



Enquête sur l'évaluation de la situation Octobre 2025

Réalisée entre le 17 et le 26 octobre 2025 auprès
des hôtels membres d'HotellerieSuisse

1. Rétrospective: saison estivale 2025



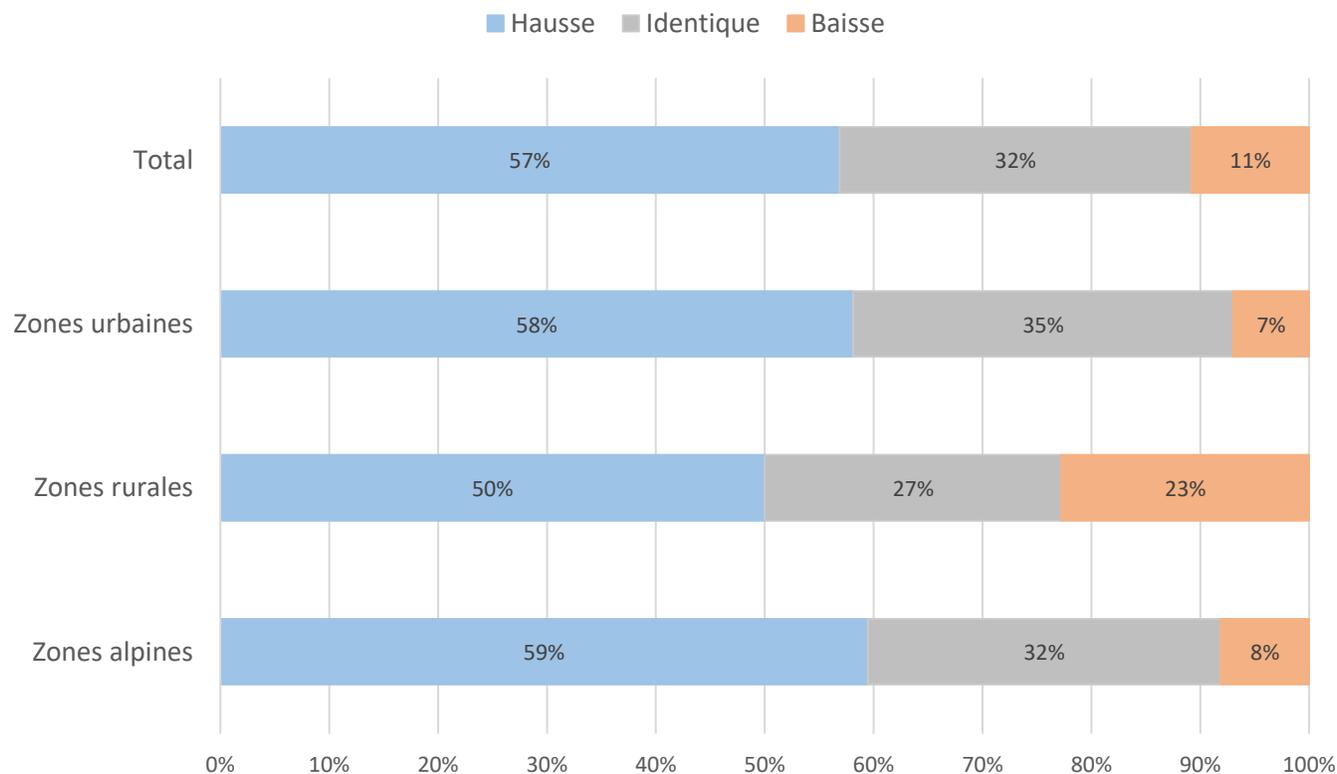
Résumé: saison estivale 2025

- La majorité des établissements se disent satisfaits du déroulement de la saison estivale 2025: 51 % sont plutôt satisfaits et 35 % très satisfaits. Plus de la moitié des établissements ont augmenté leur chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente.
- Dans le même temps, un établissement sur deux fait état d'une hausse des coûts, ce qui représente un défi de taille, même si l'évaluation globale de l'évolution du chiffre d'affaires et des coûts est (encore) positive (48 %) ou équilibrée (38 %) pour de nombreux établissements.
- Dans les zones rurales, les établissements sont comparativement plus nombreux à faire état d'une évolution globale négative.



Comparaison avec la saison estivale de l'année précédente: Bonne évolution du chiffre d'affaires, avec des exceptions

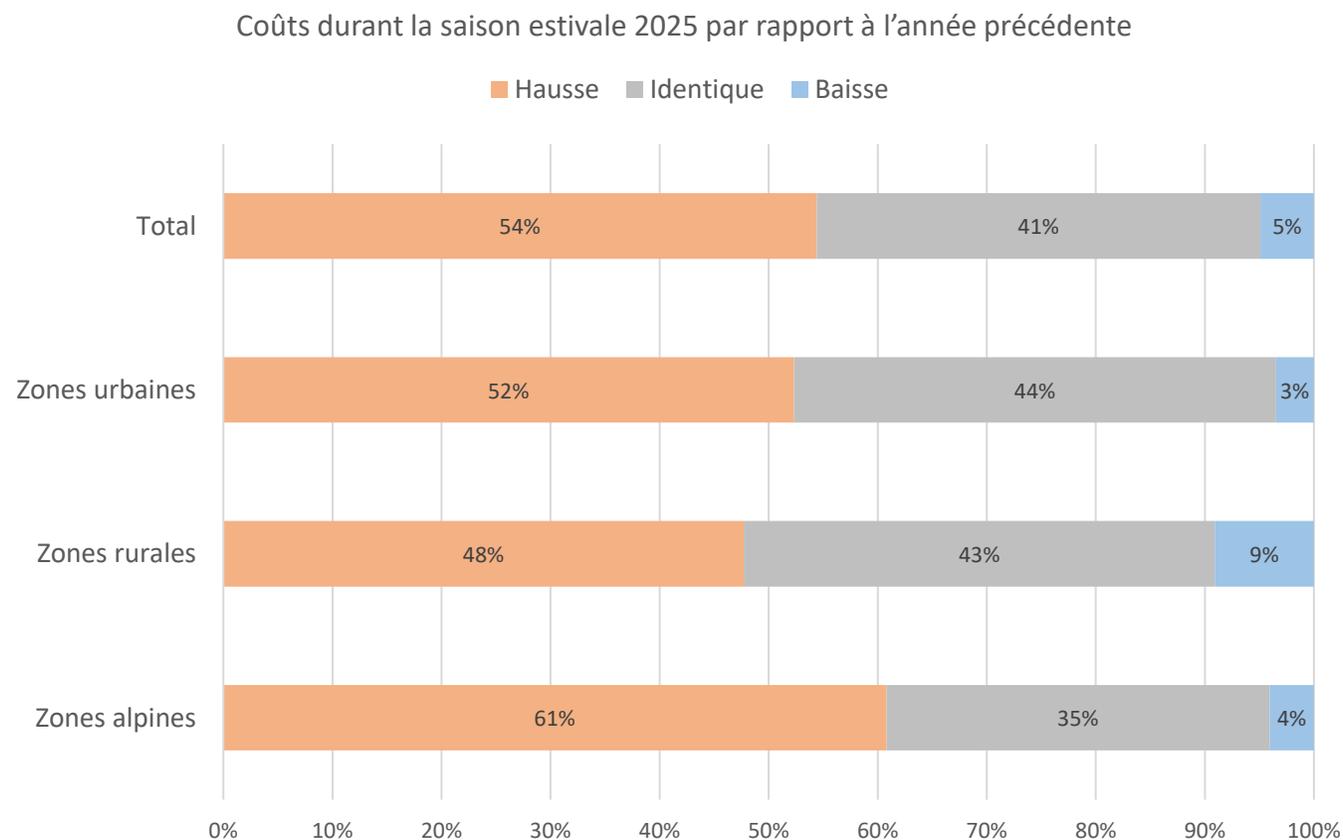
Chiffre d'affaires durant la saison estivale 2025 par rapport à l'année précédente



- La plupart des établissements ont augmenté leur chiffre d'affaires durant la saison estivale 2025. Pour environ un tiers d'entre eux, le chiffre d'affaires est resté au niveau de l'année précédente.
- Dans les zones rurales, près d'un établissement sur quatre a toutefois enregistré un recul de son chiffre d'affaires, ce qui est plus élevé que dans les autres régions.

