

Crise du coronavirus

## Une solution pour assurer la relève

3

### Caractères

Olivier Andenmatten,  
Hannigalp à Grächen

4

### Point fort

Les apprentis sans place  
seront accueillis en classe

9

### Biodiversité

Tapis rouge pour  
les espèces indigènes

11

### Pratique

Privilégiez le contact direct  
avec les ORP!



## Faisons front commun

«Les périodes tourmentées sont derrière nous. Le changement climatique va influencer le choix des destinations de vacances à l'avenir. La faillite de Thomas Cook va modifier les relations entre hôteliers et organisateurs d'événements. Et l'«overtourism», selon certaines estimations, est désormais également présent en Valais – plus précisément à Zermatt. Que ces évolutions soient bonnes ou mauvaises pour nos affaires dépend en fin de compte de la façon dont nous les gérons. Les chances et les risques sont, comme bien souvent, très proches.»

J'ai écrit ces lignes en décembre dernier. A cette époque, le Covid-19 était déjà là, sauf que nous ne le savions pas encore. Personne ne se doutait alors que le confinement allait nous frapper de plein fouet en mars. Pourtant, la réflexion du moment était bien juste: les chances et les risques sont très proches.

**«Il faudra faire preuve de souplesse et d'agilité. Nous devons tout remettre en question, tout repenser.»**

Il est indispensable de faire front commun et de nous battre pour notre branche. Pendant ces derniers mois, toutes les parties ont fait preuve d'un grand engagement: Patrick Béro et son équipe, le Canton et ses services, HotellerieSuisse en collaboration avec d'autres associations touristiques, la Confédération, les banques... Je tiens à les remercier tous pour leurs efforts.

La crise n'est pas terminée. Même si bon nombre de nos membres – mais pas tous! – ont bien travaillé en juillet et août, les prochains mois et années vont être exigeants. L'objectif est de développer des solutions avec des projets et des idées communes permettant de renforcer l'hôtellerie valaisanne et le tourisme de montagne, afin de les rendre encore plus attractifs. Pour ce faire, il faudra faire preuve de souplesse et d'agilité. Nous devons tout remettre en question, tout repenser. Je suis convaincu que nous pouvons y parvenir.

Acceptons les défis et saisissons les nouvelles opportunités.



**Markus Schmid**  
Président AHV

## Projet Ski-safari

### Tous les hôtels en profitent!

Connaissez-vous le forfait Ski-safari? Cette offre comprend quatre à cinq nuitées dans un hôtel et 3 à 4 journées de ski. Le visiteur peut choisir son hébergement et concocter son programme de ski journalier sur l'ensemble du Valais. Commercialisé depuis 2018, ce produit est le fruit d'une coopération entre les Remontées Mécaniques du Valais, l'Association hôtelière du Valais et Valais/Wallis Promotion (VWP).

“ Les possibilités de réservation sont facilitées et l'hôtelier peut se concentrer sur l'accueil du client.

Mathias Fleischmann

#### Forfait payable en ligne

Jusqu'ici, les hôteliers intéressés devaient s'annoncer pour participer, puis prendre en charge plusieurs démarches administratives. Nouveauté cet hiver: tous les hôtels enre-

gistrés dans le système de réservation booking-valais seront automatiquement intégrés dans l'offre Ski-safari (prix au cours du jour), via la «Place de marché digitale Valais». Cette plateforme sera prochainement mise en place par VWP pour vendre les produits touristiques du canton. Elle permettra au client de payer son forfait en ligne. VWP règlera ensuite l'hôtelier. Aucune commission ne sera prélevée. «Avec ce système, les possibilités de réservation sont facilitées, l'administration est réduite et l'hôtelier peut se concentrer sur l'accueil client» résume Mathias Fleischmann, manager «Expériences et marchés» chez VWP. En étant plus simple d'accès, Ski-safari a des chances d'obtenir l'intérêt qu'il mérite.

Les hôteliers qui ne souhaitent pas être intégrés dans l'offre Ski-safari doivent en informer l'AHV jusqu'à fin septembre.

## Crise du coronavirus

### La branche exige des mesures d'aide

Selon une enquête du Centre de recherches conjoncturelles (ETHZ), le nombre de nuitées va s'effondrer de 30% cette année. Avec ses marges étroites, l'hôtellerie est particulièrement fragilisée. Or, aucun soutien spécifique ne lui a été accordé. HotellerieSuisse a préparé une feuille de route, qui contient 16 revendications pour sortir de la crise. En urgence: le prolongement des indemnités en cas de réduction de l'horaire de travail (RHT). Début juillet, le Conseil fédéral a accepté d'étendre de 12 à 18 mois les périodes de décompte pour percevoir ces indemnités. Reste à se battre pour les personnes indépendantes (statut employeur) et celles à contrat limité, afin qu'elles puissent obtenir leur indemnité forfaitaire au minimum jusqu'à fin 2021.

Autre priorité: l'allègement de la dette pour les crédits COVID, en cas de difficulté. «Les entreprises qui, avant la crise, étaient concurrentielles et disposaient d'un modèle d'affaire sain devraient être totalement ou partiellement dispensées du remboursement des crédits d'urgence simples», estime le comité exécutif d'HotellerieSuisse dans sa

prise de position. Cette demande devrait faire l'objet d'une intervention parlementaire en septembre.

“ En cas de difficulté, les hôtels concurrentiels devraient être dispensés de rembourser les crédits d'urgence.

Comité exécutif HotellerieSuisse

Les mesures à moyen et à long terme touchent les conditions-cadres de la politique économique, comme l'allègement des réglementations, la limitation des charges salariales ou le maintien des frontières ouvertes. HotellerieSuisse exige l'abolition de l'ilot de cherté (initiative pour des prix équitables) et appelle le Conseil fédéral à s'engager contre les pratiques abusives des plateformes de réservation en ligne (motion Bischof). Deux chevaux de bataille qu'elle n'a pas l'intention de lâcher et qui devraient trouver réponses et décisions ces prochains mois à Berne.



