Le journal d'information de l'hôtellerie valaisanne

DÉCEMBRE 2019

infHotel

HotellerieSuisse
Valais – Wallis

Digitalisation

Les hôteliers ouvrent la voie pour le tourisme

3 Caractères
Manuela Bayard,
Hotel Relais Bayard à La Souste

4 Point fort
Projet pilote «Coaching digital»

6 Pratique
Annonce des postes vacants:
contrôles dès 2020

11 La vie des hôtels
Stop au gaspillage alimentaire

Nouvelle formation

Marketing digital pour services touristiques

Nous le savons tous, internet a révolutionné le marketing et le tourisme. L'information, la promotion et les réservations sont désormais en ligne et avec la numérisation le tourisme se développe de manière dynamique. Les défis du marketing numérique sont de plus en plus complexes. Afin de rester compétitif, les acteurs doivent rester à l'affût de l'actualité et disposer d'une vue d'ensemble des canaux de marketing en ligne, des innovations, des technologies et des tendances.

La HES-SO Valais Wallis a lancé un nouveau CAS en marketing digital pour services touristiques. L'objectif de cette formation est d'enseigner aux acteurs du tourisme et du marketing les bases du marketing numérique et de les appliquer concrètement dans leur propre entreprise ou destination.

L'objectif de cette formation est d'enseigner aux acteurs du tourisme les bases du marketing numérique et de les appliquer concrètement dans leur entreprise ou destination.

Basée sur la pratique, cette formation, qui s'adresse à tous les professionnels du tourisme et du marketing, débutera en janvier 2020 et se tiendra en 4 modules de 3 jours sur six mois. La formation, qui a déjà été donnée en allemand en 2019, se déroulera en français. A noter qu'une nouvelle version en allemand est prévue pour 2021. De plus, pour cette année, une aide financière à hauteur de 50% peut être obtenue auprès de l'«Aide Suisse aux Montagnards».

Informations complémentaires et inscriptions sur le site internet www.hevs.ch/CAS-marketing-digital ou par e-mail à manu.broccard@hevs.ch

Initiative pour des prix équitables

Verdict des Chambres en 2020

L'initiative «Stop à l'îlot de cherté – pour des prix équitables», déposée en 2017 par HotellerieSuisse, fait son chemin dans les méandres de l'administration et de la politique fédérales.

Le Conseil fédéral a souhaité régler son sort en proposant un contre-projet indirect, c'est-à-dire une modification de loi. Mais ce texte limitait le champ d'action de l'initiative aux seules entreprises en concurrence directe avec des sociétés étrangères, mettant à l'écart des secteurs entiers de l'économie suisse, comme l'hôtellerie, la gastronomie, les transports publics ou la santé.

Repris par la Commission de l'économie et des redevances du Conseil National cet automne, le contre-projet a été adapté dans le bon sens: il réintègre toutes les entreprises suisses et tient compte des prix surfaits aussi bien au niveau de l'offre que de la demande. Ainsi, un marchand allemand ne pourra plus vendre un appareil ménager à un hôtelier suisse deux fois plus cher, juste parce qu'il s'agit d'un client helvète. Et dans le marché intérieur suisse, les agriculteurs auraient un moyen de se faire entendre auprès des grands distributeurs, au cas où ceux-ci leur imposeraient des prix trop bas. Malgré ce signal positif, le combat pour faire entendre les revendications de l'initiative n'est pas terminé. Par exemple, la demande d'interdire le blocage géographique, une manipulation numérique qui force le client à acheter dans son pays de résidence, n'a pas été retenue.

C'est au courant de l'année 2020, face aux nouveaux élus du Parlement, que l'avenir de l'initiative pour des prix équitables se joue. En mars, le Conseil national se prononcera sur la nouvelle version du contre-projet. Puis ce sera au tour du Conseil des Etats de dire son mot. Une fois le débat terminé aux Chambres fédérales, les initiants, dont HotellerieSuisse, décideront s'ils acceptent cette version législative ou s'ils soumettent leur initiative au vote populaire.

Pour rappel, cette initiative populaire déclare la guerre aux prix à l'importation excessifs et veille à une liberté d'achat en Suisse et à l'étranger. Elle exerce une pression sur les modèles commerciaux qui «arnaquent» les acheteurs provenant de Suisse.
prix-equitables.ch

Motion Bischof

Un goût d'inachevé

En 2017, le Parlement avait décidé d'interdire les clauses anticoncurrentielles des plateformes de réservation en ligne, en soutenant la motion «Bischof».

Dans cette motion, il est demandé que les hôteliers soient libérés des contraintes imposées par les puissants intermédiaires du web, comme Booking.com, Expedia et HRS et qu'ils puissent donc pratiquer des prix plus attractifs sur leur propre site internet.

Mais cette victoire pour l'hôtellerie suisse n'a pas eu de suite. En effet, le Conseil fédéral n'a encore officiellement rien entrepris pour mettre en œuvre cette motion et a même dépassé le délai légal de deux ans qui lui était donné pour le faire. Il devra s'en expliquer au Parlement au mois de mars, comme l'exige la procédure, dans un rapport très attendu. Il sera alors intéressant de savoir pourquoi il n'a pas rempli ses obligations et s'il a un plan B pour libérer l'hôtellerie du joug des géants du numérique.

Le Conseil fédéral n'a encore rien entrepris pour mettre en œuvre cette motion et a dépassé le délai légal de deux ans qui lui était donné pour le faire.

