. Cette période non liée au ski dépend toutefois davantage du dynamisme touristique de chaque destination.

### Bon plan pour les hôteliers : le programme BeMagic

Depuis 2020, le programme fidélité BeMagic offre une visibilité intéressante aux hôteliers,

restaurants et commerces des stations, via une application mobile. En dépensant chez ces partenaires, les détenteurs d'un Magic Pass accumulent des points et reçoivent une ristourne financière en fin d'année (cash-back). «Certains se paient leur prochain abonnement avec ce qu'ils touchent! 70 000 clients font partie de ce programme», relève Sébastien Travelletti. De plus, pour profiter de cette offre auprès des hôtels, il est obligatoire d'effectuer sa réservation en direct. «Une commission de 4% est prélevée, mais pour l'hôtelier, cela reste beaucoup plus avantageux que les intermédiaires habituels».

### Dates clés

- 2017** Naissance du Magic Pass. 25 stations des régions valaisannes, vaudoises, fribourgeoises et de l'arc jurassien se réunissent pour créer un abonnement de saison commun, au prix de CHF 359.-.
- 2018** Extension de l'abonnement aux remontées mécaniques en été.
- 2020** Lancement du programme fidélité BeMagic.
- 2025** Le réseau du Magic Pass comprend 97 stations, dont une grande partie est accessible toute l'année. Nouveau prix 2025: dès CHF 419.-

### Fréquentation des stations valaisannes par les abonnés Magic Pass

**69%**

clients hors canton, dont environ la moitié de Suisse alémanique

**31%**

clients valaisans

### Origine des acheteurs du Magic Pass, par ordre d'importance

#### 2024/25

1. Vaud
2. Valais
3. Fribourg
4. Berne
5. Genève
6. Neuchâtel
7. Zurich
8. Lucerne
9. Soleure
10. Bâle-Ville

#### 2025/26

1. Berne
2. Vaud
3. Valais
4. Fribourg
5. Lucerne
6. Genève
7. Neuchâtel
8. Obwald
9. Aarau
10. Zürich



#### Augmentation et renouvellement de la clientèle

Beata Imseng,  
Hôtel Garni Feehof  
à Saas-Fee

«Saas-Fee participe au Magic Pass depuis le début. Grâce à lui, nous avons augmenté nos nuitées et renouvelé notre clientèle ces six dernières années. Ces nouveaux hôtes, principalement en provenance du Valais romand et de Suisse romande, ne sont pas de simples chasseurs de bonnes affaires, comme on pourrait le croire. Ils dépensent autant que nos hôtes habituels. Sur notre site web, nous ne manquons pas d'indiquer que le Magic Pass est valable chez nous.»



#### Effets positifs

Joshua Beckert et  
Lorenzo Leuenberger,  
Hôtel Waldhaus  
à Loèche-les-Bains

«Nous ressentons les effets positifs du Magic Pass depuis que Loèche-les-Bains y a adhéré en 2019. À l'hôtel, c'est souvent en discutant avec nos hôtes que nous apprenons qu'ils sont venus pour en profiter. Au restaurant, nous enregistrons un nombre croissant d'excursionnistes qui se déplacent dans la région grâce au Magic Pass : beaucoup s'offrent une pause culinaire dans notre établissement. Nous utilisons la visibilité accrue de la destination pour attirer de nouveaux clients et les fidéliser ensuite.»



#### Une nouvelle clientèle très diversifiée

Philippe Zenhäusern,  
Sporthotel Walliserhof  
à Unterbäch

«Le Magic Pass est un atout précieux pour les hôteliers et restaurateurs de notre région. Cet abonnement a fait venir de nouveaux clients, qui ne connaissaient pas le haut plateau d'Augstbord auparavant. Leur profil est très diversifié : jeunes, actifs, familles, retraités... Unterbäch et Eischoll sont membres du Magic Pass seulement depuis la saison d'hiver 2023/24. Pour le moment, nous nous contentons d'observer l'évolution, mais l'idée est de profiter de cette nouvelle dynamique pour créer des offres spéciales à l'avenir.»