Feuille de route pour la politique économique de l'après-crise disponible sur [hotelleriesuisse.ch](http://hotelleriesuisse.ch)



## Olivier et Sandra Andenmatten, 3 étoiles Superior Actif Hotel & Spa Hannigalp à Grächen



«La polyvalence des SPECO est précieuse pour les petits hôtels»

**Olivier Andenmatten dirige l'hôtel familial Hannigalp à Grächen avec sa femme Sandra. Engagé pour la branche, il est expert aux examens d'apprentissage et participe au groupe de travail «Reorg 2020» de l'AHV.**

Après avoir terminé son apprentissage de cuisinier à Zermatt, Olivier Andenmatten obtient sa patente de restaurateur et hôtelier. Il décide de poursuivre sa carrière au sein de l'entreprise de ses parents. Il en reprend la direction en 1998, assurant ainsi l'héritage familial de l'hôtel Hannigalp en tant que représentant de la quatrième génération.

En 2007, il construit une nouvelle aile et rafraîchit les chambres existantes. Les rénovations se succèdent tous les un à trois ans. En 2015, par exemple, l'espace spa a été étendu à 500 mètres carrés et deux grandes suites familiales ont été ajoutées.

### Activités sportives pour tous

Olivier est marié à la Bernoise Sandra, fleuriste de formation, qui a travaillé dans l'hôtellerie à Saas-Fee. «Je suis une femme à tout faire», dit-elle en riant. En plus de la garde de leurs deux fils, elle se tient toujours à disposition pour un coup de main. «Dès qu'il y a un souci, je suis là.» Elle s'investit dans la décoration intérieure. Avec beaucoup de savoir-faire, d'expérience et de passion, elle embellit les chambres, les salles à manger et

bien plus encore. «Ici, je peux mettre en pratique tout ce que j'ai appris», s'enthousiasme Sandra, «non seulement en tant que fleuriste, mais aussi en tant que masseuse diplômée.»

De son côté, Olivier s'occupe de la stratégie, des finances, du marketing et des achats. L'hôtel se positionne depuis des années avec l'appellation «Active» et propose aux clients de tous âges des activités physiques: e-bike, court de tennis, trampoline, spa, salle de fitness. De plus, les Andenmatten organisent des séjours de jass, randonnées, trail running et e-bike.

### Au service de la relève et de l'association

Une douzaine d'employés et trois apprentis SPECO œuvrent pour le bien-être des hôtes. Olivier prend son rôle de maître d'apprentissage très à cœur. «Il vaut mieux bien former nos jeunes plutôt que de se plaindre du nombre élevé de personnel étranger dans l'hôtellerie.» C'est pourquoi il s'engage comme expert aux examens d'apprentissage depuis quatre ans. «La polyvalence des SPECO est précieuse pour les petits hôtels. En troisième année, nos apprentis prennent tout

seul en charge le service du petit déjeuner, c'est-à-dire le processus complet de conseil, de commande, de service et d'encaissement. Ainsi, ils apprennent à s'organiser et à prendre des responsabilités.»

«Les hôteliers ne devraient pas seulement être membres de l'AHV en raison des rabais accordés par Hotela, mais surtout parce que l'affiliation leur apporte une réelle plus-value.»

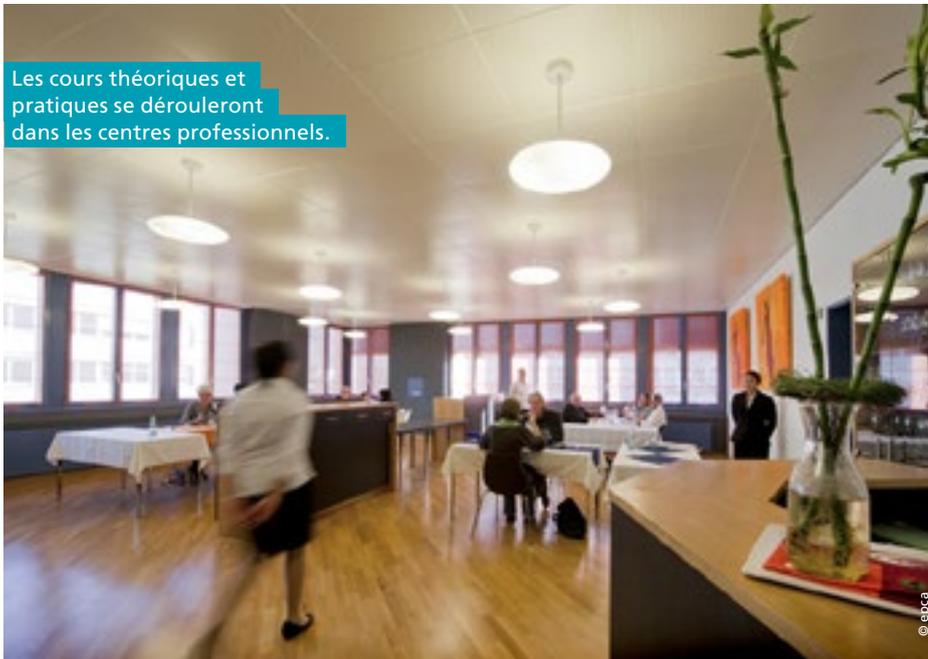
L'hôtelier de Grächen fait aussi partie du groupe de travail «Reorg 2020», qui réfléchit à la manière dont l'AHV peut encore mieux répondre aux besoins de ses membres. Olivier en est convaincu: «Les hôteliers ne devraient pas seulement être membres de l'AHV en raison des rabais accordés par Hotela, mais surtout parce que l'affiliation leur apporte une réelle plus-value.» Actif depuis plusieurs mois, le groupe de travail composé de dix membres présentera ses réflexions et propositions au Comité cantonal cet automne.



## Apprentissage SPECO

# Une solution pour préserver la relève

Les cours théoriques et pratiques se dérouleront dans les centres professionnels.



