

# Cinq hôtels osent la coopération



**Confrontés aux mêmes défis et à des coûts croissants, cinq hôteliers du val d'Iliez se lancent dans un projet de coopération. Une démarche qui s'intègre dans un processus régional.**

LAETITIA GRANDJEAN

La vallée d'Iliez voit grand et pense large. Depuis quelques années, la vallée dépasse l'esprit de clocher et multiplie les coopérations intercommunales et intercommunales (lire ci-dessous). Dernière en date: la création d'une coopération hôtelière. Ce projet pilote insufflé par l'Association hôtelière du Valais (AHV) réunit cinq hôtels, jugés complémentaires. Il s'inscrit dans une vision régionale qui semble donner aux prestataires touristiques un nouvel élan et contribue à faire d'eux des exemples en Suisse romande.

«Nous avons l'impression que l'heure est venue pour cette vallée, jusqu'ici sous-dotée par rapport à Crans-Montana, Verbier, Zermatt. Il s'agit d'une vallée magnifique, mais dont la performance ne correspond pas à sa valeur. C'est là tout le challenge», estime Per-Henrik Mansson, gérant de l'Hôtel-restaurant Le Communal à Val d'Iliez (3 étoiles en cours de classification). Cet ancien journaliste d'origine suédoise fait partie des cinq hôteliers ayant accepté d'adhérer à ce projet de coopération. A ses côtés, ses confrères de Champéry, le Beau-Séjour Art Boutique Hotel (3 étoiles), le White (4 étoiles) et le centre sportif et culturel Palladium (Swiss Lodge) ainsi que le Champoussin Lodge (hôtel et appartements), à Val-d'Iliez.

«Les coûts sont tels que la collaboration entre les hôtels est devenue une nécessité. Seul on survit, à plusieurs on est plus fort. Il y a aussi une question de saisonnalité. Tous les hôtels ne souffrent pas en même temps», partage Patrick Béro, directeur de l'AHV. L'association a déjà épaulé Grächen et le Löttschental dans une démarche similaire il y a plusieurs années, avec succès. Mais ici, le projet est

**Les cinq hôtels participants au projet pilote. En haut: le Communal à Val-d'Iliez, le Palladium à Champéry, le Champoussin Lodge à Val-d'Iliez. Ci-contre: le Beau-Séjour Art Boutique Hotel à Champéry, l'Hôtel White à Champéry.**

images idd, swisshoteldata



encore plus audacieux car il englobe les communes et la structure de promotion touristique Région Dents du Midi SA. Le but étant de créer des synergies à tous les échelons et de les faire fructifier.

**Synergies des coûts pour améliorer le chiffre d'affaires**

Jusqu'ici les hôteliers n'étaient pas très connectés entre eux. «Même s'ils sont proches géogra-

phiquement parlant, les hôteliers se connaissent peu, remarque le consultant Urs Keiser, de la société Conim, en charge du projet. Cette coopération permet de construire une relation entre eux. Peu à peu, la confiance s'installe, ils dévoilent leurs chiffres.» Car l'objectif se situe bien à ce niveau: faire en sorte de réaliser des synergies des coûts pour améliorer le chiffre d'affaires à moyen terme.

garder son site web. En revanche, nous pensons qu'il est très important de présenter un visage commun vers l'extérieur. Le but consiste à attirer le client dans la vallée et de lui offrir une qualité équivalente dans les cinq hôtels», relève Per-Henrik Mansson. Une démarche qui nécessite un état d'esprit et des valeurs communes.

«Si l'on prend la casquette d'individualiste, on pensera au risque

de se faire copier. Mais si l'on opte pour une vision globale, celle du client, on se dit que plus on est de fous, plus on rit», estime Philippe Zurkirchen. Il remarque que les hôteliers sont plus nombreux à considérer leur voisin comme un concurrent, plutôt qu'un partenaire. «C'est aussi une question de génération et de mentalité observe l'hôtelier. En Suisse allemande, les échanges sont plus fréquents.»

**Partager les coûts de buanderie, les tâches administratives**

Cinq mesures prioritaires ont été arrêtées à ce jour. «Nous procédons du plus simple au plus compliqué. Il faut qu'il y ait une corrélation entre la valeur ajoutée de l'activité partagée et l'effet financier», précise Urs Keiser. Les cinq hôtels travailleront ensemble au niveau de la buanderie, des tâches administratives et des travaux de réparation. Ils achèteront ensemble leur mazout pour bénéficier de conditions avantageuses, même vision avec les contrats d'assurance. Ils décideront lors de la prochaine séance à la manière de concrétiser ces mesures.