Réponses (n)	
Total	204
Zones urbaines	86
Zones rurales	44
Zones alpines	74

Comparaison avec la saison estivale de l'année précédente: Coûts toujours en hausse

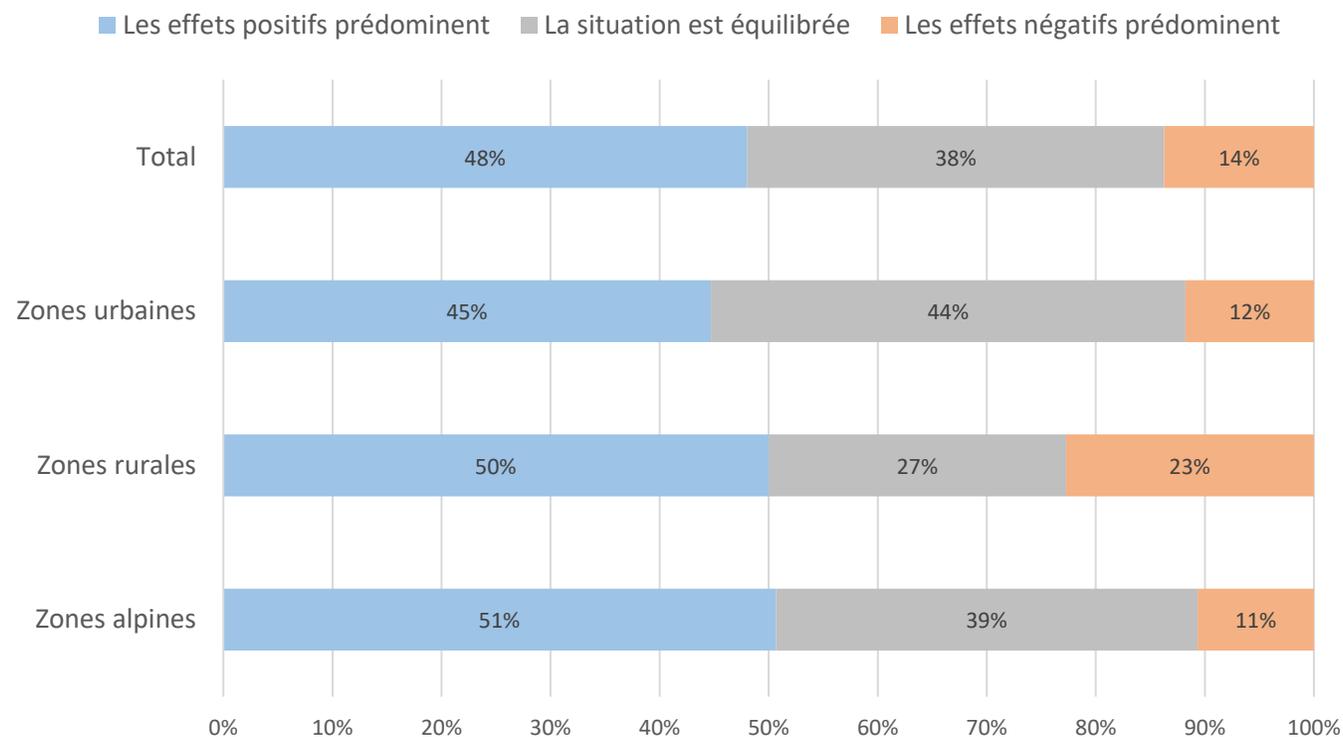


- Plus de la moitié des établissements font état d'une hausse des coûts pour la saison estivale 2025.
- C'est dans l'espace alpin que la proportion d'établissements affichant une hausse des coûts est la plus élevée, mais elle se situe à un très haut niveau dans toutes les zones touristiques.

Réponses (n)	
Total	204
Zones urbaines	86
Zones rurales	44
Zones alpines	74

Comparaison avec la saison estivale de l'année précédente: Évaluation globale positive pour près de la moitié des établissements

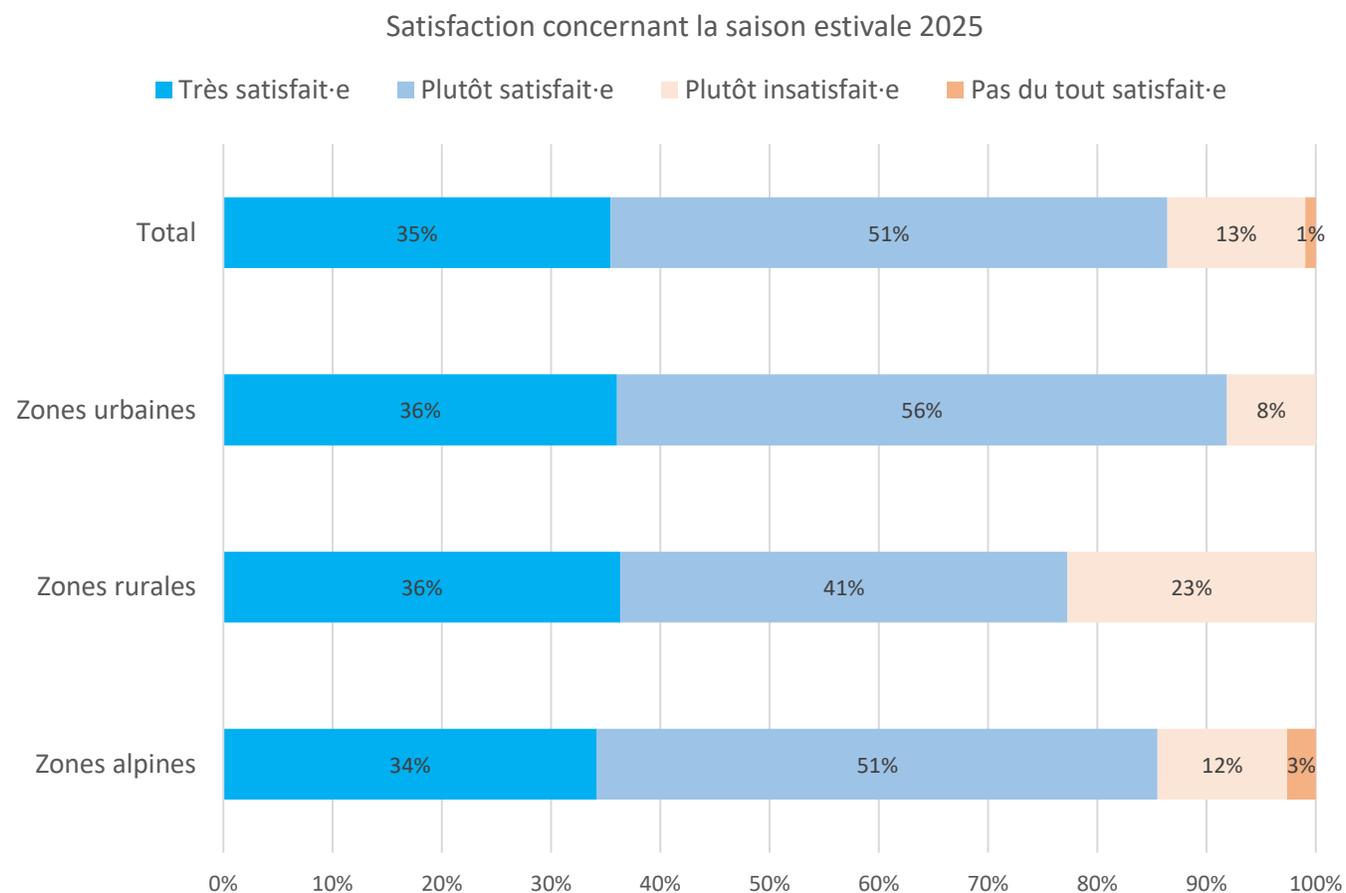
Évaluation globale du chiffre d'affaires et des coûts pour la saison estivale 2025 par rapport à l'année précédente



- L'évaluation globale de l'évolution du chiffre d'affaires et des coûts est positive pour près de la moitié des établissements. Pour 38 % d'entre eux, le résultat est équilibré, tandis que pour 14 %, les effets négatifs prédominent.
- En revanche, dans les zones rurales, les établissements faisant état d'une évolution globale négative sont relativement plus nombreux – les effets négatifs prédominent pour environ un établissement sur quatre.

Réponses (n)	
Total	204
Zones urbaines	85
Zones rurales	44
Zones alpines	75

Déroulement de la saison estivale 2025: Les établissements sont (plutôt) satisfaits



- Environ un établissement sur trois se dit très satisfait du déroulement de la saison estivale écoulée et environ un établissement sur deux est plutôt satisfait.
- La proportion d'établissements moins satisfaits la plus faible se situe dans les zones urbaines et la plus élevée dans les zones rurales.