**Les places d'apprentissage manquent cette année. Pour permettre aux jeunes qui n'ont pas été engagés de débiter leur formation malgré tout, le cursus SPECO a été adapté. La première année se passera à l'école, le temps que la situation se détende.**

La crise liée au coronavirus affecte les possibilités de formation et de relève. Seule une poignée d'hôtels valaisans propose des places d'apprentissage cette année, soit deux tiers de moins que d'habitude. «Dans ce climat d'incertitude, les patrons sont principalement préoccupés par leur survie. Ils n'ont pas forcément le temps ni l'énergie d'engager et de former un apprenti», constate Claude Pottier, le chef du Service de formation et d'orientation professionnelle (SFOP) de l'Etat du Valais. De plus, les stages de printemps, qui jouent un rôle décisif dans le choix d'une voie professionnelle, n'ont tout simplement pas eu lieu. L'Association hôtelière du Valais a vu dans cette situation de sérieux risques pour l'avenir de la branche. «Sans possibilité de se former, les jeunes risquaient de se détourner du métier hôtelier, avec des conséquences désastreuses pour les ressources futures des hôtels», explique Patrick Bérod, directeur de l'AHV.

Une solution a été trouvée avec le SFOP pour cette rentrée 2020. Le CFC «Spécialiste en communication hôtelière» (SPECO) a été adapté pour des jeunes sans place d'apprentissage: la première année se déroulera au Centre professionnel avec des stages en entreprise et les deux suivantes en mode dual. Une formule facile à mettre en place, car identique à celle qui prévalait pour l'ancien apprentissage HGA. «Elle présente l'avantage de laisser du temps aux hôteliers. Nous en-

treprendrons les démarches nécessaires pour organiser des stages. Et dans une année, nous espérons que chaque apprenti aura trouvé un hôtel pour continuer sa formation», résume Claude Pottier. Patrick Bérod partage le même espoir et lance un appel à tous les hôteliers valaisans: «L'année prochaine, lorsque ces jeunes se présenteront à vous, faites-leur une place, que ce soit pour un stage ou un apprentissage.»

“ Les hôteliers préoccupés par leur survie n'ont actuellement ni le temps ni l'énergie de former un apprenti. Cette formule présente l'avantage de leur laisser du temps.

Claude Pottier, chef du SFOP

### 20 jeunes concernés

Le processus habituel d'orientation des jeunes ayant été interrompu par la crise sanitaire, il a fallu trouver d'autres moyens pour éveiller leur intérêt. Le SFOP a lancé un appel à candidatures directement auprès des cycles d'orientation et le Centre professionnel s'est chargé de sélectionner les personnes les plus aptes et les plus motivées. Une vingtaine d'apprentis vont ainsi bénéficier de ce parcours adapté à la crise, une quinzaine dans le Valais romand et cinq dans le Haut-Valais. Les jeunes qui ont réussi à trouver une place d'apprentissage (une dizaine seulement pour l'ensemble du canton) suivront le cursus habituel du SPECO.

Selon Claude Pottier, l'image de la profession aurait également besoin d'être redorée. «Aujourd'hui, les jeunes qui aiment le contact s'orientent vers des métiers sociaux et négligent les métiers du tourisme. Ils pourraient pourtant trouver leur bonheur dans l'hôtellerie. Nous devons surtout convaincre leurs parents, qui ont une forte influence dans leur choix.» Au-delà de la crise sanitaire, c'est donc à un travail de fond que la branche doit s'atteler pour assurer son avenir.

“ L'année prochaine, lorsque ces jeunes se présenteront à vous, faites-leur une place, que ce soit pour un stage ou un apprentissage.»

Patrick Bérod, directeur de l'AHV

## Témoignages

# La première volée décolle

17 jeunes ont décroché le nouveau CFC «Spécialiste en communication hôtelière» (SPECO) cet été. Deux d'entre eux évoquent leur vision du métier ainsi que leurs projets d'avenir.

**Pierre Schmutz, 18 ans**

### «Le service, c'est un partage»

Cette fin d'apprentissage s'est déroulée dans des conditions inhabituelles. En raison des mesures sanitaires, les examens ont été réduits à l'essentiel. Une aubaine pour Pierre Schmutz: «L'évaluation portait sur ce que je préfère, la pratique de la réception, donc la base du métier!» Le nouveau spécialiste en communication hôtelière voit ce cursus de trois ans comme une formidable école de vie. Né à Anzère dans une famille active dans le tourisme, il a choisi la voie de l'hôtellerie «parce que j'aime le contact avec les gens et parce que les horaires irréguliers ne me dérangent pas du tout.»

L'adolescent quitte la maison à l'âge de 15 ans pour suivre son apprentissage à l'Hôtel Europe de Zinal. «L'équipe de l'hôtel a été géniale avec moi. J'étais «le petit» de tous. Ils m'ont intégré dans la vie du village au point que je me sens un vrai Anniviarid aujourd'hui.»

L'apprenti descend en plaine entre un à deux jours par semaine pour les cours au Centre professionnel. «Cette alternance théorie-pratique dès la première année est très bénéfique. Ce rythme permet de couper la semaine et d'enregistrer les connaissances au fur et à mesure, en lien avec le terrain.»

Ce métier, Pierre l'aime pour son aspect relationnel et son cadre apaisant. «Nous travaillons pour des gens en vacances, nous contribuons à leur bien-être, c'est très valorisant. Je vois le service comme un partage, pas comme une obligation ou une soumission.» Son CFC en poche, Pierre Schmutz rêve de poursuivre ses études et de voyager. Prochaine étape, obtenir sa maturité professionnelle. Puis multiplier les expériences en hôtellerie à l'étranger, en Nouvelle Zélande et au Canada de préférence.



**Mirjam Walter, 18 ans**

### «Les cours blocs, c'est génial!»

«Le contact avec les personnes, la pratique des langues étrangères, la possibilité de pouvoir travailler à l'étranger, voilà autant d'arguments qui ont été décisifs dans mon choix professionnel. Après cinq stages différents, je me suis dit: la formation SPECO correspond exactement à ce que je veux. Et aussitôt j'ai décroché une place d'apprentissage dans mon hôtel favori, le 4 étoiles Christiania à Zermatt.»

Après une année d'école, je me suis lancée à plein régime dans le stage pratique, avec un solide bagage de connaissances théoriques. Les cours blocs hors saison étaient super: je pouvais m'impliquer pleinement pendant la haute saison et me concentrer ensuite sur l'école pendant six semaines.