Les idées de partage sont nombreuses. On évoque la potentialité de mettre en commun un community manager, le yield management, les logiciels informatiques, le personnel de maison, la fiduciaire. Et pourquoi pas de créer des navettes privées entre les cinq établissements et les stations? Philippe Zurkirchen se veut prudent dans l'exercice. «Le but n'est pas d'ajouter des frais mais de partager ceux qu'on a déjà.»

Si le modèle d'affaires consiste à réaliser des activités qui bénéficieront à tous les partenaires, il va même au-delà. «Le but est de reverser une partie des économies aux hôteliers et de garder le reste pour d'autres activités», précise Urs Keiser. Le projet pilote devrait se terminer fin 2019. La coopération pourra s'ouvrir à d'autres hôtels, pour autant que les cinq établissements soient d'accord.

## Vision régionale Deux sociétés en soutien aux remontées mécaniques

«A des défis globaux, nous voulions offrir une réponse globale», indique Luc Fellay, président de Champéry. Les communes de Champéry, Val-d'Iliez et Troistorrens ont commencé à unir leurs forces il y a six ans déjà avec l'école, suivi par le tourisme (structure de promotion Région Dents du Midi SA), la police, les pompiers, le service technique, la santé ou encore l'agriculture.

En 2016-2017, la Vallée franchit une étape supplémentaire grâce à un projet Innoutour. Il débouche sur la création de deux sociétés: ValChablais Invest SA, dédiée au financement de l'infrastructure touristique du district de Monthey (9 communes) et Portes du Soleil Suisse

SA, société d'exploitation des remontées mécaniques en passe de fusionner quatre sociétés privées. Ce processus a été accéléré par les problèmes financiers de Télé-Morgins - Champoussin.

ValChablais Invest investira tout d'abord dans les remontées mécaniques, perçues comme un pilier économique régional. Le domaine prévoit d'investir 150 millions sur 15 ans. «Les communes contribuent à la levée de fonds, par des crédits NPR, la recherche de fonds privés ou de prêts», précise Luc Fellay, par ailleurs président de ValChablais Invest. Le changement de gouvernance de la société de RM était l'une des conditions à un soutien des collectivités. lg



**Sébastien Epiney**  
«La région s'est donné les moyens d'une réflexion commune.»

Directeur de Région Dents du Midi SA depuis le 1er mai.

Après 15 ans à l'OT de Nendaz et près de deux ans à Gstaad, vous venez de prendre la direction de Région Dents du Midi SA. Ou'est-ce qui vous a séduit dans ce poste?

Outre les atouts touristiques, la structure très avant-gardiste de Région Dents du Midi SA m'a motivé. Cette société intersectorielle réunit tous les acteurs principaux dont les remontées mécaniques, les hôteliers, l'agriculture, les communes, les transports. Notre rôle consiste à faire la promotion touristique et économique de la vallée. Avec en parallèle la fusion des sociétés de RM et la création d'une structure d'investissement touristique, j'estime que c'est le meilleur moment pour prendre cette responsabilité. La région s'est donnée les moyens d'une réflexion commune.

Avez-vous déjà défini des axes de développement?

La région s'est développée grâce aux Portes du Soleil, l'un des plus grands domaines reliés de ski au monde. Le massif des Dents du Midi est en revanche moins connu, tout en étant très spectaculaire et massivement photographié, peut-être autant que le Cervin. Il figure sur presque toutes les images du château de Chillon. Reste à savoir comment construire cette marque Région Dents du Midi en la faisant cohabiter avec celle des Portes du Soleil. A cela s'ajoute une agriculture très forte avec de beaux produits du terroir distribués dans des points de vente prometteurs.

Le manque de lits hôteliers est-il un frein au déploiement d'une stratégie touristique?

En effet, la vallée manque de lits commerciaux pour compléter l'activité pendulaire et celle générée par les résidences secondaires. Ce problème ne se règle pas du jour au lendemain, mais il existe des projets, dont deux résidences touristiques Swisspeak. Il est important qu'un projet se réalise afin d'assurer une viabilité à long terme pour ces stations.

Que retiendrez-vous de votre expérience à Gstaad?

J'y ai trouvé la confirmation que la qualité et la diversité de l'offre sont cruciales pour répondre aux attentes de la clientèle. Et que le dialogue entre les prestataires est très important pour développer une destination, en particulier dans le tourisme de montagne. lg

ANNONCE

actuel – pour vous forger une opinion

8 publications pour 33 francs

Téléphone 031 740 97 93

abo@htr.ch

www.htr.ch

htr hotel revue

Banque de données hôtelières  
www.swisshoteldata.ch



Le guide de l'hôtellerie suisse  
le plus complet qui soit

hôtellerie suisse  
SWISS HOTEL ASSOCIATION

**Jet-Cut**  
Films alimentaire

**DISPENSER PLUS**  
Les deux films dans un seul appareil

Chez votre grossiste