

Le développement durable dans l'hôtellerie



Etat des lieux et nouvelles approches

1^{er} rapport de monitoring

Zurich, le 14 mars 2014

Impressum

Editeur

hotelleriesuisse, Berne

Auteurs

Myriam Steinemann, INFRAS

Judith Reutimann, INFRAS

Thomas von Stokar, INFRAS

Sandra Schürmann, hotelleriesuisse

Suivi du projet

Beat Anthamatten, Ferienart Resort + Spa

René Dobler, Fondation suisse pour le
tourisme social

Anne DuPasquier, Office fédéral du développe-
ment territorial ARE

Klaus Eisele, Hôtel Ador Berne

Monika Güntensperger, hotelleriesuisse

Stefanie Pfändler, Office fédéral du développe-
ment territorial ARE

Fabian Weber, hotelleriesuisse

Photo de couverture

IN LAIN Hotel Cadonau, Brail

Avec le soutien d'Innotour, du programme encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)

TABLES DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	4
1. DE L'INTÉRÊT QUE L'HÔTELLERIE PORTE AU DÉVELOPPEMENT DURABLE	10
2. SPÉCIAL: MOBILITÉ ET ACHATS	11
Ecomobilité: les hôteliers à l'avant-garde	13
Achats durables: un formidable levier	22
3. ENVIRONNEMENT	38
Les résultats en bref	38
Les enjeux environnementaux	39
Climat et énergie: gains d'efficacité dans l'hôtellerie	39
Le problème de l'occupation des sols: une chance pour l'hôtellerie	43
4. ÉCONOMIE	44
Les résultats en bref	44
Les enjeux économiques	45
La morosité économique pèse sur la rentabilité	46
Stagnation de l'emploi	49
Poursuite des mutations structurelles	52
Hausse des investissements dans la construction	54
5. SOCIÉTÉ	55
Les résultats en bref	55
Les enjeux sociaux et sociétaux	56
La formation comme fondement de la qualité	57
Conditions de travail préservées malgré le contexte difficile	61
Egalité des chances: un impératif absolu dans une branche hétérogène	63
La diversité au service d'une clientèle plurielle	65
6. LA DURABILITÉ EN TANT QUE COMPOSANTE DE LA GESTION D'ENTREPRISE	67
Les résultats en bref	67
Le développement durable: un concept global	67
Pour une gestion d'entreprise durable	68
Qualité et durabilité vont de pair	70
7. CONCLUSION	72
BIBLIOGRAPHIE	76

RÉSUMÉ

Introduction

L'hôtellerie est soumise aujourd'hui à de multiples mutations, sur le plan écologique, social et économique. Le changement climatique, les pressions sur les paysages sensibles, la puissante dynamique concurrentielle, la vigueur du franc et les nouvelles aspirations de la clientèle sont autant d'éléments qui concernent directement et irrémédiablement la branche.

hotelleriesuisse a pris la pleine mesure des nouveaux enjeux. Signataire de la Charte du développement durable du tourisme suisse, elle aspire à une croissance qui conjugue, dans une mesure égale, performance économique, responsabilité environnementale et solidarité sociale. Le présent rapport de monitoring – premier du genre – dresse un inventaire complet des efforts qu'engage le secteur hôtelier suisse sur le terrain du développement durable, ainsi que des avancées qu'il a réalisées ces dernières années.

Mobilité et achats – deux clés essentielles de l'hôtellerie durable

La mobilité et les achats constituent des pivots majeurs du développement durable dans l'hôtellerie. La mobilité est en quelque sorte inhérente au tourisme, dès lors que pour séjourner dans une destination, les touristes doivent nécessairement s'y rendre et donc emprunter un moyen de transport. En outre, le personnel et les fournisseurs de l'industrie hôtelière sont également contraints de se déplacer pour travailler. Dans les faits, 90 % des émissions de gaz à effet de serre produites par le tourisme dans le monde sont imputables aux transports, essentiellement aux voyages du lieu de résidence au lieu de destination et inversement.

L'hôtellerie est tributaire de multiples biens ou prestations préalables, entre autres de fournitures alimentaires, de courant électrique, d'appareils et des produits de consommation courante. Dans les établissements hôteliers, la production de chaleur, la consommation d'électricité et l'approvisionnement en denrées alimentaires sont à l'origine de quelque 90 % des émissions de gaz à effet de serre.

L'hôtellerie peut sensiblement réduire les atteintes qu'elle porte à l'environnement en agissant sur le terrain des achats et de la mobilité. C'est donc sur ces deux domaines-clés que hotelleriesuisse a choisi de mettre l'accent dans ce premier rapport de monitoring. Pour éclairer et explorer en profondeur ces deux composantes, hotelleriesuisse a réalisé une enquête en ligne auprès de ses membres; 239 hôtels y ont participé.

Mobilité: informer et agir à petite échelle pour des résultats de taille

Au total, 74 % des hôteliers interrogés disent attacher beaucoup d'importance à l'écomobilité. Ils estiment cependant avoir peu de moyens pour agir sur le mode de transport qu'empruntent leurs hôtes pour se rendre dans leur établissement ou pour rentrer chez eux, étant donné que la plus forte charge polluante est causée par les transports aériens sur lesquels ils n'ont, par la force des choses, aucune prise. Pour favoriser des voyages plus respectueux de l'environnement, ils doivent fournir des informations bien visibles dans le prospectus de l'hôtel et sur leur site internet. Les résultats de l'enquête montrent que c'est le cas pour 70 % des établissements interrogés.

Une fois les hôtes arrivés à l'hôtel, l'hôtellerie dispose d'une plus grande marge d'action pour influencer les modes de déplacement. Des offres de transports innovantes dans la destination, une communication active du côté des compagnies de transports locales et régionales, des coopérations avec les sociétés de remontées mécaniques ou la location ou le prêt de bicyclettes sont les principaux leviers que peuvent actionner les hôteliers. Les efforts engagés en faveur de l'environnement contribuent aussi à la préservation des paysages, à l'efficacité des transports en commun dans les régions touristiques, toutes choses propres à améliorer la qualité de vie dans la destination, pour la plus grande satisfaction de la clientèle.

Les principaux leviers d'action dans le domaine de la mobilité

- › **Sensibiliser et informer:** renseigner les clients sur les liaisons par les transports publics permettant d'accéder à la destination et de s'y déplacer.
- › **Créer des incitations à emprunter les transports publics:** développer et exploiter des offres pour inciter les hôtes et les collaborateurs à privilégier les transports publics (offres gratuites, participation aux coûts des billets/abonnements).
- › **Proposer des moyens de transport pour de courts trajets:** services de bus navette et de transports des bagages sur des itinéraires fréquentés.
- › **Favoriser la mobilité douce:** attirer l'attention des hôtes sur des buts d'excursions proches, soutenir la mobilité douce par la location de vélos ou de e-bikes, inciter les collaborateurs à se déplacer à pied ou à vélo, mettre à disposition des parkings à vélos.
- › **Utiliser des véhicules peu polluants pour les déplacements professionnels:** par exemple des véhicules à moteur hybride ou économes en carburant.
- › **Soutenir des formules de transports novatrices:** covoiturage des collaborateurs, par exemple.

Achats: une large marge de manœuvre à exploiter pleinement

Les achats conformes aux impératifs du développement durable doivent prendre en compte l'impact environnemental et social résultant de la production et du transport des biens et services de nature alimentaire et non alimentaire. Dans ce domaine, neuf hôteliers sur dix déclarent avoir à

cœur d'effectuer des achats durables. Pour ce faire, ils peuvent influencer directement à différents niveaux. Aujourd'hui, plus de 60 % des interrogés privilégient les fournisseurs qui respectent des normes sociales et écologiques élevées et achètent surtout des produits régionaux. L'achat de produits issus du commerce équitable est très répandu, du moins pour certains articles. Quant à l'efficacité énergétique, elle constitue un critère de choix majeur dans l'acquisition d'appareils électroniques. Mais dans ce domaine, on relève aussi une série d'entraves, notamment le manque de liquidités qui empêche souvent les hôteliers de procéder à des investissements rationnels, en particulier dans l'achat de nouveaux systèmes de chauffage. De même, la relative cherté du courant vert ou des produits bio les amène souvent à y renoncer. Mises bout à bout, les nombreuses mesures engagées se révèlent payantes. Elles aident à la préservation des ressources naturelles et permettent à l'hôtelier de réaliser des économies, en même temps qu'elles répondent au souci écologique croissant de la clientèle.

Les principaux leviers d'action dans le domaine des achats

Achats de produits alimentaires

- › **Proposer des menus et des produits respectueux de l'environnement:** intégrer des plats végétariens variés dans la carte des mets, proposer des aliments issus de l'agriculture biologique et des produits de la pêche durable, par exemple.
- › **Incorporer des produits régionaux dans l'offre** et contribuer ainsi à la création de valeur dans la région.
- › **Proposer des produits du commerce équitable:** aliments destinés à la table du petit-déjeuner, tels que le café, le thé, le jus d'orange et les bananes.

Achat de produits non alimentaires

- › **Considérer l'efficacité énergétique et les impératifs de la protection climatique lors des investissements:** par exemple opter pour les ressources renouvelables lors du remplacement des systèmes de chauffage, privilégier les appareils électroménagers (lave-vaisselle, téléviseurs, etc.) des classes énergétiques maximales ainsi que les ampoules à économie d'énergie.
- › **Acheter de l'énergie électrique renouvelable:** courant vert d'origine solaire, éolienne ou hydraulique certifiée, biomasse.
- › **Opter pour des appareils économes en ressources:** par exemple des appareils qui minimisent la consommation en mode veille ou des dispositifs d'économie d'eau tels que les pommeaux de douches économiques ou les limiteurs de débit.
- › **Choisir des solutions alternatives pour les articles de consommation courante:** par exemple papier recyclé ou détergents et produits d'entretien écologiques.

Evolution sur le plan écologique, économique et social: un tableau d'ensemble disparate

Le monitoring du développement durable pour l'hôtellerie suisse, bien qu'essentiellement centré sur la mobilité et les achats, livre un tableau général des différents indicateurs écologiques, économiques et sociaux et de leur évolution. L'analyse des différents chiffres-clés dessine un ensemble hétérogène. Les tendances observées depuis 2008 font apparaître aussi bien des développements négatifs que des évolutions franchement positives.

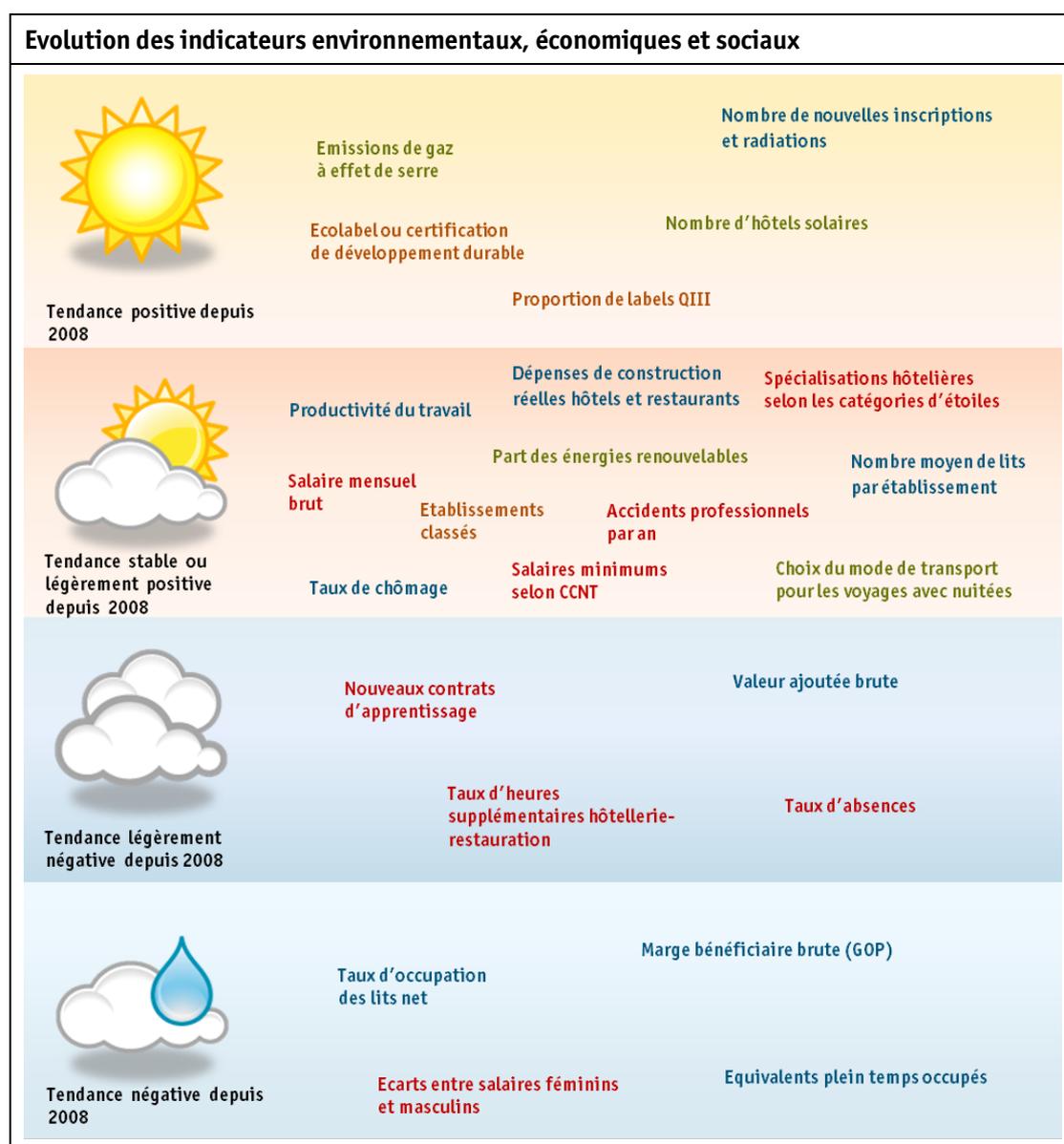


Figure Z-1: Evolution des indicateurs de développement durable sur le plan environnemental, économique et social depuis 2008. Le niveau absolu des valeurs-clés n'apparaît pas. Codes couleur: vert: environnement, bleu: économie, rouge: société, brun: global.

Environnement: évolution positive, mais généralement à un faible niveau

De manière générale, l'hôtellerie évolue favorablement sur le plan environnemental. Les indicateurs climatiques et énergétiques mettent en évidence un gain d'efficacité énergétique et un recul des énergies fossiles. La part des énergies renouvelables s'est légèrement amplifiée au cours des dernières années et les transports publics pèsent un peu plus lourd dans les modes de déplacement des hôtes vers les destinations touristiques. Toutefois, les changements favorables demeurent bien souvent à un faible niveau et appellent des efforts redoublés. Les émissions de gaz à effet de serre ont légèrement diminué, mais à un rythme plus lent que prévu si l'on se réfère aux objectifs fixés en la matière pour la Suisse. De nombreux changements concernent en outre un segment spécifique de l'hôtellerie (hôtels solaires, par exemple) et ne sont pas représentatifs de la branche dans son ensemble. En outre, une série de thèmes environnementaux, utilisation du sol, déchets ou biodiversité par exemple, sont également pertinents pour l'hôtellerie, mais en l'absence de données significatives, il n'est guère possible de se prononcer sur leur impact.

Economie: le contexte difficile pèse sur les ratios d'exploitation

Les indicateurs se rapportant à la dimension économique du développement durable font état d'un tableau contrasté. Au chapitre du taux d'occupation, de la valeur ajoutée et des bénéfices, les chiffres témoignent de la passe difficile que la branche a connue dans les cinq dernières années. La crise conjoncturelle mondiale et le franc fort ont durement éprouvé le tourisme et l'hôtellerie. En conséquence, moins de personnes ont trouvé un emploi dans la branche, ses effectifs ayant continuellement reculé depuis l'an 2002.

Parallèlement, les ajustements structurels engagés depuis plusieurs années se poursuivent: la taille des établissements et la productivité du travail continuent d'augmenter et les investissements dans la construction sont repartis à la hausse. Cela dit, l'hôtellerie n'a assurément pas encore terminé sa mue structurelle. De nouvelles mesures s'imposent encore pour adapter la structure de son offre aux besoins du marché.

Dimension sociale: une marge d'action restreinte

Employeur de poids dans les régions touristiques, l'hôtellerie assume une responsabilité particulière vis-à-vis de ses employés. Pour instaurer des rapports de travail durables et garantir ainsi la qualité de ses prestations, elle doit offrir de bonnes conditions de travail.