Manuela Bayard, Hotel Relais Bayard

«Il faut toujours penser positif»

Service traiteur, forfait pour jeunes mariés, fumoir… Manuela Bayard a su rebondir face aux défis de l'hôtellerie.

Manuela Bayard dirige l'hôtel Relais Bayard à La Souste depuis 2000. L'entreprise familiale fêtera donc ses 20 ans l'an prochain. Pour cette hôtelière passionnée, ce n'est pas une raison pour se reposer sur ses lauriers.

En mars 2000, le père de Manuela Bayard acquiert le célèbre Hôtel-Restaurant Millius, situé au bord de la route cantonale entre Agarn et La Souste. La famille Bayard investit non seulement dans un nouveau concept d'exploitation et de marketing, mais aussi dans l'infrastructure. Par exemple, la pizzeria existante est entièrement rénovée et ouvre ses portes quelques mois plus tard. Le Relais Bayard devient alors «the place to stop».

Depuis des années, le Relais Bayard est très apprécié des couples du Haut-Valais, qui choisissent volontiers cet établissement pour fêter leurs noces. En effet, l'hôtel offre non seulement un large espace et une belle ambiance aux jeunes mariés, mais également un «forfait tout compris sans soucis». Comme l'explique la directrice Manuela Bayard, «nous conseillons les couples aussi bien dans le choix du menu, que pour la décoration ou l'animation musicale. Nous fournissons même le major de table.»

La famille en majuscules

Au Relais Bayard, la famille s'écrit en lettres majuscules. Un état d'esprit qui inclut également le personnel, composé uniquement d'employés fidèles et permanents. Au sein de l'équipe, les gens se connaissent et s'apprécient. Manuela Bayard se sent responsable de leur sort. Il est important que le chiffre d'affaires soit correct pour assurer le paiement des salaires.

Lorsque l'hôtelière jette un regard sur ces vingt dernières années, elle constate que l'entreprise n'a jamais cessé d'affronter de nouveaux défis. «Par exemple, l'abaissement de la limite d'alcoolémie au volant de 0,8 à 0,5 pour mille. Dans notre région où de nombreux clients voyagent en voiture, la consommation de boissons alcoolisées a diminué. L'ouverture de l'autoroute il y a trois ans, la force du franc et l'interdiction de fumer dans les restaurants ont également eu un impact sur nos ventes ces dernières années.»

Service traiteur jusqu'à 400 personnes

Avec son optimisme et son engagement, Manuela Bayard a su rebondir. «Il faut toujours penser positif et rester confiant», affirme-t-elle. L'entreprise a donc immédiatement investi dans un fumoir et s'est dotée d'un service traiteur. Sous la devise «Nous t'apportons notre restaurant», le Relais Bayard peut nourrir jusqu'à 400 personnes.

Pour Manuela Bayard, l'hôtellerie d'aujourd'hui consiste avant tout à se réinventer. «Vous devez toujours rester à l'affût des dernières tendances et répondre aux souhaits de vos hôtes.» Malgré les changements et défis qui touchent le secteur, la gestion d'un hôtel reste son métier de rêve. «Ce que j'aime par-dessus tout, c'est le contact avec les gens. Ma vie professionnelle m'a permis de vivre beaucoup de belles et enrichissantes rencontres.»

www.relaisbayard.ch

Digitalisation

Des solutions sur mesure pour l'hôtellerie

Cet accompagnement individuel est gratuit pour les hôtels qui participent au projet pilote.

Comment intégrer les nouveaux outils numériques dans son entreprise de façon cohérente? Pour aider la branche touristique à relever les défis de la digitalisation, le Département de l'économie et de la formation lance un projet pilote avec l'hôtellerie.

Les nouvelles technologies ne cessent de prendre de l'ampleur dans l'activité hôtelière. Du clic de réservation à l'avis client en fin de séjour, elles participent aussi bien à la relation avec les hôtes qu'à l'organisation interne de l'établissement. Mais ce monde numérique va très vite et offre une foule de possibilités.

Pour Patrick Bérod, directeur de l'AHV, «la difficulté principale réside dans la connaissance et le choix des options proposées. Certains hôteliers se découragent et risquent de rester sur le quai. Or, le plus important, c'est de monter dans le train de la digitalisation, car c'est par ce moyen aujourd'hui que nous pouvons toucher et garder nos clients.»

Les besoins de l'industrie

Monter dans le train, oui mais comment? Conscient des enjeux pour le tourisme, le Département de l'économie et de la formation (DEF) a organisé une table ronde fin 2018 afin d'écouter les besoins des acteurs concernés. Ces derniers ont évoqué leurs envies et craintes: si la digitalisation est synonyme d'opportunités d'affaires, elle reste compliquée à maîtriser et soulève des questions au niveau de la gestion des données. De façon générale, les professionnels du tourisme reconnaissent leurs lacunes dans le domaine et souhaiteraient être accompagnés dans leurs choix digitaux.

Les hôteliers en première ligne

Suite à ces échanges, le Service de l'économie, du tourisme et de l'innovation (SETI) a proposé de monter un projet de coaching digital destiné aux entreprises du tourisme, avec l'expertise de Cimark et celle de la HES-SO Valais Wallis.