Réponses (n)	
Total	206
Zones urbaines	86
Zones rurales	44
Zones alpines	76

2. Perspectives: saison hivernale 2025/26



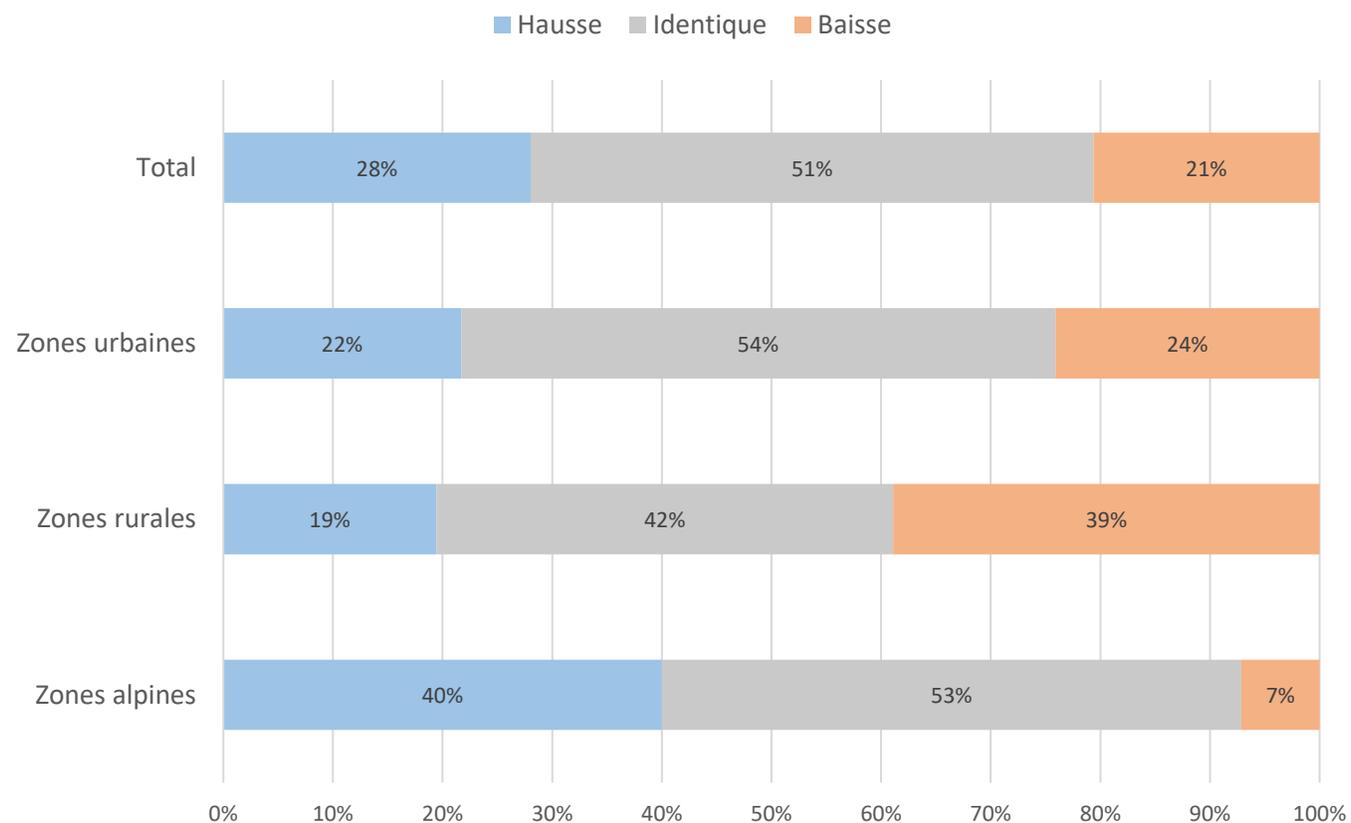
Résumé: perspectives pour la saison hivernale 2025/26

- Les établissements urbains, ruraux et alpins ont des prévisions différentes concernant leur chiffre d'affaires pour la saison hivernale 2025/26. Dans l'espace alpin, de nombreux établissements (40 %) s'attendent à une hausse de leur chiffre d'affaires, tandis que dans les zones rurales, beaucoup d'entreprises (39 %) s'attendent à une baisse.
- Environ un tiers des établissements ont augmenté leurs prix pour la saison hivernale 2025/26 par rapport à l'année précédente. Dans l'espace alpin, cette proportion est comparativement plus élevée (53 %). Les baisses de prix sont rares.
- Les principales raisons des hausses des prix sont l'augmentation des charges de personnel et des coûts d'achat, les nouvelles politiques tarifaires ainsi qu'une demande accrue ou une plus grande propension à payer des hôtes.



Prévisions pour la saison hivernale 2025/26: Différentes attentes concernant le chiffre d'affaires

Prévisions concernant le chiffre d'affaires pour la saison hivernale 2025/26 par rapport à l'année précédente

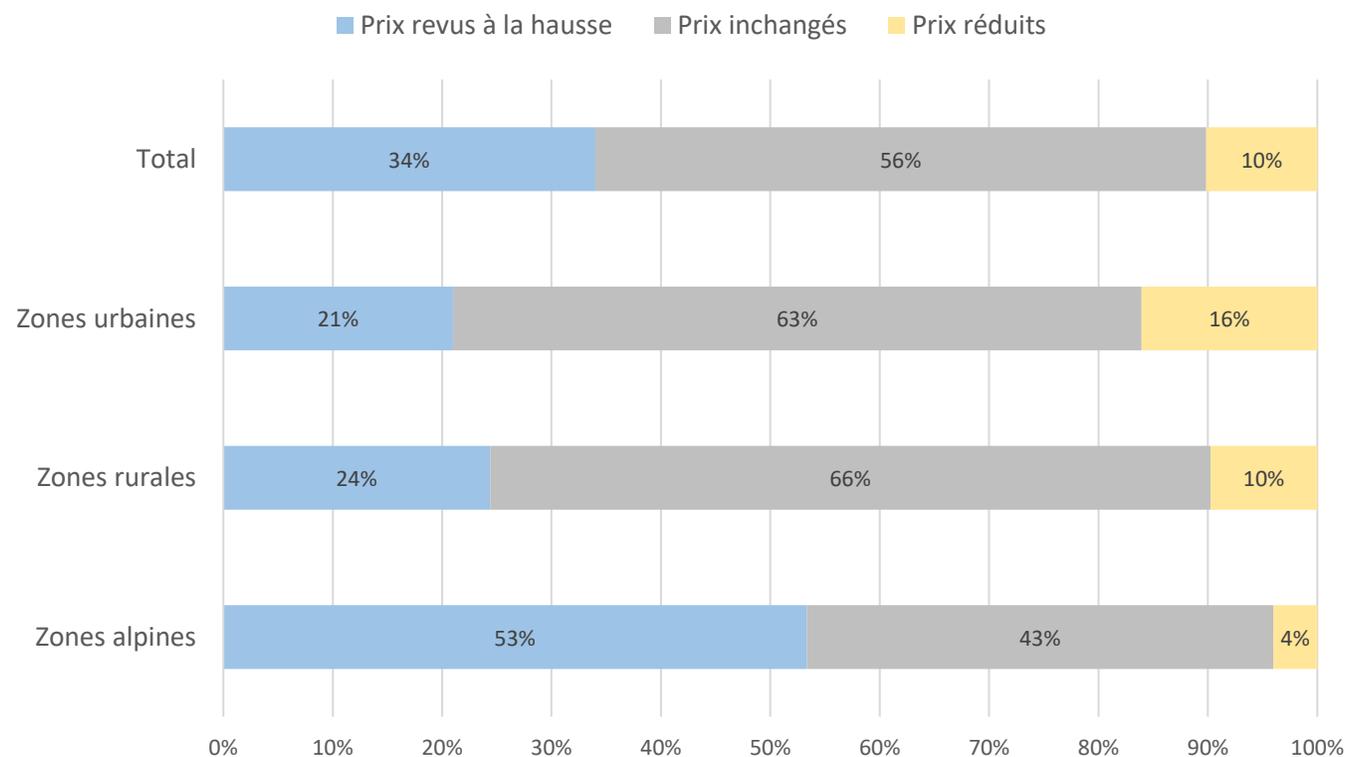


- Les prévisions concernant le chiffre d'affaires pour la saison hivernale 2025/26 varient considérablement d'une zone touristique à l'autre.
- Dans l'espace alpin, plus d'établissements s'attendent à une hausse de leur chiffre d'affaires (40 %), tandis que dans les zones rurales, plus d'entreprises tablent sur une baisse (39 %).
- Dans les villes, le tableau est équilibré.

Réponses (n)	
Total	189
Zones urbaines	83
Zones rurales	36
Zones alpines	70

Adaptations des prix pour la saison hivernale 2025/26: Prix inchangés dans la plupart des établissements

Adaptations des prix pour la saison hivernale 2025/26 par rapport à l'année précédente