Le climat économique difficile s'est directement répercuté sur les rapports avec le personnel. La branche, en effet, n'avait que peu de latitude pour améliorer ses conditions de travail. Le

nombre de nouveaux contrats d'apprentissage a un peu baissé depuis 2008, tandis que les écarts de salaires entre hommes et femmes ont légèrement augmenté, tout en restant relativement faibles. Quant aux salaires minimums, ils ont légèrement progressé à la faveur de la réglementation dans la convention collective nationale de travail. Globalement parlant, la dimension sociale du développement durable affiche une dynamique médiocre, et comparativement au secteur tertiaire en général, l'hôtellerie se trouve à bien des égards en plus mauvaise posture. Relevons néanmoins, que la branche assume une fonction sociale capitale dès lors qu'elle occupe une forte proportion de personnes peu qualifiées, qu'elle génère de la valeur ajoutée et des emplois aux fournisseurs dans les régions périphériques.

Conclusion

Le monitoring réalisé dans l'hôtellerie dessine un tableau à plusieurs facettes caractérisé par des développements très divers. Dans les trois dimensions du développement durable, la branche se montre globalement parlant assez peu dynamique, avec toutefois des mouvements nettement marqués dans plusieurs niches. Toujours plus nombreux sont aussi les établissements qui voient dans l'écologie et le développement durable des composantes majeures de leur activité.

Le développement durable exige une constante pesée des intérêts économiques, sociaux et environnementaux. S'il existe par définition des confits d'objectifs entre ces trois dimensions, elles ouvrent aussi des synergies. Le cadre économique actuel limite pour l'heure tout progrès sur le plan des conditions de travail. D'autre part, les avancées réalisées en matière de protection de l'environnement, spécialement les investissements dans des appareils à haute efficacité énergétique, entraînent des gains d'efficacité et de productivité.

Des progrès se dessinent en matière de développement de la qualité. La qualité est à la fois une condition essentielle du succès économique et la base des progrès sociaux et écologiques. Les établissements qui se sont dotés d'un système de gestion de la qualité – toujours plus nombreux au demeurant – sont bien armés pour incorporer le souci de qualité dans l'ensemble de leurs procédures opérationnelles et commerciales. En somme, l'hôtellerie s'est incontestablement engagée dans la voie du développement durable.

Relevons enfin que les mutations structurelles en cours dans la branche offrent de nombreuses opportunités. Nombreux sont les clients qui se soucient de plus en plus de l'impact social et environnemental de leurs voyages et attachent une grande importance au développement durable. Or, les processus de mutation offrent précisément des possibilités pour répondre aux nouvelles aspirations des clients et créer une plus-value sociale et écologique.

1. DE L'INTÉRÊT QUE L'HÔTELLERIE PORTE AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Mondialisation croissante, évolution des habitudes de voyage, crise monétaire, changement climatique, avenir de l'approvisionnement énergétique, pression sur les paysages, déficits structurels et stagnation de l'emploi, les défis que l'hôtellerie est appelée à relever sont multiples; ils se chevauchent et touchent aux trois dimensions du développement durable, à savoir l'environnement, l'économie et la société.

L'hôtellerie suisse a su prendre la mesure des enjeux. Signataire de la Charte du développement durable du tourisme suisse, l'association aspire à un développement qui conjugue de façon équilibrée performance économique, responsabilité écologique et solidarité sociale. C'est aussi l'axe majeur qui ressort de la stratégie pour la croissance de la place touristique suisse, puisque les principes du développement durable sont partie intégrante de cette stratégie (Bundesrat 2010).

En sa qualité d'association de branche, hotelleriesuisse s'engage depuis longtemps à divers niveaux en faveur du développement durable. A partir d'une série d'indicateurs, le présent rapport de monitoring dresse, pour la première fois dans ce domaine, un état des lieux complet et décrit le chemin parcouru par l'hôtellerie ces dernières années. Le monitoring servira de point de départ à divers acteurs pour de nouvelles optimisations. Il a pour cadre de référence la Stratégie pour le développement durable 2012-2015 du Conseil fédéral suisse (2012). Celle-ci souscrit à une définition du développement durable largement reconnue sur le plan international, à savoir la «définition Brundtland» qui veut que le développement est durable lorsqu'il «répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs».

Le présent rapport a défini deux thèmes prioritaires: l'écomobilité et les achats conformes aux principes du développement durable (chapitre 2). Pour compléter l'analyse des données secondaires, hotelleriesuisse a réalisé une enquête, à laquelle ont participé quelque 250 hôteliers. L'enquête révèle toute l'importance que les hôteliers accordent à ces questions, expose les mesures que ceux-ci mettent en œuvre et les moyens d'action dont ils disposent. Quelques réalisations exemplaires sélectionnées viennent illustrer les résultats de l'enquête.

Les chapitres 3 à 6 éclairent une série de grandeurs et de paramètres essentiels et leur évolution dans le temps, en les plaçant dans le contexte économique général. hotelleriesuisse envisage de mettre à jour le monitoring en 2015/16 et de définir pour l'occasion d'autres thèmes prioritaires. Ce projet permettra de voir où en est l'hôtellerie en matière de durabilité et dans quel sens elle évolue.

2. SPÉCIAL: MOBILITÉ ET ACHATS

Compte tenu de leur impact environnemental et social, la mobilité et les achats sont au cœur de la politique du développement durable dans l'hôtellerie. Songeons ici en particulier aux transports, qui constituent la principale source des émissions à effet de serre dans le tourisme. A l'intérieur d'un établissement hôtelier, les achats de fournitures alimentaires occasionnent entre 20 et 40 % des émissions de gaz à effet de serre (SJH 2013). Dans ce domaine, les hôteliers disposent d'une marge de manœuvre considérable et peuvent agir à divers niveaux, notamment via les offres d'écomobilité destinées aux hôtes, mais aussi en achetant des appareils à haute efficacité énergétique ou en proposant des produits du commerce équitable dans leur offre de restauration.

Malgré leur caractère hautement pertinent pour l'hôtellerie, les données relatives à l'écomobilité et aux achats durables font largement défaut et c'est précisément pourquoi hotelleriesuisse a choisi de mettre l'accent sur ces deux composantes dans ce premier rapport et de réaliser une enquête correspondante auprès des hôteliers. En automne 2013, elle a invité quelque 2000 membres de l'association à prendre part à une enquête en ligne. L'enquête renseigne sur le degré de sensibilisation à l'écomobilité et aux achats durables, ainsi que sur les mesures engagées dans ces domaines.

Participants à l'enquête et représentativité

Les hôtels ayant participé à l'enquête sont au nombre de 239, ce qui représente 12 % de l'effectif des membres d'hotelleriesuisse. L'échantillon constitué par les participants est largement représentatif de la structure de l'hôtellerie suisse, tant en ce qui concerne la répartition par région, que pour ce qui est de la distribution par catégorie d'étoiles des hôtels en Suisse (figure 1).

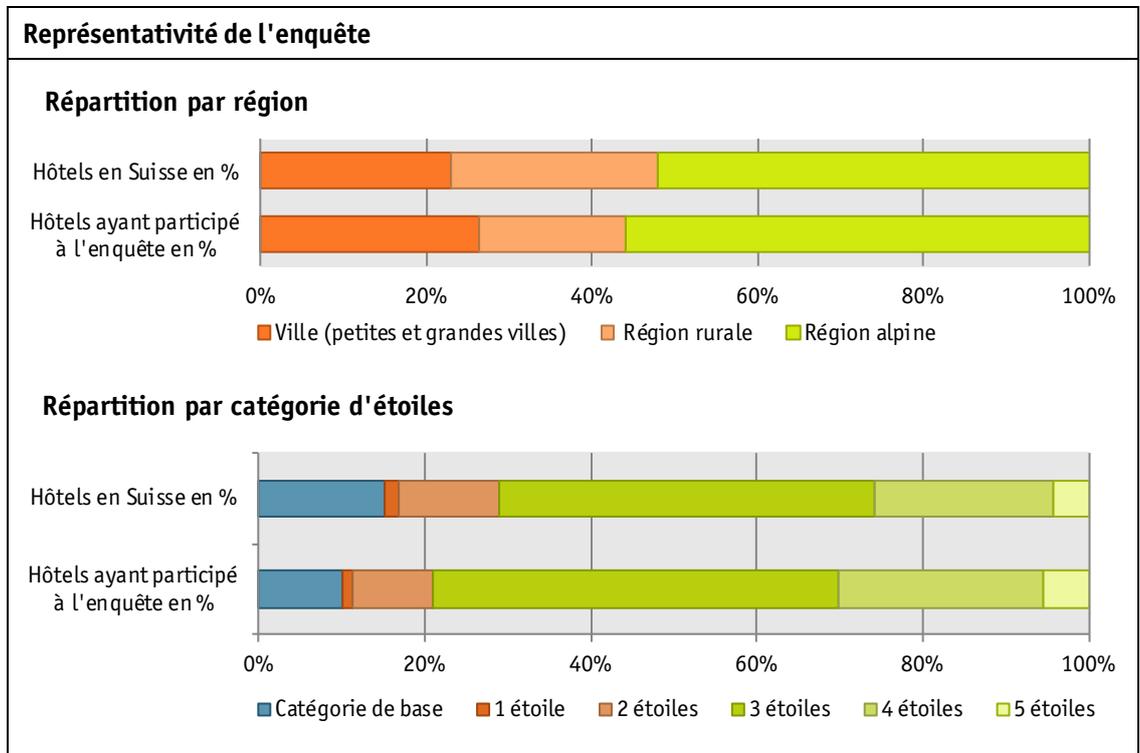


Figure 1: répartition des hôtels situés en Suisse et des hôtels ayant participé à l'enquête par région (nombre de réponses: 231) et par catégorie d'étoiles (nombre de réponses: 238). Source établissements classés: BFS, hotelleriesuisse, hotelleriesuisse 2013a; résultats de l'enquête sur l'écomobilité et les achats.

L'enquête s'adressait aux seuls membres d'hotelleriesuisse, autrement dit à des établissements classés, et ne livre donc aucun renseignement sur les établissements non classés. Les participants affichent un nombre moyen de lits de 87, chiffre supérieur à la moyenne suisse qui était de 52 lits en 2012 (hotelleriesuisse 2013a).

Ecomobilité: les hôteliers à l'avant-garde

La mobilité est la condition de toute activité touristique. Le séjour à l'hôtel implique par la force des choses des transports, que ce soit au départ et à l'arrivée des hôtes ou pour les excursions pendant le séjour. Les collaborateurs, de même que les fournisseurs, sont eux aussi amenés à se déplacer. L'hôtellerie, on le voit, dispose donc de multiples possibilités pour promouvoir une mobilité soucieuse de l'environnement. Elle exploite d'ailleurs en partie ce potentiel, mais estime n'avoir que peu de marge de manœuvre en la matière.

L'écomobilité: une préoccupation majeure

Pour 74 % des hôteliers ayant participé à l'enquête, l'écomobilité est un thème important. La moitié d'entre eux, dont de nombreux gérants d'«hôtels budget»¹ et d'hôtels alpins, estiment que leur clientèle attend de l'hôtellerie qu'elle s'engage dans ce sens. Mais le passage des paroles aux actes reste difficile. En effet, plus de la moitié des interrogés partent du principe qu'ils n'ont qu'une faible, voire aucune influence sur la mobilité de leurs clients. Ils invoquent ici la cherté des transports publics dont ils ne peuvent prendre les coûts à leur charge, mais aussi les habitudes des hôtes qui tendent à privilégier les déplacements en voiture ou en taxi.

«Nous pouvons agir sur le plan local en mettant en place un bus navette gratuit. Toutefois, les touristes en provenance de pays mal desservis par les transports publics ne les utilisent pas.»

Le levier le plus important pour agir sur la mobilité concerne le départ et l'arrivée des clients

En règle générale, ce sont les **déplacements du lieu de résidence au lieu de séjour à l'hôtel et inversement** qui entraînent le plus de nuisances pour l'environnement². Celles-ci dépendent bien sûr de la distance et du mode de transport choisi. De nombreux clients étrangers prennent l'avion pour se rendre en Suisse et empruntent ensuite les transports publics depuis l'aéroport. Les vols à eux seuls occasionnent une pollution nettement plus importante que le transfert de l'aéroport à l'hôtel et les déplacements sur place. Aussi, le bilan écologique est-il d'autant plus favorable que les clients arrivent à destination par voie terrestre. Si l'on pouvait inciter par exemple les touristes européens à préférer le train à l'avion ou à la voiture, on contribuerait

1 Les établissements 1 étoile et 2 étoiles, ainsi que ceux de la catégorie de base, sont réunis dans le groupe «hôtels budget».

2 Dans le monde, quelque 90% des émissions de gaz à effet de serre produites par le tourisme sont imputables aux transports (Howitt et al. 2009); cette proportion est de 75% dans le tourisme alpin (CIPRA 2011).

grandement à l'ecomobilité. Mais la marge d'action de l'hôtellerie se limite le plus souvent aux trajets effectués dans le pays.

«Une liaison ferroviaire directe avec l'aéroport donnerait plus de poids à notre invitation à emprunter les transports publics pour rejoindre la destination de vacances».

«Notre slogan: un hôtel qui a sa propre gare!»

Les données de l'Office fédéral de la statistique indiquent une légère tendance à privilégier les transports publics pour les voyages à l'intérieur du pays (figure 2).

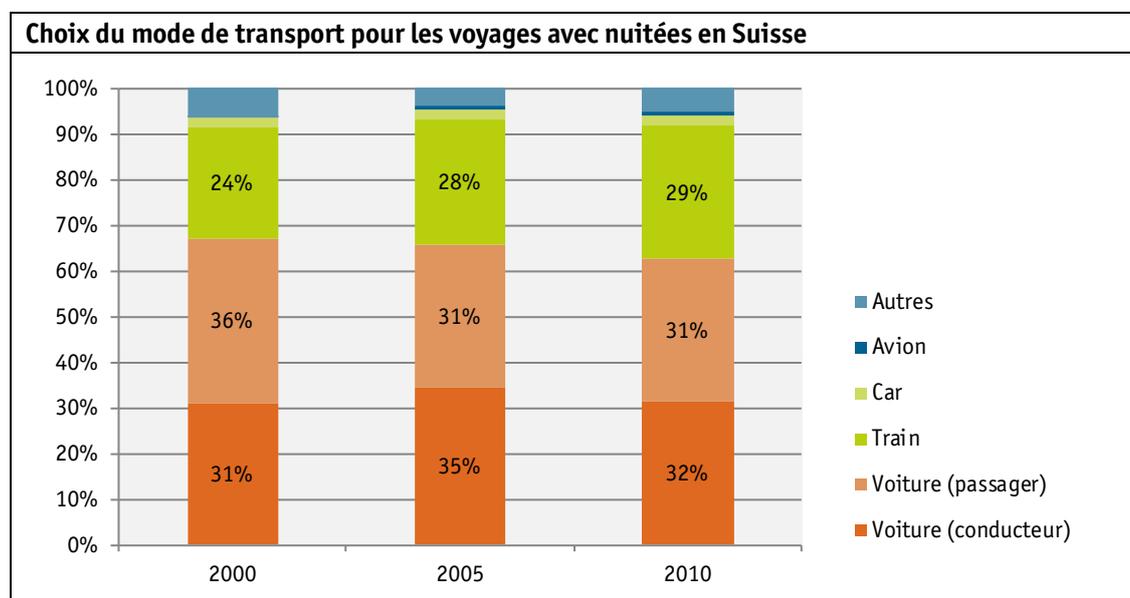


Figure 2: mode de transports utilisés pour les voyages avec nuitée en Suisse. Source: BFS 2002, 2007, 2012, microrecensement mobilité et transports.

En 2010, on dénombrait en Suisse 6,6 millions de déplacements avec nuitées et destination en Suisse (BFS 2012c, statistiques du tourisme 2011). Dans la grande majorité des cas (88 %), il s'agissait de déplacements d'ordre privé, le reste concernait des voyages d'affaires (BFS/ARE 2012). Quand bien même l'hôtellerie n'est qu'un prestataire touristique parmi d'autres et n'a guère de prise sur le mode de transport choisi par ses clients, ces voyages pèsent lourd dans la balance.

Les déplacements en véhicule privé ont légèrement reculé entre 2000 et 2010 au profit du rail. Comme les transports publics tiennent une place nettement plus faible dans les transports

de loisirs (20 % env.) que dans les voyages avec nuitées en Suisse (BFS 2013a), cette évolution mérite d'être relevée.