> *«Des conseils, on en reçoit beaucoup dans notre métier. Ce qui nous manque, ce sont les moyens pratiques de les mettre en œuvre.»*
>
> Patrick Bérod, directeur de l'AHV

Première étape: construire et tester une formule de coaching adéquate pour le tourisme. Les hôteliers ont été choisis pour ouvrir les feux de cette expérience pilote. «Ce genre d'accompagnement fonctionne très bien dans l'industrie, il s'agit de vérifier s'il peut être mis sur pied dans le tourisme.
A travers la digitalisation, on touche toutes les prestations de l'entreprise, c'est donc aussi une très bonne occasion de discuter des processus et de la santé générale de son business», commente Yvan Dénéréaz, collaborateur scientifique au SETI. La démarche promet d'être fructueuse pour le management hôtelier. Patrick Bérod se réjouit surtout du catalogue de mesures qui pourrait en découler. «Nous avons besoin de solutions sur mesure, éprouvées par des hôteliers, à des tarifs forfaitaires convenus. Des conseils, on en reçoit beaucoup dans notre métier. Ce qui nous manque, ce sont les moyens pratiques de les mettre en œuvre.»

Réfléchir avant d'agir

Le projet pilote démarre en cette fin d'année avec une dizaine d'hôteliers. Cet accompagnement individuel débute par une évaluation de la situation digitale de l'hôtel, à l'aide d'un outil développé par la HES-SO Valais Wallis, le Digital fitness. Le coach pourra ensuite déterminer avec l'hôtelier des pistes d'amélioration. «Avant de se plonger dans les options technologiques, il est primordial de

définir une stratégie et des objectifs. La digitalisation est un outil, il faut s'assurer qu'on l'utilise à bon escient», précise Jérôme Salamin, chef de projet chez Cimark.

Il s'agira ensuite de trouver des prestations de conseil ou de formation pour faciliter le quotidien des acteurs de la branche. Comme le souligne Jérôme Salamin, «c'est le grand défi de ce projet. Dans cette phase pilote, la participation des hôteliers est essentielle, car c'est à travers leurs expériences que l'on va construire ce catalogue de prestations.»

«Avant de se plonger dans les options technologiques, il est primordial de définir une stratégie et des objectifs. La digitalisation est un outil, il faut s'assurer qu'on l'utilise à bon escient.»

Jérôme Salamin, chef de projet chez Cimark

Pour les hôteliers volontaires, la démarche promet d'être intéressante à double titre: ils pourront bénéficier de l'évaluation et du coaching gratuitement tout en contribuant au développement d'un instrument utile à tous les acteurs touristiques. Une première volée d'établissements teste déjà la démarche et il reste de la place pour d'autres hôteliers intéressés. L'ensemble de cette phase pilote est financée par le Canton et la Confédération, au travers de la politique régionale (NPR), via la Fondation The Ark.

Parallèlement à ce projet de coaching en Valais, une autre démarche d'aide à la numérisation a été lancée par HotellerieSuisse. Pour en savoir plus, vous pouvez consulter le site hotel.digital.

Un défi sportif au quotidien

Freddy Böhlen, directeur, Hôtel Paradis, Loèche-les-Bains

«La digitalisation est dans nos vies, qu'on le veuille ou non. Même si je m'occupe moi-même de tous les aspects numériques de mon hôtel depuis 20 ans, je trouve que cela devient de plus en plus sportif et contraignant. Par exemple, les programmes avec lesquels je dois travailler m'imposent sans cesse des mises à jour que je n'ai pas choisies, j'ai toujours cette impression d'avoir du retard sur tout. Et lorsqu'on a une vingtaine de programmes à adapter et à suivre au quotidien, cela prend un temps fou, surtout que ce n'est pas mon métier principal. Je me réjouis de participer à ce projet pilote: à ce stade, j'ai besoin de faire le point avec un expert pour savoir où j'en suis, trouver des solutions plus efficaces et plus simples. Nous avons un autre problème en Valais: il y a trop d'interfaces et de systèmes dans la branche touristique. Chacun fait sa cuisine numérique dans son coin. Le Canton pourrait nous aider à choisir une solution au profit de toutes les destinations.»

Dans la jungle numérique, que choisir pour mon hôtel? Le projet de coaching digital a pour but d'accompagner les entreprises touristiques dans leurs choix.

Le digital dans mon hôtel: l'occasion de faire le point

Vous avez envie de faire le point sur votre situation et vos moyens numériques?
Votre expérience nous intéresse et pourrait nous aider à trouver les bons outils pour toute la branche hôtelière.

