Le journal d'information de l'hôtellerie valaisanne

AOÛT 2021

infHotel

HotellerieSuisse
Valais – Wallis

Valais/Wallis Promotion - Pascal Gertschen

Digitalisation

Nouveau programme au service du tourisme

3 Caractères
Benoît Caloz, Castel de Daval

4 Point fort
Digitourism, un accompagnement sur mesure

9 Pratique
Le geste des hôtes pour le climat

11 Ensemble
Assemblée générale à Loèche-les-Bains

L'espoir fait vivre

Cette crise sanitaire et les effets du Covid durent maintenant depuis plus d'une année. Elle impacte directement nos hôtels et nos membres. Et cela fait plus d'une année que nous sommes nombreux à vivre sur nos réserves.

Malgré tous nos efforts au niveau politique, nous n'avons reçu que de maigres aides, distribuées au compte-gouttes. Même les demandes d'aides pour cas de rigueur traînent les pieds et se font attendre… Cette situation n'est pas satisfaisante. Nous l'avons crié haut et fort, sans beaucoup d'effets pour nous permettre de subsister.

Malgré tous nos efforts au niveau politique, nous n'avons reçu que de maigres aides, distribuées au compte-gouttes.

Certains parmi nous ont pu tirer leur épingle du jeu et d'autres ont même fait mieux que les années précédentes. Seulement, la situation diffère beaucoup entre les destinations et entre les établissements. Il en résulte des histoires humaines dramatiques. C'est parfois l'histoire de toute une vie qui est mise au tapis. Espérons que l'avenir se montrera plus radieux, car pour mon compte, je reste sur ma faim.

L'espoir fait vivre dit-on, alors c'est ce qu'il nous reste. Je vous souhaite une belle fin de saison estivale.

Markus Schmid
Président AHV

Covid & cie

Une tomate, des lauriers

Plusieurs décisions ont impacté notre branche ces derniers mois. Pour le meilleur comme pour le pire. Retour sur les quelques points qui nous ont fâchés (tomate) ou réjouis (lauriers).

Au Conseil fédéral, pour avoir coulé l'accord-cadre avec l'Union européenne.
Dramatique et incompréhensible. En mai dernier, le Conseil fédéral a interrompu les négociations en vue d'un accord-cadre avec l'Union européenne. Or, notre branche dépend fortement des accords bilatéraux, en particulier de celui sur la libre circulation des personnes. Les facilités actuelles pour engager du personnel européen risquent d'être suspendues, aggravant la pénurie de main d'œuvre. La liberté de voyager et la qualité des liaisons de transports pour nos hôtes européens vont aussi en pâtir. Il est indispensable que la Suisse rétablisse ses relations contractuelles avec l'UE.

Au Conseil d'Etat valaisan, pour s'être montré plus généreux que la loi fédérale dans ses aides liées au coronavirus.
Alors que la Confédération demandait de justifier une perte de 40% du chiffre d'affaires pour bénéficier d'un soutien à fonds perdu, le gouvernement valaisan a adopté un barème plus large. Les aides ont été accordées à partir d'une baisse de 30% par rapport à la moyenne des années 2018 et 2019. Un geste salutaire qui a permis à davantage d'entrepreneurs de supporter leurs coûts fixes.

Au Service de la formation professionnelle (SFOP), pour avoir revu l'organisation des apprentissages de l'hôtellerie-restauration.
Face aux problèmes de recrutement et d'occupation pendant la pandémie, le SFOP a eu l'heureuse idée de modifier les cursus des six apprentissages de la branche. Les apprentis passent désormais leur première année à l'école avant de poursuivre en mode dual. La formule a été si appréciée qu'elle sera adoptée de façon permanente. Tout le monde y gagne. Le jeune a le temps d'apprendre les bases du métier et de gagner en maturité. De son côté, le patron dispose d'un apprenti plus efficace plus rapidement, pour une durée de deux ans seulement, avec moins d'absences liées aux cours.

Benoît Caloz, Castel de Daval

Il n'a pas suivi la voie hôtelière, mais il apprend vite. En trois ans, Benoît Caloz a réussi à faire du Castel de Daval une destination oenotouristique très prisée, au cœur du domaine viticole familial.

Benoît Caloz a grandi dans une famille d'agriculteurs. Depuis cinq générations, les Caloz cultivent vignes, arbres fruitiers et asperges à Sierre, sur la Colline de Daval. «J'ai vu mes parents travailler non-stop. Moi, je rêvais plutôt d'un job tranquille et régulier», avoue-t-il. Après un bachelor en gestion et tourisme à la HES-SO, Benoît Caloz débute sa vie professionnelle dans la région, notamment auprès de Sierre Anniviers Marketing.