## HotelFinance

# Tous les chiffres d'un coup d'œil, automatisés et actualisés



HotelFinance.ch  
THE EASY WAY

La comptabilité et la gestion des chiffres sont perçues comme une corvée par de nombreux hôteliers. Les rapports arrivent souvent bien trop tard pour pouvoir servir de base à une prise de décision. Grâce à la solution backoffice de HotelFinance, même les petits hôtels ont désormais un accès permanent à leurs données.



Cela vous parle? Comme chaque mois, vous avez rassemblé tous vos rapports de chiffre d'affaires et de caisse, les relevés bancaires et de cartes de crédit, les factures fournisseurs ainsi que les justificatifs de paie, le tout remis à votre fiduciaire. Vous attendez maintenant d'avoir enfin une vision claire du mois écoulé. Une nouvelle acquisition est envisagée, et vous aimeriez savoir si votre budget vous permettrait de choisir la version standard ou la version plus complète...

Mais au lieu de recevoir les rapports tant attendus, qui vous apporteraient la clarté nécessaire et vous guideraient dans la suite à donner, c'est votre fiduciaire qui vous appelle, pose encore des questions et vous signale des documents manquants.

«Après un onboarding intensif, HotelFinance a laissé la place aux questions et aux répétitions, ce qui nous a permis de bien comprendre le système et les données utiles à notre gestion opérationnelle et stratégique. Les automatismes et les workflows sont précieux: nous n'avons pas eu à décider de tout nous-mêmes, mais avons pu nous appuyer sur les meilleures pratiques. Un service au top, tout simplement!»

Claudio Spranzi, directeur de l'Hôtel Furka à Oberwald

«Les transactions bancaires, les charges salariales, le chiffre d'affaires et les paiements par carte de crédit sont enregistrés automatiquement.»

### Des opérations qui se font presque toutes seules

La solution backoffice de HotelFinance fournit aux hôtels, même aux plus petits, des indicateurs clés de performance (KPI), habituellement réservés aux chaînes hôtelières. Elle s'intègre parfaitement à tous les outils essentiels du secteur, tels que Protel, Mirus, Mews, Aida, correctTime, Cisbox, Horego...

«Avec notre solution, l'hôtelier ou sa fiduciaire saisit les factures fournisseurs une à deux fois par semaine. Le système reconnaît alors les données et remplit automatiquement la plupart des informations, par exemple les délais de paiement, le centre de coûts ou le taux de TVA», explique Doris Egger de HotelFinance. «Les transactions bancaires, les charges salariales, le chiffre d'affaires et les paiements par carte de crédit sont enregistrés automatiquement.»

### Garder le contrôle en permanence

Avec HotelFinance, l'hôtelier conserve à tout moment une vue d'ensemble sur tous les indicateurs clés de son établissement. Le cœur de la solution est le HotelFinance-Hub, qui présente de manière claire et graphique toutes les évolutions. Ainsi, l'hôtelier

peut, lors d'une réunion – par exemple avec la cheffe de cuisine, le fiduciaire ou le conseil d'administration – accéder spontanément en ligne aux données actualisées. Le compte de résultat peut être comparé à des benchmarks sectoriels et les décisions d'investissement prises sur la base d'une planification transparente de la trésorerie.

Grâce à HotelFinance, l'hôtelier crée les bases d'un succès durable et assure l'avenir de son établissement.

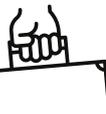
Le site web et le système HotelFinance ne sont pas encore disponibles en français. Un conseil et un suivi en français sont néanmoins garantis.

### Avantages membres AHV

Les frais pour la solution globale HotelFinance varient en fonction de la configuration et des modules choisis :

- frais uniques d'onboarding : CHF 12 000-15 000.-
- frais mensuels : CHF 750-950.-
- optionnel : services fiduciaires et conseil à partir de CHF 510.-/mois (montants avec TVA comprise)

En tant que membre de l'AHV, vous bénéficiez de contributions d'encouragement via Digitourism jusqu'à un maximum de CHF 2 000.- pour l'onboarding ainsi que d'un rabais de CHF 1 000.- (uniquement pour la solution complète, y compris le hub).