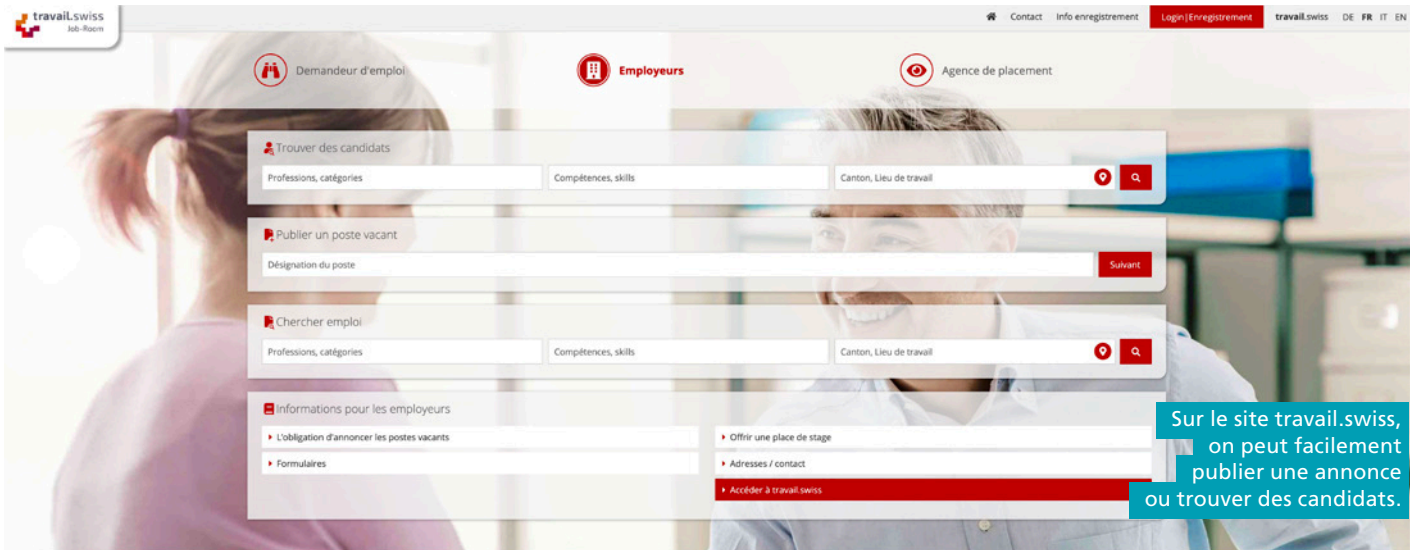
Intéressé-e?

Participez au projet pilote «Coaching digital» gratuitement.

Annoncez-vous auprès de l'Association hôtelière du Valais, info@vs-hotel.ch, 027 327 35 10.

Postes vacants

Collaboration constructive avec les ORP



Sur le site travail.swiss, on peut facilement publier une annonce ou trouver des candidats.

Depuis un an et demi, les hôteliers ont l'obligation d'annoncer leurs postes vacants aux Offices régionaux de placement (ORP). En cas de question ou d'insatisfaction, ils peuvent s'adresser aux répondants de leur région.

La mise en œuvre de l'obligation d'annonce des postes vacants contraint l'hôtellerie à collaborer systématiquement avec les ORP. Ce partenariat se déroule bien dans l'ensemble et porte ses fruits plus qu'ailleurs. En effet, tous secteurs confondus, les ORP valaisans parviennent à pourvoir 18% des postes soumis, un taux deux fois plus élevé que la moyenne nationale. Il reste que cette mesure est contraignante. En effet, l'employeur doit attendre 5 jours avant de publier son annonce sur un autre canal, un délai très long pour ceux qui doivent remplacer un collaborateur au pied levé. A l'inverse, s'il planifie ses demandes de postes saisonniers trop tôt, il aura bien de la peine à trouver preneur auprès des ORP. «Soumettre des annonces en juillet pour décembre, alors que tous les employés potentiels travaillent déjà, cela ne fonctionne pas, surtout dans un contexte général où le taux de chômage est particulièrement bas», reconnaît David Fellay, chef de la section Placement Public au Service de l'industrie, du commerce et du travail (SICT).

Certains hôteliers se plaignent parfois de recevoir des dossiers trop éloignés de leurs attentes. Sur ce point, David Fellay précise que «ce n'est pas notre volonté. La consigne que nous faisons passer auprès de nos conseillers est claire: nous n'envoyons des dossiers aux employeurs que s'ils correspondent au profil recherché. Si nous n'avons pas de candidat adéquat, nous nous abstenons.» Et le responsable de rappeler que les annonces sont également accessibles à tous les demandeurs d'emploi de Suisse.

N'importe quelle personne inscrite au chômage peut répondre à une annonce sans passer par son conseiller ORP. Il est donc tout à fait possible que des candidatures personnelles «hors sujet» parviennent aux hôteliers. Dans tous les cas, David Fellay recommande aux hôteliers de dialoguer directement avec les répondants entreprises de leur ORP local. «Cette collaboration est importante pour les deux parties. Nous répondons volontiers à leurs questions, qu'ils n'hésitent pas à prendre contact.»

Contrôles et amendes dès 2020

L'Etat régularisera les contrôles et les effectuera systématiquement dès 2020. Il sanctionnera les entrepreneurs qui ne respectent pas l'obligation d'annonce et ses dispositions légales, comme par exemple, la publication sur d'autres canaux dans un délai inférieur à cinq jours, ou le recours abusif aux contrats de 14 jours.

Comment annoncer un poste

- publier le descriptif et les exigences du poste sur le formulaire en ligne de travail.swiss ou directement auprès de l'ORP de votre région (par courriel, par téléphone ou en personne)
- attendre cinq jours ouvrables avant de publier votre annonce sur d'autres canaux (l'ORP a la priorité)

Je n'ai pas l'obligation d'annoncer un poste vacant, lorsque…

- le poste est pourvu par une personne qui travaille depuis au moins 6 mois dans l'entreprise
- le poste est pourvu par un membre de la famille
- l'engagement ne dure pas plus de 14 jours
- l'employeur trouve et engage un demandeur d'emploi à l'ORP (profil publié sur le site internet travail.swiss)

Energie durable

«Les hôteliers perçoivent l'écologie comme une menace»

Construit en bottes de paille, l'hôtel de Louis Papadopoulos offre une excellente isolation.

Le développement durable progresse lentement dans l'hôtellerie suisse. Trop lentement. Pourquoi? Nous avons posé la question au pionnier de l'écologie hôtelière Louis Papadopoulos, propriétaire du Maya Boutique Hôtel.