En 2018, alors qu'il projette de partir à Londres, ses parents lui proposent de redynamiser les chambres d'hôtes du Castel, un hébergement de charme au cœur du domaine. Ce lieu avait joui d'une bonne publicité grâce à l'émission de téléréalité «Un dîner à la ferme», à laquelle avait participé sa mère Monique. «Les nuitées étaient en baisse et ma mère avait besoin d'aide. J'ai accepté, à condition d'avoir les moyens et la liberté de promouvoir le Castel à ma façon.»

«Depuis que nous avons revu la stratégie des prix, nous remplissons toute la semaine.»

En quelques mois, le petit château se retrouve sur les réseaux sociaux et les plateformes de réservation en ligne. La communication de l'entreprise fait un bond en avant, misant sur le storytelling et des visuels soignés. La stratégie des prix est revue selon les principes du yield management. «Cela nous a permis de remplir les chambres toute la semaine, et pas seulement le week-end.» Le nouvel hôtelier est à l'aise avec les outils numériques, mais c'est la rencontre qui le motive le plus. «Je me suis découvert une passion pour l'hospitalité. J'adore voyager, et ici, j'ai la chance de pouvoir faire voyager les gens.»

Authenticité et simplicité

Le séjour des hôtes est marqué par deux temps forts: la dégustation de vins de 18h et le petit-déjeuner. Benoît et Monique se relaient pour mettre des mots sur ces expériences gustatives. «Chaque produit vient de notre domaine ou d'un producteur du coin. Nous avons à cœur de raconter son histoire.» Les clients apprécient. Ils trouvent ici une belle source de dépaysement et de découverte. «Comme nous, ils aiment l'authenticité, la simplicité et la qualité.»

Benoît Caloz a plongé dans la réalité du métier en peu de temps. Il en aime toutes les facettes et s'intéresse aussi aux défis de la profession, notamment en participant au groupe de réflexion sur l'avenir de l'AHV: «Notre génération ne travaille plus dans un esprit de concurrence, elle veut coopérer pour la destination Valais. Je vois l'association comme un réseau pour travailler ensemble.»

Un château au milieu des vignes

Charmant et surprenant, le Castel semble d'un autre temps. Il n'a pourtant de médiéval que le look. Construit en 1949 pour l'irrigation des vignes, il a été transformé en habitation dans les années 1970.

Monique et Bertrand Caloz le reprennent en 2006. Trois ans plus tard, ils créent l'un des premiers hébergements oenotouristiques du Valais. Ce BnB 4 étoiles compte cinq chambres confortables, qui portent chacune le nom d'un cépage.

Découvrez le Castel de Daval et ses produits sur collinededaval.ch

Digitalisation

Enfin des moyens pour avancer

Les hôtels maîtrisent leur commerce en ligne, mais ont des lacunes dans leur communication et le contrôle de leurs données sur internet.

Après une phase pilote dans l'hôtellerie, le programme Digitourism va profiter à toutes les entreprises touristiques valaisannes pendant trois ans. Cet accompagnement sur mesure, qui débouche sur des projets concrets, rencontre un énorme succès.

C'est un fait. Les entrepreneurs actifs dans le domaine du tourisme ne peuvent plus se passer du numérique. Que ce soit pour leur commerce, leur communication ou leur administration, ils dépendent de solutions digitales de plus en plus performantes. Mais ces possibilités technologiques sont difficiles à suivre et à maîtriser. En face, il existe des compétences en Suisse pour leur faciliter la vie. Or, ces entreprises spécialisées dans le digital ne connaissent pas forcément les besoins des professionnels du tourisme.

C'est pourquoi le programme Digitourism, lancé par le Service de l'économie, du tourisme et de l'innovation (SETI), a pour but de renforcer les synergies entre ceux qui ont besoin de services digitaux et ceux qui en créent au niveau local. L'idée est également de soutenir les acteurs touristiques dans leurs efforts pour gagner en visibilité, en revenus et en efficacité.

90 entrepreneurs inscrits

Dès 2021 et pendant trois ans, Digitourism va se déployer à travers plusieurs mesures. D'une part, il s'agit d'inventorier les solutions numériques les plus intéressantes pour le tourisme. Et d'autre part, de coacher les professionnels sur le chemin de la digitalisation. Le processus se déroule en trois temps: sensibilisation à une problématique via un séminaire en ligne, définition d'un projet digital avec un spécialiste, mise en œuvre par une entreprise valaisanne avec une subvention.

Les premiers webinaires ont eu lieu en juin dernier, sur trois thèmes: Google My Business, les sites de réservation et les moteurs de recherche. Ce rendez-vous organisé par CimArk et ritzy* a rencontré un succès phénoménal: 130 entrepreneurs y ont participé et 90 d'entre eux ont décidé de poursuivre la démarche. Le chef de projet Jérôme Salamin s'en réjouit: «Nous avons été surpris et très heureux de cette participation. Cela montre que notre formule répond aux besoins du terrain.» Le programme s'ouvrira à une nouvelle volée de participants en 2022.