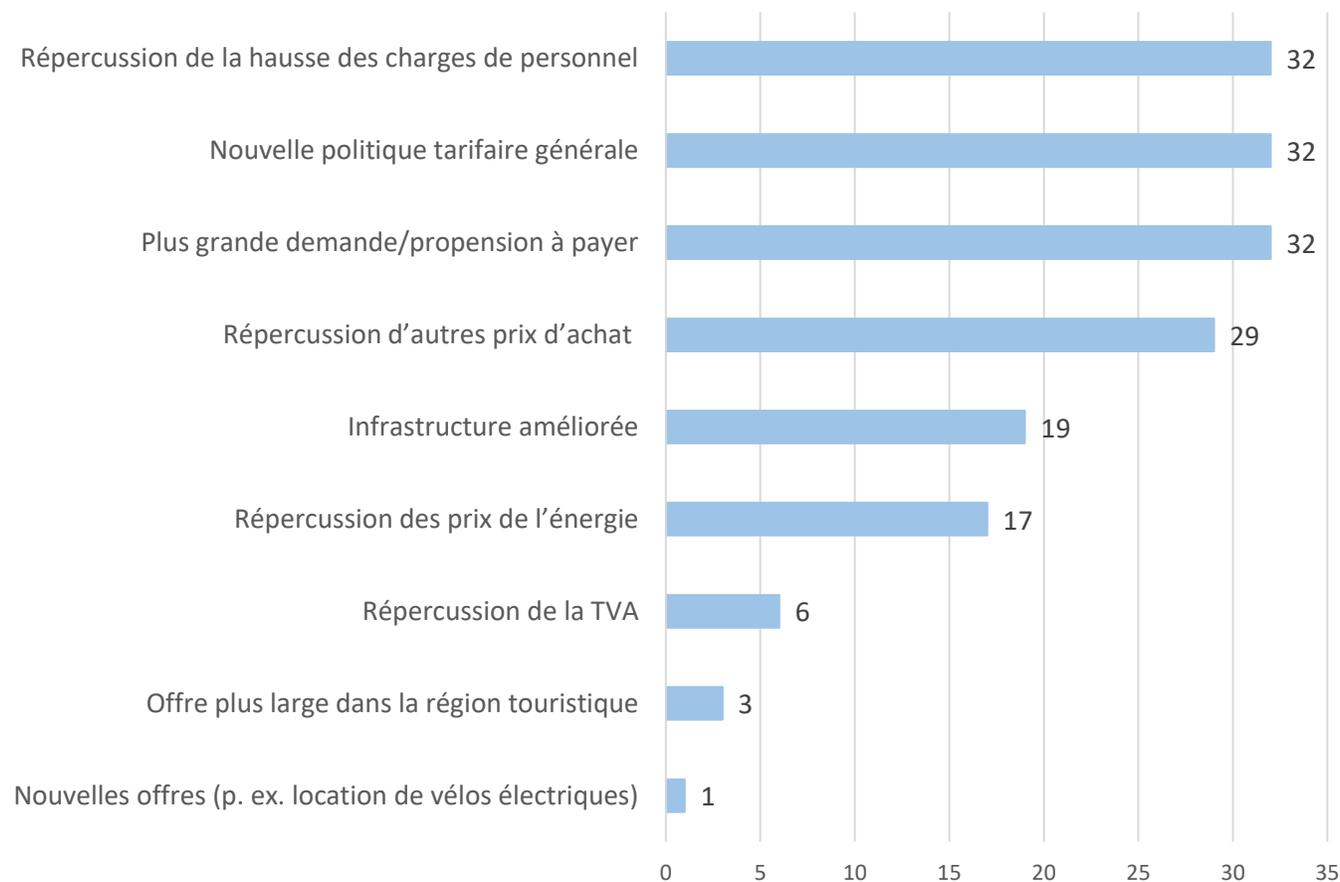


- Plus de la moitié des établissements n'ont pas modifié leurs prix pour la saison d'hiver 2025/26 par rapport à l'année précédente.
- Toutes zones confondues, environ un établissement sur trois a augmenté ses prix, mais dans l'espace alpin, la part des hausses de prix est supérieure à 50 %.
- Peu d'établissements ont baissé leurs prix; dans les villes, cette part est légèrement plus élevée (16 %) que dans les autres zones touristiques.

Réponses (n)	
Total	197
Zones urbaines	81
Zones rurales	41
Zones alpines	75

Hausses de prix dues à divers facteurs

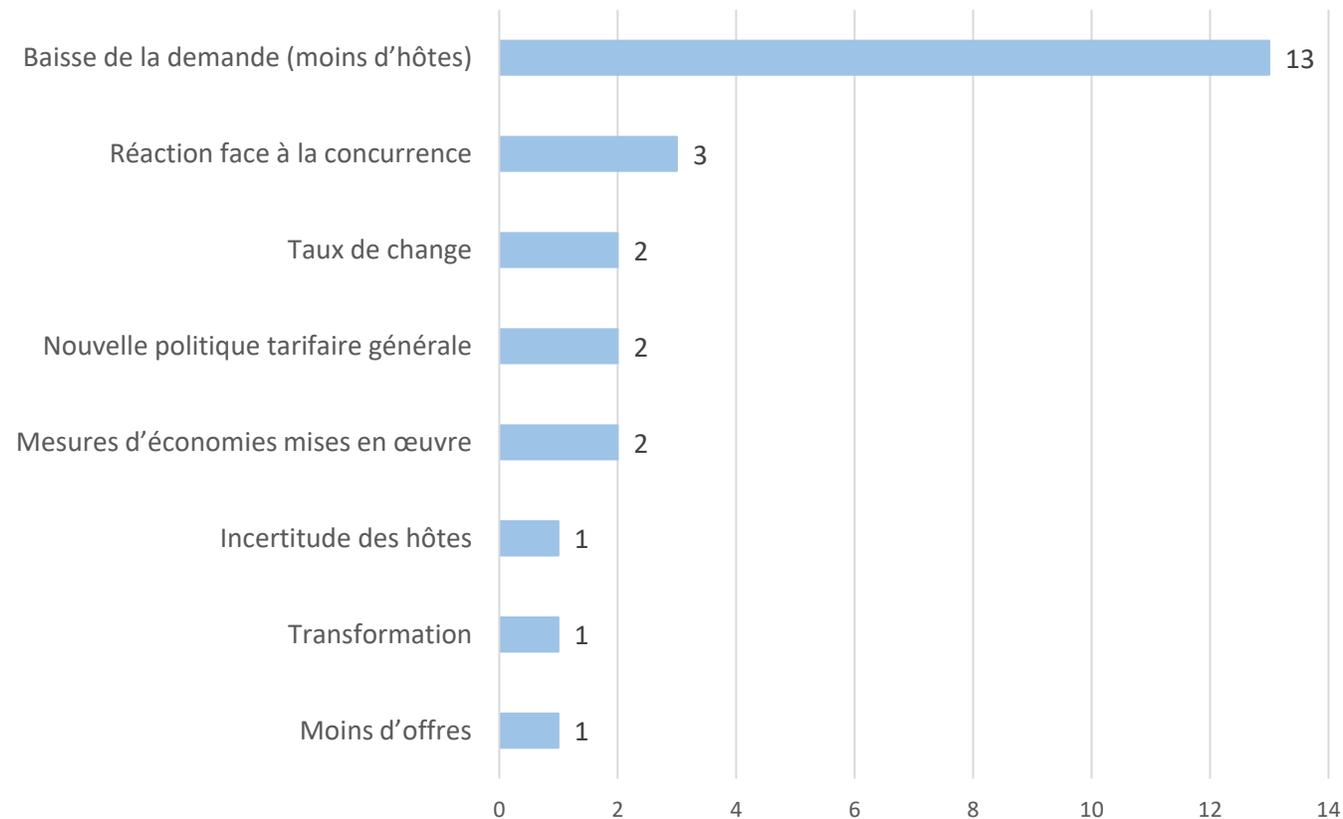
Motifs des hausses de prix (n=67)



- Comme dans les enquêtes précédentes, diverses raisons liées aux coûts figurent parmi les principaux motifs des hausses de prix, en particulier l'augmentation des charges de personnel et des coûts d'achat.
- En outre, de nombreux établissements ont invoqué une nouvelle politique tarifaire ou encore une hausse de la demande ou une plus grande propension à payer.

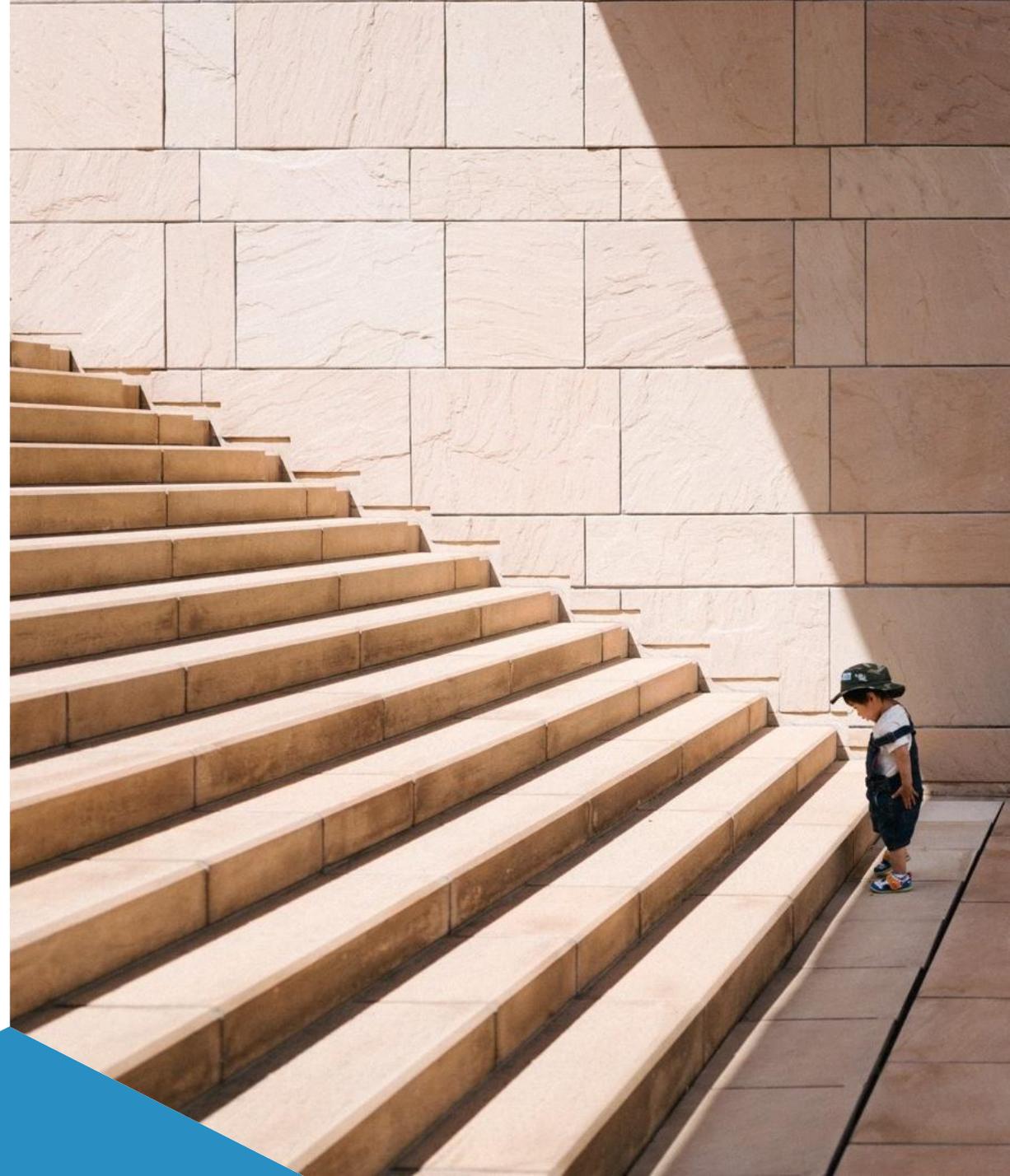
Rares baisses de prix en réaction à la demande