La faîtière HotellerieSuisse l'admet. On constate bel et bien des progrès dans le développement durable hôtelier, selon un rapport publié en 2015. Mais ils avancent à un rythme de tortue. Les émissions de gaz à effet de serre diminuent depuis 2008, pas assez pour atteindre les objectifs climatiques fixés par la Confédération et les cantons dans leurs stratégies énergétiques. Du mieux également dans la proportion des énergies renouvelables, qui représentaient environ un quart de la consommation en 2013, mais là aussi, la marge d'amélioration est énorme. Pas de progrès par contre, ou très peu, dans la consommation d'énergie par nuitée.

Louis Papadopoulos, pourquoi cette lenteur?
Les hôteliers perçoivent la durabilité comme une menace. Ils se sentent comme obligés, contraints de prendre des mesures pour ménager le climat, et ils ont l'impression de passer pour des méchants s'ils n'affichent pas une couche verte. C'est bien sûr plus difficile de progresser si on voit cette évolution comme une obligation, et non comme une opportunité.

Quelle opportunité justement?
L'expérience client. Dans la tête des gens, l'écologie est assimilée à une perte de confort. A tort. Un hôtel écologique doit être confortable. Chez nous, la chaleur vient de partout, l'absence de ventilation forcée est agréable, l'utilisation de produits régionaux diminue les transports. Tout cela, le client le ressent, et il l'apprécie parce qu'il a l'impression de participer à son niveau à la protection du climat.

Le parc hôtelier valaisan est assez âgé. Pas facile de prendre des mesures énergétiques avec des bâtiments vieux de 30, 40 ou 50 ans…
C'est vrai. Mais il y a toute une série de mesures immédiates et faciles à mettre en place. Je suggère la politique des petits pas. Changer les ampoules conventionnelles par des LEDS est très simple. En deux ans, l'investissement est amorti et l'hôtelier fait des économies. Autre exemple: certains hôtels, pour copier le cinq étoiles, proposent des pantoufles à leurs clients. Ils les portent une fois, et après on les jette. Même chose pour les petites bouteilles de shampoing ou les savons. Le client les ouvre, renifle le parfum, puis les repose. Idem pour les portions de confiture industrielle. Tout cela finit à la poubelle, et ça coûte terriblement cher, surtout depuis l'introduction des sacs taxés. De simples distributeurs de savon ou shampoing, des pantoufles lavables et de la confiture en vrac portionnée dans des bocaux en verre, permettent non seulement d'éviter le gaspillage, mais en plus de réaliser de substantielles économies. Ces mesures simples, n'importe qui peut les entreprendre, et tout de suite.

L'exemple écolo

Le Maya Boutique Hôtel de Nax, construit en 2012, est cité dans toute la Suisse et en Europe comme un exemple d'écologie dans la pratique hôtelière. En voici quelques points forts.

- Technique de construction en bottes de paille, qui offre une bonne isolation et favorise le bien-être des habitants. Sa production est locale et ne demande que très peu d'énergie. Mieux encore: la paille stocke le CO_2 plutôt que de l'émettre.
- Chauffage et eau chaude sanitaire sont assurés par la récupération de chaleur d'un four à pain (40%) et par des panneaux solaires thermiques (40%). Une pompe à chaleur et l'électricité du réseau fournissent les 20% restants.
- Eclairage assuré à 100% par des ampoules LED. Des détecteurs de mouvement permettent de distiller le bon éclairage au bon moment.
- Mise à disposition gratuite de voitures électriques pour les déplacements locaux des hôtes.

www.maya-boutique-hotel.ch

Travaux de rembourrage

Offrez un nouvel éclat à vos fauteuils de style et canapés

La jeune entreprise Uniquechair de Naters rembourre vos fauteuils et canapés selon vos goûts. En leur redonnant leur allure d'antan ou en leur offrant une nouvelle vie dans un style moderne ou original.

Les meubles rembourrés font partie du décor de nombreux hôtels, que ce soit dans les chambres, dans le hall d'accueil ou encore au restaurant. Ils sont synonymes de confort et d'hospitalité… et ils invitent à la détente.

5000 tissus différents
Au fil du temps, le rembourrage se détériore ou s'use, et la question se pose: faut-il restaurer ou acheter de nouveaux meubles? Pour Uniquechair, il est évident qu'il faut opter pour un nouveau look! Selon le choix du rembourrage, les meubles anciens ne sont tout simplement plus reconnaissables. L'entreprise de Naters propose 5000 tissus différents, du velours conventionnel au tissu imprimé moderne et coloré, en passant par les housses de siège à partir de bouteilles PET ou de laine recyclées.

Le logo de l'hôtel sur la housse du siège
Selon les désirs du client, Uniquechair peut redonner aux meubles leur lustre d'antan, ou les relooker complètement. «Nous brodons également le logo de l'hôtel ou un slogan sur la housse de siège», explique le directeur général Sandro Verasani. «Il arrive que nous utilisions le chalumeau pour donner un aspect unique au cadre en bois.» En plus du nouveau rembourrage des fauteuils et canapés de style, Uniquechair propose d'élégants stores plissés sur mesure, le complément idéal pour créer une ambiance et une acoustique agréables. «A l'exception des travaux de revêtement de sol, nous offrons tout ce qui a trait à la décoration intérieure», résume Sandro Verasani, décorateur d'intérieur diplômé.