Le choix du moyen de transport dépend en premier lieu de sa disponibilité (Solèr et al. 2014). L'enquête auprès des hôteliers montre aussi que l'emplacement de l'hôtel et sa desserte par les transports publics sont déterminants dans le choix du mode de transports. Dans certains cas les établissements ne sont accessibles qu'en voiture (hôtels situés sur l'autoroute) ou exclusivement par les transports en commun (hôtels situés dans des stations de montagne sans voitures). La desserte par les transports publics est cependant assurée dans la majorité des cas. La plupart des hôtels sont facilement accessibles par les transports publics, notamment tous les hôtels urbains, mais aussi pas moins de 76 % des établissements sis en région rurale et 87 % des hôtels des régions de montagne.

Les hôteliers interrogés estiment que 40 % de leurs clients arrivent chez eux par les transports publics. Ce taux serait de 50 % en zone urbaine, de 30 % en zone rurale et d'un peu moins de 40 % dans les régions alpines. La clientèle des «hôtels budget» utilise selon les hôteliers plus volontiers les transports en commun que la clientèle des hôtels 3, 4 ou 5 étoiles.

70 % des hôtels informent leur clientèle des possibilités d'accès en transports publics et créent ainsi un terrain propice à l'écomobilité à l'arrivée et au départ des hôtes. Quelque 40 % des établissements proposent une navette gratuite entre la gare et l'hôtel et 5 % d'entre eux créent des incitations financières pour le voyage aller-retour du domicile au lieu de séjour, sous la forme par exemple de billets gratuits pour les transports publics.

«Dans nos courriers de confirmation, nous signalons aux clients la possibilité d'accéder à l'hôtel en transports publics.»

«Autant que possible, nous réservons pour notre clientèle des taxis à faibles émissions de CO₂.»

«Nous n'avons aucun moyen d'influer sur le mode de transport que le client utilise pour venir chez nous, mais une fois qu'il est sur place, nous faisons tout pour qu'il laisse sa voiture au garage.»

«Nous exploitons pour notre clientèle une station-service gratuite pour les véhicules électriques.»

Exemple concret 1: le groupe hôtelier Sunstar encourage ses hôtes à voyager écologique

Le groupe hôtelier Sunstar s'engage résolument en faveur du développement durable. Depuis mai 2008, le groupe compense l'intégralité de ses émissions de CO₂ via une série de projets sélectionnés de la Fondation suisse myclimate pour la protection du climat. Seules les émissions résultant des voyages des hôtes de leur lieu de résidence à leur lieu de séjour et inversement ne sont pas prises en compte dans la compensation. Mais ceux-ci ont tout à fait leur place dans le concept global de développement durable de Sunstar, raison pour laquelle le groupe propose plusieurs formules à ses hôtes.



Kurt Bieri, responsable du développement durable

Ces derniers ont ainsi la possibilité de compenser à leur gré les émissions de gaz à effet de serre qu'occasionne leur voyage aller-retour dans la destination. Il leur suffit de remplir alors un billet de compensation. Celui-ci contient des informations sur le mode de transport utilisé, sur l'itinéraire et le nombre de voyageurs. Le montant de la compensation est ensuite facturé au client. A titre d'exemple, la compensation pour un trajet dans une petite cylindrée de Zurich à Davos revient à 2 francs, tandis qu'un vol effectué par un hôte anglais entre Londres et Zurich coûte 11 francs. Selon Kurt Bieri, responsable du développement durable des Hôtels Sunstar, la compensation volontaire ne suscite pas grand intérêt malgré le petit dépliant d'information mis à disposition dans les chambres. Peu de clients optent de fait pour une compensation. «Sans doute ne sont-ils pas assez sensibilisés à la question» relève-t-il. Et d'ajouter que faute de capacités suffisantes, les réceptionnistes n'ont pas le temps d'aborder le sujet au moment du check-out. C'est qu'il faut bien souvent commencer par expliquer les mécanismes de la compensation et on préfère ici aborder le thème dans une discussion personnelle. Sunstar ne souhaite pas introduire une compensation obligatoire des voyages.

La compensation facultative du voyage aller-retour n'est pas l'unique mesure que le groupe hôtelier a introduite pour assumer sa responsabilité écologique. Il a en effet mis en place une série d'éléments pour inciter sa clientèle à voyager par rail. «En définitive, mieux vaut que le client renonce totalement à sa voiture pour se rendre sur son lieu de vacances plutôt qu'il ne compense sa course» explique Kurt Bieri.

Pour les hôtes qui séjournent sept nuits au moins dans un hôtel Sunstar, le groupe prend à sa charge le billet de train pour le trajet depuis le domicile en Suisse ou depuis la frontière suisse et retour. La formule remporte un franc succès, relève Kurt Bieri. Ce service occasionne bien sûr des coûts supplémentaires pour l'hôtel, mais il est fort apprécié de la clientèle, spécialement par les clients suisses et par les habitués. Les hôtels du groupe proposent aussi une navette gratuite depuis la gare ou l'arrêt du car postal, ce qui renforce l'attrait d'un voyage par les transports publics.

Large éventail de possibilités pour une mobilité douce pendant le séjour

Une fois leurs clients arrivés sur place, les hôteliers disposent d'une marge d'action plus large pour favoriser l'écomobilité (figure 3).

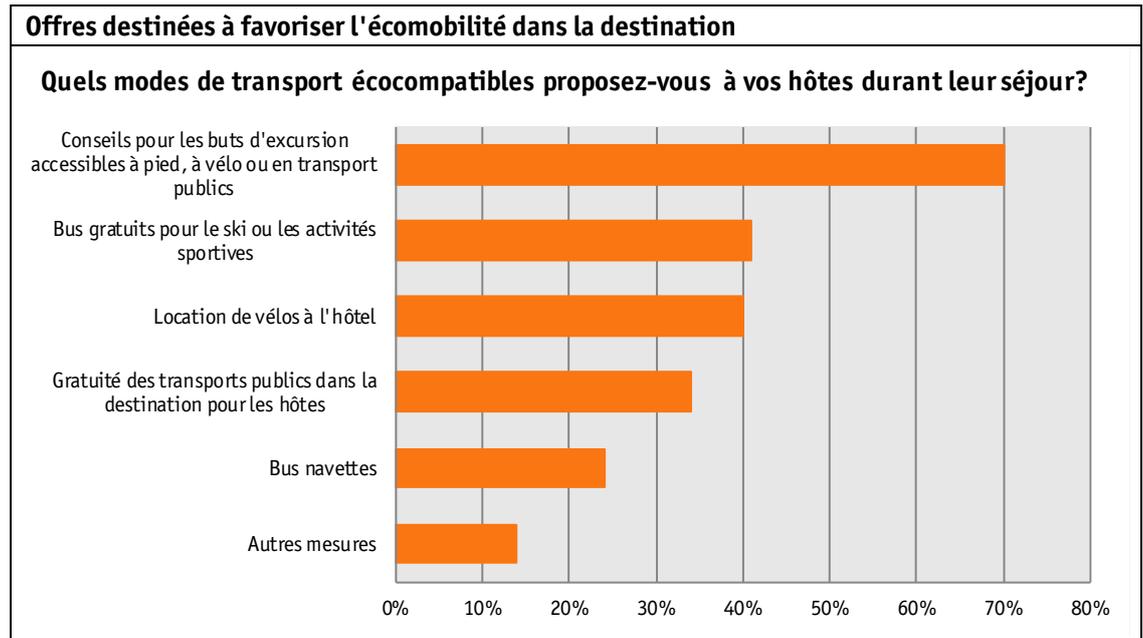


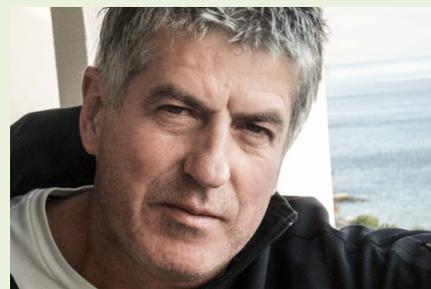
Figure 3: mesures d'encouragement des modes de transport écologiques pendant le séjour (nombre de réponses 250; plusieurs réponses possibles). Source: résultats de l'enquête sur l'écomobilité et les achats.

La plupart des hôtels conseillent leurs clients sur les liaisons et horaires des transports publics ou favorisent, via des offres intéressantes, l'écomobilité dans la destination. En effet, 34 % des établissements proposent la gratuité des transports publics dans la destination. Ces offres sont souvent mises sur pied avec le concours des organisations touristiques locales³. Avec la mobilité douce, une destination tout entière peut se positionner comme station respectueuse du climat et de l'environnement (Solèr et al. 2014).

³ Par exemple le «mobility-ticket» de Bâle Tourisme, qui permet à tous les clients des hôtels d'emprunter librement les trams et bus de Bâle et des environs.

Exemple 2: Hôtel Adler et destinations Adelboden-Frutigen: libre circulation sur bus, cars postaux et remontées mécaniques grâce au forfait randonnée

Nombreuses sont en Suisse les destinations de vacances qui se soucient depuis longtemps déjà de la mobilité des touristes dans la station et les environs. Les déplacements au moyen des transports publics locaux sont généralement considérés comme relevant de la responsabilité des destinations. Celles-ci disposent des moyens de coordination nécessaires pour réunir les différents acteurs du tourisme. Ainsi, un grand nombre de stations de sports d'hiver proposent des bus locaux gratuits en combinaison avec les forfaits de remontées mécaniques ou la carte client.



Lothar Loretan, hôtelier

Adelboden-Frutigen est une destination qui pratique la gratuité des transports publics pendant la saison d'été. Il y a quatre ans déjà, la destination a introduit le forfait randonnée que la plupart des hôtels offrent à leurs clients à partir d'un séjour d'une nuit déjà. Le forfait comprend la libre circulation sur toutes les remontées mécaniques Adelboden-Frutigen et sur les bus locaux. L'Hôtel Adler Adelboden l'a proposé dès son introduction à tous les estivants. «Nos clients garantissent leur véhicule au début de leurs vacances dans notre parking souterrain et n'y touchent plus jusqu'à la fin de leurs vacances», se réjouit Lothar Loretan, gérant de l'Hôtel Adler à Adelboden. Le forfait randonnée a été un franc succès, au point qu'il fait aujourd'hui partie des attentes de la clientèle. S'il n'a pas fait augmenter les nuitées, il aura sans doute permis de mieux amortir les pertes durant les dernières années.

Au terme d'une expérience pilote concluante réalisée en été 2013, le forfait sera étendu à la destination voisine de Kandersteg. «Le forfait invite les touristes à explorer les environs de la destination et au final nous sommes tous gagnants» estime Lothar Loretan. En plus du forfait randonnée, l'hôtelier propose à sa clientèle des excursions dans la région à des prix forfaitaires que les clients peuvent réserver en même temps que leur chambre.

Exemple 3: Hôtel bio Ucliva: sur les chemins en vélo électrique

Au chapitre de la mobilité, l'Hôtel Ucliva mise à la fois sur les transports publics et l'exercice physique. Depuis plusieurs années, l'établissement propose avec succès des vélos électriques, y compris des petites remorques pour les enfants. «Avec les vélos Flyer, les clients ne sont plus dépendants des transports publics locaux» explique Marion Patzelt, responsable de la réception et directrice-adjointe.



Marion Patzelt, responsable de la réception et directrice-adjointe



De la sorte, les familles peuvent rejoindre plus facilement le petit lac de montagne de Brigels pour la baignade. L'hôtel bio Ucliva, qui loue les Flyer à Biketec, profite d'un réseau Flyer dans la région grâce auquel les cyclistes peuvent échanger leurs batteries et réparer leurs cycles. Dans sa confirmation de réservation, l'établissement engage le client à renoncer à sa voiture pour se rendre en vacances. La route, dit le site internet de l'hôtel, n'est pas aussi reposante que le rail.

Comment l'hôtellerie peut-elle favoriser l'écobilité?

Mobilité des clients

- › Dès la réservation, attirer l'attention des clients, surtout des touristes étrangers, sur l'excellence du réseau suisse de transports publics (en joignant par exemple un plan d'accès en transports en commun à la confirmation de réservation).
- › Créer des incitations pour que les touristes voyagent en transports publics ou les empruntent du moins pendant leur séjour (forfait remontées mécaniques avec libre circulation sur les bus locaux pendant la saison d'hiver). Rechercher à cet effet une coopération avec les prestataires locaux et les autorités communales.
- › Indiquer à la clientèle que les bagages peuvent être acheminés par rail vers toutes les gares et tous les arrêts de bus ou de cars postaux.
- › Proposer des bus navettes ou des transports de bagages pour les trajets courants, par exemple entre l'hôtel et la gare ou l'hôtel et la station de départ du téléphérique.
- › Communiquer toutes les offres de transports publics gratuits à l'intérieur des destinations.
- › Favoriser la mobilité douce: signaler aux touristes les buts d'excursions que l'on peut atteindre à pied, à bicyclette ou par les transports publics.
- › Proposer la location de moyens de transport écologiques ou les mettre gratuitement à leur disposition, spécialement les bicyclettes et des vélos électriques. Une solution consiste à créer des coopérations avec les commerces d'articles de sport.

Mobilité des collaborateurs

- › Dans la mesure du possible, adapter les horaires de travail aux horaires des transports publics.
- › Contribuer financièrement à l'achat des abonnements de transports publics du personnel.
- › Motiver le personnel à se rendre au travail à pied ou à vélo, créer des incitations correspondantes.
- › Mettre à disposition des garages ou parking à vélos pour les collaborateurs.
- › Soutenir le covoiturage pour des trajets identiques, par exemple en coordonnant certains horaires de travail des collaborateurs.
- › Utiliser le site www.mobitool.ch qui propose conseils et astuces pour favoriser la mobilité durable dans l'entreprise.

Déplacements professionnels

- › Privilégier les transports publics pour les déplacements professionnels.
- › Lors de l'achat de véhicules d'entreprise, choisir de préférence des voitures hybrides ou à très faible consommation d'essence (étiquettes énergétiques A).

Déplacements pendulaires et protection de l'environnement ne sont pas incompatibles

Les déplacements quotidiens des collaborateurs participent grandement au trafic généré par l'hôtellerie. Pourtant, les hôteliers estiment être peu armés pour favoriser l'écomobilité **de leur personnel**; 65 % des hôteliers ayant répondu au questionnaire jugent difficile d'agir sur la mobilité de leur personnel. Plusieurs éléments font ici obstacle à l'utilisation des transports publics: lieux isolés, mauvaises dessertes par les transports publics et horaires de travail exceptionnels propres à l'hôtellerie.

Cela dit, environ 40 % des établissements s'efforcent de favoriser la mobilité écologique du personnel. Certains hôtels donnent la préférence à des collaborateurs de la région pouvant se rendre à pied ou à vélo au travail, d'autres cherchent à adapter les horaires de travail de leurs collaborateurs aux horaires des correspondances des transports publics.

«Les collaborateurs peuvent disposer gratuitement de vélos.»

«Fonction de modèle: notre gérant se déplace tous les jours à bicyclette. Le directeur vient au travail en vélo électrique.»

«Comme il y a une gare devant notre établissement, les places de parking sont facturées au personnel 100 francs par mois.»

«Le passeport pour les remontées mécaniques et les bus vaut aussi pour le personnel. La voiture reste ainsi au garage!»

Déplacements professionnels écologiques: un signal bienvenu

Les déplacements professionnels ne représentent qu'une faible partie de la mobilité dans le secteur de l'hôtellerie. En effet, 48 % des établissements ayant participé à l'enquête n'indiquent presque pas de déplacements professionnels. 55 % des hôtels - dont un grand nombre d'établissements situés en région alpine - disposent de voitures de service ou de minibus destinés au transport des clients. Quelques hôtels veillent à ce que leur véhicule soit équipé d'un moteur hybride ou du moins d'un moteur à faible consommation (étiquettes énergétique A). Enfin, d'autres hôtels misent essentiellement sur les transports publics pour leurs déplacements professionnels.

«Tous les trajets effectués pour raison de formation continue ou d'autres cours internes sont remboursés pour autant que les collaborateurs empruntent les transports publics.»

Conclusion: les petits ruisseaux font les grandes rivières

L'hôtellerie ne dispose assurément pas d'une large marge d'action si l'on considère que le gros de la pollution est le fait des transports aériens sur lesquels la branche n'a pas prise. En revanche, elle peut faire beaucoup à l'intérieur des destinations, par exemple en mettant sur pied des formules de mobilité novatrices, en pratiquant une communication active auprès de la clientèle et en cherchant des coopérations dans la région touristique. L'environnement n'est pas le seul à y gagner, la préservation des paysages et l'efficacité des transports publics dans les régions touristiques concourent aussi à une meilleure qualité de vie dans la destination, ce qui est hautement apprécié par les touristes. En conclusion, il convient de ne pas sous-estimer les mesures de faible envergure et même ponctuelles que les hôteliers consentent à mettre en œuvre.