UN SOUTIEN EN TROIS ÉTAPES

1. **Participation au webinaire sur trois thèmes (prochaines dates en 2022)**
2. **Accompagnement gratuit avec un spécialiste de ritzy*, définition des priorités**
3. **Octroi d'un crédit jusqu'à 2500 francs, à dépenser dans une entreprise spécialisée dans le digital en Valais**

La contribution déterminante des hôteliers

En 2019, l'AHV avait lancé un appel à ses membres pour construire et tester cette formule de coaching. 17 établissements s'étaient portés volontaires. C'est à partir des retours de ce projet pilote que le programme Digitourism est né. Chaque hôtel s'est prêté à une évaluation de ses performances digitales. Il pouvait ensuite bénéficier d'une enveloppe de 1500 francs pour un projet concret.

Malgré les différences propres à chaque situation, les spécialistes ont relevé certaines tendances. Si les hôteliers s'estiment bien outillés en termes de connectivité et de commerce sur internet, ils reconnaissant des lacunes dans leur communication et le contrôle de leur image en ligne. Par exemple, la vérification des infos pratiques qui s'affichent automatiquement sur Google n'est pas toujours faite, faute de connaissances.

Besoins identifiés pendant la phase pilote

- Se situer par rapport à l'offre digitale: qu'est-ce qui n'est pas nécessaire pour mon hôtel?
- Avoir des références en termes de compétences et de prix lorsque je mandate des entreprises spécialisées.
- Obtenir une aide financière pour démarrer un projet.

Il n'y a guère d'autre secteur qui profite autant de la numérisation que l'industrie hôtelière. C'est pourquoi il est important que nous participions activement et que nous exploitions ces possibilités. Notre hôtel fut le premier du Lötschental à disposer de son propre site web, ce qui nous a rapporté énormément de réservations supplémentaires. Grâce à Digitourism, j'ai obtenu la confirmation que nous sommes sur la bonne voie. Nous connaissons désormais les tendances et les pièges de la digitalisation. Ce programme donne aux hôteliers les bons apports et les outils adaptés à notre secteur. C'est du temps bien investi!

Lukas Kalbermatten, Hôtel Edelweiss à Blatten

Ce coaching m'a permis de faire le point sur ce que je veux digitaliser ou pas. Par exemple, renforcer la connectivité dans les chambres n'est pas compatible avec notre philosophie hôtelière. En revanche, nous devons moderniser notre site internet pour développer notre offre de salles de séminaire. Grâce à la première subvention, nous avons créé une newsletter. Et avec celle de Digitourism, nous allons continuer à renforcer nos outils de communication et de vente. Cet accompagnement nous apporte beaucoup, et pas seulement en termes financiers. C'est un coup de boost qui motive et qui fait avancer les projets.

Lara Berra, co-directrice de l'Hôtel Suisse à Champéry

Table ronde sur la digitalisation dans le domaine hôtelier le 14 septembre à Loèche-les-Bains, dans le cadre de l'AG de l'AHV

Les spécialistes Jérôme Salamin (CimArk) et Roland Schegg (Institut Tourisme) présenteront les avantages de la digitalisation et de Digitourism, et deux hôteliers partageront leurs expériences (voir programme en page 11).

Une formation complète pour maîtriser le marketing en ligne

L'institut Tourisme de la HES-SO Valais et ritzy* relancent une deuxième édition du CAS en marketing digital pour services touristiques. Cette formation vous fournit des connaissances solides pour développer et mettre en œuvre votre stratégie marketing sur internet et sur les plateformes mobiles.

Début: septembre 2021.

Déroulement: formation de 8 mois répartie en 4 modules de 3 jours chacun, un travail d'évaluation par module et un travail final pratique.

Coût: 6000 francs, rabais de 50% via l'Aide Suisse à la Montagne.

Infos et inscriptions sur www.hevs.ch/CAS-marketing-digital

Infos et catalogue de solutions digitales en Valais sur **digitourism.ch**

Une marque suisse engagée pour le développement durable

Le saviez-vous? Les capsules Nespresso sont entièrement produites en Suisse. Avec un café de haute qualité, cultivé de façon durable ainsi qu'un modèle de recyclage unique. De plus, la marque met tout en œuvre pour rendre chaque tasse de café neutre en carbone d'ici 2022.

Nespresso a réussi à conquérir la planète sans jamais quitter son pays natal. Depuis sa création en 1986 à Vevey, la marque produit toutes ses capsules de café en Suisse, de la torréfaction au conditionnement, dans trois centres de production (Orbe, Avenches et Romont). Nespresso emploie plus de 2000 personnes dans notre pays et va continuer d'investir dans l'économie locale ces prochaines années, afin de répondre à la demande croissante des consommateurs.

Des engagements pour lutter contre le réchauffement climatique

Les valeurs du développement durable sont au cœur des activités de Nespresso. La marque a co-créé en 2003 avec l'ONG Rainforest Alliance le Programme Nespresso AAA pour une Qualité Durable, visant à assurer un approvisionnement durable du café et améliorer la vie des caféiculteurs. A ces efforts s'ajoute la volonté de Nespresso d'atteindre la neutralité carbone sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement et du cycle de vie de ses produits, d'ici 2022.