> *«Nous cherchons constamment de nouvelles idées. Il arrive que nous utilisions le chalumeau pour donner un aspect unique au cadre en bois.»*
> Sandro Verasani, directeur Uniquechair

Avant/après rénovation: un rembourrage en tissu moderne donne un look totalement nouveau à un vieux fauteuil.

Conseils et services personnalisés
Qu'il s'agisse de la restauration d'une seule chaise ou de l'aménagement complet d'une pièce, «c'est le conseil personnalisé qui fait toute la différence», assure le décorateur. Pour les commandes plus importantes, il visite l'hôtel, discute des différentes options avec l'hôtelier et prend les mesures. Uniquechair se charge d'embarquer les meubles et objets à rafraîchir dans l'hôtel et de les ramener à leur place une fois transformés.

Une commande ordinaire prend un à deux mois. Cependant, un établissement public ne peut pas toujours se passer de meubles aussi longtemps. «Nous avons relevé un défi intéressant dans un salon de thé: nous avons réussi à retaper toutes les chaises et bancs, alors que l'établissement est resté ouvert et bien fréquenté. Nous avons emporté les meubles et effectué le rembourrage petit à petit et le plus rapidement possible», se souvient Sandro Verasani. Après deux semaines, le salon de thé a retrouvé toute sa splendeur, sans un seul jour de fermeture supplémentaire!

MEMBRES AVH
Rabais de
10%

Avantage membres AHV: 10% de rabais

Les membres de l'Association hôtelière du Valais bénéficient d'une réduction de 10% sur toute la gamme: rénovation de fauteuils et canapés anciens, conseils, stores plissés, accessoires, coussins, etc.

Magasin et espace d'exposition Uniquechair:
Furkastrasse 33, 3904 Naters
info@uniquechair.ch
079 961 70 80

Boutique en ligne:
www.uniquechair.ch

Linge hôtelier

Une entreprise suisse tisse sa toile

Leinenweberei Bern AG®
Tissage de Toiles Berne SA
Qualität seit 1917

Depuis plus de cent ans, «Tissage de Toiles Berne SA» fournit du linge suisse de qualité aux hôteliers. Sur sa carte de visite, deux notions essentielles: proximité et service à la carte, adapté aux besoins de chacun.

L'entreprise maîtrise toute la chaîne de production.

Le Valais, le directeur commercial de «Tissage de Toiles» Yohan Bugnon l'apprécie. La richesse et la diversité de son offre lui assurent des défis quotidiens qu'il se plaît à relever. «Tous les hôteliers ont des besoins spécifiques, mais c'est encore plus le cas en Valais.» Et de citer les cabanes de montagne, qui veulent un linge sans repassage. De mettre le doigt sur la présence parallèle d'établissements d'entrée de gamme, qui souhaitent un linge léger et bon marché, et d'hôtels cinq étoiles qui ne transigent pas sur la qualité. «Le paysage hôtelier valaisan est divers et riche, ce qu'on ne retrouve pas forcément dans les grandes villes. Il faut se parler beaucoup, échanger, amener des idées. Mais au final, nous arrivons à proposer exactement ce que souhaite le client avec un bon rapport qualité-prix.»

Le conseil sur le pas de la porte

Outre la souplesse et l'adaptation, la proximité s'écrit en lettres d'or sur la carte de visite de «Tissage de Toiles». Très loin de l'anonymat des grands groupes internationaux, l'entreprise mise sur la présence directe sur le terrain. «Nous avons douze représentants en Suisse. Dans un délai de quelques heures, ils peuvent être sur place pour répondre en live aux souhaits des clients», souligne Yohan Bugnon. Il n'y a pas d'intermédiaires. L'entreprise maîtrise toute la chaîne de production. Là où d'autres délocalisent en Asie pour faire baisser les coûts, «Tissage de Toiles» a choisi de travailler avec des métiers à tisser en Europe et de confectionner en grande partie en Suisse.

Ce qui nous amène à la durabilité, une notion essentielle pour la maison bernoise. Longévité, traçabilité, utilisation de matière première issue d'une production socialement responsable, transports réduits au minimum, l'enjeu environnemental imprègne toutes les activités de l'entreprise.

Linge en location

«Tissage de Toiles» a lancé depuis peu de temps une nouvelle offre spécifiquement valaisanne. Elle est au linge de maison ce que le leasing est aux voitures. L'hôtelier et le restaurateur peuvent faire financer leurs draps, serviettes de table, nappes, éponges, linge de bain et couvertures.

«Tissage de Toiles» s'occupe du traitement et de la mise en relation avec des partenaires locaux, comme les ateliers de blanchisserie de la Fondation valaisanne en faveur des personnes handicapées mentales (FOVAHM), dont l'offre est adaptée aux petits établissements.

Compétences gratuites pour les hôteliers valaisans

Vous souhaitez savoir si votre linge hôtelier est toujours adapté? S'il mérite un coup de jeune? Si vous pouvez faire mieux et à moindre coût? «Tissage de Toiles» propose aux hôteliers de l'AHV **une demi-journée gratuite d'expertise et de conseil**. Objectif: fournir les bons produits aux justes dimensions. Des linges trop grands peuvent par exemple peser lourdement sur les charges hôtelières.

Pour profiter de cette offre, il suffit de contacter le directeur commercial suisse:

Yohan Bugnon
079 137 83 37
yohan.bugnon@lwbern.ch

Par **Claude Meier, directeur d'HotellerieSuisse**

HotellerieSuisse

Collaborer, c'est gagner!