Achats durables: un formidable levier

Pour offrir ses prestations, l'hôtellerie doit préalablement se fournir en biens et en prestations multiples: denrées alimentaires, équipements et appareils, électricité et autres biens de consommation courante. Les hôteliers soucieux d'effectuer des achats conformes aux exigences du développement durable agissent simultanément à trois niveaux: ils répondent aux attentes de leur clientèle, jouent un rôle d'avant-garde en matière de développement durable et contribuent aux économies d'eau et d'électricité.

L'impact social et écologique des achats est complexe. Il touche à des domaines très divers tels que les émissions de gaz à effet de serre, le transport de marchandises, la consommation d'eau dans la fabrication de biens, sans oublier les conditions de travail dans les pays du Sud. Ce qu'on nomme l'approvisionnement durable consiste à acheter les produits et les prestations préalables nécessaires en veillant à en minimiser autant que possible l'impact social et écologique. A cet égard, les hôteliers peuvent par exemple privilégier les fournisseurs de la région ou porter leur choix sur des produits issus d'une production socialement équitable. Une autre contribution consiste à optimiser la consommation d'électricité ou d'eau chaude en achetant du courant vert ou en utilisant des appareils à grande efficacité énergétique.

Les mécanismes d'achat varient considérablement d'un produit ou d'un service à l'autre et les renseignements concernant les chaînes de fournisseurs ne sont pas toujours accessibles, d'où la difficulté pour les hôteliers de considérer dans une égale mesure tous les aspects du développement durable. Il est néanmoins une foule de mesures à mettre en œuvre à peu de frais et qui sont immédiatement payantes en termes de satisfaction des clients ou de réduction des coûts.

Comment l'hôtellerie peut-elle favoriser les achats durables?

Fournitures alimentaires

- › Intégrer dans la carte des mets des menus variés, y compris végétariens, et les indiquer de manière claire et visible.
- › Soutenir dans toute la mesure du possible l'écoulement et la distribution des produits régionaux pour concourir à la création de valeur dans la région. Pour le reste, privilégier les produits indigènes pour réduire les transports.
- › Offrir aux clients un choix de plats bio pour répondre à leur demande de denrées de qualité issues de l'agriculture biologique.
- › Proposer des produits de la pêche sauvage ou du poisson au label MSC.
- › Servir des produits du commerce équitable, qui ont particulièrement leur place sur la table du petit-déjeuner (café, thé, jus d'orange, bananes).

Produits non alimentaires

- › Lors des rénovations, remplacer le chauffage à mazout par la chaleur à distance, des pompes à chaleur ou un chauffage à l'énergie solaire.
- › Lors de l'achat d'appareils électroménagers, lave-vaisselle, réfrigérateurs et téléviseurs par exemple, opter pour la classe d'efficacité énergétique maximale.
- › Installer dans les chambres des appareils qui minimisent la perte d'énergie du mode de veille (interrupteur automatique ou prise anti-veille).
- › Installer dans la salle de bains des appareils à économie d'eau (pommeaux de douche économiques, réducteurs de débit).
- › Luminaires: placer des ampoules économiques ou des ampoules LED.
- › Passer au courant vert, autrement dire acheter de l'énergie d'origine solaire ou éolienne, hydraulique certifiée ou de la biomasse.
- › Pour les articles de consommation courante (papier WC, lingettes cosmétiques) choisir la variante écologique, notamment des articles fabriqués à partir de papier recyclé ou de fibres certifiées FSC.
- › Acheter des détergents, produits d'entretien et de lessive écologiques
- › Utiliser une signalétique adaptée pour rendre les hôtes attentifs aux mesures peu visibles; accrocher des petits panneaux pour communiquer sur les efforts engagés pour l'environnement (par exemple «courant 100 % vert» ou «cuisine neutre en CO₂»).
- › Exploiter les outils en ligne:
 - › le site www.hotelpower.ch décrit les mesures d'efficacité énergétique dans l'hôtellerie et la restauration, présente des applications concrètes et propose des outils en ligne pour calculer le potentiel d'économie.
 - › La boussole de durabilité pour les petites et moyennes entreprises <http://kmu.kompass-nachhaltigkeit.ch/?L=1> aide les PME à mettre progressivement en place une gestion des achats conformes aux principes du développement durable.

Des hôtes toujours plus attentifs aux achats durables

Environ 90 % des hôteliers interrogés disent avoir à cœur d'effectuer des achats conformes au développement durable et quelque 60 % d'entre eux déclarent faire grand cas du mode de transport des produits qu'ils achètent. Plus de 60 % des hôteliers donnent ainsi la préférence aux fournisseurs qui travaillent selon des normes écologiques et sociales élevées, ainsi qu'aux fournisseurs de proximité. Ce souci est un peu moins prononcé pour les hôtels comptant plus de 200 lits.

«Nous proposons à nos clients de nombreux produits de notre jardin ou faits maison qui sont hautement appréciés.»

Selon l'enquête, la moitié des hôteliers estiment que leur clientèle se soucie de l'origine des produits. La moitié environ des hôteliers font connaître leur engagement en faveur du développement durable au travers d'une communication active. Les attentes des hôtes semblent varier

selon l'établissement, car si certains hôtels accueillent un grand nombre de personnes soucieuses de protéger l'environnement, d'autres comptent plus de clients pour qui c'est le prix qui compte avant tout. La clientèle des hôtels situés en région alpine semble porter une plus grande attention aux produits conformes aux principes du développement durable que les hôtes d'autres régions, sans doute parce que dans l'esprit des personnes qui optent pour des vacances à la montagne ou qui sont proches de la nature, les produits locaux et bio sont plus volontiers synonymes de qualité, de plaisir et d'authenticité. En revanche, les voyageurs d'affaires ou les touristes urbains sont manifestement moins intéressés à ces aspects.

Les multiples besoins de la clientèle sont aussi mis en évidence par une étude scientifique de grande ampleur réalisée par la Haute école de Lucerne (HSLU 2011b). Ses résultats indiquent que 22 % des touristes affichent une conscience écologique développée et choisissent leur hôtel en fonction de critères environnementaux principalement. Encore faut-il relever que bien des clients ne sont prêts à passer à des offres écologiques qu'à condition qu'elles ne leur coûtent pas beaucoup plus que les offres traditionnelles.

Les hôteliers misent sur les produits suisses

Le bilan écologique des produits alimentaires dépend d'une multitude de facteurs: du mode de production d'abord (agriculture biologique traditionnelle), du transport (régional outre-mer) mais aussi de la nature des produits alimentaires. En effet les produits d'origine animale tels que la viande ou les produits laitiers causent plus de nuisances à l'environnement que les légumes, les fruits et les céréales, dont la culture est moins gourmande en sol, en eau et en énergie. Dans cette optique, la cuisine végétarienne concourt grandement à la réduction de la charge environnementale. Environ 80 % des hôtels proposent selon l'enquête plusieurs plats végétariens, et ce taux atteint jusqu'à 65 % pour les «hôtels budget».

La plupart des établissements achètent leurs fournitures alimentaires dans la région⁴ ou du moins en Suisse. L'impact sur l'environnement est ainsi moindre du fait des courts trajets, avec l'avantage de la valeur ajoutée créée au niveau local.

70 % des hôtels situés à la campagne, 60 % des hôtels de montagne et 50 % des hôtels urbains ont composé une carte des mets essentiellement à partir des produits régionaux. Des hôtels 5 étoiles et les petits hôtels de moins de 20 lits offrent plus volontiers des plats régionaux que les autres hôtels. La figure 4 indique quels sont les grands groupes d'aliments que les hôtels achètent dans la région ou dans le pays.

⁴ Les termes «région» ou «régional» peuvent concerner un rayon plus ou moins grand. De manière générale, on peut affirmer que plus le transport est court, plus la livraison des produits est écologique.

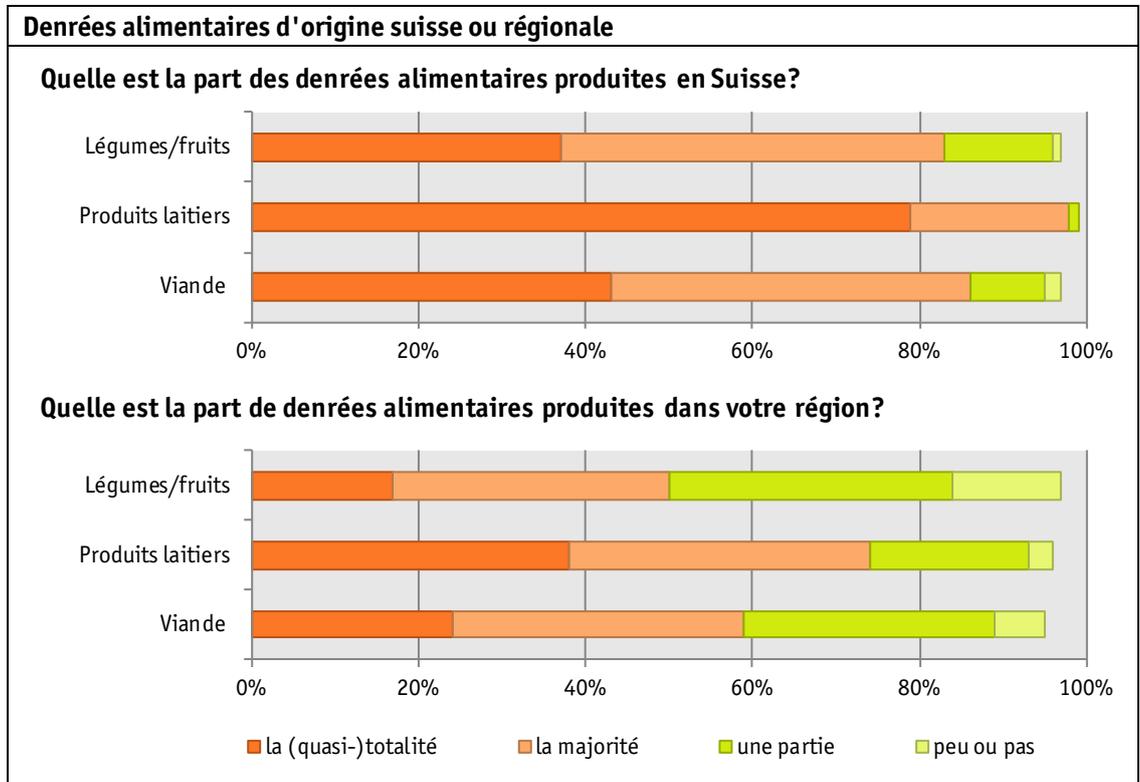


Figure 4: origine des fruits et légumes, des produits laitiers et de la viande. La catégorie «ne sais pas» n'apparaît pas. Nombre de réponses pour l'origine suisse: fruits et légumes: 230; produits laitiers: 231; viande: 230. Nombre de réponses pour l'origine régionale: fruits et légumes: 231; produits laitiers: 231; viande: 230. Source: résultats de l'enquête sur la mobilité et les achats durables.

Ce sont surtout les produits laitiers qui proviennent de la région, tandis que la part de la production régionale est moindre pour la viande et pour les fruits et légumes (en raison de la production saisonnière notamment).

«Notre petit-déjeuner est à forte dominante régionale.»

«Nous achetons aussi la viande (bœuf/agneau/porc) directement chez le paysan du village.»

Exemple 4: l'Hôtel Chesa Rosatsch à Celerina opte pour le slow food

Le restaurant Stüvas Rosatsch (Hôtel Chesa Rosatsch) a adopté au début de l'été 2013 la philosophie slow food. Ce terme tente de faire rimer plaisirs gustatifs, production alimentaire soucieuse de l'environnement et biodiversité. L'hôtel entend privilégier les produits de la région. Selon son directeur Michael Stutz, plus de 95 % des ingrédients de sa cuisine proviennent d'Engadine, des Grisons, d'autres régions suisses et de la Valteline voisine. L'hôtel a désormais remplacé le sel de table du sud de l'Angleterre par du sel d'origine valaisanne. Pour la farine aussi, l'établissement cherche à s'approvisionner plus souvent dans la région. Le restaurant mise sur des produits de haute qualité fournis par des petits producteurs. Cette orientation requiert un vaste réseau de



De g. à d.: Jan Gassen (chef de cuisine), Michael Stutz (directeur), Jörg Waldthaler (chef en restauration et sommelier)



relations et d'échanges. Avec le passage au slow food, le réseau des fournisseurs de l'hôtel s'est considérablement élargi. La carte des mets se conçoit maintenant entièrement selon la disponibilité des produits régionaux. Elle est donc adaptée en continu et entièrement remaniée tous les mois.

D'autres concepts novateurs ont été réalisés au restaurant Stüvas Rosatsch: la carte des mets classe les plats selon leur origine et chaque plat peut être servi en petite ou grande portion, ce qui permet de mieux répondre aux besoins de la clientèle. «Si nos clients mangent pratiquement tous les soirs à l'hôtel, c'est sans doute parce qu'ils n'ont pas la contrainte des schémas de menus» explique Michael Stutz.

En adoptant les principes du slow food, le Stüvas Rosatsch assume aussi une responsabilité vis-à-vis de ses hôtes et des producteurs. Les premiers ont l'occasion de vivre concrètement le ralentissement du mode de vie et de connaître les produits saisonniers réellement de la région. Quant aux producteurs, Michael Stutz et son équipe souhaitent les aider à maintenir leur activité et préserver ainsi des espèces végétales tombées dans l'oubli. Dans ce but, ils présentent les producteurs sur la carte des mets et les clients peuvent rencontrer personnellement les producteurs locaux pour en savoir plus sur leur métier et leur savoir-faire autour de ce qu'il est convenu d'appeler des «slow tables».

Les denrées alimentaires issues d'une production respectueuse de l'environnement et des critères sociaux gagnent du terrain dans l'hôtellerie

Depuis quelques années les produits alimentaires rencontrent un succès grandissant auprès des consommateurs, et les ventes de produits bio ou du commerce équitable explosent. Ainsi la part des produits bio à l'ensemble du marché alimentaire n'a cessé de croître pour s'établir aujourd'hui à 6,3 % (Bio Suisse 2013). Les consommateurs ont peu à peu pris conscience de l'impact écologique et social de la production des denrées alimentaires. Les hôtels peuvent s'inscrire dans cette tendance en proposant des plats à base d'ingrédients issus de productions écologiques et conformes aux critères sociaux.

Selon l'enquête, les produits bio et la viande de production durable sont plutôt peu répandus dans les restaurants d'hôtels par rapport au niveau suisse (figure 5).

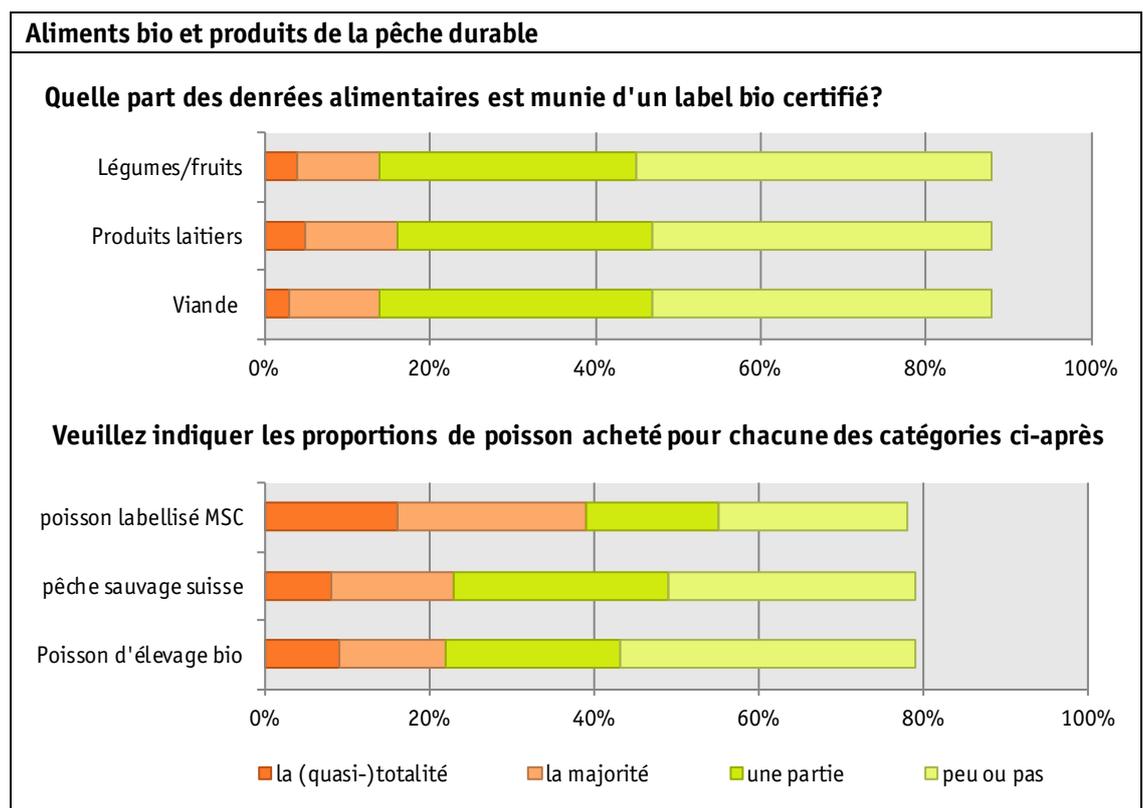


Figure 5: labels bio pour fruits et légumes (230 réponses), produits laitiers (231 réponses) et viande (230 réponses) ainsi que labels et origine du poisson (207 réponses; choix multiple autorisé). Les réponses «ne sais pas» n'apparaissent pas ici. Source: résultats de l'enquête sur la mobilité et les achats durables.