Une seconde vie pour les capsules

Cela fait déjà 30 ans que Nespresso a lancé son système de recyclage de capsules en Suisse: les clients peuvent recycler facilement et gratuitement leurs capsules en aluminium (nespresso.com/recycling). L'aluminium, qui protège les arômes et la fraicheur du café, présente l'avantage d'être recyclable à l'infini. Quant au marc de café, il est transformé en énergie renouvelable et en engrais naturel.

Une expérience café exceptionnelle

Nespresso propose une grande variété de gammes de cafés répondant aux préférences des consommateurs, afin de leur faire vivre une expérience café exceptionnelle, quelle que soit la taille de la tasse: CLASSIC (la gamme quotidienne), CREATIONS (cafés élaborés pour des recettes au lait, glacées, froides ou aromatisées), ORIGINS (gamme de cafés aux origines uniques) et les EXCLUSIVE SELECTIONS (exclusivement pour la gastronomie).

www.nespresso.com/pro

Expérience «café à l'hôtel»: tests en Valais

C'est à l'Hôtel des Vignes d'Uvrier que Nespresso teste actuellement une nouvelle formule de partenariat avec l'hôtellerie. L'objectif est de trouver des solutions pour améliorer l'expérience des hôtes autour du café, tout en apportant une plus-value à l'hôtelier. En premier lieu, la marque fournit des supports de communication personnalisés ainsi que des contenus pour raconter l'histoire des différentes sortes de café. La satisfaction gustative des clients est également un pilier de la démarche: les machines professionnelles de Nespresso permettent de servir des cafés de haute qualité qui font la différence au petit-déjeuner ou au dessert. On peut aussi les utiliser pour des recettes de cocktails originaux, à valoriser sur des cartes au design séduisant. Enfin, le partenariat vise à créer de la valeur pour l'hôtelier, avec de nouvelles opportunités de vente autour du café.
A Uvrier, on teste aussi le «coffee to go», qui offre la possibilité à chaque client de se tirer un café à toute heure. Dès cet automne, des objets fabriqués à partir de capsules recyclées seront exposés dans l'établissement. L'occasion pour l'hôtelier de communiquer sur ses efforts de recyclage. Cette phase pilote permettra de concevoir un kit complet au service de l'hôtelier et de ses hôtes.

Votre spécialiste régional pour les produits frais

Vous recherchez des produits régionaux pour votre restaurant ou le buffet du petit-déjeuner? L'assortiment du Petit Crémier Sierre est fait pour vous. Il contient plus de mille articles de qualité à des prix très compétitifs.

Le Petit Crémier Sierre est une référence de choix pour l'hôtellerie-restauration en Valais. Il appartient au groupe Cremo, fondé par des producteurs de lait. Cremo innove, transforme, fabrique et commercialise des produits laitiers de consommation depuis 1927. L'entreprise emploie 180 personnes sur le site de Sierre.

Des produits 100% valaisans…

Fromages à raclette de 17 régions (affinés à Sierre)
Avec la gamme Valdor, vous avez accès aux meilleurs fromages à raclette du Valais! Ils sont exclusivement fabriqués à base de lait cru, dans 17 laiteries. L'affinage est assuré par le maître fromager à Sierre, qui détermine à quel moment chaque meule présente la maturité idéale. Faites voyager vos hôtes en jouant sur la variété des terroirs, du Simplon à Val d'Illiez en passant par Les Haudères et Orsières.

Thé et café froid (fabriqués à Sierre)
La boisson Alp Tea Bio connaît un succès phénoménal depuis de nombreuses années. Cette boisson est produite à Sierre à base d'herbes fraîches et biologique des alpes récoltées dans la région de Sembrancher.
Les cafés froids de la marque Lattesso sont également fabriqués sur le site de Sierre.

… et un assortiment spécialement sélectionné pour l'hôtellerie-restauration

Lait, crème, beurre, yogourts, desserts, fromages et boissons, compotes et purées de fruits, oeufs, pâtes à gâteau, etc. Plus de mille produits figurent dans l'assortiment du Petit Crémier. Des articles soigneusement choisis pour répondre aux besoins de la gastronomie et garnir le buffet du petit-déjeuner. Par exemple, du côté des yogourts, on trouve aussi bien la formule en vrac que d'élégants petits pots biologiques aux arômes originaux.

Un service de proximité performant

Spécialiste régional de la distribution de produits frais, le Petit Crémier Sierre offre un service de proximité, au plus près des attentes et besoins de sa clientèle. Les commandes peuvent être transmises par téléphone, par e-mail, par internet, par la visite d'un représentant ou via la plateforme RegiofoodVS. Un service de livraison performant a été mis en place afin de garantir des livraisons fréquentes dans tout le Valais, y compris dans les vallées.