## Action spéciale

# Programme de soutien en durabilité : testé et approuvé!

Une vingtaine d'hôtels ont déjà profité du financement et de l'accompagnement offerts par l'AHV pour valoriser leurs efforts en matière de durabilité. Les deux premiers hôteliers à avoir terminé le processus parlent de leur expérience.



Ebba Leijonhufvud a validé ses acquis sans investissements supplémentaires. Ses actions en matière de gestion, de politique sociale et d'environnement ont été reconnues par le label.



Fabian Albrecht projette de mettre en place plusieurs mesures, dont l'éclairage LED et un nouveau système de chauffage.

### «Sans ce soutien, je n'aurais pas eu le courage de me lancer!»

«La durabilité fait partie de notre projet hôtelier depuis le début. Lors de son ouverture en 2020, notre établissement était le premier de la station à afficher la reconnaissance *Swisstainable niveau I*. Je n'aurais pas eu le courage de me lancer dans les démarches pour le niveau supérieur toute seule, car la procédure me paraissait compliquée. Mais avec l'aide du bureau HDurable, cela s'est passé de manière fluide. Au final, nous n'avons eu aucune mesure supplémentaire à prendre, nos pratiques étant déjà compatibles avec les normes de la marque. Je savais déjà que nous étions performants sur le plan environnemental, mais j'ai aussi découvert que notre gestion des ressources humaines était très positive en matière de durabilité. Notre modèle d'affaires, qui repose sur la collaboration active avec des partenaires locaux, correspondait lui aussi aux critères requis.

Même s'il faut prendre un peu de temps pour mener la réflexion et réunir les justificatifs demandés, le processus est rapide. Nous avons obtenu la marque *Valais Entreprise* après deux mois et la validation de *Swisstainable niveau II-engaged* est arrivée quelques jours plus tard.»

Ebba Leijonhufvud, Hôtel de Verbier à Verbier

### «De précieux conseils pour affiner notre plan de mesures»

«Les nouveaux critères de classification des hôtels vont prochainement exiger un label de durabilité, c'est pourquoi nous voulions l'obtenir rapidement. Lorsque nous avons appris que l'AHV prenait en charge une partie des coûts, nous nous sommes lancés. Après nous être inscrits au programme de soutien, nous avons saisi notre établissement sur la plateforme de la marque *Valais Entreprise* et procédé à l'auto-évaluation.

La consultante de HDurable, Nelsia Hermann, est ensuite venue nous voir pour un coaching, ce qui nous a permis de clarifier certains détails, de recevoir de précieux conseils et d'affiner notre plan de mesures. Nous souhaitons remplacer toutes les lumières par des LED et accélérer la numérisation. La révision du système de chauffage est également à l'étude, car nous souhaitons passer des énergies fossiles aux énergies renouvelables. Actuellement, nous sommes en train de terminer notre rapport et espérons que la marque *Valais Entreprise* approuvera notre candidature.

Merci à l'AHV pour son soutien financier. Je recommande à tous les membres de participer : le plus tôt sera le mieux!»

Fabian Albrecht, Hôtel des Alpes à Fiesch



### Vous pouvez encore en profiter!

Le programme de soutien en durabilité est proposé dans la limite des fonds disponibles. Il est ouvert à tous les membres de l'AHV. L'association finance 100% de l'accompagnement HDurable et prend en charge 50% des frais de cotisation sur le premier cycle de trois ans pour la marque *Valais Entreprise* et *Swisstainable niveau II*.

📄 Informations et inscriptions sur la page internet de l'association





## La tournée des sections

Les sections du val d'Anniviers et Grächen/St-Niklaus ne font pas face aux mêmes défis. La première peine à intéresser ses membres tandis que la seconde s'investit pour l'avenir de sa destination. Dans les deux régions, la collaboration avec les restaurateurs est une bonne solution pour étoffer les rangs.

### Val d'Anniviers

#### Survivre et résister

La section hôtelière du val d'Anniviers compte une vingtaine d'établissements membres, répartis sur cinq stations, dont plusieurs datent du 19<sup>e</sup> siècle. Grâce au moratoire sur la transformation d'hôtels en appartements fixé par la Commune dès 2012, les lits chauds ont été préservés. Traditionnellement indépendante et familiale, la branche a connu quelques bouleversements ces dix dernières années.