Environ 15 % des hôteliers déclarent servir presque toujours ou très souvent de la viande des produits laitiers et des fruits et légumes en qualité bio. Aussi, les écarts selon les produits res-

tent-ils peu marqués, leurs parts respectives correspondant grosso modo aux parts dans l'ensemble du marché suisse (selon les chiffres de Bio Suisse 2013).

Le poisson de pêche sauvage suisse et le poisson d'élevage bio figurent rarement au menu des restaurants des hôtels (figure 5, 2^e graphique). En revanche, on y trouve plus souvent du poisson de mer au label MSC (Marine Stewardship Council), 16 % des hôtels interrogés achètent toujours ou presque toujours des produits labellisés MSC.

Les résultats de l'enquête font apparaître quelques légères disparités entre les catégories d'étoiles, mais on n'observe pas d'écarts entre les hôtels de différentes destinations. Les établissements 5 étoiles offrent un peu plus souvent des produits bio et environ 30 % d'entre eux servent généralement des aliments de qualité bio.

Commerce équitable au petit-déjeuner

Les labels du commerce équitable garantissent une rémunération équitable et de bonnes conditions de travail aux fournisseurs et producteurs des pays du Sud. La certification du commerce équitable s'applique le plus souvent à des produits agricoles, comme les bananes et autres fruits exotiques, le cacao/chocolat, le café et les fleurs (figure 6).



Figure 6: utilisation de produits du commerce équitable. Nombre de réponses: bananes: 223; café: 226; chocolat: 224; réponses multiples autorisées. Source: résultats de l'enquête sur la mobilité et les achats durables.

La part des aliments certifiés du commerce équitable varie entre 20 et 50 %. Dans ce sens, l'hôtellerie affiche dans l'ensemble de meilleurs résultats que le commerce de détail. Si la part de marché des bananes issues du commerce équitable dans l'hôtellerie s'inscrit à 48 %, soit un taux légèrement inférieur à celui du commerce de détail (près de 54 %), le café et le chocolat y sont

en revanche mieux représentés (36 et 21 % resp.) que dans le commerce de détail (9 et 2,5 % resp.) (Max Havelaar 2013).

«Situé dans une vallée isolée, notre établissement tente de s'adapter à l'offre. Nous veillons à servir des jus qui portent soit la mention «montagne»⁵ (Baiv) ou certifiés du commerce équitable!»

«Nos fleurs proviennent pour la plupart du commerce équitable.»

Si beaucoup d'établissements se fournissent en produits bio ou du commerce équitable, l'approvisionnement ne va pas toujours sans difficulté, car le choix des fournisseurs reste limité, spécialement dans les lieux reculés.

«Nous n'avons que peu de fournisseurs pour les fruits et légumes ou pour le poisson. Nous voulons favoriser les fournisseurs indigènes, mais il y a dans la région beaucoup d'agriculteurs qui renoncent au bio.»

Ajoutons ici que les produits issus d'une agriculture respectueuse de l'environnement ou à valeur sociale ajoutée, tels que les produits bio ou du commerce équitable ou les spécialités régionales, coûtent généralement plus cher. Il n'est dès lors guère étonnant que les hôtels offrant des produits bio ou des produits régionaux sont relativement nombreux dans la catégorie 5 étoiles. Dans ce segment, le surcoût de ces produits est plus facile à répercuter sur les tarifs hôteliers et la clientèle est aussi plus disposée à déboursier un peu plus pour des produits de haute qualité.

5 Selon l'ordonnance «montagne» et «alpage». Celle-ci exige une certification pour les mentions «montagne» ou «alpage».

Exemple 5: le programme «petit-déjeuner régional et équitable» de l'association zurichoise des hôteliers

Au printemps 2013, l'association zurichoise a créé le programme «petit-déjeuner régional et équitable». Les hôtels qui participent à l'action proposent dans leur buffet de petit-déjeuner des produits régionaux ou issus du commerce équitable. Les hôtes y trouvent du café, du thé et du chocolat, des fruits exotiques, des jus, des noix, noisettes et fruits secs au label Max Havelaar. Les autres produits proviennent de la région, à la faveur d'une coopération engagée avec la société «natürli zürrioberland ag». Selon Jörg Arnold, président des hôteliers zurichois et lui-même hôtelier à l'Hôtel Storchen, les produits régionaux sont «collectés» chez natürli, pour être commercialisés et distribués ensuite de manière globale. «Comme avec les grands distributeurs, les commandes et les livraisons ne doivent pas entraîner un supplément de travail pour l'hôtelier, faute de quoi le projet court à l'échec. La logistique est cruciale, s'empresse-t-il d'ajouter, en insistant sur l'importance d'une solution praticable.

Jörg Arnold étiquette sur son buffet tous les produits régionaux ou issus du commerce équitable. Un petit panneau d'information présente en outre le programme à la clientèle. La formule du petit-déjeuner est bien accueillie par les hôtes qui y sont sensibles, se réjouit-il. La clientèle est très attirée par les produits de proximité qui doivent donc être frais et sains.



Par son buffet du petit-déjeuner, l'Hôtel Storchen témoigne envers ses hôtes de son engagement vis-à-vis de l'environnement. Les collaborateurs comprennent eux aussi que le développement durable peut se vivre au quotidien. Jörg Arnold est donc très satisfait du projet. L'écho est pareillement positif dans les autres établissements qui y participent. Aujourd'hui 55 hôtels de la ville de Zurich et de la région se sont joints au programme «petit-déjeuner régional et équitable» qui n'est pas limité dans le temps. En 2014 l'association zurichoise des hôteliers entend redoubler d'efforts pour gagner de nouveaux hôtels au projet.



Jörg Arnold, président de l'association zurichoise des hôteliers

Produits non alimentaires: économiser avec des appareils efficaces

A la différence des produits alimentaires, les articles non alimentaires respectueux de l'environnement permettent de réaliser des économies immédiates. Les lave-vaisselle, téléviseurs, réfrigérateurs et bouilloires électriques à haute efficacité énergétique ainsi que les appareils destinés à minimiser la déperdition d'énergie en mode de veille (interrupteurs automatiques ou prises anti-veille) coûtent certes un peu plus à l'achat, mais ils ont aussi des effets bienvenus sur la facture d'électricité. Mentionnant encore l'intérêt écologique et financier des dispositifs destinés à réduire la consommation d'eau comme les pommeaux de douche économiques ou les limiteurs de débit. La figure 7 indique la proportion d'hôtels qui ont opté pour ce type d'appareils.

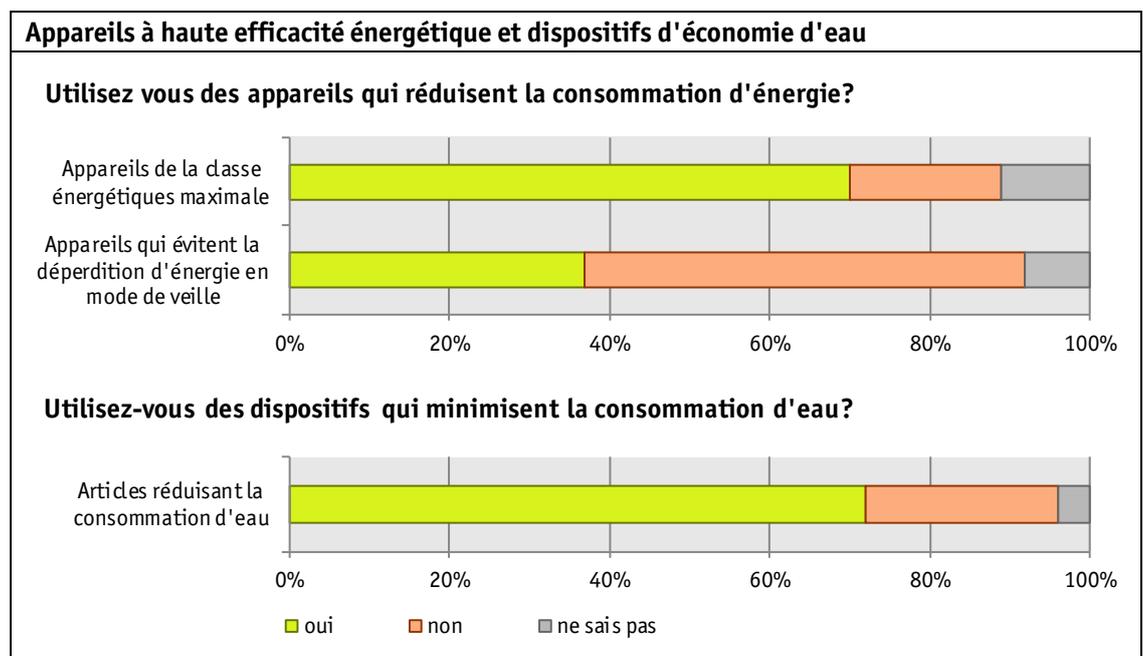


Figure 7: utilisation d'appareils à haute efficacité énergétique et de dispositifs d'économie d'eau. Nombre de réponses: appareils de la classe énergétique maximale: 238; dispositifs pour réduire la déperdition d'énergie en mode de veille: 240; produits destinés à minimiser la consommation d'eau: 245. Source: résultats de l'enquête sur l'écomobilité et les achats.

Alors que beaucoup d'hôtels se sont munis d'appareils à haute efficacité énergétique, ils sont assez peu nombreux à disposer d'appareils agissant sur la consommation de courant en mode de veille. Sachant que chaque chambre est équipée de plusieurs appareils (téléviseurs et lecteurs DVD essentiellement) et que chaque hôtel en compte un grand nombre, le potentiel d'économies encore non exploité est considérable.

Achat de courant traditionnel

Le courant consommé en Suisse provient essentiellement des forces hydrauliques (59 %) et de l'énergie nucléaire (36 %). A la faveur d'un marché de l'électricité très intense, notre réseau accumule aussi du courant provenant des centrales combinées à gaz ou des centrales à charbon, lesquelles dégagent de grandes quantités de CO₂. Le tournant énergétique prévu exige un développement massif des énergies renouvelables auquel les consommateurs peuvent contribuer en achetant du courant vert.

Selon l'origine du courant, jusqu'à 40 % des émissions de gaz à effet de serre des établissements (SJH 2013) sont imputables à la consommation d'électricité. Les hôteliers peuvent cependant opter pour le courant vert, c'est-à-dire pour l'électricité issue de sources renouvelables (énergie éolienne ou solaire, ou énergie hydraulique certifiée), et favoriser ainsi un approvisionnement énergétique respectueux de l'environnement (figure 8).

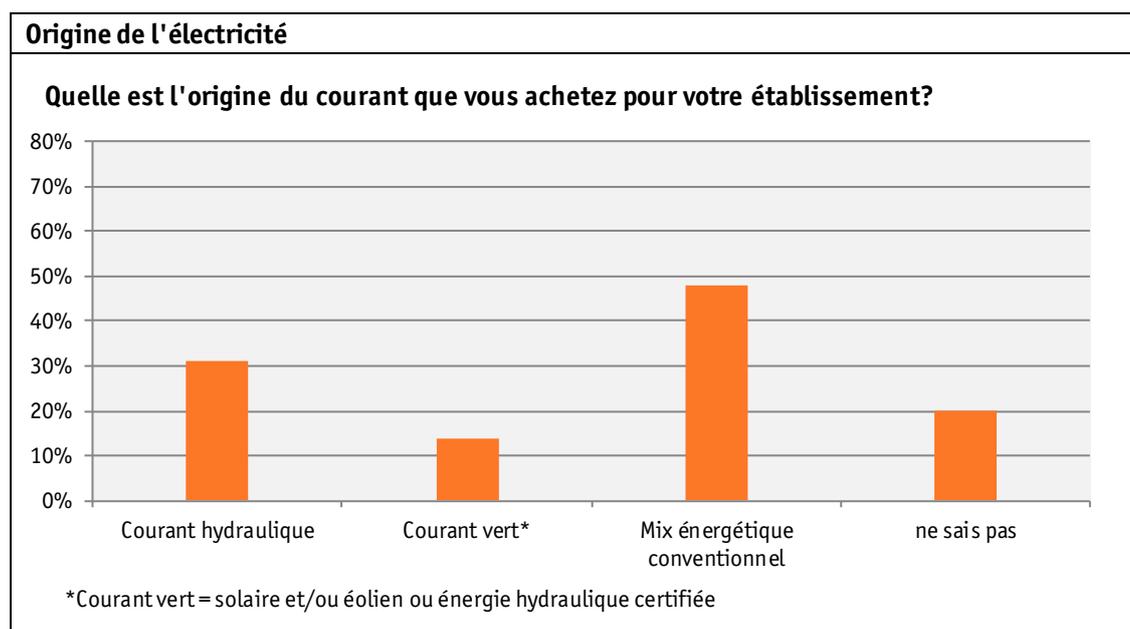


Figure 8: origine du courant électrique acheté par les hôteliers (nombre de réponses: 243; réponses multiples possibles). Les catégories se chevauchent en partie (l'énergie hydraulique est présente à la fois dans le mix énergétique traditionnel et dans le courant vert. Source: résultats de l'enquête sur l'écomobilité et les achats.

La plupart des établissements optent pour le produit standard disponible, lequel consiste généralement en un mix conventionnel d'énergie nucléaire et d'énergie hydraulique, mais peut aussi, selon les régions, comporter exclusivement de l'énergie hydraulique. Certains hôtels achètent une certaine quantité de courant écologique et couvrent le reste de leurs besoins avec du courant d'origine non certifiée.

«A partir de 2015, nous n'achèterons plus que du courant vert.»

«Dès la première offre de courant vert, nous avons décidé de nous approvisionner exclusivement en courant respectueux de l'environnement.»

Exemple 6: certificats de courant vert pour les Auberges de jeunesse suisses

Les Auberges de jeunesse suisses achètent depuis le début 2009 des certificats de courant vert qui leur permettent de couvrir l'ensemble de leurs besoins en électricité (3500 KWh par an) avec de l'énergie hydraulique renouvelable produite en Suisse. Grâce à ces certificats, les Auberges de jeunesse peuvent acheter exclusivement du courant neutre en CO₂ et profiter tout de même des tarifs les plus avantageux auprès des fournisseurs locaux. Avec un mix de courant traditionnel, leur consommation d'électricité serait responsable d'un tiers environ de leurs émissions de CO₂. Dans ce sens, l'achat d'électricité de force hydraulique est loin d'être insignifiant pour le bilan CO₂.

Selon René Dobler, directeur de la Fondation suisse pour le tourisme social, l'achat des certificats de courant vert entraîne des coûts et des charges relativement faibles. Fort du savoir-faire nécessaire, la société de conseil Inercomp recherche pour le compte des Auberges de jeunesse suisses des offres correspondant à la quantité de certificats souhaitée, après quoi celles-ci choisissent le fournisseur. Tous les établissements et partenaires franchisés des Auberges de jeunesse suisses reçoivent ensuite une attestation selon laquelle leur électricité est à 100 % d'origine hydraulique. Les coûts financiers demeurent modestes pour les établissements. Les auberges de petite et moyenne taille payent pour les certificats un supplément inférieur à 50 francs par an, tandis que celles qui totalisent jusqu'à 65 000 nuitées par an déboursent au plus 350 francs. Grâce à ces certificats, les auberges peuvent se fournir au meilleur prix auprès des fournisseurs locaux.



«Le changement de système a même permis de réduire les coûts par rapport à notre situation antérieure, du simple fait que certaines auberges avaient opté précédemment pour des offres de courant vert très onéreuses» se réjouit René Dobler.

Les Auberges de jeunesse suisses ont aussi pour souci de faire connaître à leurs hôtes les efforts qu'ils entreprennent en faveur de l'environnement. Selon René Dobler, la clientèle est très sensibilisée à cette question et apprécie la politique des auberges. L'achat des certificats joue ici un rôle capital: «Sans l'achat de courant vert, toutes les autres mesures que nous avons prises en faveur de l'environnement ne pourraient se justifier de manière crédible» assure René Dobler.