J'aime mon métier, surtout les tâches liées au contact client: l'accueil et le service. L'apprentissage a été fantastique. Certes, quelques aspects comme la communication entre l'entreprise formatrice et l'école sont encore susceptibles d'amélioration, mais il s'agit là certainement de «problèmes de démarrage» liés à la première volée.

En août, je débute la maturité professionnelle d'une année, mais par la suite, je pars à l'étranger, de préférence en Grande-Bretagne! Le métier de SPECO n'est sans doute pas connu au-delà de nos frontières. Cependant, mes connaissances et compétences sauront certainement convaincre là aussi.»



## Communication digitale

# Les hôtels bientôt intégrés à la Valais Community



**Les packages proposés par les hôtels valaisans sont absents des réseaux sociaux officiels du tourisme valaisan. A la demande de l'AHV, un poste de community manager va être créé chez Valais/Wallis Promotion pour mettre ces offres en valeur.**

Depuis quelques années, Valais/Wallis Promotion (VWP) lance ses propres forfaits touristiques, qui bénéficient d'une large visibilité digitale. De leur côté, les hôteliers valaisans créent des offres alléchantes, avec nuitées, repas et activités autour de leur établissement. Mais souvent, ils n'ont ni le temps ni les moyens de les faire connaître au-delà du cercle de leurs clients habituels. Pour y arriver, il faut pouvoir compter sur des professionnels des médias sociaux, qui connaissent les subtilités du système et savent placer les offres auprès du bon public cible. C'est pourquoi l'Association hôtelière du Valais (AHV) a proposé à VWP d'engager une personne spécialisée, qui aurait pour mission de coordonner et de relayer les différentes publications des établissements sur les réseaux officiels de la Valais Community (lire encadré). Ce «community manager» pourrait également conseiller chaque hôtelier dans la gestion de ses comptes Facebook, Instagram ou Twitter.

### Des avantages pour les hôteliers

Pour les hôtels, ce projet ne compte que des avantages: ils bénéficient des services d'un professionnel des médias sociaux et peuvent réutiliser son travail pour leur propre communication. Ils voient leurs offres largement partagées sur les réseaux et sur le «market place» de VWP. Enfin, ils profitent d'un nouveau canal de distribution avec possibilité d'économiser sur les commissions versées aux OTA.

De son côté, VWP y trouve également son compte. L'organisation dispose d'offres concrètes réservables sur le net et sur son market place (une place de marché qui vendra des produits touristiques valaisans en ligne d'ici la fin de l'année). Elle peut catégoriser ces produits selon ses propres critères et gagner en attractivité auprès des membres de la Valais Community.

Bien sûr, cette solution a un coût. Pour financer une phase pilote, l'AHV propose de solliciter le Canton et Innoutour à hauteur de 40%. Elle-même mettra la main au portemonnaie pour 20%, et VWP s'engage à faire de même. Le solde sera assuré par les hôteliers participants au projet.

Reste à construire plus précisément le cahier des charges du community manager et sa collaboration quotidienne avec les établissements. De quoi les hôteliers ont-ils besoin et pour quels objectifs? Afin de poser le projet-pilote sur les bons rails, l'AHV et VWP vont constituer un groupe de travail dès fin août. Lancement prévu au début de l'an prochain.

## La Valais Community, c'est quoi?

La Valais Community rassemble tous les amoureux du Valais via les réseaux sociaux. Elle y communique bons plans et événements, met en valeur les produits de la marque Valais ainsi que des forfaits touristiques. L'objectif est de promouvoir tout ce que le canton peut offrir, mais aussi d'inciter les consommateurs à partager leurs photos, commentaires et expériences. Valais/Wallis Promotion gère des comptes sur Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, TikTok et LinkedIn. Avec une belle puissance d'action, puisque le compte Valais Wallis de Facebook est suivi par 123 000 personnes.



*Le community manager a pour missions d'animer et de fédérer des communautés sur les réseaux sociaux, au service d'une marque.*



## Coûts liés aux OTA

# Réservation directe ou Booking & Co ?

Les puissants intermédiaires tels que Booking, trivago ou ebookers amènent des clients pour des frais élevés. HotellerieSuisse a lancé une campagne de promotion pour favoriser les réservations directes et ainsi réduire les coûts pour les hôteliers.

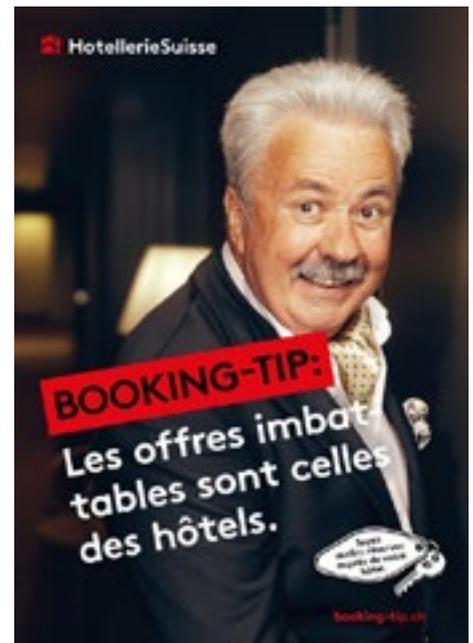
La collaboration avec les Online Travel Agencies (OTA) apporte de nombreux avantages: des hôtes provenant de tous les continents, des processus simples et des lits remplis à (presque) tout moment de l'année. Le prix à payer par les hôteliers est cependant élevé. Si l'hôtel est bien référencé, les frais s'élèvent entre 10 et 25% du chiffre d'affaires.

Est-il donc judicieux pour l'hôtelier de se concentrer davantage ou même exclusivement sur la réservation directe? Cela permettrait de supprimer des frais, mais impliquerait de nouvelles dépenses en termes techniques et publicitaires. Finalement, la question se pose: la réservation directe coûte-t-elle vraiment moins cher à l'hôtelier que les commissions OTA? Notre assemblée générale du 15 septembre prochain devait mettre cette question sur la table ronde qu'elle organise traditionnellement. Mais comme elle se déroulera finalement par vidéoconférence (lire ci-dessous), il a été décidé de reporter cette discussion entre spécialistes et hôteliers à l'année prochaine.