Cinq hôtels à bout de souffle ont été rachetés et réhabilités par la société de remontées mécaniques de Grimentz-Zinal. Un hôtel historique de Saint-Luc a été récemment transformé en auberge de jeunesse grâce au financement d'actionnaires de la station. Le patrimoine hôtelier est donc très diversifié et bénéficie d'un fort soutien des acteurs locaux. Il faut y ajouter deux résidences touristiques Swiss-Peak Resort, qui ont ouvert à Vercorin en 2017 et à Zinal en 2019.

#### Objectif : offrir trois saisons

Si le val d'Anniviers n'a pas beaucoup d'attrait au printemps, il a largement de quoi occuper les touristes le reste de l'année. Pour Andrea Salamin, la co-présidente de la section, ce potentiel n'est pas encore pleinement exploité. «Nous pourrions tirer la saison automnale jusqu'à la fin des vacances scolaires au début novembre. Malheureusement, beaucoup d'établissements ainsi que les remontées mécaniques ferment avant. De plus, il n'y a plus beaucoup d'animations touristiques à cette période de l'année.»

#### Défi : préserver l'hôtellerie familiale

La récente implication de la société de remontées mécaniques dans l'hôtellerie suscite quelques inquiétudes auprès des professionnels indépendants. «Si elle devait continuer à acquérir des établissements dans la vallée, cela deviendrait malsain», souligne la co-présidente, qui craint également pour la relève des petits hôtels familiaux. «La génération actuelle



Le patrimoine hôtelier d'Anniviers (ici, l'Hôtel Weisshorn construit en 1882) est diversifié et bénéficie d'un fort soutien des acteurs locaux, dont les remontées mécaniques.

arrive gentiment à la retraite, espérons que de jeunes hôteliers puissent assurer la suite... Il s'agit de survivre et de résister aux appétits des grandes structures.»

#### Projet : maintenir une vie associative

Depuis une quinzaine d'années, les hôteliers peinent à se fédérer. La section ne se réunit plus qu'une fois par année, davantage par devoir que par envie. Seules les co-présidentes entretiennent des contacts

réguliers, l'une étant proche des milieux associatifs de la branche, l'autre des instances touristiques. Afin d'étoffer les rangs, elles ont proposé à la section anniviarde de GastroValais de se joindre à elles. Un partenariat logique, «puisque nos membres possèdent également un restaurant.»

#### La section Val d'Anniviers en bref

Co-présidentes :	Andrea Salamin et Caroline Adler
Membres du comité :	Stéphane Tissières, Christophe Chevallaz (Gastro-Anniviers)
Nombre d'hôtels (membres) :	21
Nombre de lits (membres) :	560
Année de l'organisation de la dernière AG cantonale :	2012



## Grächen/St-Niklaus

### Mobilisation pour la destination

La section située à l'entrée du Mattertal est l'une des plus petites : elle ne regroupe que huit hôtels, dont trois collaborent étroitement sous l'enseigne Matterhorn Valley Hotels. Chacun de ces établissements a cependant une orientation propre et vise une clientèle spécifique. Les membres se réunissent une à deux fois par mois pour échanger et trouver des solutions ensemble, comme l'organisation d'événements attractifs afin d'attirer davantage de clients.

#### Objectif : renforcer les collaborations

«Nous avons pris contact avec la société locale des restaurateurs, afin de collaborer encore plus étroitement avec elle», explique Jonas Ruppen, président de la section depuis 2023. «Peut-être qu'un jour, nous fusionnerons nos deux sections», ajoute-t-il. Et il n'exclut pas que les deux ou trois pensions locales rejoignent également cette dynamique de coopération.

Au niveau de la destination, les hôteliers souhaitent aussi accroître leur influence et renforcer leur collaboration avec la Commune. Depuis peu, la secrétaire Melanie Williner représente la section au sein de l'association Grächen/St-Niklaus Tourisme et Commerce, tandis que l'arrivée de nouveaux membres insufflé un vent de renouveau.