Avantage membres AHV

10%* de rabais

Bénéficiez d'un rabais de 10%* lors d'une 1re commande.
Utilisez le code rabais **AHV 2021**.

Contactez-nous pour obtenir le catalogue produits et la visite d'un représentant.

027 452 60 70
info@vs.petitcremier.ch ou
commandes@vs.petitcremier.ch

* Non cumulable avec d'autres offres.

Agritourisme

Le «slow» passe à la vitesse supérieure

L'offre agritouristique Slow Food Travel prend de l'ampleur en Valais. Les producteurs ouvrent leurs portes, les clients en redemandent. Quant aux hôteliers, ils jouent un rôle primordial dans ces nouvelles expériences liées au terroir.

Créer des forfaits touristiques autour des produits du terroir, en impliquant les producteurs, les hébergeurs et les restaurateurs d'une région; telle est la démarche de Slow Food Travel. Après une phase pilote réussie dans le Grand Entremont en 2019, le concept a séduit ailleurs en Valais. En deux ans, une douzaine de forfaits ont vu le jour: des expériences d'une à plusieurs journées, autour de la nature et des plaisirs de la table. Découverte des alpages, cueillette de plantes sauvages, fabrication de fromages, dégustation dans une brasserie artisanale, trail gourmand, etc.

Six destinations dans le coup

En plus du Grand Entremont, les régions de Fully, des Dents du Midi et du val d'Hérens font déjà partie de l'offre Slow Food Travel. Celles de Sierre et de Conches viennent de débuter le processus. Dans chaque destination, le coordinateur Jean-Marc Imhof invite tous les acteurs touristiques à une séance d'information, puis anime des groupes de réflexion sur des collaborations possibles.

«L'hôtelier y joue souvent un rôle de lien. Comme il a l'habitude de conseiller ses clients, il a une bonne connaissance de leurs besoins et une bonne vision des possibilités d'activités», relève-t-il. Toutes les catégories d'hôtels sont bienvenues, car Slow Food Travel recherche des forfaits agritouristiques très variés, en plaine comme en montagne et pour toutes les bourses.

Le petit déj' régional

L'hôtelier est un excellent ambassadeur du terroir. Pas seulement pour le repas du soir, mais aussi lors du petit-déjeuner. C'est pourquoi Slow Food l'encourage à monter un buffet représentatif des spécialités de la destination, selon une charte bien précise. En mai dernier, une dizaine d'hébergeurs de la Région Dents du Midi ont ainsi lancé leur petit déjeuner régional, en partenariat avec une coopérative de producteurs. Un engagement qui leur permet d'associer leur enseigne à la philosophie Slow Food.

Découvrez les forfaits Slow Food Travel sur www.slowfood-travel.ch

> ***Notre buffet du terroir ne coûte pas plus cher!***
> *Avant de me lancer, j'étais persuadé qu'un petit-déjeuner composé de produits du terroir serait hors de prix. J'avais tort. Le coût n'est pas plus élevé, pour une satisfaction dix fois plus grande! On ne réalise pas à quel point le packaging est cher. Par exemple, je paie les mini-fromages industriels 24 francs le kilo, alors que j'ai un fromage d'alpage pour 20 francs. Confitures, brioches et pâtes à tartiner sont faites dans ma cuisine. Nos hôtes sont enchantés de manger artisanal et local. Leur voyage débute ainsi dès le matin. Et puis, j'adore faire la tournée des producteurs, déguster et choisir ce que je vais mettre au buffet, avec de belles histoires à raconter. J'encourage mes collègues à faire le pas, cette démarche est enrichissante à tous points de vue.*
> Jean-Michel Romon,
> Hôtel L'Etable des Crosets, Val d'Illiez

Envie de rejoindre le comité Slow Food Travel de votre région?

Slow Food® CH

Vous pourrez y développer des expériences touristiques avec des partenaires locaux et trouver les ressources nécessaires pour lancer un petit-déjeuner régional. N'hésitez pas à contacter le responsable du projet: jean-marc.imhof@slowfood.ch

Protection du climat dans votre hôtel?

Les hôtes participent volontiers!

Le programme «Cause We Care» permet aux hôtes de rendre leur séjour climatiquement neutre. Les hôtels se positionnent en tant qu'établissements durables et génèrent des fonds qui leur permettent de continuer à progresser.

Grâce aux revenus de «Cause We Care», l'hôtel Kartause Ittingen a pu rénover et isoler son toit.

Près de 60 hôtels participent déjà au programme de la fondation myclimate «Cause We Care», lancé en 2017. Parmi eux, seuls six sont en Valais. Cette situation est sur le point de changer.

«Cause We Care» est basé sur la participation volontaire des clients, mais également sur un engagement de l'hôtel. Un montant fixe par nuitée est déterminé en fonction des émissions de CO_2 de l'établissement. Plus l'isolation est bonne, plus l'énergie utilisée est durable, plus il y a de recyclage dans l'entreprise..., plus le montant est faible. En général, il représente environ 1% du prix moyen de la nuitée.