Motifs des baisses de prix (n=20)



- Les baisses de prix ont été rares.
- Les établissements qui ont baissé leurs prix l'ont fait principalement en réaction à la diminution de la demande.

3. Défis de la branche



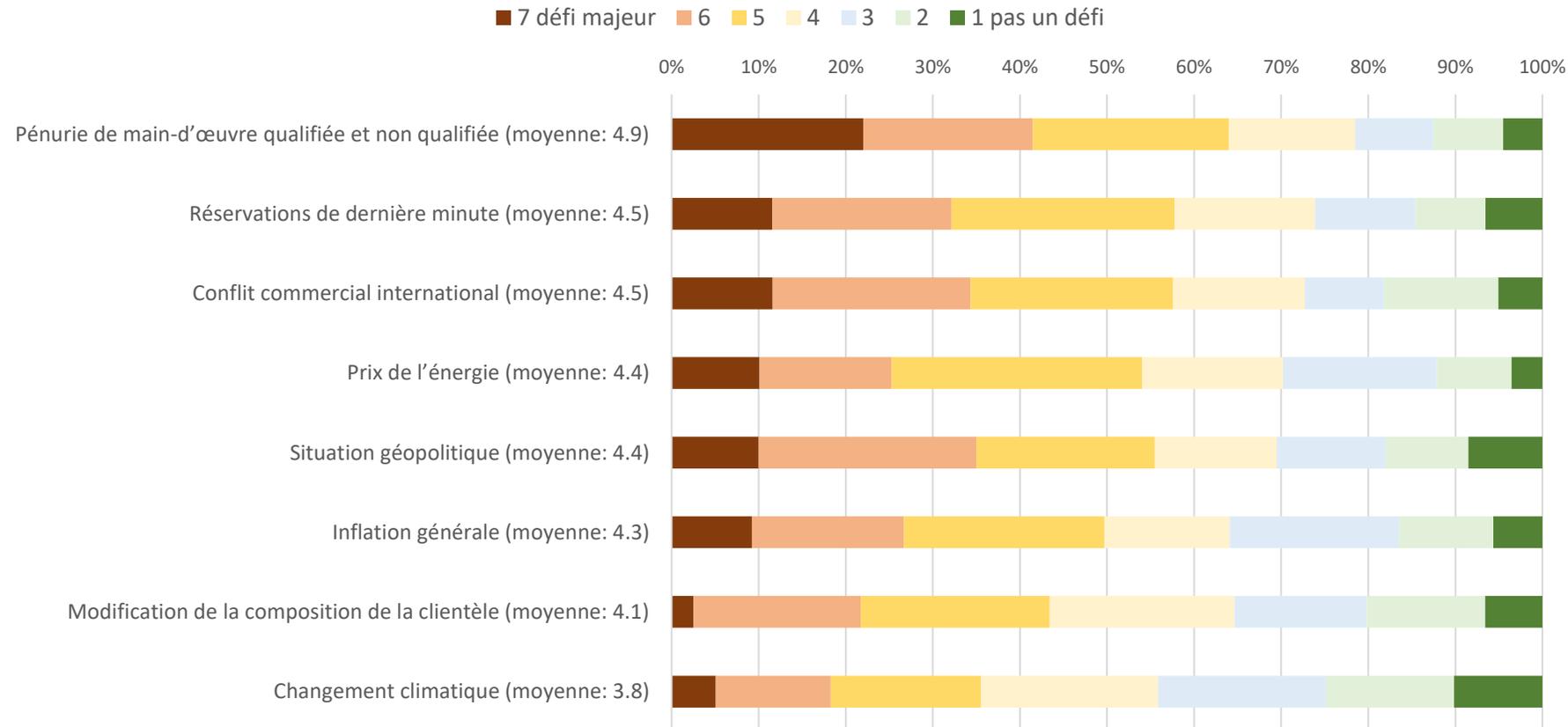
Divers défis: les préoccupations liées à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée dominant

- Les établissements participant à l'enquête ont été interrogés sur les principaux défis auxquels la branche suisse de l'hébergement sera confrontée durant la saison hivernale 2025/26 (voir détails sur la diapositive suivante).
- La pénurie de main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée est à nouveau clairement considérée comme le principal défi.
- Viennent ensuite les défis des réservations de dernière minute, du conflit commercial international, des prix de l'énergie, de la situation géopolitique et de l'inflation générale, auxquels une importance similaire a été accordée.



Divers défis: les préoccupations liées à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée dominant

Évaluation des défis



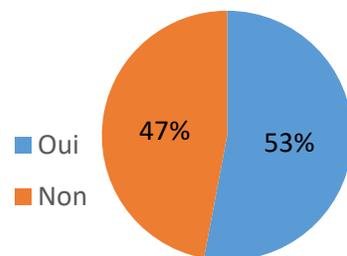
Réponses (n)
Entre 195 et 200

4. Apprenti·e·s

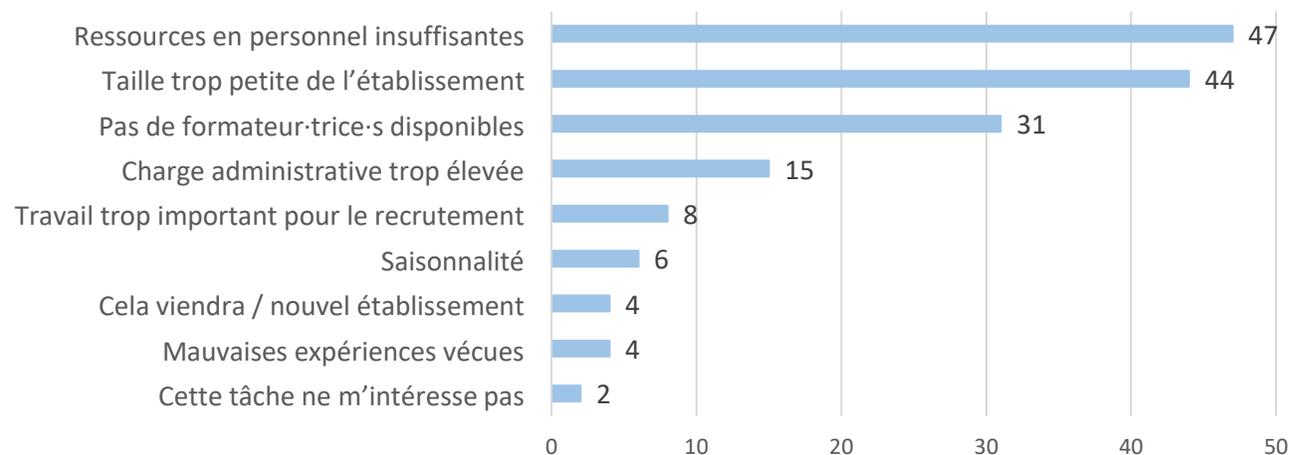


Le manque de ressources en personnel, un obstacle aux formations

Votre établissement est-il une **entreprise formatrice**? (n = 202)