#### Défi : pérenniser les remontées mécaniques

Ce n'est qu'à la faveur d'un sursis concordataire que l'exploitation des remontées mécaniques de Grächen a pu être assurée durant la dernière saison d'hiver. Pour convaincre les créanciers d'accepter une réduction de capital de 90% prévue cet été, un nouvel apport de fonds était indispensable. Un appel à souscription a donc été lancé pour réunir 6 millions de francs, avec des actions de 1000 francs. 7,3 millions ont été collectés! «Cela prouve bien que ce diamant brut, perché sur sa terrasse ensoleillée dans la vallée de la Mattervispa,



Le nouveau comité de la section.

est très apprécié des habitants, des résidents secondaires et des amis de Grächen. Ils croient en un tourisme vivant! Espérons que ce diamant sera bientôt taillé par les bonnes personnes aux commandes.»

#### Projets : valoriser les hôtes fidèles et renforcer la présence sur les salons

Les prestataires touristiques de Grächen ont récompensé leurs clients les plus fidèles, notamment en les invitant à une croisière sur le lac de Biene, animée par «Z'Hansrüedi». «Le tourisme à Grächen repose à

90% sur des clients réguliers», souligne Jonas Ruppen. «Lors de l'augmentation de capital des remontées mécaniques, nombreux sont ceux qui ont souscrit des actions. En retour, nous souhaitons leur témoigner notre reconnaissance.»

La section de Grächen envisage également de renforcer sa présence sur de grands salons touristiques. Une démarche qui, par le passé, a permis d'attirer de nouveaux visiteurs et de dynamiser la fréquentation.

#### La section Grächen/St-Niklaus en bref

Président :	Jonas Ruppen (depuis 2023)
Membres du comité :	Melanie Williner (secrétaire) Olivier Andenmatten (vice-président) Georgette Anthamatten, Donat Ruppen, Nadja Ruppen, Rita Schibler, Kurt Schnidrig, Antoinette Williner-Waldvogel
Nombre d'hôtels (membres) :	8
Nombre de lits (membres) :	400
Année de l'organisation de la dernière AG cantonale :	2015



## Nouvelle campagne HotellerieSuisse #lovetohost: montrer l'été sous son meilleur jour!



La campagne #lovetohost propose un regard authentique sur le quotidien du secteur de l'hébergement. Son objectif : renforcer l'image de la branche et faire découvrir au grand public les nombreuses facettes positives du métier. Elle invite les hôteliers à profiter de l'été pour tourner, avec leur équipe, de courtes vidéos destinées aux médias sociaux, et à partager les coulisses de leur établissement ainsi que leur travail quotidien.

### Un regard authentique sur notre branche

Au cœur de chaque vidéo : le regard des collaboratrices et collaborateurs sur un aspect spécifique de leur métier. La campagne met en scène, de manière ludique et percutante, six messages clés qui reflètent les valeurs essentielles de la branche de l'hébergement suisse : équipe, travail, personnes, lieu, loisirs et carrière. Les vidéos sont diffusées sur le compte Instagram d'HotellerieSuisse, ainsi que sur les comptes des établissements participants. Le slogan #lovetohost assure une reconnaissance immédiate à l'échelle nationale et renforce l'impact de chaque publication.

Benjamin Flück, Head of Marketing du groupe Julen à Zermatt, a participé à la campagne avec son équipe en réalisant plusieurs «reels», notamment pour l'hôtel

Zermama : «#lovetohost montre combien les hôtes en Suisse sont engagés. Cela crée une vraie proximité et rend notre métier visible et compréhensible pour un large public.» Il encourage ses collègues à se lancer : «Ces vidéos sont une excellente occasion de présenter son établissement et son équipe de manière authentique, tout en envoyant un signal fort à l'ensemble de la branche.»

**«Ces vidéos sont une excellente occasion de présenter son établissement et son équipe de manière authentique, tout en envoyant un signal fort à l'ensemble de la branche.»**

La campagne #lovetohost se poursuit jusqu'à fin 2025. HotellerieSuisse vous encourage à profiter de l'été pour créer vos vidéos. Pourquoi ne pas tourner un «reel», dans lequel vos collaborateurs troquent leurs chaussures de travail contre des chaussures de randonnée pour partir à la découverte des montagnes valaisannes? Ou encore mettre en scène l'ambiance estivale sur votre terrasse ensoleillée? Une sortie d'équipe peut aussi offrir un excellent sujet. Laissez libre cours à votre créativité pour illustrer l'un des six messages clés!