### Un coup de pub à relayer

En attendant de pouvoir débattre de cette question physiquement et de vive voix, on peut donner davantage de visibilité aux réservations directes sans beaucoup d'effort. HotellerieSuisse a en effet décidé de leur faire un coup de pub. Les clients qui utilisent les plateformes en ligne ne connaissent pas forcément les coulisses du système, ni les conditions auxquelles sont soumis les établissements. Il est temps de les mettre au parfum et surtout, de les inciter à traiter directement avec les hôteliers. A travers sa campagne de communication, HotellerieSuisse espère augmenter la part des réservations directes, et ainsi alléger les coûts de commission et la dépendance aux OTA. Son message s'adresse directement au consommateur: «Les offres imbattables sont celles des hôtels».

Si le site de votre hôtel garantit des prix plus attractifs, faites-le donc savoir à vos clients. Le matériel publicitaire est mis à disposition gratuitement sur le site [hotelleriesuisse.ch](http://hotelleriesuisse.ch): label et bannières pour site internet, signature Outlook, affiches, cartes et post-its.



Vous pouvez télécharger le matériel publicitaire sur [hotelleriesuisse.ch](http://hotelleriesuisse.ch)

## L'AG du 15 septembre 2020 aura lieu par vidéoconférence

En raison des mesures sanitaires actuelles et pour protéger la santé des membres de l'AHV, le bureau exécutif cantonal a décidé de mener son assemblée générale 2020 par vidéoconférence. Il n'a pas souhaité courir le risque d'exposer à la mise en quarantaine plusieurs dizaines d'hôteliers valaisans (avec leurs collaborateurs), si un seul devait être déclaré positif, ce qui compromettrait l'exploitation de ces établissements. L'AG physique de Leukerbad est donc reportée à l'année 2021, à une date à définir.

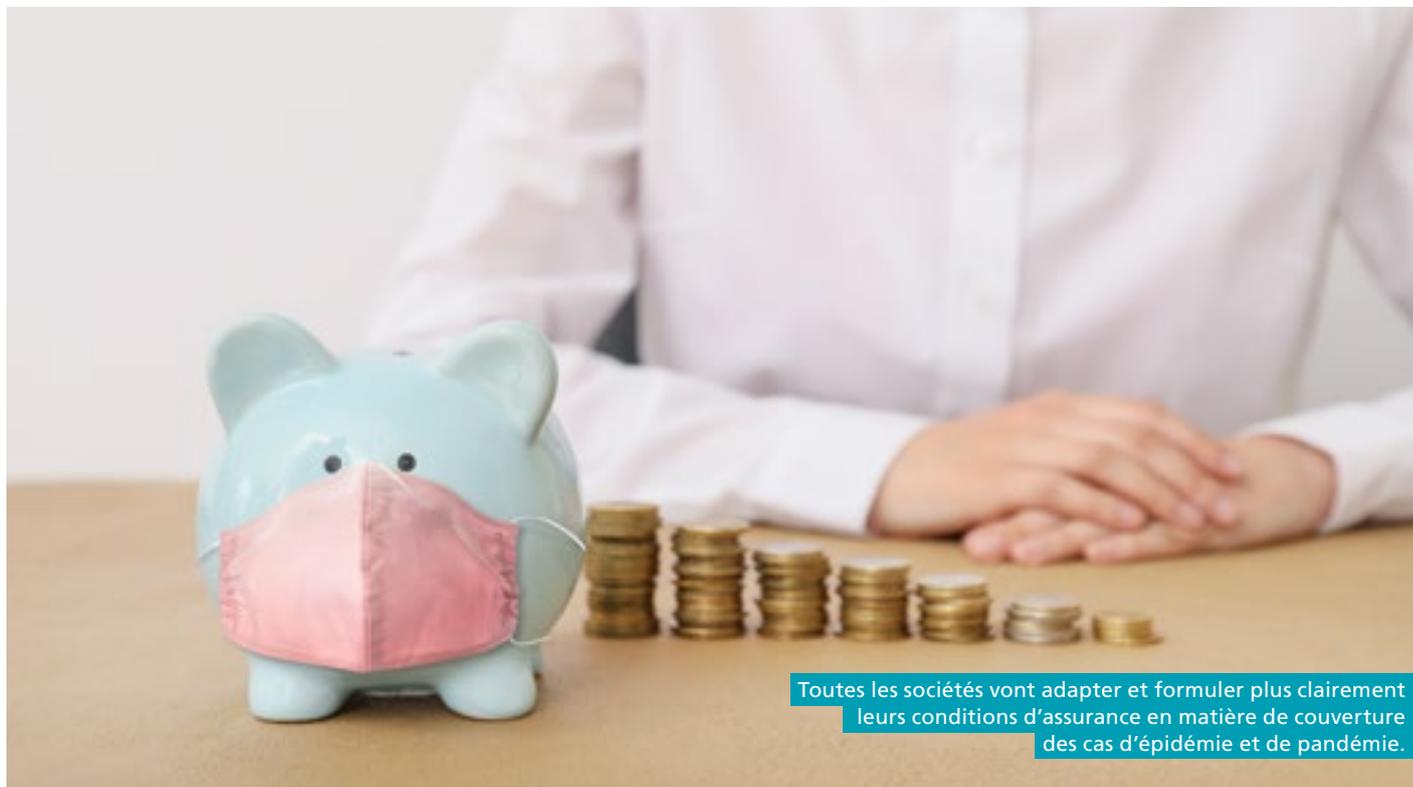
**Début septembre, chaque membre recevra les documents et un lien lui permettant de se connecter par vidéoconférence.** Les délégués recevront ensuite un lien leur permettant de voter sur les points décisionnels à l'ordre du jour. En raison de l'ordonnance 2 du Conseil fédéral sur les mesures destinées à la lutte contre le coronavirus (COVID-19) du 16 mars 2020, les votations peuvent avoir lieu sous forme écrite, même si les statuts ne le prévoient pas.

Persuadés que vous comprendrez la sagesse de cette décision, nous vous remercions d'avance pour votre participation digitale à une AG adaptée aux conditions sanitaires actuelles.

**AG**  
EN VIDÉOCONFÉRENCE  
**2020**



# Existe-t-il un pool d'assurance pour les futures pandémies?



Toutes les sociétés vont adapter et formuler plus clairement leurs conditions d'assurance en matière de couverture des cas d'épidémie et de pandémie.