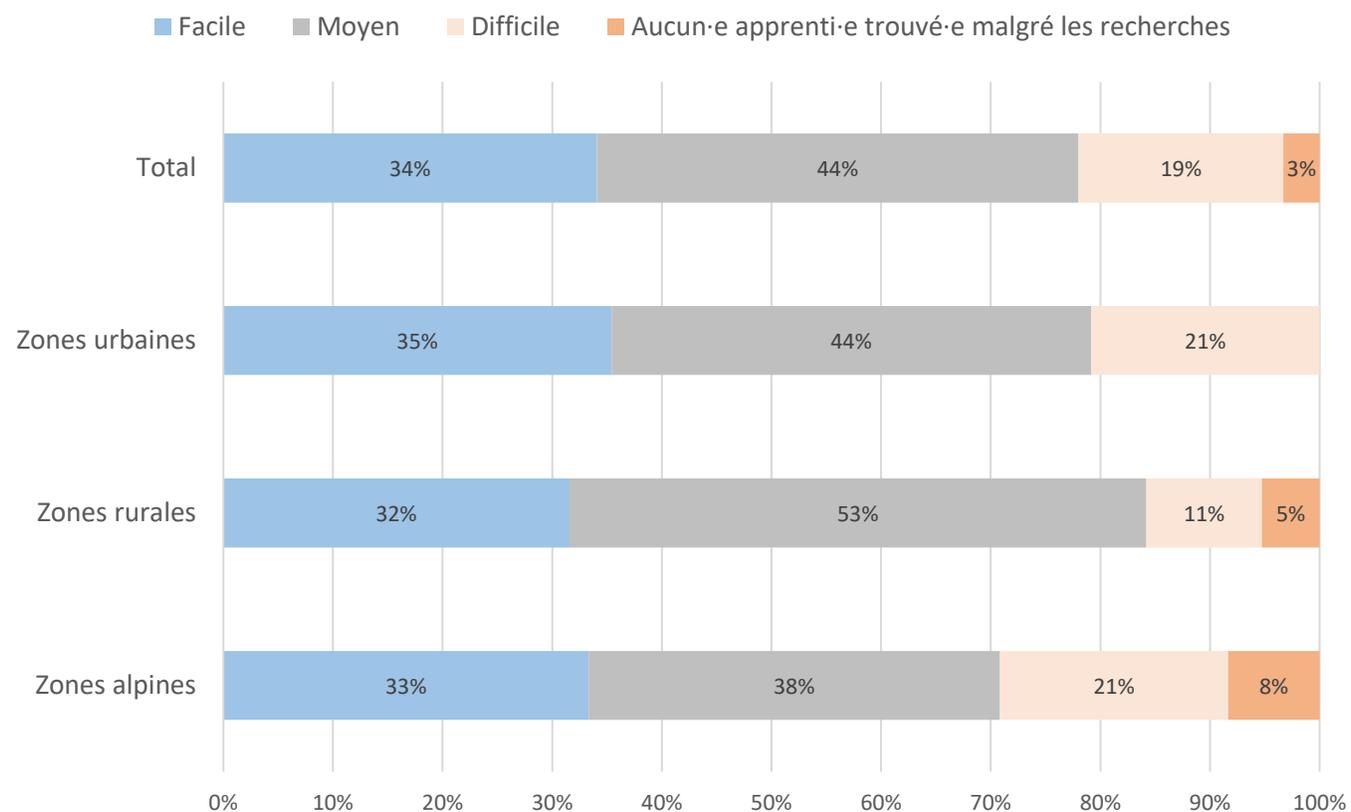
Pour quelles **raisons** votre établissement n'est-il pas une entreprise formatrice? (n=95)



- De nombreuses entreprises ne forment pas d'apprenti·e·s faute de ressources en personnel ou parce qu'elles sont trop petites.
- En outre, la charge administrative et les difficultés liées au recrutement sont souvent citées comme des obstacles.

Les places d'apprentissage sont plus difficiles à pourvoir dans les régions alpines

Comment s'est déroulée la recherche de nouveaux apprentis et apprenties pour la rentrée 2025?

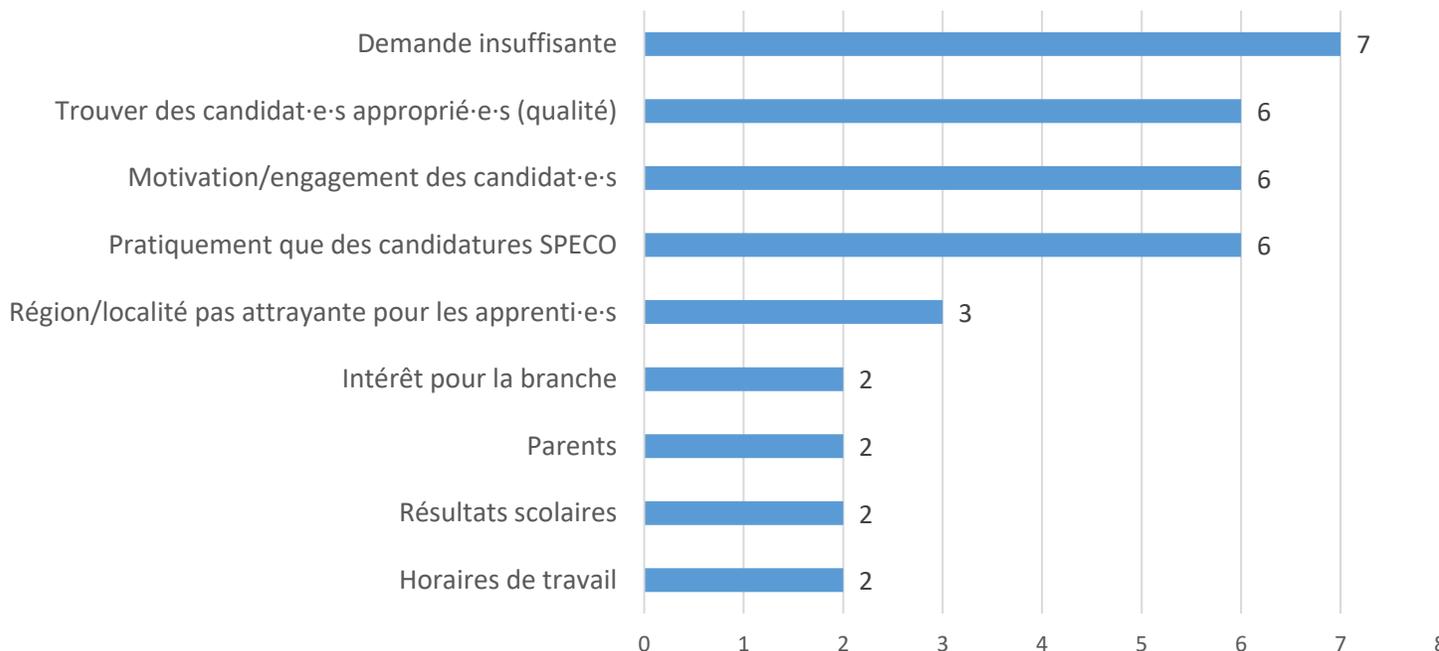


- La recherche de nouveaux apprentis et apprenties a été évaluée positivement dans toutes les régions.
- Ce sont les établissements de l'espace alpin qui peinent le plus à pourvoir leurs places d'apprentissage. Les efforts de recrutement ont même échoué dans 8 % des entreprises formatrices.

Réponses (n)	
Total	91
Zones urbaines	48
Zones rurales	19
Zones alpines	24

Recherche d'apprenti·e·s: le principal défi est le manque de candidatures

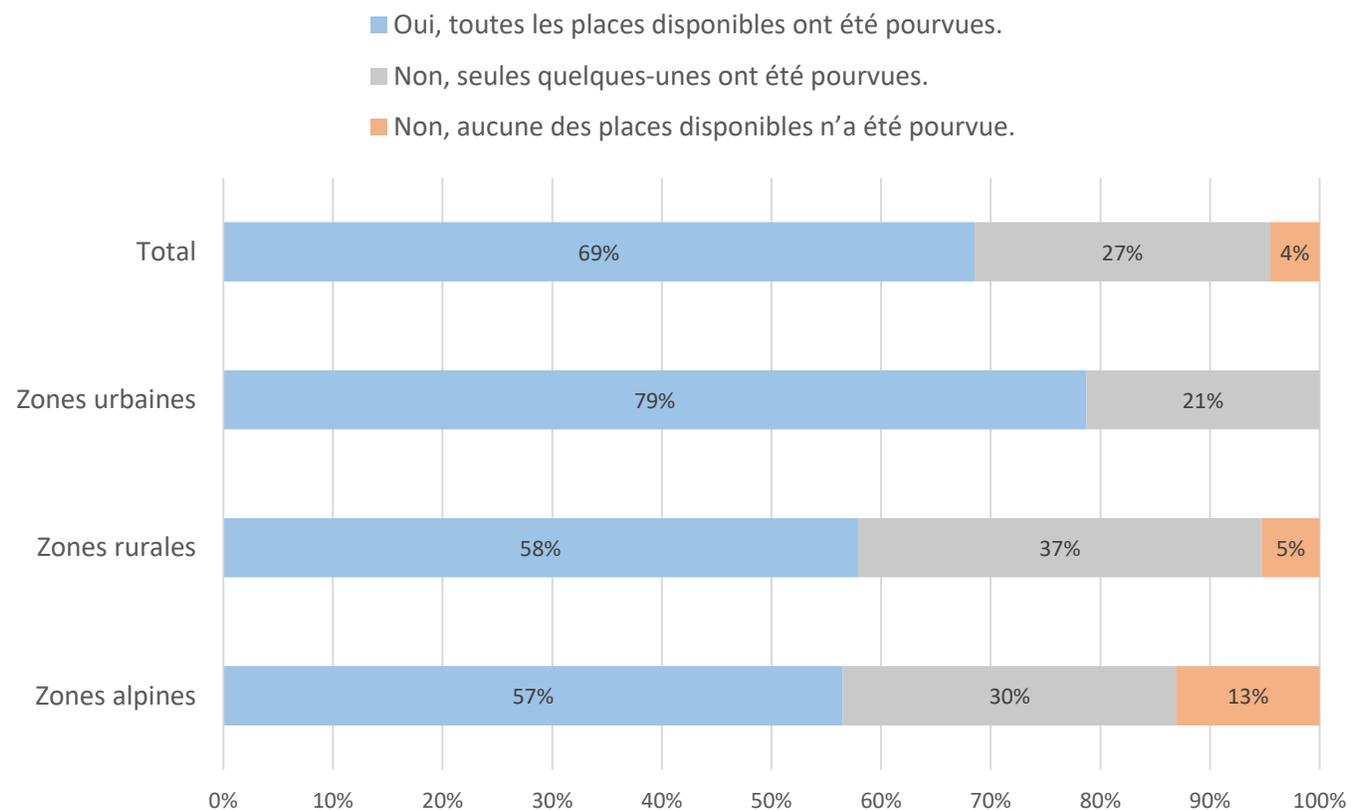
Quels ont été les **principaux défis** rencontrés lors de la recherche de nouveaux apprentis et apprenties? (n=33)