René Dobler, directeur de la Fondation suisse pour le tourisme social

Chauffage au mazout et au gaz

La protection du climat implique aussi que l'on réduise au minimum les émissions de CO₂ imputables au chauffage des locaux et à la production d'eau chaude. Dans les hôtels suisses, le chauffage est responsable de 20 à 30 % des gaz à effet de serre (SJH 2013). Les systèmes de chauffage d'origine fossile (mazout/gaz) sont encore de loin les plus répandus dans l'hôtellerie (figure 9).

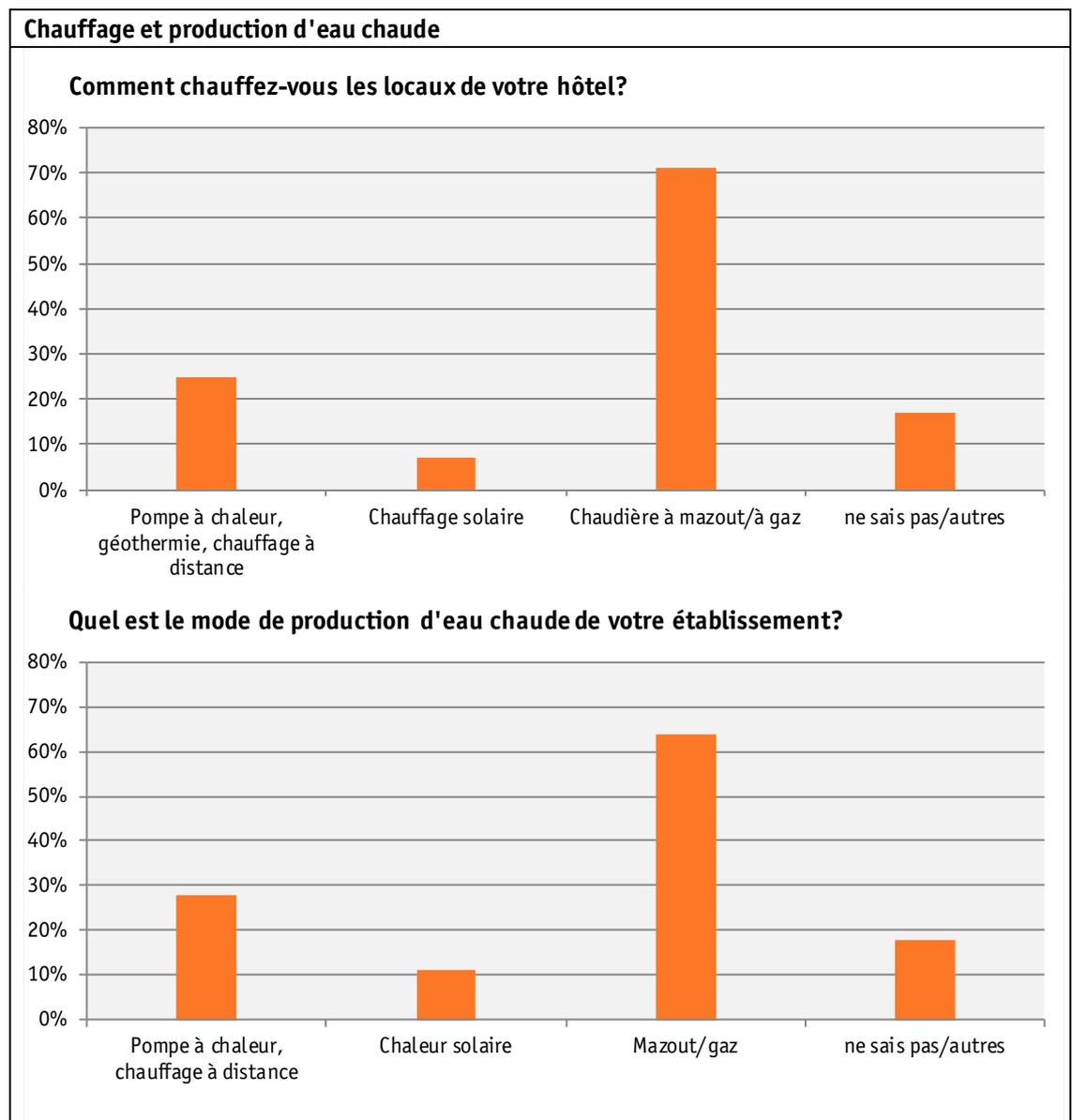


Figure 9: chauffage des locaux et production d'eau chaude (nombre de réponses: chaleur ambiante: 243, choix multiple possible; eau chaude: 244; choix multiple possible). Source: résultats de l'enquête sur l'écomobilité et les achats).

La plupart des établissements hôteliers (70 %) se chauffent au mazout ou au gaz. Cette proportion est comparable à celle des ménages suisses (73 %) qui se chauffaient au mazout ou au gaz en 2012 (INFRAS/TEP/Prognos 2013)⁶. Environ un quart des hôtels ont opté pour la chaleur à distance, la géothermie ou les pompes à chaleur (figure 9); leur part atteint même 40 % dans la catégorie 5 étoiles. Cela tient très probablement à ce que l'hôtellerie de luxe, qui consomme comparativement plus d'énergie, est plus encline à opérer des investissements d'envergure dans les systèmes de chauffage, alors que les établissements de catégorie moyenne n'ont qu'une marge de manœuvre limitée pour de tels investissements.

On notera la part relativement élevée (11 %) d'hôtels équipés d'un système solaire de production d'eau chaude. Le taux est ici nettement plus élevé que celui de la moyenne des ménages suisses (4,3 % en 2012 (INFRAS/TEP/Prognos 2013), ce qui laisse penser que les panneaux solaires sont généralement rentables pour l'hôtellerie qui consomme beaucoup d'eau chaude.

Exemple 7: Romantik Hotel Muottas Muragl, le premier hôtel Plusenergie en région alpine

Au terme de travaux de rénovation qui auront duré 10 mois, le Romantik Hotel Muottas Muragl a rouvert ses portes en tant que premier établissement alpin à produire plus d'énergie qu'il n'en consomme. Pour atteindre ce niveau, l'hôtel s'est équipé de capteurs solaires thermiques et de capteurs photovoltaïques qui produisent chaque année entre 95 000 et 105 000 KWh. L'installation photovoltaïque de 455 m² a été placée le long du tracé de chemin de fer. Les capteurs solaires sont installés sous forme de panneaux ou de capteurs tubulaires. Ils produisent de la chaleur pour la production d'eau chaude et le chauffage.

Ces deux installations assurent à l'hôtel un bilan énergétique annuel positif et, partant, de l'énergie en suffisance. Lorsque les collecteurs solaires produisent plus d'énergie qu'il n'en faut, la chaleur est accumulée au moyen de 16 sondes géothermiques, lorsque leur production est trop faible, les sondes approvisionnent l'hôtel via une pompe à chaleur. L'établissement ne vit pas en autarcie énergétique totale, car par temps gris, les installations photovoltaïques ne produisent pas de courant. Celui-ci est alors acheté via le réseau d'électricité local. La nouvelle construction de l'Hôtel Muottas Muragl a trouvé bon accueil auprès des hôtes qui s'y intéressent grandement. «Les clients sont surtout impressionnés du fait que le concept n'implique aucun sacrifice en termes de confort» explique Anne-Pierre Ackermann.



Anne-Pierre Ackermann, hôtelière.
Photo: Engadin St. Moritz Mountains, Gian Andri Giovanoli,
kmu-fotografie.ch

⁶ Sur ce plan, l'hôtellerie est plus aisément comparable avec les ménages qu'avec les services.

Un hôtel de montagne contraint de chauffer environ 330 jours par an consomme bien sûr beaucoup d'énergie. Avant la rénovation, l'établissement brûlait chaque année 40 000 litres de mazout, mais avec les améliorations énergétiques apportées à l'enveloppe de l'édifice et aux fenêtres orientées sud, l'hôtel a réduit de deux tiers sa consommation pour une surface augmentée de 50 %. Pour Anne-Pierre Ackermann, le bilan est en tout point positif: «Avec la hausse des prix de l'huile de chauffage, les investissements seront amortis. Sans compter que les clients se tournent de plus en plus vers des maisons qui présentent ce standard énergétique. Cela sera bientôt un must pour le tourisme». Le Romantik Hotel a été distingué plusieurs fois et a notamment remporté en 2011 le Prix Solaire suisse dans la catégorie bâtiments-rénovations et a été aussi lauréat du fameux «Watt d'Or» qui récompense les meilleures performances énergétiques (catégorie bâtiments).



Photo: Engadin St. Moritz Mountains, Gian Andri Giovanoli, kmu-fotografie.ch

«Engadin St. Moritz Mountains» propose des visites gratuites aux personnes intéressées. Selon Anne-Pierre Ackermann, les clients de l'hôtel sont les principaux demandeurs, mais on compte aussi des visiteurs de l'extérieur. Le site internet de l'hôtel fournit des informations sur les installations et indique chaque jour le volume de production de l'installation solaire: www.muottasmuragl.ch

Le papier FSC et le papier recyclé sont largement répandus

Près de 10 % de la consommation de papier en Suisse est à mettre au compte du papier ménage et de papier hygiénique (WWF 2009). Ces produits ont ceci de particulier qu'ils sont jetés après usage et ne peuvent être réutilisés. Le recours à des articles fabriqués à partir de papier recyclé ou de papier provenant de l'exploitation des forêts respectueuse de l'environnement (papier FSC) est donc particulièrement indiqué (figure 10).

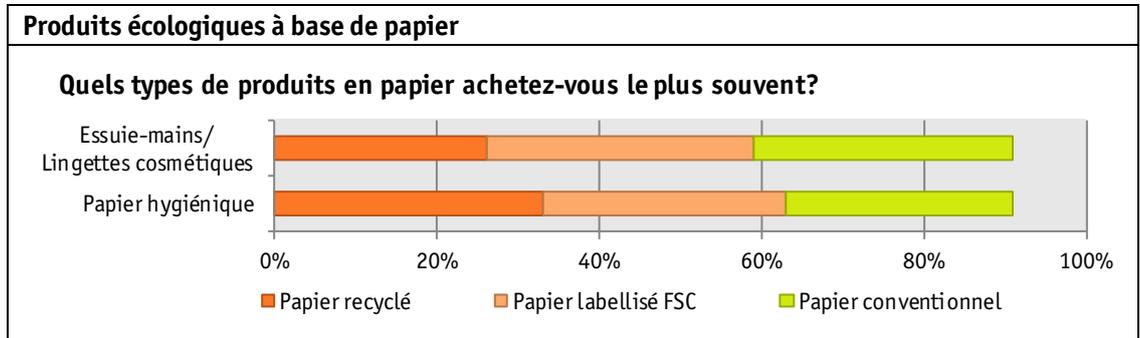


Figure 10: qualité écologique des produits à base de papier (nombre de réponses: essuie-mains en papier/ lingettes cosmétiques: 238; papier hygiénique: 243). Source: résultats de l'enquête sur l'écomobilité et les achats.

Environ 60 % des produits de consommation courante en papier sont fabriqués à partir de papier recyclé ou certifié FSC, avec peu de différences entre les différents produits.

Conclusion: il faut mieux exploiter la marge d'action existante sur le terrain des achats durables

Les achats durables portent sur une multitude de produits et de processus d'approvisionnement. Contrairement au domaine de la mobilité où l'hôtellerie n'a que peu de moyens d'agir, les achats forment un domaine sur lequel elle peut influencer très directement. Et comme le montrent les résultats de l'enquête, les hôtels agissent bel et bien sur ce plan. Ils font surtout grand cas de l'origine régionale des produits et sont nombreux à acheter certains produits du commerce équitable. Quant à l'efficacité énergétique, elle constitue un critère important dans l'acquisition des appareils électriques. L'enquête met aussi au jour une série de contraintes et obstacles, en particulier le manque de liquidités, qui empêchent les hôteliers d'opérer des investissements rationnels dans des nouveaux systèmes de chauffage par exemple. De même, ces derniers renoncent-ils souvent à s'approvisionner en courant vert ou en produits bio, comparativement plus onéreux. Quant aux mesures destinées portant sur l'efficacité énergétique, souvent peu perçues par la clientèle et donc rarement honorées à leur juste valeur, elles sont différées quand les liquidités font défaut. Les établissements de catégorie moyenne investissent moins que les hôtels petits budgets ou les hôtels de luxe dans des améliorations écologiques et tablent moins souvent aussi sur des produits issus de modes de production durable. Les différents exemples concrets témoignent cependant de la diversité des mesures engagées, tant dans l'alimentaire que dans le non-alimentaire. Ces mesures conjuguées ont au final des effets éminemment positifs, pour les établissements et la clientèle bien sûr, mais aussi pour l'environnement et la société dans son ensemble.

3. ENVIRONNEMENT

Les résultats en bref

Les tendances observées dans le domaine environnement vont dans la bonne direction. L'hôtellerie veille à une meilleure efficacité énergétique, se tourne plus souvent vers les énergies renouvelables et contribue de manière générale à une utilisation plus rationnelle du sol, bien rare par excellence. Indéniablement la branche progresse, mais à pas lents.

Contrairement à l'évolution dans les deux autres dimensions de la durabilité, les indicateurs et chiffres-clés témoignent tous d'une évolution positive dans le domaine de l'environnement. Ceux qui se rapportent à la protection du climat et à la consommation d'énergie témoignent d'un gain d'efficacité énergétique et d'un recul des énergies fossiles. Les efforts entrepris par les hôteliers pour améliorer leur bilan énergétique (voir résultats de l'enquête sur les achats durables au chapitre 2) portent manifestement quelques fruits, même si les avancées sont peu rapides. Les séries de données étant lacunaires, la prudence est de mise dans l'interprétation des chiffres.

L'apport de l'hôtellerie reste difficile à mesurer dans bien des domaines. Pour plusieurs aspects de la protection de l'environnement, utilisation du sol, consommation d'eau, gestion des déchets et mobilité par exemple, il manque des données significatives permettant de mesurer les progrès réalisés. Cela dit, l'enquête menée auprès des hôteliers (chapitre 2) porte malgré tout sur certains de ces aspects.

Le Tableau 1 renseigne sur les indicateurs environnementaux disponibles et sur leur évolution.

Evolution dans le domaine environnemental	Tendances	
Climat et énergie		
› Emissions de gaz à effet de serre hôtellerie et restauration		Tendance depuis 2005
› Part des énergies renouvelables dans l'hôtellerie et la restauration		Tendance depuis 2001
› Nombre d'hôtels solaires		Tendance depuis 2012
Mobilité		
› Choix du mode de transports pour les séjours en Suisse avec nuitées		Tendance depuis 2000

Tableau 1: évolution des indicateurs environnementaux vers le développement durable, représentés par des symboles météorologiques. Soleil: tendance positive, soleil avec nuage: tendance stable ou légèrement positive. L'indicateur pour le domaine mobilité est décrit au chapitre 2.

Les enjeux environnementaux

Le changement climatique, le mitage du sol, la disparition des paysages intacts, l'érosion de la biodiversité et la mobilité croissante sont des problèmes qui concernent toute la Suisse et plus particulièrement son tourisme. Du fait de l'accroissement continu de la demande touristique, de la multiplication des voyages et de l'allongement des distances parcourues, le tourisme a sa part de responsabilité dans le changement climatique (SECO/Unibe 2011). Le tourisme est toujours associé au trafic, avec les effets que l'on sait sur l'environnement. Si le mitage du territoire et la destruction des paysages mettent le tourisme en péril, ils lui sont aussi en partie imputables. Les infrastructures touristiques, la construction de lieux d'hébergement et la création de diverses activités touristiques, indispensables à la survie de la branche, risquent aussi de porter atteinte à ses sites naturels. Plus que toute autre branche, le tourisme est tributaire de la préservation des paysages et de leur diversité.

L'hôtellerie, on le conçoit, n'a pas les moyens d'influer directement sur tous les domaines. Elle dispose tout de même d'une marge d'action pour redresser la barre, que ce soit au niveau de l'entreprise ou de manière collective en s'associant avec d'autres prestataires touristiques locaux. La branche a tout à gagner à pratiquer une politique qui ménage les ressources naturelles. Plusieurs arguments militent dans ce sens, spécialement la charge financière qui résulte de la hausse des prix de l'énergie, mais aussi la demande croissante en prestations touristiques respectueuses de l'environnement.