Impact sur place et ailleurs

Le client décide lors de la réservation, ou au plus tard lors du paiement, s'il souhaite verser cette contribution. Par exemple, au lieu de 200 francs, il paiera 202. L'hôtel double le montant à 4 francs. Un quart de ce montant est investi par myclimate dans un projet de protection climatique certifié choisi par l'hôtel. L'établissement reçoit les trois quarts restants pour investir dans sa propre durabilité. Il gagne ainsi 3 francs par nuitée, qui peuvent être utilisés de plusieurs manières: pour une meilleure isolation, une toiture solaire, une sonde géothermique, des produits du terroir, etc.

Taux de participation jusqu'à 70%

«20 à 70% des hôtes y participent, selon la démarche adoptée par l'établissement pour la mise en œuvre de son engagement Cause We Care», explique Cornelia Rutishauser, responsable du programme.

Une bonne mise en œuvre signifie:

- rendre l'engagement clairement visible sur le site web, à la réception et dans les brochures à disposition des clients.
- ajouter le champ approprié au formulaire de réservation pour que le client n'ait qu'à cocher la case.
- informer le client, au plus tard au moment du paiement.
- former le personnel pour qu'il puisse en dire davantage aux clients, par exemple sur les mesures prévues et réalisées.

Le décompte avec myclimate se fait chaque année sur la base des réservations et des investissements effectués. «La plupart des établissements investissent plus que nécessaire», se réjouit Cornelia Rutishauser.

Notre maison travaille depuis de nombreuses années sur une durabilité tangible, par exemple avec notre propre usine de biogaz qui produit de l'électricité à partir des déchets de cuisine. La compensation CO_2 de myclimate nous permet de soutenir des familles au Népal avec de petites installations de biogaz privées, un projet qui nous tient à cœur.

Paul-Marc Julen, Hôtel Alpenhof & Romantikhotel Julen, Zermatt (participe depuis 2020)

Cause We Care nous correspond. Le maniement est simple et clair, pour le client comme pour nous. Notre engagement a conduit et conduit encore à des discussions passionnantes au sein de l'équipe ainsi qu'avec les experts de myclimate. Nous, les hôteliers, sommes tributaires de la nature et du paysage. Un comportement respectueux et durable est donc indispensable.

Daniel F. Lauber, Hôtel Cervo, Zermatt (participe depuis 2020)

C'est si simple!

Souhaitez-vous gérer votre hôtel (encore) plus durablement et le positionner en conséquence?

Contactez-nous sans engagement:

Lénaïc Jourdren
ecoLive, antenne romande de myclimate
022 959 72 01
lenaic.jourdren@ecolive.ch

Vous bénéficiez de conseils personnalisés, de supports de textes et de graphiques, ainsi que du soutien lors de la mise en œuvre.

HotellerieSuisse

Aller de l'avant avec notre programme de coaching

Par **Ueli Schneider**
Responsable Business Development, membre du comité directeur HotellerieSuisse

La crise du coronavirus ne cesse de maintenir l'industrie hôtelière sur le qui-vive. Les besoins des clients évoluent, le développement durable et la numérisation ne cessent de gagner de l'importance. Le programme de coaching vous aide à identifier et à utiliser encore mieux vos capacités.

La crise du COVID-19 a laissé des traces. Ces dix-huit derniers mois ont été marqués par des taux d'occupation faibles, des mesures de protection et des fermetures officiellement prononcées. En outre, les besoins des clients ont considérablement évolué. Notre industrie doit s'adapter à un nouvel environnement de marché et se réorienter.

Toutefois, cette évolution offre également des opportunités, qu'il convient de saisir. Avec le programme de coaching de notre association, soutenu par la Nouvelle politique régionale NPR du SECO, les entreprises d'hébergement peuvent analyser leur potentiel avec un coach externe. Ceci leurs permet, en tant qu'entreprises, de prendre des décisions stratégiques, de reconnaître les optimisations et de procéder à des ajustements efficaces.

Un encadrement sur mesure pour vos challenges

En tant qu'établissement participant, vous bénéficiez de cinq journées de coaching d'une valeur totale de 6600 francs. Aux membres de l'Association hôtelière du Valais, nous offrons en outre les 400 francs pour l'analyse opérationnelle obligatoire. Le programme est particulièrement adapté aux hôtels de petite et moyenne taille dont la direction est fortement impliquée dans les affaires courantes.

En tant qu'établissement participant, vous bénéficiez de cinq journées de coaching d'une valeur totale de 6600 francs.

Les champs d'action sont particulièrement adaptés à vous et à vos défis. Qu'il s'agisse de restructuration, de repositionnement sur le marché, de planification de la succession, d'optimisation des processus, de durabilité ou de digitalisation: les coaches indépendants accrédités par nos soins vous accompagnent avec empathie, expertise sectorielle et une mission claire. Ceci garantit une approche ciblée et axée sur les besoins, des progrès rapides et des résultats concrets.