- Les principales raisons invoquées pour expliquer les places d'apprentissage vacantes sont le manque de candidatures ou les candidatures inadaptées.
- La demande unilatérale de places d'apprentissage de spécialiste en communication hôtelière (SPECO) est également mentionnée comme facteur.

La majorité des places d'apprentissage vacantes ont pu être pourvues

Avez-vous pu **pourvoir** toutes les places d'apprentissage disponibles pour la rentrée 2025?

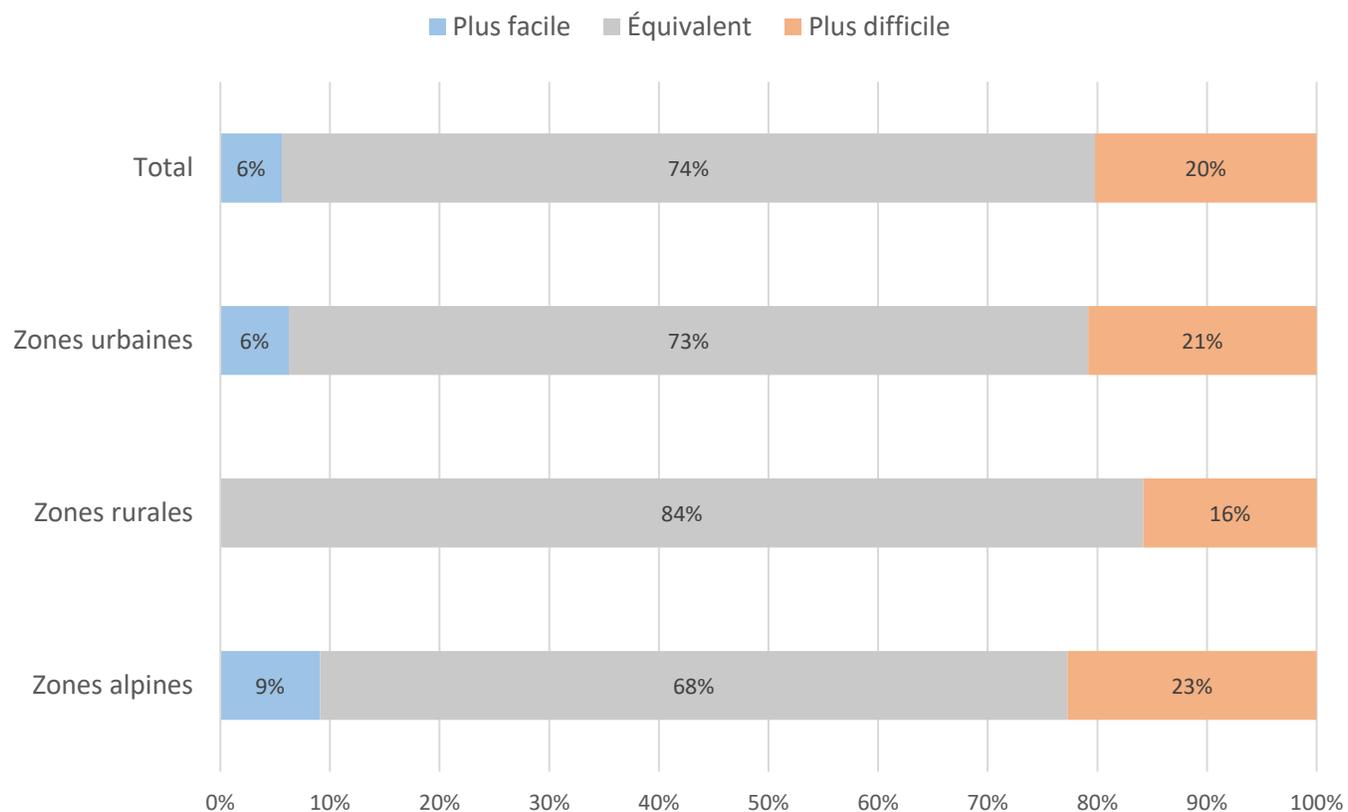


- Deux tiers des établissements ont réussi à pourvoir toutes leurs places d'apprentissage.
- Les établissements urbains en particulier ont indiqué avoir pourvu la totalité ou du moins une partie de leurs places d'apprentissage.
- Cependant, les entreprises des régions rurales et surtout alpines ont plus souvent fait état de difficultés à pourvoir toutes leurs places d'apprentissage.

Réponses (n)	
Total	89
Zones urbaines	47
Zones rurales	19
Zones alpines	23

Le recrutement d'apprenti·e·s est devenu plus difficile

Comment évaluez-vous la situation actuelle en matière de recherche d'apprenti·e·s **par rapport à l'année dernière?**



- Les trois quarts des entreprises interrogées estiment que le nombre de places d'apprentissage pourvues en 2025 est similaire à celui de l'année précédente.
- Environ 20 % des établissements ont indiqué qu'il était plus difficile de pourvoir leurs places d'apprentissage que l'année précédente.

Réponses (n)	
Total	89
Zones urbaines	48
Zones rurales	19
Zones alpines	22

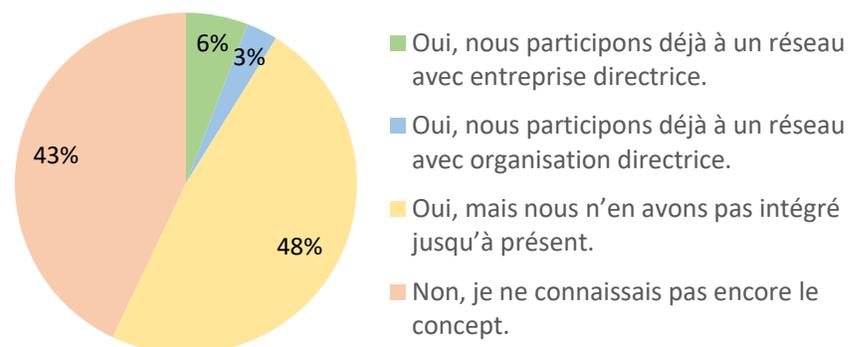
5. Réseaux d'entreprises formatrices



Les réseaux d'entreprises formatrices recèlent un grand potentiel

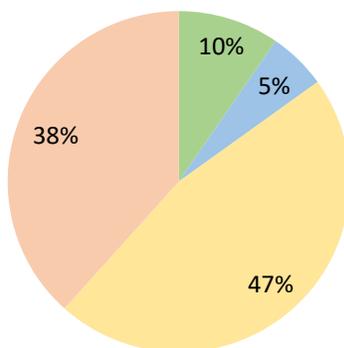
Connaissez-vous déjà le concept des réseaux d'entreprises formatrices avant cette enquête?

Total (n = 170)

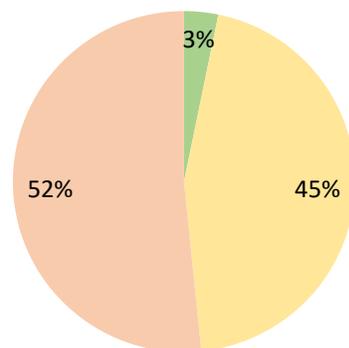


- Près de la moitié des établissements interrogés ne connaissaient pas le concept des réseaux d'entreprises formatrices; c'est dans l'espace alpin qu'il est le moins connu.
- Selon les retours, le concept est le plus répandu dans les zones urbaines. Au total, 15 % des entreprises interrogées ont déclaré faire partie d'un réseau d'entreprises formatrices.