Dans un établissement hôtelier, ce sont, la production d'eau chaude, le chauffage, la consommation d'électricité et les achats pour la restauration qui occasionnent la plus grande partie des émissions de gaz à effet de serre. On estime à 90 % la part des émissions dues à ces trois domaines, en précisant que c'est la consommation électrique – entre 30 et 50 % des émissions selon l'entreprise – qui pèse ici le plus lourd dans la balance (SJH 2013).

Climat et énergie: gains d'efficacité dans l'hôtellerie

A l'échelle mondiale, le tourisme est responsable de 5 % des émissions de CO₂. Trois quarts de ces émissions sont générées à l'arrivée et au départ des hôtes et concernent principalement les transports, un cinquième est directement imputable à l'hébergement (SECO/Unibe 2011)⁷. Avec

⁷ Calcul selon UNWTO&UNEP pour 2005, resp. D'après Scott et al. 2010 pour 2010. In SECO/Unibe 2011.

l'essor touristique prévu, il y a fort à parier que la contribution du tourisme, et plus particulièrement la part de l'hébergement, au volume global des émissions à effet de serre poursuivra sa rapide progression⁸.

En Suisse, l'hébergement et la restauration sont à l'origine de 4 % des émissions de gaz à effet de serre générées dans le secteur des services et de 2 % des émissions de l'économie dans son ensemble (BFS 2012b, comptabilité environnementale). Depuis 1990, ces émissions ont baissé de 5 % dans l'hôtellerie (figure 11). D'après le bilan des gaz à effet de serre des différents établissements, le coût en CO₂ d'une nuitée est très variable: la fourchette est très large pour les établissements très écologiques et va de 6 kg à plus de 60 kg de gaz à effet de serre par nuitée (SJH 2013). Ce sont les hôtels très simples qui affichent les niveaux d'émissions les plus bas (Swiss Lodge par exemple), alors que les établissements 5 étoiles consomment nettement plus de courant et produisent plus de chaleur par nuitée, ce qui se reflète dans le bilan des gaz à effet de serre. On ne dispose pour l'heure pas de valeurs moyennes des émissions de CO₂ dans l'hôtellerie suisse.

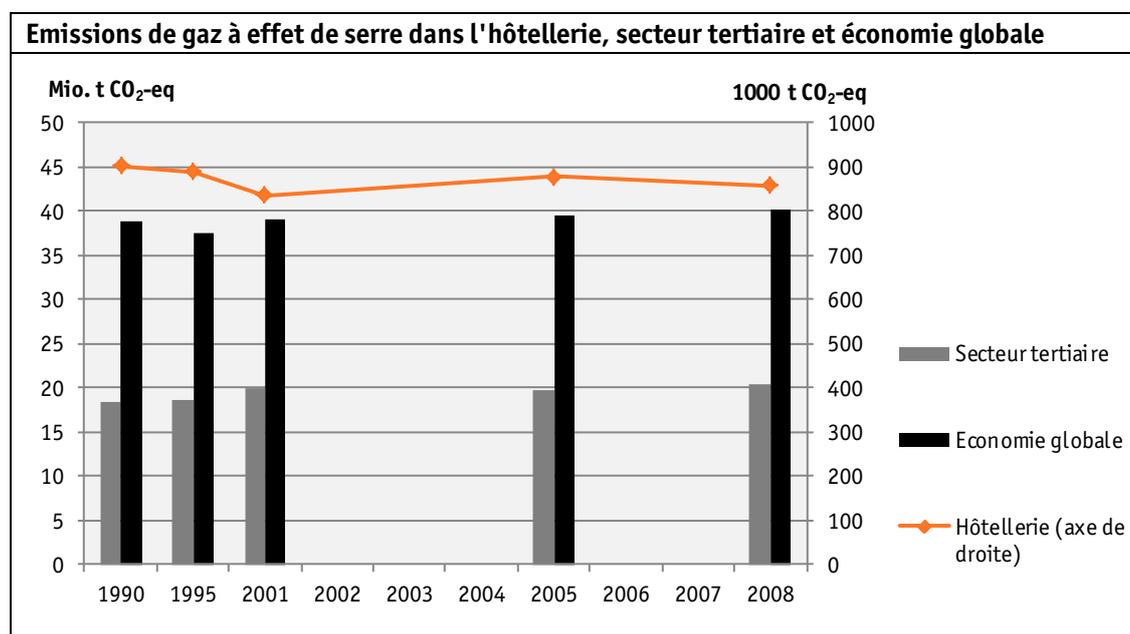


Figure 11: total des émissions de gaz à effet de serre (transports compris) depuis 1990 pour l'hôtellerie (en milliers de tonnes d'équivalent CO₂), pour le secteur tertiaire et pour l'économie globale, en millions de tonnes d'équivalent CO₂.

En comparaison avec l'économie dans son ensemble et plus spécifiquement avec le secteur des services, les émissions de gaz à effet de serre semblent évoluer favorablement dans le secteur de

⁸ Il n'existe pas de prévisions correspondantes pour l'hôtellerie suisse.

l'hôtellerie. La branche est encore loin elle aussi de l'objectif que la Suisse s'est assigné, à savoir réduire de 20 % au moins ses émissions de gaz à effet d'ici 2020. Ajoutons qu'une partie non négligeable des réductions résulte de la crise conjoncturelle qui a touché la branche.

Dans l'hôtellerie, l'énergie est consommée sous forme d'électricité et de chaleur. Dans les hôtels suisses, la production de chaleur et la consommation de courant électrique représentent ensemble quelque 70 % des émissions de gaz à effet de serre (SJH 2013). Si la proportion des énergies renouvelables dans la production d'électricité est importante en Suisse et dans l'hôtellerie, leur rôle reste encore modeste dans la production de chaleur (figure 12).

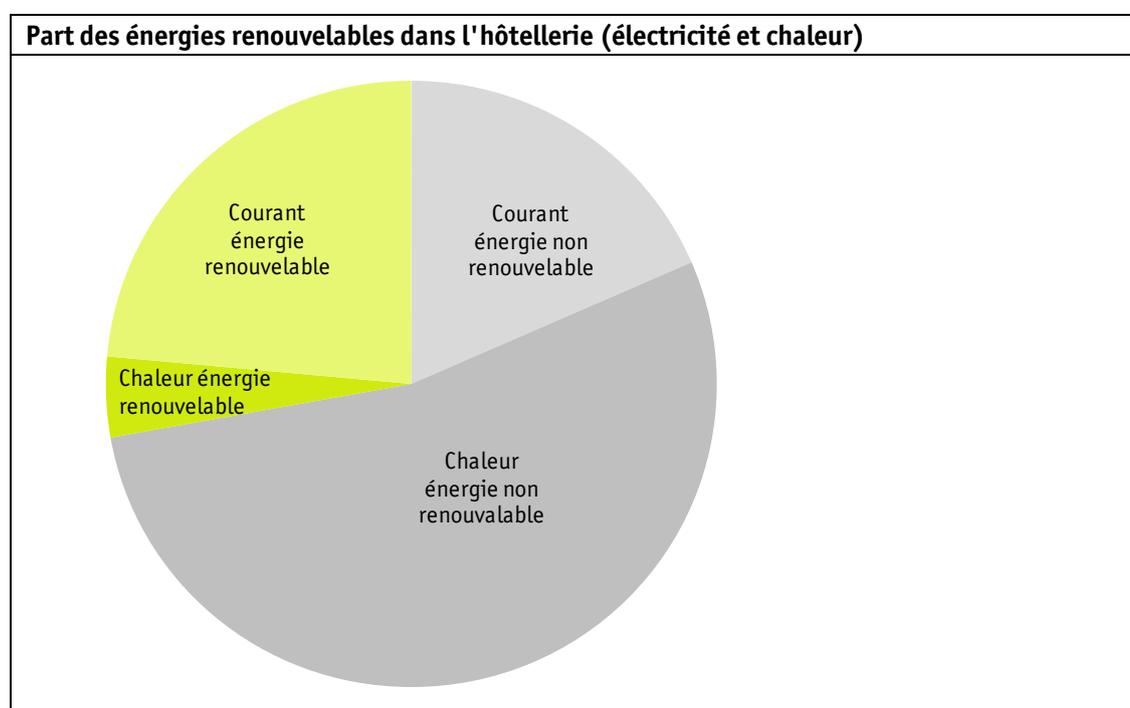


Figure 12: part des énergies renouvelables et non renouvelables dans la production de chaleur et la consommation d'électricité dans l'hôtellerie (mesurée à la consommation d'énergie totale en térajoules). Les calculs reposent sur des données BFS 2012b, comptabilité environnementale, NAMEA (National Accounting Matrix including Environmental Accounts), BFS 2013d, comptes nationaux et OFEN 2008, statistique suisse des énergies renouvelables.

Mesurée à la consommation globale d'énergie de l'hôtellerie, la part des **énergies renouvelables** s'inscrit en légère progression. En 2008, 28 % environ de l'énergie provenait de sources renouvelables, le chauffage à raison de 4 % et l'électricité à raison de 24 % (figure 13).

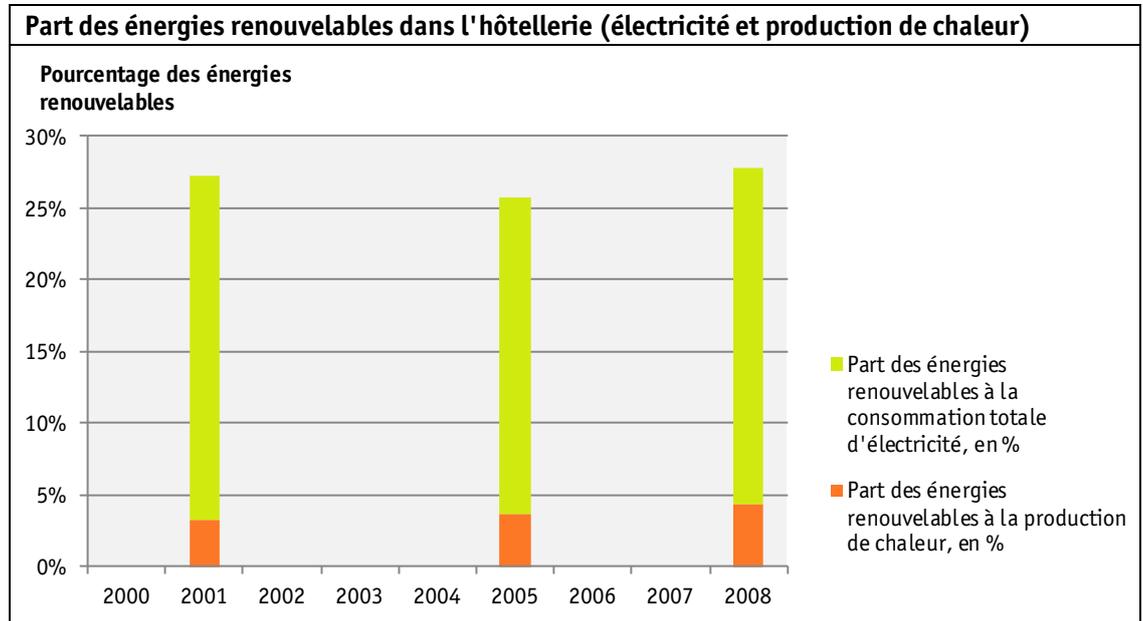


Figure 13: énergies renouvelables dans l'hôtellerie. Les calculs reposent sur des données BFS 2012b, comptes environnementaux, NAMEA (National Accounting Matrix including Environmental Accounts), BFS 2013d, comptes nationaux et OFEN 2008, statistique suisse des énergies renouvelables.

La branche a besoin de pionniers pour imprimer une dynamique nouvelle et amener les établissements à miser davantage sur l'efficacité énergétique et à se tourner vers les énergies renouvelables. On relèvera ici le rôle majeur qui revient aux **hôtels solaires en Suisse** en tant que vitrines au service de la promotion de l'énergie solaire. Ces hôtels produisent chaleur et électricité avec de l'énergie solaire. On dénombre à l'heure actuelle 101 établissements (dont 16 auberges de jeunesse) enregistrés en tant qu'hôtels solaires auprès de l'association Swissolar (site internet Swissolar 2013). Leur nombre est certes restreint, mais si l'on admet que d'autres établissements utilisent de l'énergie solaire sans figurer sur la liste des hôtels solaires et que beaucoup d'installations de ce type sont actuellement en phase de planification (site de Swissolar 2013), on est fondé à penser que la dynamique est enclenchée dans ce domaine.

Le problème de l'occupation des sols: une chance pour l'hôtellerie

L'utilisation et la consommation accrue du sol et l'urbanisation croissante peu conforme aux principes du développement durable ont alimenté le débat public et politique ces dernières années. De nombreux processus de nature politique, spécialement l'acceptation de l'initiative sur les résidences secondaires et la révision de la loi sur l'aménagement du territoire, témoignent de la portée de ces questions.

Le milieu bâti et le terrain à bâtir ont pris beaucoup d'ampleur ces dernières années; entre 1983 et 2007, les surfaces bâties ont progressé de 23 % (site internet de l'BFS 2013). La faible densité de l'habitat fait en outre grimper les coûts de la desserte par la route, de l'approvisionnement en eau et en électricité ou de l'élimination des déchets, en même temps qu'elle fait baisser la couverture des coûts dans les transports publics (WSL 2011) et concourt à une exploitation peu efficace des ressources disponibles.

Le tourisme de même que l'hôtellerie ont besoin de surfaces pour leurs infrastructures et leurs constructions, mais sont d'autre part tributaires de paysages intacts, car ceux-ci forment en quelque sorte leur fonds de commerce.

Dans les régions touristiques traditionnelles, l'hôtellerie peut contrecarrer les tendances décrites plus haut, en ce sens que comparées aux résidences secondaires, les établissements hôteliers affichent un meilleur taux d'occupation et une meilleure exploitation des surfaces et d'autres ressources. Augmenter le nombre de lits chauds permet donc d'améliorer l'occupation des infrastructures et de détendre le marché foncier, en particulier dans les régions écologiquement très sensibles de la zone alpine. L'initiative sur les résidences secondaires offre donc à l'hôtellerie diverses opportunités sur le plan économique et écologique.

Nous ne disposons actuellement d'aucune donnée concernant le rapport entre les nuitées de l'hôtellerie et celles de la parahôtellerie, ces dernières n'étant pas encore saisies dans la statistique. On peut cependant raisonnablement supposer que le rapport évoluera à l'avenir en faveur de l'hôtellerie.

4. ÉCONOMIE

Les résultats en bref

Les indicateurs économiques reflètent des variations conjoncturelles et le climat de morosité dans lequel l'hôtellerie a évolué entre 2008 et 2012. La valeur ajoutée et les taux d'occupation ont stagné. La progression des mutations structurelles progressives suggère néanmoins que les bons jalons sont posés pour l'avenir.

Les indicateurs se rapportant à la dimension économique du développement durable proposent un tableau contrasté. Les chiffres-clés de l'exploitation, en particulier le taux d'occupation, la valeur ajoutée et le bénéfice, témoignent des difficultés qu'a connues le secteur ces cinq dernières années. Les crises conjoncturelles dans le monde et la vigueur du franc suisse ont été durement ressenties dans le tourisme et dans l'hôtellerie. Du coup, le nombre de personnes occupées dans la branche a baissé.

Parallèlement, l'hôtellerie poursuit sa mue structurelle: la taille des établissements et la productivité au travail continuent de croître et les investissements dans la construction sont repartis à la hausse après un creux en 2011. La branche ne devrait donc pas encore être au bout de son processus de restructuration.

Le Tableau 2 offre une vue d'ensemble des indicateurs économiques et de leur évolution.

Développements économiques	Tendances depuis 2008
Rentabilité	
› Taux net d'occupation des lits dans l'hôtellerie	
› Valeur ajoutée brute hébergement	
› Productivité du travail hébergement	
› Marge bénéficiaire brute (GOP)	
Emploi	
› Equivalents plein temps dans l'hébergement	
› Taux de chômage dans l'hôtellerie	
Changements structurels	
› Nombre moyen de lits par établissement d'hébergement par mois	
› Nombre de nouvelles inscriptions et de radiations dans l'hôtellerie	
Investissements	
› Dépenses de construction réelles hôtels et restaurants	

Tableau 2: évolution des indicateurs économiques sous l'angle du développement durable, représentés par des symboles météorologiques. Soleil: tendance positive; soleil avec nuage: tendance stable ou légèrement positive; deux nuages: tendance légèrement négative; pluie: tendance négative.

Les enjeux économiques

L'hôtellerie suisse est appelée à relever de nombreux défis exogènes et endogènes. En tant que branche orientée vers l'exportation, l'hôtellerie est très sensible aux variations des cours de change et aux fluctuations conjoncturelles dans le monde. L'évolution démographique, la mondialisation galopante et la concurrence accrue des nouvelles destinations, sans oublier les nouvelles habitudes de voyage, ont des retombées directes sur l'hôtellerie (BAKBASEL 2010). Les gens voyagent plus souvent, mais moins longtemps, d'où des séjours de plus courte durée dans les hôtels. Sous l'effet conjugué de la mobilité croissante de la population et de la force du franc, la population suisse a passé ces dernières années plus souvent ses vacances à l'étranger (hôtellerie suisse 2012).