L'année 2019 a marqué d'importantes avancées, réalisées conjointement avec les associations régionales. Pour affronter les défis qui se dessinent dans l'industrie du tourisme, nous avons encore besoin d'une vision commune forte et d'une coopération intensive à tous les niveaux.

Les délégués d'HotellerieSuisse ont adopté il y a trois ans une vision commune. Depuis lors, HotellerieSuisse se positionne avec ses quelque 3000 membres comme l'association des établissements d'hébergement innovants et attachés aux principes du développement durable. Afin de tenir compte de la diversité de la branche et des multiples besoins de l'hôtellerie, le siège principal s'appuie sur une étroite collaboration avec les 13 associations régionales et leurs secrétariats et avec la soixantaine d'élus de toutes les régions – dont le Valais.

L'objectif commun consiste à regrouper les multiples intérêts de la branche pour les ramener à un dénominateur commun. L'association se propose d'alimenter et de soutenir l'industrie hôtelière avec des idées nouvelles et inspirantes, de l'organiser, de l'animer et de la coaliser, y compris au niveau politique. A cet égard, nous avons réalisé bien des choses cette année.

Dans le cadre de la promotion économique en particulier, nous avons réussi à mettre en échec les coupes opérées ces dernières années par le Conseil fédéral dans les crédits alloués à Suisse Tourisme. Des moyens financiers sont désormais disponibles pour financer, entre autres, les campagnes touristiques de la Suisse, telles que «win-back Europe». Cette campagne vise à regagner durablement les hôtes européens. De telles campagnes bénéficient en particulier au Valais, car cette région accueille, à côté des touristes suisses, un grand nombre de touristes européens.

De tels succès communs nous motivent et nous donnent de l'énergie pour faire face aux enjeux à venir. Pour l'an prochain, nous nous sommes assignés, entre autres, les deux objectifs suivants:

Non à l'initiative «de résiliation»

Le peuple sera probablement appelé à se prononcer en mai 2020 sur cette initiative populaire qui vise à supprimer la libre circulation des personnes avec l'UE. L'industrie touristique est fortement concernée, car en cas d'acceptation de l'initiative, les accords bilatéraux avec l'UE, de grande importance économique, deviendraient caducs, avec les graves conséquences économiques que l'on imagine pour l'économie et le tourisme suisse.

D'autre part, l'accord de Schengen, lui aussi capital pour le tourisme, menace également de disparaître, avec des manques à gagner qui pourraient atteindre un demi-milliard de francs suisses. Enfin, l'abolition de la libre circulation des personnes aggraverait encore la pénurie de travailleurs qualifiés dans ce secteur. L'enjeu est donc de taille pour le tourisme et les régions de montagne, raison pour laquelle HotellerieSuisse entend unir ses efforts avec d'autres acteurs touristiques pour participer à la campagne contre l'initiative «de résiliation».

Intensifier la collaboration entre l'association nationale et les associations régionales

Cela concerne notamment les trois projets suivants:

- **Meilleure entreprise formatrice:** la phase pilote du projet se déroule avec des établissements de formation du canton des Grisons et vise à introduire un système national de distinction des entreprises formatrices. Il s'agit ici d'une part de lutter contre les ruptures d'apprentissage et le départ de travailleurs qualifiés, et d'autre part de faciliter la recherche de bonnes entreprises de formation et d'améliorer leur image.
- **Personnes en reconversion professionnelle:** ce projet démarre à Zurich avec une campagne ciblée, afin d'attirer l'attention sur les opportunités qui s'offrent aux personnes en reconversion professionnelle et de convaincre les intéressés par des formats attractifs et taillés à leur mesure.
- **Avantages sociaux:** les avantages sociaux désignent les prestations (produits ou services) que l'employeur met à la disposition du personnel à titre gratuit ou à prix réduit. Dans la phase pilote, le projet sera lancé conjointement avec l'association régionale de l'Oberland bernois et vise à faire profiter les employés des établissements participants d'avantages mutuels. En plus d'accroître l'attractivité de la branche, l'objectif consiste à donner aux employés une meilleure connaissance de la destination et de ses offres, et de promouvoir le réseautage entre les employés.

Sachons faire de la diversité de la branche une véritable force, pour une année 2020 pleine de promesses captivantes!

Déchets alimentaires

Et si on arrêtait le gaspillage?

Le retour d'assiettes non finies représente le 50% des déchets alimentaires.

Par des mesures simples en cuisine, on peut réduire ses déchets alimentaires de 30% et ses coûts de 3%. Une démarche qui ménage la planète et le porte-monnaie.

290 000 tonnes de déchets alimentaires évitables sont produits hors foyer chaque année en Suisse. Ils proviennent principalement de restes d'assiettes ou de buffets, et de la surproduction d'aliments. Selon les calculs de l'Office fédéral de l'environnement, chaque kilo de déchets organiques coûte 24 francs. Le potentiel d'économies est donc très important pour la branche hôtelière. De plus, comme l'ont montré les résultats des dernières élections fédérales, les citoyens et consommateurs sont de plus en plus sensibles aux questions écologiques et demandent des actions concrètes dans ce domaine. Depuis quelques années, HotellerieSuisse s'engage avec l'association United Against Waste pour sensibiliser ses membres et les aider à trouver des solutions.

«Réduisez vos déchets, pas la qualité!»

Christian Ecoeur, consultant en gastronomie pour l'association United Against Waste.

