

16.05.2007 – 11:00 Uhr

Premiers résultats intermédiaires de l'étude BAK réalisée à la demande de GastroSuisse et du SECO: L'hôtellerie de petite et moyenne taille stimule la concurrence - au profit des clients

Berne (ots) -

L'hôtellerie "low & middle-class" est un pilier important du tourisme suisse. C'est à cette conclusion que le BAK Basel Economics parvient dans le cadre de sa dernière étude dont les résultats intermédiaires ont été présentés le mercredi 16 mai 2007 à Berne. Les perspectives de l'hôtellerie de petite et moyenne taille ont été analysées sur ordre de GastroSuisse et du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO).

"Plus de 90 pour cent de tous les hôtels suisses font partie de l'hôtellerie "low & middle-class" qui joue un rôle décisive dans toutes les régions touristiques", a expliqué Richard Kämpf, BAK Basel Economics au cours de la conférence de presse qui a été organisée à Berne en collaboration avec GastroSuisse et le SECO. Ce qui est frappant, c'est le fait que les établissements hôteliers non classés prédominent clairement à titre de deux tiers.

Selon Richard Kämpf, le fait que plus de la moitié des clients suisses logent dans une chambre d'hôtel se situant dans la catégorie de prix de moins de 100 francs témoigne également de l'importance de la demande sur le marché en hôtels "low & middle-class" ; en ce qui concerne les clients étrangers, cette part représente environ 30 %.

L'hôtellerie de petite et moyenne taille est axée, de manière supérieure à la moyenne, sur le marché intérieur ainsi que sur les marchés proches européens, la BAK enregistrant dans son étude un déficit net en matière de commercialisation pour ces établissements. La BAK voit néanmoins un grand potentiel dans ces établissements. "La demande du marché en hôtels "low & middle-class" prédominera également à l'avenir le segment des hôtels de première classe et des hôtels luxueux", Richard Kämpf en est convaincu.

"Les petits hôtels constituent un maillon important de la chaîne d'offres touristiques", a déclaré Karl Koch du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO), "étant donné qu'ils garantissent un approvisionnement de large étendue en prestations d'hébergement." Le tourisme suisse n'a pas uniquement besoin d'offres dans les sites centraux, mais également dans les niches des régions rurales et de l'agglomération. Ces établissements accroissent le choix des clients et stimulent la compétitivité. "Une économie d'hébergement variée présente un atout décisif pour le tourisme suisse", a poursuivi Karl Koch. Pour de nombreux petits hôtels, c'est le marketing qui établit souvent les plus grandes barrières en matière d'accès au marché. Vu que ces établissements ne sont pas en mesure de traiter à eux seuls de manière active le marché international, ils dépendent de la coopération et de l'aide d'associations et du secteur public.

Font entre autres partie des instruments du SECO visant à promouvoir les PME le portail des PME, les prestations de la Société suisse de crédit hôtelier et surtout, Innotour, la loi sur la

promotion de l'innovation et de la coopération au sein de la branche.

Grâce à son engagement qui dure déjà plusieurs années, GastroSuisse a justement fait bouger beaucoup de choses pour l'hôtellerie de petite et moyenne taille et elle souhaite, selon la déclaration du président central Klaus Künzli, continuer à s'engager fortement pour ce segment. "Pour la Suisse, il ne serait pas sain que nous devenions uniquement un havre pour les clients richissimes", a indiqué Klaus Künzli. "Nous devrions aussi pouvoir répondre aux besoins des clients au budget modeste".

En automne 2006, GastroSuisse a lancé sur le marché un instrument important pour motiver l'hôtellerie de petite et moyenne classe : HOT-C. HOTEL CATEGORYCAL BY GASTROSUISSE. "Cette nouvelle prestation est une réponse partielle à un déficit dans le soutien de ce segment", a expliqué Heidi Sigrist, responsable de l'Etat-major de direction / du tourisme de GastroSuisse. "Le point de départ de notre catégorisation hôtelière mène bien plus loin que l'observation de tous les points de la liste de contrôle", a déclaré Heidi Sigrist à Berne. "Il s'agit pour l'essentiel d'apporter une contribution importante pour l'assurance et le développement de la qualité". Depuis l'introduction sur le marché de HOT-C. en automne 2006, 70 d'établissements, répartis sur tout le territoire suisse, ont jusqu'à aujourd'hui été catégorisés.

"Suisse en direct" de GastroSuisse, à la fois guide hôtelier et guide touristique, est à l'origine un modeste projet Innotour. Florian Hew, directeur de GastroSuisse, a présenté à Berne la dixième édition - qui vient de sortir - du magazine des vacances avantageuses en Suisse, un projet visant à encourager les petits et moyens établissements d'hôtellerie. "Suisse en direct" permet aux quelque 300 hôtels participants de se positionner clairement dans le segment des prix avantageux et de créer un réseau national en collaboration avec des partenaires de taille.

Indication importante à l'attention des journalistes:

Le présent communiqué de presse, les discours qui ont été tenus lors de la conférence de presse ainsi que les résultats intermédiaires de la nouvelle étude BAK sont disponibles sous forme électronique dans la rubrique "Médias" sur le site www.gastrosuisse.ch.

Contact:

GastroSuisse
Brigitte Meier-Schmid
Marketing et communication
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tél.: +41/44/377'53'53
Fax: +41/44/377'55'82
E-Mail: maco@gastrosuisse.ch