**La pandémie a fortement affecté l'hôtellerie et l'économie suisses. Selon des estimations du Centre de recherches conjoncturelles, les coûts de la pandémie pour l'économie en Suisse entre mars et juin s'élèvent à 35 milliards de francs.**

Jusqu'en mars 2020, le marché suisse de l'assurance a été épargné par un tel événement extraordinaire, et l'interprétation des conditions d'assurance accorde une très grande marge de manœuvre chez certains assureurs. Plusieurs expertises juridiques ont été ordonnées par les assureurs et par l'ombudsman. Différentes sociétés d'assurance ont dû prendre en charge l'intégralité des dommages, parce qu'il n'y avait pas d'exclusion en cas de pandémie et que l'on n'avait pas accordé suffisamment d'attention à ce risque.

Le module de risque pour l'épidémie devait évidemment avoir été souscrit pour qu'il y ait une couverture. Certaines sociétés ont accepté de façon amiable de prendre en charge une partie des dommages, car l'interprétation des conditions n'était pas très claire. D'autres n'ont pas versé la moindre indemnisation. Compte tenu des très fortes disparités entre les conditions d'assurance des différentes sociétés, le Tribunal fédéral tranchera sans doute la question de savoir si une indemnisation est due ou non.

## Et maintenant?

Toutes les sociétés vont adapter et formuler plus clairement leurs conditions d'assurance en matière de couverture des cas d'épidémie et de pandémie. Le contrat de ceux qui ne sont pas d'accord avec les nouvelles conditions d'assurance sera généralement résilié à la prochaine échéance.

La Confédération et le secteur des assurances privées travaillent actuellement sans relâche sur un pool d'assurance pour les futures pandémies, et une équipe de projet devrait présenter un rapport au Département fédéral des finances d'ici fin septembre 2020.

Une pandémie qui se caractérise par sa survenance mondiale et une grande incertitude quant à son étendue reste difficilement assurable. La politique doit créer les conditions-cadres nécessaires pour qu'un tel projet soit couronné de succès. Pour qu'une solution de pool puisse fonctionner, la couverture de la pandémie devrait être constituée par analogie avec le Pool suisse pour la couverture

des dommages causés par les forces de la nature, ce qui requiert la solidarité des assurés et des assureurs. Une participation de la Confédération est également nécessaire pour que ce risque puisse être supporté, car le secteur des assurances privées n'a pas les moyens de le financer.

Étant donné que nous couvrons l'ensemble du marché suisse de l'assurance, nous restons à votre disposition pour toute question éventuelle et vous aidons à placer vos risques, grâce à nos connaissances étendues en matière d'assurance.



## IBC Insurance Broking and Consulting SA

Av. de la Gare 25, 1951 Sion  
E-mail: walch@ibc-broker.com  
ou pralong@ibc-broker.com,  
tél. +41 27 327 50 80



## Développement durable

# Biodiversité: nous pouvons agir

L'une des activités mises en valeur par Slow Food Travel: un jardin didactique de plantes médicinales et herbes aromatiques à Sarreyer.



**Les touristes viennent en Valais pour découvrir les richesses d'une nature et d'un terroir. Or, la biodiversité s'appauvrit. Comment la promouvoir dans l'hôtellerie? Voici quelques pistes pour faire revivre les espèces locales autour de votre établissement.**

Selon un rapport de l'Office fédéral de l'environnement, près de la moitié des milieux naturels et plus d'un tiers des espèces animales et végétales sont menacés en Suisse. Or, la biodiversité est un ingrédient du développement durable, valeur-clé de l'Association hôtelière du Valais. Chacun peut la favoriser à travers des gestes simples, dans son jardin, sur son balcon et même à la table du petit-déjeuner.

### Favoriser les plantes indigènes avec un entretien extensif

Gazon intensif ripoliné, ornements floraux exotiques, géraniums en pot... Beaucoup de jardins sont magnifiques, mais ce sont des déserts écologiques car ils n'offrent pas le gîte et le couvert à notre faune. Comment favoriser la biodiversité autour de son établissement? En privilégiant les plantes et arbustes indigènes. Adaptées aux conditions climatiques du lieu, ces espèces demandent moins d'entretien et d'arrosage. Papillons, abeilles et oiseaux peuvent s'en nourrir et y trouver refuge.

Idées pour ramener de la vie dans les espaces verts:

- remplacer les haies de tuyas et de lauriers par des arbustes indigènes
- remplacer une partie ou la totalité du gazon par de la prairie fleurie indigène (entretien différencié)
- planter des arbres isolés ou fruitiers haute-tige
- alterner coins sauvages et aménagés, avec chemin et bancs
- végétaliser le toit de son établissement

### Créer des hébergements pour la faune

Le chant des cigales, la beauté des papillons et le spectacle des libellules sont aussi une source d'intérêt pour les familles qui séjournent à l'hôtel. De plus, en accueillant des prédateurs utiles, l'hôtelier contribue à l'équilibre de tout un écosystème. «La faune nous rend des services. Par exemple, les chauves-souris et certains oiseaux ou lézards, insecticides naturels, jouent un rôle important dans la régulation des populations d'insectes», souligne Florian Dessimoz, biologiste au bureau Drosera.

Conseils pour attirer la faune locale:

- mettre en place des refuges naturels: pierriers semi-enterrés, murs en pierres sèches, tas de bois, de souches et de foin
- créer une mare
- installer un hôtel à abeilles sauvages
- poser des nichoirs pour les oiseaux et les chauves-souris (contre les façades ou dans les arbres)
- limiter l'éclairage extérieur

### Proposer un petit-déjeuner 100% local

Travailler avec des producteurs locaux fait du bien à la biodiversité... et à l'hôtellerie! On privilégie les circuits courts et les variétés indigènes, avec de belles histoires à raconter aux clients. Dans le cadre du projet Slow Food Travel, une charte pour petit-déjeuner a été établie. Le buffet est composé principalement de produits agricoles de la région, du fromage au miel en passant par les tisanes, les jus de fruits et les viandes séchées. Les hôteliers qui adoptent la charte peuvent obtenir le label «Slow Food».