Sur quels points peut-on agir?
Principalement sur deux fronts: la production et les quantités. En améliorant la planification et les modes de cuisson, on achète moins, on gagne du temps, de la qualité et de la fraîcheur. On a encore tendance à calculer des portions trop grandes, alors que les gens veulent manger moins et mieux. Il existe beaucoup de possibilités qui ne coûtent rien et qui apportent une plus-value, comme les aménagements de restes. Il faut juste la volonté de se lancer dans la démarche.

Comment s'y prendre, est-ce que ça demande beaucoup de temps et d'argent?
Le coaching de United Against Waste donne de bons résultats. En analysant la production de déchets d'un établissement, on peut repérer la source du problème et trouver des solutions. Il faut compter environ 15 minutes par jour et une demi-journée de séances pendant un mois. Généralement, après six mois de pratique, l'établissement réduit ses déchets organiques d'un bon tiers et fait des économies de 2 à 3% sur ses achats de marchandises. Quant au prix, on peut obtenir un suivi personnalisé dès 2000 francs et un cours ritzy pour 50 francs par personne.

Malgré le trend «vert», vous constatez peu d'intérêt de la part des hôtels valaisans pour ce thème. Pourquoi?
C'est incompréhensible. Le Valais, comme la Suisse romande, a des années de retard dans ce domaine. Nous croulons sous les demandes des hôteliers suisses alémaniques, alors qu'ici, rien ne bouge. 80% des hôtels connaissent des difficultés financières et très souvent, ils finissent par sabrer dans la qualité de leurs prestations. Alors que s'ils réduisaient leurs déchets, ils pourraient diminuer leurs coûts et améliorer leur organisation.

Les moyens d'agir

- **Cours «Eviter les déchets alimentaires»:** organisé sur demande dans votre destination, par ritzy formation continue.
- **Coaching United Against Waste**: analyse et mesures individuelles pour votre entreprise. Contact: Christian Ecoeur 079 402 95 00
- **Aides en ligne:** guide et conseils disponibles sur united-against-waste.ch / Les applications *Food Save* et *Waste Tracker* aident les cuisiniers dans la gestion quotidienne des déchets: sur Google Play Store, uniquement en allemand pour le moment.

P. P.
CH- 1950 Sion

Entre nous soit dit

Quel futur pour notre association patronale?

Nous devons constater un désintéressement progressif des membres pour leur Association patronale. Tous sont sous pression permanente, entre les obligations liées à la gestion de leur établissement et la législation toujours plus importante qui pèse sur leurs épaules.

Le Comité a donc décidé de confier à un groupe de travail composé de jeunes hôteliers, âgés de 24 à 44 ans et représentatifs des régions de notre canton, une vaste réflexion sur les besoins des hôteliers membres. Ce groupe sera actif pendant tout le premier semestre 2020 et peut-être davantage si nécessaire. Ses conclusions seront ensuite présentées au comité cantonal, qui soumettra leur mise en œuvre à l'Assemblée générale de 2021.

Ainsi donc, l'AHV sera prête à assumer les défis du futur, et à effectuer en 2022 la transition entre l'ancienne et la nouvelle équipe, de manière tout à fait concertée, en douceur et orientée vers le futur.

De son côté, HotellerieSuisse mène aussi sa réflexion avec la participation des associations régionales pour mettre sur pied un nouveau catalogue de prestations à l'usage de nos membres. Ces prestations seront présentées lors de la dernière assemblée des délégués de 2020.

Ainsi et sur tous les fronts, à tous les échelons, nous avons remis les hôteliers et les membres au centre de nos préoccupations, ce qui est en fin de compte la seule justification de notre existence, et c'est bien ainsi.

Patrick Bérod
Directeur AHV

Quoi de neuf?

La saison d'hiver s'annonce bonne

La saison hivernale devrait profiter au tourisme helvétique. C'est ce qu'estiment les économistes du centre d'études conjoncturelles KOF. En cas de conditions météorologiques moyennes, l'institut prévoit des nuitées en hausse de 2,1% cet hiver. En montagne, les plus fortes croissances sont attendues dans les Grisons et en Valais. Fort de ces prévisions optimistes pour l'hiver ainsi que de la solide performance estivale, le KOF table sur une hausse de 1,8% des nuitées en 2019 et en 2020.

La vidéo pour vous démarquer

Elle est partout, aussi bien sur les réseaux sociaux que les sites internet. La vidéo est devenu le moyen incontournable de communiquer. Comment en réaliser une de qualité? Un séminaire ritzy vous enseigne les bonnes pratiques avec un réalisateur professionnel. Vous aurez la possibilité de vous placer derrière la caméra, de connaître les ingrédients d'une stratégie de communication audiovisuelle en phase avec vos objectifs marketing et de maîtriser les bases de la réalisation. Inscriptions sur **ritzy.ch**

Nouvelle identité visuelle pour HotellerieSuisse

L'association faîtière de l'hôtellerie a changé son logo et son image cette année. Elle a voulu donner un coup de jeune à son identité, tout en continuant à traduire les valeurs qui la caractérisent: humanité, fiabilité et esprit visionnaire. La façon d'écrire la marque a été modifiée pour davantage de lisibilité dans l'environnement numérique. Une plateforme entièrement neuve sera mise à la disposition des membres dès le printemps 2020. Découvrez les détails du nouveau look sur **hotelleriesuisse.ch/branding/fr**

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: M. Biaggi, G. Hagmann, M. Holzner, C. Pralong – **Graphisme**: Invisu Design