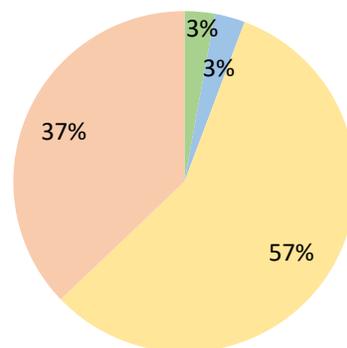
Zones urbaines (n = 73)



Zones alpines (n = 62)



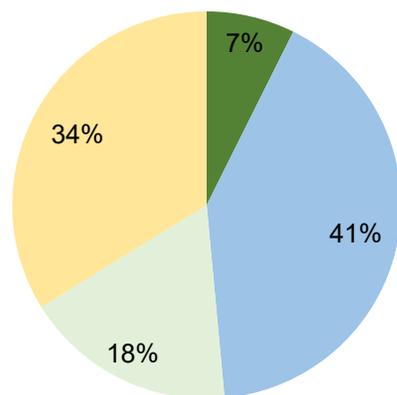
Zones rurales (n = 35)



Les réseaux d'entreprises formatrices suscitent de l'intérêt

Pourriez-vous envisager d'intégrer un réseau d'entreprises formatrices?
question posée aux établissements qui n'y participent pas encore

Réponses des entreprises formatrices
(n = 68)



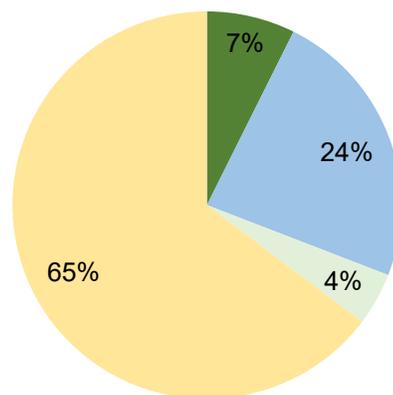
■ Oui, en tant qu'entreprise directrice

■ Oui, en tant qu'entreprise partenaire d'un réseau avec entreprise directrice

■ Oui, à un réseau avec organisation directrice

■ Non

Réponses des entreprises non formatrices (n = 68)



■ Oui, en tant qu'entreprise directrice

■ Oui, en tant qu'entreprise partenaire d'un réseau avec entreprise directrice

■ Oui, à un réseau avec organisation directrice

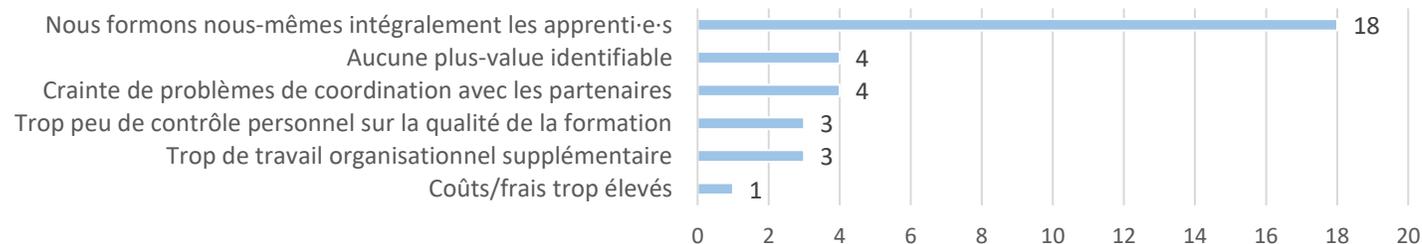
■ Non

- Environ deux tiers des entreprises formatrices interrogées peuvent envisager de faire partie d'un réseau.
- La majorité d'entre elles se montrent intéressées à y participer en tant qu'entreprise partenaire.
- Les établissements qui ne forment pas d'apprenti-e-s actuellement sont également intéressés: environ 35 % d'entre eux envisagent de participer à un réseau d'entreprises formatrices.

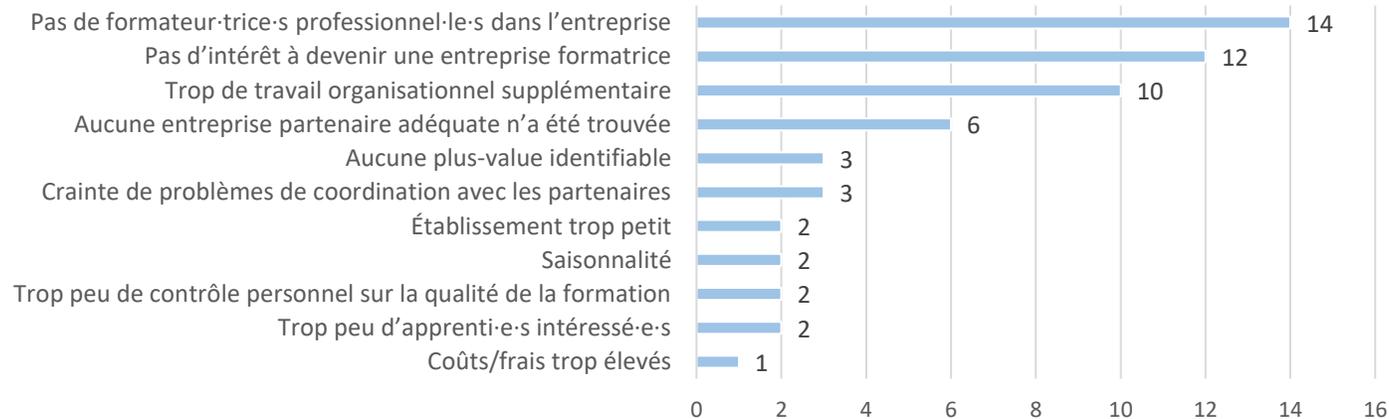
Raisons de la non-participation à un réseau d'entreprises formatrices

Pour quelles **raisons** ne souhaitez-vous **pas** intégrer un réseau d'entreprises formatrices?

Entreprises formatrices (n = 20)



Entreprises non formatrices (n = 35)



- Outre la formation autonome des apprenti·e·s, les entreprises formatrices citent les charges administratives et de coordination supplémentaires comme motifs de non-participation à un réseau d'entreprises formatrices.
- Pour les entreprises qui ne forment pas d'apprenti·e·s actuellement, l'absence de formateur·trice professionnel·le et le manque d'intérêt sont les raisons les plus souvent invoquées.

Les réseaux d'entreprises formatrices recèlent un grand potentiel

- 209 entreprises ont participé à l'évaluation de la situation de l'automne 2025. Deux blocs de questions sur les apprenti·e·s ont été intégrés: les places d'apprentissage pourvues en 2025 et les réseaux d'entreprises formatrices.

• Places d'apprentissage pourvues en 2025 – résultats

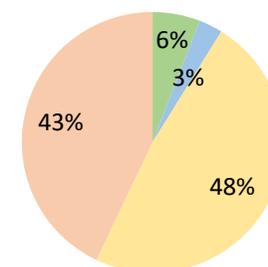
La plupart des places d'apprentissage vacantes ont pu être pourvues. Environ 20 % ont indiqué qu'il était plus difficile de pourvoir leurs places d'apprentissage que l'année précédente. Le principal défi est le manque de candidatures. Ce sont surtout les régions alpines qui rencontrent des difficultés. Le manque de ressources en personnel et la taille trop petite des établissements constituent des obstacles à la formation d'apprenti·e·s.

• Réseaux d'entreprises formatrices – résultats

Près de la moitié des établissements interrogés ne connaissaient pas le concept. Celui-ci est le plus souvent utilisé dans les zones urbaines (15 % des entreprises formatrices urbaines interrogées). Environ 35 % des entreprises non formatrices interrogées peuvent envisager de faire partie d'un réseau.

Connaissez-vous le concept des réseaux d'entreprises formatrices?

Total (n = 170)

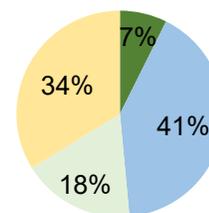


- Oui, nous participons déjà à un réseau avec entreprise directrice.
- Oui, nous participons déjà à un réseau avec organisation directrice.
- Oui, mais nous n'en avons pas intégré jusqu'à présent.
- Non, je ne connaissais pas encore le concept.

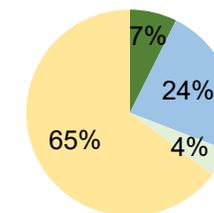
Pourriez-vous envisager d'intégrer un réseau d'entreprises formatrices?

Entreprises formatrices (n=68)

Entreprises non formatrices (n=68)



- Oui, en tant qu'entreprise directrice
- Oui, en tant qu'entreprise partenaire d'un réseau avec entreprise directrice
- Oui, à un réseau avec organisation directrice
- Non



- Oui, en tant qu'entreprise directrice
- Oui, en tant qu'entreprise partenaire d'un réseau avec entreprise directrice
- Oui, à un réseau avec organisation directrice
- Non