Vous trouverez toutes les informations complémentaires sur le site www.hotelleriesuisse.ch/coaching

BOOSTER

Promouvoir l'innovation avec l'Hospitality Booster

L'idée du programme de coaching a été conçue et mise en œuvre rapidement et facilement à l'aide du processus d'innovation de Hospitality Booster. L'Hospitality Booster d'HotellerieSuisse offre le soutien nécessaire pour générer des idées sur les besoins du secteur, les développer de différentes manières en projets d'innovation concrets et mettre en œuvre de nouveaux produits et services qui offrent une valeur ajoutée pour les membres et l'ensemble du secteur.

Chacun peut facilement soumettre ses idées sur le site hospitality-booster.swiss. En collaboration avec le concepteur des idées, les contributions sont approfondies et diffusées dans la communauté. L'Hospitality Booster a été lancé par HotellerieSuisse en collaboration avec l'Hotelfachschule Thun et l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL).

Assemblée générale à Loèche-les-Bains

Le tremplin numérique et ses avantages

L'Assemblée générale 2021 de l'AHV est placée sous le signe de la digitalisation. La pandémie a donné un coup d'accélérateur à la démarche. Y compris auprès des hôteliers de Loèche-les-Bains, qui accueilleront leurs collègues les 13 et 14 septembre.

«L'application des mesures sanitaires nous a automatiquement fait basculer vers des solutions numériques», explique Freddy Böhlen, patron de l'hôtel Paradis et président de la Société des hôteliers de Loèche-les-Bains. Le client peut remplir son bulletin d'arrivée au préalable, ce qui permet d'enregistrer immédiatement ses données pour d'autres prestations dans la destination. Grace aux notifications push, il est informé des offres spéciales. Par exemple, il peut s'inscrire pour un massage à l'hôtel en un simple clic. Grâce au système de réservation en ligne, il est assuré d'avoir sa place au spa et n'a plus besoin de faire la queue. Selon Freddy Böhlen, «les nouvelles offres numériques sont très bien acceptées par les clients. De plus, c'est un moyen de mieux connaître leurs habitudes! Certains hôteliers ont numérisé leur système de tarification: les prix s'adaptent automatiquement selon la demande et la rentabilité augmente.»

Planifier une AG en temps de Covid

Pour l'organisation de l'AG à Loèche-les-Bains, «nous avons envisagé tous les scénarios: audio- ou visioconférence, aménagement des espaces pour assurer la distanciation, etc.», explique Freddy Böhlen. Le programme est désormais fixé (voir encadré), tout comme le concept de protection.

Le président du comité d'organisation se réjouit de la qualité de la collaboration entre hôteliers dans ce contexte particulier. «Nous vivons une nouvelle cohésion interne. Un dialogue franc et ouvert a permis d'aborder les problèmes financiers liés aux restrictions sanitaires, mais aussi des questions sensibles comme les salaires, le chiffre d'affaires, les assurances. Je n'avais jamais connu cela auparavant.»

Loèche-les-Bains: le programme

Important: participation sur présentation du certificat Covid ou d'un test négatif (PCR ou antigénique).

SOIRÉE DU LUNDI 13 SEPTEMBRE

17h30	Visite du «Leukerbad Therme»
18h30	Apéritif de bienvenue
19h15	Montée en téléphérique à la Gemmi
20h00	Soirée hôtelière avec musique live à 2270 mètres d'altitude dans le nouveau restaurant panoramique
dès 23h	Descente en téléphérique à Loèche-les-Bains

AG LE MARDI 14 SEPTEMBRE

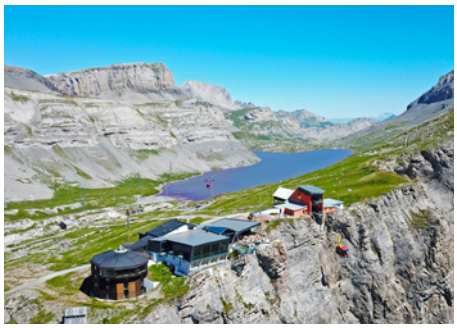
Dès 9h00	Accueil et café-croissants dans le centre scolaire de Loèche-les-Bains (hall d'entrée)
9h45	Assemblée générale dans la salle de théâtre de l'école
10h45	Journée de l'hôtellerie valaisanne: «Digitourism – Soutien à la digitalisation de votre hôtel»
	Présentation de Jérôme Salamin, responsable du programme Digitourism à CimArk
11h00	Table ronde en deux langues «Digitourism»: 2 hôteliers valaisans débattent avec Jérôme Salamin et Roland Schegg, professeur et spécialiste e-tourisme à la HES-SO Valais-Wallis. Modération: Myriam Holzner, rédactrice du journal infhotel.
12h15	Vin d'honneur à l'hôtel «Les Sources des Alpes»
13h00	Banquet à l'hôtel «Les Sources des Alpes»

Accès avec les TP

En train CFF jusqu'à Loèche, puis en bus LLB jusqu'à Loèche-les-Bains (toutes les heures). Prévoir une bonne heure depuis Brigue ou Sion. Le centre scolaire se situe à 5 minutes à pied de la gare routière. *Horaires et billets: www.cff.ch*

Accès en voiture

Possibilité de garer sa voiture aux parkings «Rathaus» ou «Sportarena». Tous les sites sont accessibles à pied (5-10 min).