### Un manuel, des exemples, et un coup de pouce financier!

Benjamin Flück en est convaincu : «Pas besoin d'être un professionnel devant la caméra. Montrez simplement ce qui vous enthousiasme dans votre rôle d'hôte.» Pour vous accompagner dans votre projet, HotellerieSuisse met à votre disposition un manuel pratique et organise des webinaires sur les médias sociaux. Toutes les informations sont disponibles sur notre site web. Besoin de vous inspirer? Rendez-vous sur notre compte Instagram, où plus de 140 «reels» réalisés par des établissements de toute la Suisse vous attendent déjà.

Et ce n'est pas tout : vous pouvez à tout moment nous envoyer vos premières idées ou ébauches de vidéos pour avis. Autre bonus pour votre établissement : en participant, vous bénéficiez d'un soutien financier de la part d'HotellerieSuisse, ce qui vous permet également d'augmenter la portée de vos publications sur votre propre compte Instagram.

📄 Visitez la page de la campagne #lovetohost sur le site de l'association



## Assemblée générale du 19 août

# Brigerbad se réveille

Cette année, l'Association hôtelière du Valais vous invite à Brigerbad. Cette station thermale moderne a connu des périodes mouvementées. Vous pourrez découvrir le site et ses exploitants visionnaires lors de la visite d'entreprise.



«A gauche, voici ce à quoi ressemblait Brigerbad dans ma jeunesse. A droite, ce que Cécile et Hans Kalbermatten ont créé à partir de quasiment rien.»

Pas d'avenir sans origine : les anciens Romains se divertissaient-ils déjà à Brigerbad? *Si non è vero, è ben trovato.* Pendant cent ans, le Valais a connu la paix entre catholiques et protestants. La guerre de Trente Ans nous a épargnés. Kaspar Jodok von Stockalper de Brig faisait transporter marchandises et lettres de change par le Simplon. Et ce milliardaire – recalculé aux prix d'aujourd'hui – possédait des vignes à Brigerbad et se baignait dans les eaux thermales.



La station thermale de Brigerbad a connu des périodes fastes et d'autres plus difficiles. Dans ma jeunesse, il n'y avait que deux petits bassins ronds, et contrairement à aujourd'hui, personne ne contrôlait la qualité de l'eau.

Jusqu'à ce que Cécile et Hans Kalbermatten reprennent le Brigerbad. Hans était un rebelle, de la même veine que Art Furrer. Tous deux étaient officiers dans l'armée suisse. Ils ont créé des établissements touristiques importants et les ont constamment développés, comme le montrent les photos. Pour Hans, que ces messieurs de Brig «l'avent leurs fesses ou pas» à Brigerbad n'avait aucune importance. Il gagnait son argent grâce au camping et aux bains.

Après la mort de Hans Kalbermatten, Brigerbad a traversé des moments difficiles. Les investissements étaient insuffisants et l'exploitation déficitaire. L'avenir paraissait sombre.

Fredy Bayard est probablement l'entrepreneur le plus innovant du Haut-Valais. Avec son épouse, il a créé une chaîne suisse de mode comptant 70 magasins et plus de 100 millions de chiffre d'affaires. Puis il a repris le Walliser Bote déficitaire et l'imprimerie Mengis. Il a fusionné avec succès les trois imprimeries les plus importantes du Haut-Valais et a remis le Walliser Bote sur les rails grâce à une stratégie digitale efficace. Parallèlement, il a repris la maison des médias Gassmann à Bienne. Une fois les entreprises redressées, il les a vendues

aux employés dans le cadre du management by out, avant de se lancer dans de nouveaux projets.

Aujourd'hui, ce dynamique entrepreneur remet Brigerbad à flot, et à toute vitesse. Cet été, lorsque le camping sera complet, entre 700 et 900 personnes y séjourneront. Le prix des emplacements inclut l'entrée aux bains – un Magic Pass Plus.

Aux commandes de ce «bateau turbo Bayard» à Brigerbad se trouve l'infatigable directeur Jens Blatter. L'Assemblée générale de l'AHV à Brigerbad nous offre l'occasion de découvrir le site, ses exploitants et leur philosophie.

