

11.09.2008 – 13:30 Uhr

La 1re journée de la PMH suisse de GastroSuisse à Lucerne a été une réussite: L'hôtellerie suisse est dominée par des hôtels "petits et de qualité"

Lucerne/Zurich (ots) -

Près de 87 pourcent des établissements hôteliers en Suisse sont de petits et moyens hôtels. Ils génèrent ensemble presque la moitié des nuitées d'hôtel. L'importance et l'aptitude à évoluer sur le marché de la petite et moyenne hôtellerie (PMH) étaient au premier plan de la 1re journée de la PMH suisse, inaugurée par Klaus Künzli, président central GastroSuisse, le 11 septembre 2008 à Lucerne devant 200 participants. Hansruedi Müller, professeur à l'Université de Berne, et Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme, étaient parmi les orateurs invités.

"Votre vif intérêt pour cette nouvelle manifestation nous conforte dans notre engagement", a déclaré Klaus Künzli, président central GastroSuisse, dans son allocution d'ouverture devant une assemblée de professionnels de la PMH. L'objectif de cette initiative de GastroSuisse est de fournir à la petite et moyenne hôtellerie une plateforme d'échange de savoir-faire et d'expériences. La Fédération nationale leader de l'hôtellerie et de la restauration s'engage depuis plus de dix ans pour les petits et les moyens hôtels, qui sont les moteurs du tourisme en Suisse.

87% des établissements hôteliers font partie de la PMH

Hansruedi Müller de l'institut de Recherche sur les Loisirs et le Tourisme de l'Université de Berne a notamment présenté les premiers résultats d'une nouvelle étude sur la PMH (en cours d'évaluation) effectuée sur mandat et à l'initiative de GastroSuisse.

Selon les statistiques les plus récentes, il existe près de 4 400 PMH en Suisse, ce qui représente 87 pourcent des établissements hôteliers et presque 50 pourcent des nuitées d'hôtel générées en Suisse. Ces établissements sont souvent "petits par leur taille mais grands par leur qualité" et se distinguent en particulier par des offres à prix avantageux. La PMH en Suisse produit une valeur ajoutée directe de près de deux milliards de francs et est surtout très importante dans les régions rurales. Font partie de la PMH les établissements comptant au moins cinq et au maximum 50 chambres. Le professeur Müller a également déclaré que plus de 70 pourcent des établissements de la PMH disposent de la capacité de rester compétitifs à moyen terme.

"Small is beautiful"

"Les petits hôtels de qualité sont prisés", a fait remarquer Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme, qui a tenu un exposé intitulé "Marketing pour les petits établissements : illusion ou faisabilité?". Jürg Schmid a clairement confirmé qu'il y a une demande des clients en matière de PMH, "mais encore faut-il être trouvé!" a-t-il ajouté. Les petits et moyens hôtels ne peuvent pas se passer d'un marketing efficace, car le client ne fait pas de compromis et un bon positionnement sur le marché est indispensable. Il a concrètement recommandé aux entrepreneurs présents de veiller en

particulier à la qualité et à une spécialisation appropriée ainsi qu'à soigner les contacts avec les clients habitués.

Etre en forme et le rester

Jakob Huber, membre du conseil d'administration et de la direction de la Gastroconsult SA, a insisté sur le fait que "pour être en forme et le rester, il faut aussi avoir une bonne gestion financière". Son mot d'ordre est "jamais sans business plan". Selon lui, les facteurs de réussite dans l'hôtellerie sont notamment un management fort, un concept ou un bon emplacement, mais la stratégie de l'entreprise et une gestion financière adéquate sont tout aussi décisives. La 1re journée de la PMH a offert aux participants de nombreuses informations axées sur la pratique et utiles au quotidien. La palette était vaste, allant des idées et informations de fond aux ateliers.

GastroSuisse a fortement développé son offre de prestations pour la PMH ces dernières années, notamment grâce au système d'évaluation "HOTEL CATEGORYCAL BY GASTROSUISSE" qui contribue à stimuler le segment de la PMH. Avec le groupe hôtelier "SuisseDirecte. Bien dormir, tout simplement.", les établissements catégorisés disposent d'une plateforme de marketing moderne avec un système de réservation et des chances de commercialisation sur le plan international. Les établissements et les clients apprécient également la promotion "Hôtels avantageux", une collaboration de Suisse Tourisme, Switzerland Travel Centre et GastroSuisse.

GastroSuisse est la Fédération nationale leader de l'hôtellerie et de la restauration. Près de 21 000 membres (hôtels, pensions, auberges, restaurants et cafés) organisés en 26 sections cantonales et quatre groupements sectoriels font partie de l'association patronale suisse la plus importante de la branche. GastroSuisse s'engage depuis des années, aussi politiquement, en faveur de la petite et moyenne hôtellerie et de conditions cadres qui favorisent la diversité des offres de l'hôtellerie ainsi qu'un bon rapport qualité-prix.

Ce communiqué de presse (en français et en allemand) se trouve également en ligne sur www.gastrosuisse.ch, rubrique "Médias".

Contact:

GastroSuisse
Marketing et communication
Brigitte Meier-Schmid,
Tél.: +41/44/377'53'53
E-Mail: maco@gastrosuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100007695/100569471> abgerufen werden.