Slow Food Travel met sur pied des forfaits de séjour en Valais autour de la gastronomie locale. Il permet de tisser des liens entre producteurs, restaurateurs et hôteliers au sein de comités régionaux. «L'hôtelier joue un rôle-clé dans la sauvegarde de cette diversité biologique et de ce savoir-faire traditionnel, car il est le médiateur entre l'hôte et le terroir», insiste Jean-Marc Imhof, responsable Slow Food Travel.

### Pour passer à l'action

**Conseils pour aménagements biodiversifiés:** l'entreprise valaisanne d'écologie appliquée Drosera propose brochures et concepts personnalisés. Infos sur [drosera-vs.ch](http://drosera-vs.ch)

**Conditions pour petit-déjeuner Slow Food et forfaits touristiques Slow Food Travel:** contactez le responsable Slow Food Travel Suisse, [jean-marc.imhof@slowfood.ch](mailto:jean-marc.imhof@slowfood.ch)



## HotellerieSuisse

# Sur un pied d'égalité avec nos membres

Par **Claude Meier**  
Directeur d'HotellerieSuisse

**Ce n'est pas que depuis le début de la crise du Covid-19 que je tiens à être sur un pied d'égalité avec nos membres. Depuis avril 2020, j'ai visité de nombreux établissements pour évoquer leur situation. Au mois d'août, je me suis rendu en Valais pour la deuxième fois.**

Les derniers mois ont affecté notre secteur comme jamais auparavant. L'impact économique, social et politique à long terme de la pandémie du Covid-19 repose entièrement sur des estimations et des spéculations. Tout particulièrement dans cette phase d'incertitude, il est crucial que notre association professionnelle entretienne un dialogue intensif et direct avec ses membres pour comprendre leurs besoins et mieux défendre leurs intérêts. Depuis avril, j'ai personnellement rendu visite à plus de 100 membres, et au cours d'innombrables discussions, j'ai pu me familiariser encore mieux avec les multiples facettes de notre secteur.

### **Le Valais est représentatif des multiples facettes de notre branche**

Les apparences et échanges en Valais le montrent: la perception publique de la prospérité des régions touristiques est trop faible. Ainsi, lors de ma tournée entre Oberwald et Martigny, je suis confronté à des contextes de départ très diversifiés. Certains établissements de la vallée de Conches, spécialisés dans les voyages de groupe, luttent contre une majorité de lits vides, tandis que d'autres sont pleins depuis des semaines grâce à des clients individuels venus de Suisse. Je rencontre également les deux facettes de la situation dans les vallées de Zermatt et de Saas. D'une part, je trouve des maisons remplies, alors que des hôteliers tout aussi engagés m'expliquent les difficultés liées à l'absence de clients provenant des marchés lointains.



Dans les villes du Valais central et du Bas-Valais comme Sion ou Martigny, la situation est encore différente: les événements, séminaires, congrès ainsi que les voyageurs d'affaires sont toujours largement absents. Un fait qui laisse une grande incertitude quant à l'avenir proche – malgré les idées novatrices, la passion et l'engagement. Le Valais est représentatif des défis auxquels est confrontée la branche, et par conséquent l'association professionnelle.

### **«Les entretiens avec vous m'aideront à comprendre mieux encore les préoccupations de nos membres.»**

Il est primordial d'examiner la situation de près et de trouver des solutions qui apportent une valeur ajoutée et des perspectives à toutes les parties concernées.

### **Se serrer les coudes en période d'incertitude**

Malgré tout, un facteur unit toute l'industrie: l'incertitude qui règne quant à nos perspectives, qui ne se dissimule pas, même à travers les résultats de fréquentation actuels. Personne ne peut prédire comment la pandémie va se développer dans les mois à venir, et avec elle les marchés du tourisme. Ce n'est qu'en unissant nos efforts, en dépit des défis

les plus divers, que nous parviendrons à mettre en place les conditions-cadres du tourisme et de l'hébergement pour l'avenir. Les nombreux entretiens avec vous m'aideront, ainsi que l'équipe du bureau de Berne, à comprendre mieux encore les préoccupations de nos membres. Nous devons continuer à renforcer cette compréhension et développer une attitude commune – au niveau local, régional et national.

Une concertation étroite et un apprentissage mutuel sont payants, notamment pour obtenir des succès politiques. L'extension de la RHT, la simplification des concepts de protection et les programmes d'aide d'urgence ont été réalisés en particulier grâce à une coordination rapide des demandes de l'ensemble du secteur. Si nous continuons sur cette lancée, nous parviendrons également à satisfaire nos autres demandes de soutien aux établissements commercialisables.

Au nom de l'ensemble du bureau d'HotellerieSuisse, je tiens à remercier nos membres pour les discussions constructives, et je suis convaincu que nous saurons maîtriser la situation ensemble.



Suivez notre engagement politique sur [hotellersuisse.ch/coronavirus](https://hotellersuisse.ch/coronavirus)



## Obligation d'annonce

# Contactez l'ORP de votre région!

**Pour annoncer un poste et faire entendre vos besoins, rien ne vaut un contact direct avec le répondant entreprise de l'Office régional de placement (ORP) du district. Conseils pour alléger la procédure.**

Le système qui oblige les hôteliers à collaborer avec les ORP est complexe et parfois source de malentendus. Certains établissements se plaignent de recevoir des candidatures inutiles, tandis que les ORP souhaiteraient davantage d'informations et de feedbacks. Or, le formulaire du site travail.swiss ne suffit pas toujours à traduire les réelles attentes des hôteliers. Pour Fabrice Salamin, chef de l'ORP de la région de Sierre, il s'agit de les exprimer. «Nous avons besoin d'entendre l'employeur de vive voix pour comprendre ses besoins et affiner nos recherches. Un simple contact téléphonique fait gagner beaucoup de temps à tout le monde pour un placement réussi.»