**Peter Bodenmann**  
Président de la section Brig et environs

Le programme détaillé de l'AG du mardi 19 août vous parviendra en juillet par voie postale.



## Entre nous soit dit



### Événements : une dynamique à saisir!

L'année 2025 s'annonce exceptionnelle pour le Valais, avec une série d'événements majeurs comme l'Eurofoot féminin, les Championnats du monde de VTT ou encore la Schubertiade. Si l'on y ajoute les nombreuses manifestations sportives et culturelles récurrentes, notre canton jouit de multiples occasions d'attirer des visiteurs suisses et internationaux, et ce, tout au long de l'année.

Chacun de ces rendez-vous festifs est une opportunité concrète pour notre hôtellerie. Cette offre événementielle génère des nuitées, dynamise les régions concernées et se révèle particulièrement précieuse pour combler les périodes creuses. Mais son impact va bien au-delà, permettant de faire rayonner nos destinations, de mettre en lumière nos paysages, notre culture, notre qualité d'accueil. De plus, elle représente souvent, en termes d'expérience, ce premier contact qui donne envie de revenir.

L'Association hôtelière du Valais encourage ses membres à s'approprier pleinement cette dynamique : anticiper les besoins, créer des offres adaptées, collaborer avec les acteurs touristiques. En valorisant notre savoir-faire, nous pouvons en bénéficier de manière très concrète et durable, d'autant plus que cette tendance ne devrait pas faiblir à l'avenir.

Grâce à la qualité de ses infrastructures, à la diversité de ses paysages et à son art de l'accueil, le Valais s'affirme comme une terre naturellement propice à l'organisation d'événements d'envergure. Sachons donc en «profiter»!



**Beat Eggel**  
Directeur AHV

## Quoi de neuf?



### Changer l'image de la branche

Notre branche souffre encore d'un déficit d'image auprès de la population, qui nuit aux conditions de travail et à la relève. Forte de ce constat, l'Association hôtelière du Valais s'est associée à GastroValais pour lancer une campagne publicitaire dans le but de valoriser les métiers de l'hôtellerie-restauration, en les présentant de manière réaliste et positive, sous la forme d'affiches et de vidéos. Des portraits d'hôteliers et de restaurateurs seront diffusés sur les réseaux sociaux, au cinéma et dans les médias traditionnels.

### IA dans l'hôtellerie : projet-pilote

Comment utiliser l'intelligence artificielle dans l'hôtellerie? À quels besoins ces nouveaux outils peuvent-ils répondre et quelles solutions pourraient être mises en œuvre? Afin d'aider ses membres dans leurs choix, l'AHV lance un projet-pilote financé par Innotour, en collaboration avec la HES-SO Valais et Digitourism.

Après un état des lieux des défis actuels, la phase de test vient de démarrer avec une quinzaine d'hôtels, appelés à essayer différentes solutions durant une année. Il s'agira ensuite d'en tirer des enseignements et des outils d'aide à la décision profitables à tous les hôteliers.

### IA encore... pour optimiser vos revenus

L'intelligence artificielle se met au service du Revenue Management. Un cours de deux jours chez ritzy\* vous aide à comprendre et à interpréter les recommandations de l'IA, et surtout à combiner votre intuition avec la technologie pour élaborer une stratégie performante. Une nouvelle façon de programmer ses tarifs et d'optimiser ses revenus, particulièrement intéressante pour les hôteliers indépendants. Prochaine session : les 24 et 25 septembre à Sierre.

[Infos sur ritzy.ch](#)

## A noter



**Mardi 19 août 2025 à Brigerbad**  
**Assemblée générale AHV**  
 (lire page 11).

L'occasion de  
découvrir les  
coulisses de ce site  
touristique et de  
partager un  
moment de  
convivialité.



**Édition : Association hôtelière du Valais**  
 Rue Pré-Fleuri 6, 1950 Sion, tél. 027 327 35 10  
 info@vs-hotel.ch – www.vs-hotel.ch – www.booking-valais.ch

**Textes : Geneviève Hagmann, Myriam Holzner – Graphisme : Invisu Design**