Le comité de la Société des hôteliers de Loèche-les-Bains se réjouit d'accueillir de nombreux participants le jour de l'AG… et aussi la veille!
De gauche à droite: Thomas Werlen, Stefan Röösli, Carine Brendel, Freddy Böhlen, Didier Grichting, Pascal Loretan – en arrière-plan la Gemmi.

P. P.
CH- 1950 Sion

Entre nous soit dit

Et si je profitais de la crise pour rebondir?

Nous connaissons la traduction chinoise du mot CRISE: «Weiji», composé de 2 caractères, signifiant *Danger* et *Opportunité*. C'est ce que nous vous proposons: profiter de la situation difficile actuelle pour relever la tête et penser à après…. Dans cette édition, nous présentons deux axes de développement pour assurer votre avenir. Ces propositions ont fait leurs preuves, des collègues valaisans en témoignent.

Le premier axe est celui du développement durable, incarné par nos programmes Slow Food et Petit-déjeuner régional. Comme nous, vous aurez certainement remarqué l'engouement de nos clients potentiels pour les produits authentiques de proximité. Le storytelling s'y prête admirablement bien, donnant à vos petits-déjeuners un visage humain et des histoires à raconter. Le Service cantonal de l'agriculture fournit des notices explicatives à placer sur vos buffets et va lancer un service de livraison qui s'ajoutera à celui du Petit Crémier (lire page 7).

Le deuxième axe est celui de la digitalisation des services et du processus administratif. Là aussi, le Canton et HotellerieSuisse s'engagent à nos côtés pour proposer des aides logistiques et financières, afin de réaliser cette transformation difficile mais inévitable. À terme, cela devrait signifier une administration plus fiable et moins coûteuse, vous permettant de vous concentrer sur l'essentiel: les relations avec vos clients.

Que de possibilités pour mettre à profit cette période plus calme, afin d'être prêt à rebondir dès que les affaires reprendront leur cours! N'hésitez plus, suivez nos informations régulières ou contactez-nous au plus vite. Nous sommes là pour vous défendre auprès de la classe politique, mais aussi pour mettre à votre disposition des outils pour un futur meilleur.

Patrick Bérod
Directeur AHV

Quoi de neuf?

Créer des offres touristiques

Comment concevoir des expériences mémorables pour vos hôtes? Un nouveau cours ritzy* vous aide à construire des offres adaptées à votre destination et à votre hôtel. Exemples concrets, analyse de votre projet, stratégie et étapes de la conception, collaboration entre acteurs touristiques, bénéfices pour votre image… Cette formation d'une journée théorique et d'un atelier pratique aborde tous les aspects qui doivent être pris en compte pour créer des offres touristiques réussies. Prochaines dates: 1er et 15 décembre 2021, Sierre. Inscription sur ritzy.ch

Vatel devient Ecole supérieure

L'Ecole hôtelière Vatel de Martigny devient «Ecole supérieure». Elle a obtenu son accréditation officielle tout récemment, après une procédure de reconnaissance auprès du SEFRI (Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation). Deux programmes composent la filière ES, le cursus professionnel et le cursus généraliste. Tous deux donnent accès au titre protégé par la Confédération suisse «Hôtelier-ère / Restaurateur-trice diplômé(e) Ecole Supérieure». C'est la seule école hôtelière à offrir un tel diplôme en Valais.

Action pour fidéliser le personnel

L'AHV a lancé un appel à ses membres pour offrir un séjour à tarif préférentiel au personnel hôtelier: un rabais de 50%, selon les disponibilités de chaque établissement. Cette action lancée par l'Association romande des hôteliers (ARH) pourrait débuter d'ici la fin de l'année. Entre le Valais, Vaud, Fribourg, Neuchâtel et le Jura, plus de 120 hôtels se sont déjà inscrits. Les associations de Genève et du Tessin ont également manifesté leur intérêt. Si HotellerieSuisse reprend l'idée à son compte, ce rabais pourrait être valable sur l'ensemble du pays. Une belle initiative pour fidéliser notre personnel qualifié. Si cette action vous intéresse, écrivez-nous à info@vs-hotel.ch.

A noter

13-14 septembre 2021
Assemblée générale de l'AHV à Loèche-les-Bains
(lire page 11).

L'occasion pour les hôteliers valaisans de se retrouver et de partager leurs expériences dans un cadre exceptionnel!

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 – www.vs-hotel.ch – www.booking-valais.ch
Textes: Geneviève Hagmann, Myriam Holzner – **Graphisme:** Invisu Design