Rappelons que la diffusion d'un poste soumis à obligation d'annonce se fait en deux étapes: les cinq premiers jours, elle n'est visible que par les demandeurs d'emploi inscrits sur travail.swiss. Puis elle devient publique et se trouve relayée par d'autres acteurs de l'emploi sur le web. «Arrivent alors des candidatures libres, qui ne passent pas par le filtre des ORP



et qui peuvent s'avérer moins adéquates», avertit Fabrice Salamin. Le «mariage forcé» avec les ORP peut se transformer en partenariat efficace. «En tant que professionnels du placement, nous pouvons vraiment aider l'hôtelier dans ce processus d'embauche et mettre en place des mesures du marché du travail pour compléter des compétences si nécessaire.»

### La démarche en 5 étapes

1. Le poste à repourvoir est-il soumis à l'obligation d'annonce? Vérifiez-le dans la rubrique «Check-up» du site internet travail.swiss.
2. Pour annoncer le poste vacant, vous avez deux possibilités:
  - appeler le répondant entreprise de l'ORP régional et lui donner des détails sur le profil recherché
  - publier votre annonce sur le formulaire en ligne du site travail.swiss
3. Dans un délai de trois jours, l'ORP vous envoie des propositions de candidats. Vous avez la possibilité de contacter les personnes dont le profil vous intéresse.
4. Donnez des nouvelles à votre répondant ORP. Avez-vous déjà trouvé la bonne personne? Si c'est le cas, il pourra supprimer votre annonce.
5. Cinq jours après votre annonce, si le poste n'a pas été repourvu, l'ORP assigne certains demandeurs d'emploi à se présenter chez vous. Votre annonce devient publique, elle est largement diffusée en Suisse et en Europe.

### PUBLICITÉ

**NESPRESSO**  
PROFESSIONAL

OFFREZ UNE NOUVELLE VIE À VOTRE CAFÉ



Le marc de café de vos capsules Nespresso recyclées se transforme en énergie renouvelable et en engrais naturel.

AGIR AVANT TOUT

*what else?*

## Entre nous soit dit



### Votre association, réactive face à la crise

Alertés par notre collègue Peter Bodenmann, nous avons pris au sérieux la menace qui planait sur la tête des hôteliers très tôt, dès le début janvier déjà. Lorsque le virus est apparu en Europe mi-février, nous avons immédiatement contacté les autorités valaisannes et obtenu un rendez-vous avec le conseiller d'Etat Christophe Darbellay. Sur l'initiative de notre président Markus Schmid, nous avons publié un blog entièrement dédié au coronavirus dès la fin février.

A partir du moment où le Conseil fédéral a promulgué l'état de nécessité, la machine administrative fédérale s'est emballée. Les décrets se sont multipliés à un rythme infernal (jusqu'à 6 par semaine). Pour répondre aux nombreuses incertitudes de nos membres, qui ont pris d'assaut notre central téléphonique, nous avons mis le bureau en mode 7 jours/7 pendant six semaines d'affilée. La situation nous a obligés à vérifier chaque information avant de toutes les mettre à disposition sur nos blogs.

Cet exercice fut passionnant pour toute l'équipe, qui a eu à cœur d'offrir un maximum de disponibilité aux membres, persuadée que c'est justement dans des moments de crise comme celui-ci qu'une association professionnelle prend toute sa raison d'être.

Je tiens ici à remercier notre président Markus Schmid, qui s'est démené sur tous les fronts politiques et aux côtés d'HotellerieSuisse, afin de nous aider à vous apporter le meilleur. Merci à toute mon équipe pour son soutien et à vous tous pour nous avoir permis de prouver notre fiabilité.

Ne rêvons pas. Le combat ne fait que commencer et chacun de vous devra préparer au mieux les prochaines saisons. Nous conseillons un effort de planification et vous recommandons de visiter régulièrement notre blog. Pensez à redéployer vos ressources humaines et profitez de la grave crise que subissent les OTA pour renforcer votre présence sur internet.

**Patrick Bérod**, directeur AHV

## Quoi de neuf?



### Soutien au digital

17 hôtels participent au projet-pilote de coaching digital lancé par le Service de l'économie, du tourisme et de l'innovation (SETI). Après une évaluation individuelle réalisée en début d'année, les spécialistes de Cimark et de la HES-SO ont proposé des thématiques prioritaires pour adapter la stratégie digitale des hôtels dans le contexte de la pandémie. Les établissements travaillent actuellement avec des professionnels pour mettre en œuvre leurs objectifs de communication. Un premier bilan sera établi cet automne. Le Canton décidera ensuite s'il étend l'expérience à l'ensemble des acteurs touristiques.

### Partenaire «bon 100 francs»

L'action «bon 100 francs» connaît un beau succès grâce à la participation des hôteliers. N'hésitez pas à utiliser le kit de communication de VWP pour valoriser votre établis-

sement en tant que partenaire. Une quinzaine de visuels différents sont à disposition sur [vwpnet.ch/hotels](http://vwpnet.ch/hotels). L'action peut être promue en utilisant les hashtags #100VS et #valaiswallis. Rappelons qu'elle dure jusqu'au 15 décembre, dans la limite des bons disponibles.

En cas de question, écrivez à [100@valais.ch](mailto:100@valais.ch) ou appelez le 027 327 35 05.

### Initiation au crowdfunding

Le financement participatif (crowdfunding) ne cesse de prendre de l'ampleur. Cette nouvelle façon de récolter des fonds pour financer un projet est aussi utilisée par les entreprises. Sur une plateforme internet dédiée, les personnes sollicitées peuvent investir un certain montant. En échange, elles obtiennent des contreparties en nature. Un cours ritzy vous explique le fonctionnement du crowdfunding le 21 septembre à Sierre. Inscriptions sur [ritzy.ch](http://ritzy.ch)

## A noter



**Décisions des autorités, mesures en vigueur, risques liés à la quarantaine, traçage, autorisations et contrôles...**



Toutes les informations actuelles qui concernent les hôteliers sont relayées sur notre blog [hs-valais.blogspot.com](http://hs-valais.blogspot.com)

Edition: Association hotelière du Valais

Rue Pré-Fleuri 6, 1950 Sion, tél. 027 327 35 10, fax 027 327 35 11  
[info@vs-hotel.ch](mailto:info@vs-hotel.ch) – [www.vs-hotel.ch](http://www.vs-hotel.ch) – [www.booking-valais.ch](http://www.booking-valais.ch)

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