Les difficultés de l'hôtellerie ne tiennent pas exclusivement à des facteurs extérieurs. La branche, en effet, se caractérise par des structures à petite échelle avec beaucoup de petits établissements et des structures de coûts en partie peu efficaces. En maints endroits, le faible degré de rentabilité a retardé les investissements nécessaires. Au surplus, les structures de destination

fragmentées entravent la commercialisation et, partant, le positionnement dans la concurrence internationale (BAKBASEL 2010).

Des structures de coûts efficaces, une meilleure productivité et une logique de qualité renforcée s'imposent pour venir à bout de ces difficultés. L'hôtellerie est appelée à activer les changements structurels, à mieux développer les nouveaux marchés et les niches tout en gardant son rôle d'employeur de poids dans les régions périphériques.

La morosité économique pèse sur la rentabilité

Le taux d'occupation, la rentabilité et la valeur ajoutée constituent des indicateurs essentiels de développement économique. Les chiffres-clés traduisent la situation difficile que connaît l'hôtellerie aujourd'hui. Le nombre de nuitées et donc le taux net d'occupation des lits sont demeurés pratiquement stables depuis l'an 2000, avec un léger recul depuis 2008 (figure 14).

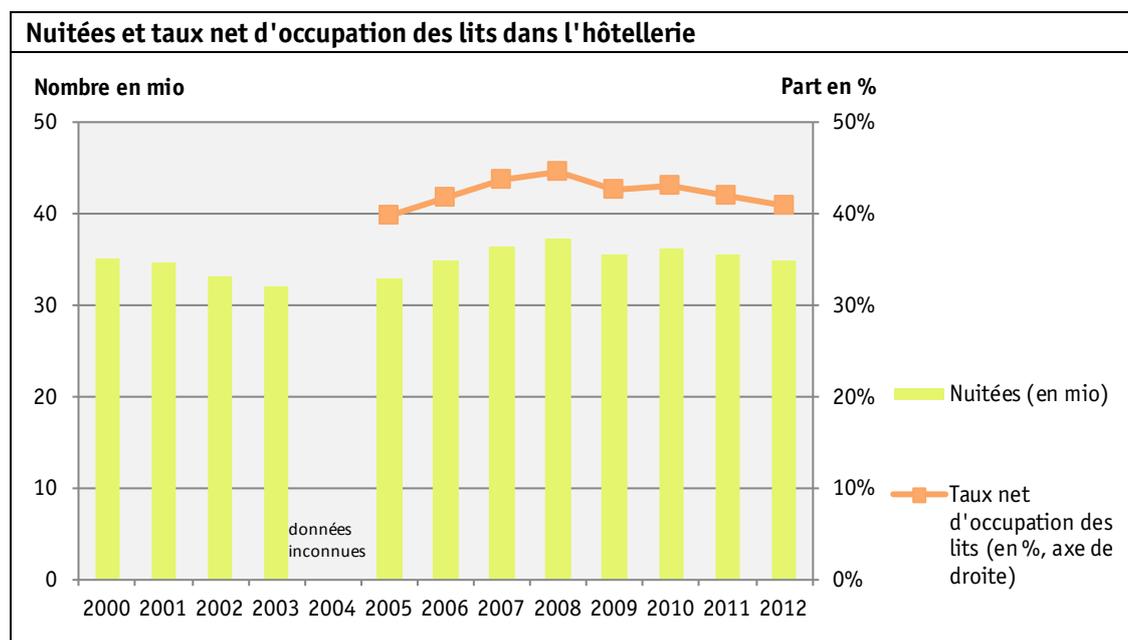


Figure 14: évolution des nuitées et du taux d'occupation des lits net qui correspond au nombre de nuitées divisé par la capacité en lits totale de la période considérée (en pour-cent). La capacité nette de lits correspond au nombre de lits disponibles dans l'établissement dans le mois de l'enquête multiplié par le nombre de jours d'exploitation de l'établissement dans le même mois. Source: BFS 2013c, statistique de l'hébergement HESTA.

La baisse a été particulièrement marquée dans les hôtels des régions alpines (-13 %), alors que les hôtels urbains ont accueilli à peu de choses près le même volume de clients (Bundesrat 2013, Die Volkswirtschaft 2013). Le nombre de nuitées des clients indigènes et européens accuse une

nette diminution, alors que celui des clients asiatiques, en provenance de Chine surtout, a progressé (UBS 2013). On observe sur le court et moyen terme une certaine détente du côté de la demande. Les prévisions partent de l'idée que l'année 2013 a amorcé un tournant et que la reprise se poursuivra en 2014 (SECO 2013b).

Le **taux moyen net d'occupation moyen des lits**⁹ dans le secteur de l'hébergement atteignait tout juste 41 % en 2012, soit une valeur légèrement supérieure à celle de 2005 (figure 14). Depuis 2008, le taux d'occupation s'inscrit à la baisse, sous l'effet surtout du recul des nuitées, mais aussi en raison d'une légère progression des capacités en lits. Les établissements situés dans de grandes villes, dans la région de Zurich ou de Genève par exemple, affichaient avec un taux d'occupation de 50 % environ un résultat nettement supérieur à celui des hôtels situés dans les Alpes, dans les Grisons ou l'Oberland bernois par exemple, où il s'établissait respectivement à 48 et 44 % (BFS 2013c).

La valeur ajoutée et la productivité du travail comptent aussi parmi les indicateurs de la santé d'une branche. **Dans une perspective à long terme, la valeur ajoutée brute de l'hébergement** a stagné, cependant qu'elle a progressé de 26 % pour l'ensemble de l'économie entre 2000 et 2011 (figure 15).

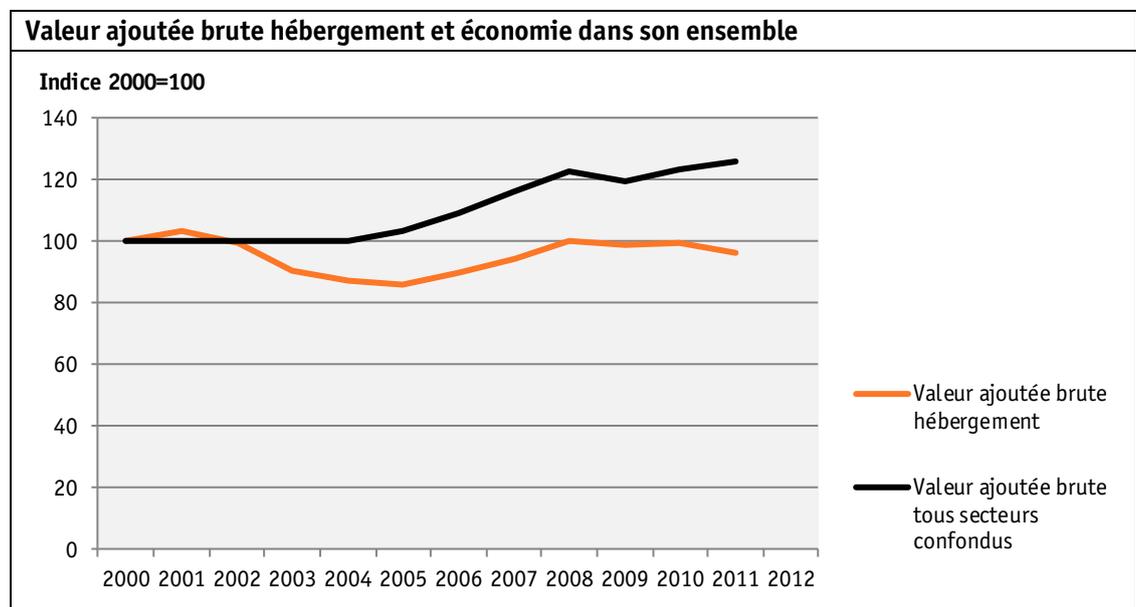


Figure 15: évolution de la valeur ajoutée brute dans l'hébergement et dans tous les secteurs économiques (indice 2000=100). BFS 2013d, comptes nationaux, compte de production.

9 Taux net d'occupation des lits: nombre de nuitées divisé par la capacité totale nette de lits de la période considérée, exprimé en pour-cent.

Plusieurs facteurs sont à l'origine de la faible performance de l'hébergement. La valeur ajoutée brute a brutalement chuté en 2000 sous l'effet conjugué du ralentissement de l'économie mondiale, de l'appréciation du franc suisse, des attentats du 11 septembre et de l'épidémie du SRAS et il faudra attendre 2004 pour que l'hébergement retrouve son souffle. Les chiffres stagnent à nouveau depuis 2008, en raison surtout de la récession mondiale et de l'envolée du franc suisse dès le mois d'avril 2011 (hotelleriesuisse 2012). A cela s'ajoutent les déficits structurels, et plus particulièrement le faible niveau de rentabilité. Entre 2009 et 2012, le **bénéfice d'exploitation brut** a également reculé dans 160 établissements sélectionnés (groupes EXPER hotelleriesuisse). Le bénéfice d'exploitation brut (Gross Operating Profit GOP) prend en compte le salaire de l'entrepreneur et l'entretien et c'est à cet aune que l'on mesure véritablement la performance d'un établissement en matière de gestion d'entreprise et de rendement opérationnel. Dans l'hôtellerie, le bénéfice d'exploitation brut a régressé entre 2009 et 2012 dans les mêmes proportions que les autres indicateurs de la performance économique. Des séries de données comparables plus longues ne sont pas disponibles (hotelleriesuisse: Annuaire de l'hôtellerie suisse, éditions 2009-2013).

En Suisse comme dans la plupart des pays, la **productivité du travail** de l'hôtellerie demeure nettement en dessous de celle de l'économie du pays. Ce fait tient entre autres à ce que la prestation est fournie directement au client et qu'il est impossible de rationaliser le travail comme c'est le cas dans d'autres branches (BAKBASEL 2010). La Figure 16 indique l'évolution de la productivité du travail, de la valeur ajoutée brute et de l'emploi dans le secteur de l'hébergement.

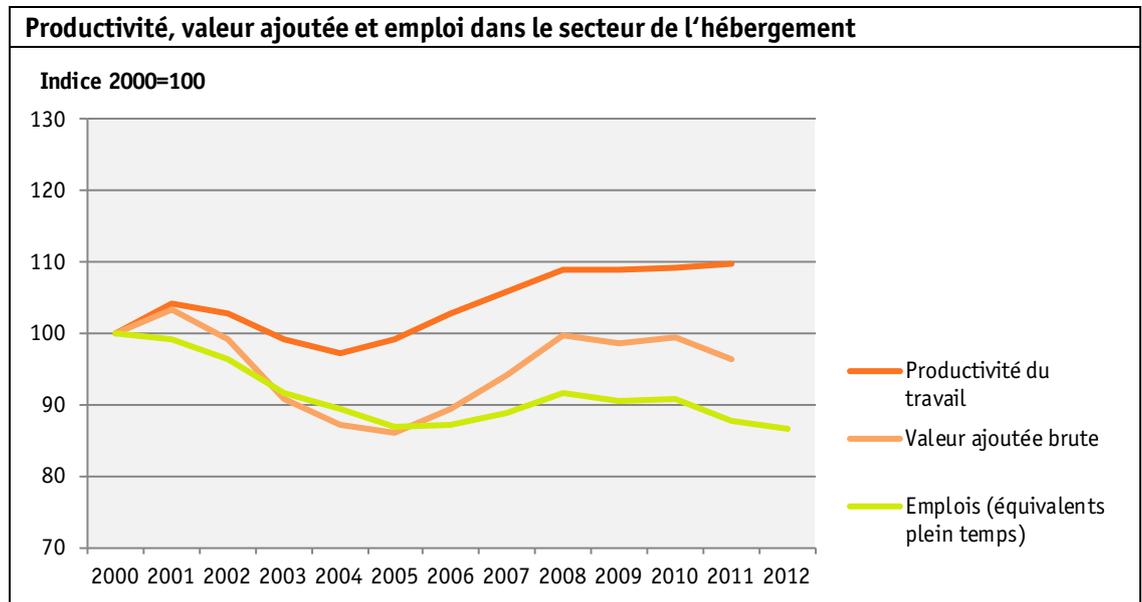


Figure 16: productivité, valeur et ajoutée et emploi dans l'hébergement: évolution indexée. Sources de données: BFS 2012a, statistique de l'emploi STATEM et BFS 2013d, comptes nationaux, compte de production.

Après avoir atteint un creux en 2004, la productivité du travail est légèrement repartie à la hausse, du fait que la valeur ajoutée a continué d'augmenter alors que les effectifs de travailleurs sont restés plus ou moins stables depuis 2004. Comparativement à d'autres branches, tant le niveau de la productivité que son évolution suivent une courbe inférieure à la moyenne (BAK-BASEL 2010).

Stagnation de l'emploi

L'hôtellerie est une branche à forte intensité de main-d'œuvre. En 2012, la branche comptait au total en Suisse 64 000 équivalents plein temps¹⁰, soit 2,6 % des personnes actives dans le secteur tertiaire (hotelleriesuisse 2013a). Outre ses énormes effets sur l'emploi, l'hôtellerie est un important pourvoyeur de travail dans les régions périphériques défavorisées et pour les personnes à faible niveau de formation. Depuis l'an 2000, le nombre de salariés de l'hôtellerie n'a cessé de régresser (figure 17).

¹⁰ Le nombre d'emplois équivalents plein temps se définit comme le nombre total d'heures travaillées divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans les emplois à plein temps.

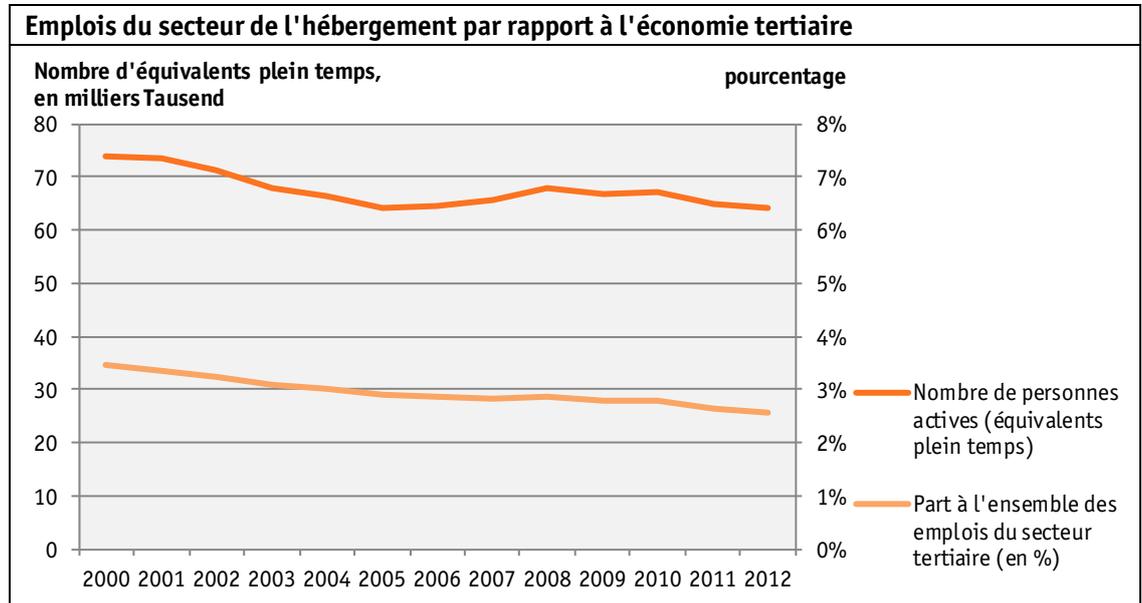


Figure 17: emplois en équivalents plein temps et en pour-cent des personnes actives dans le secteur tertiaire. Source: BFS 2012a: statistique de l'emploi STATEM.

Alors que l'on dénombreait 74 000 équivalents plein temps en l'an 2000, l'effectif des salariés a chuté dans ce secteur à 64 000 équivalents plein temps. Le poids économique de l'hébergement s'est donc affaibli avec les restructurations entreprises dans l'hôtellerie pour répondre au ralentissement de la demande touristique et sous l'effet des gains de productivité et la réduction des coûts (Die Volkswirtschaft 2007).

Le taux de chômage dans la branche (hébergement et restauration) se situe 2012 à 8,6 % après une flambée temporaire il a retrouvé à peu de choses près son niveau de 2009 (8,6%) (figure 18).

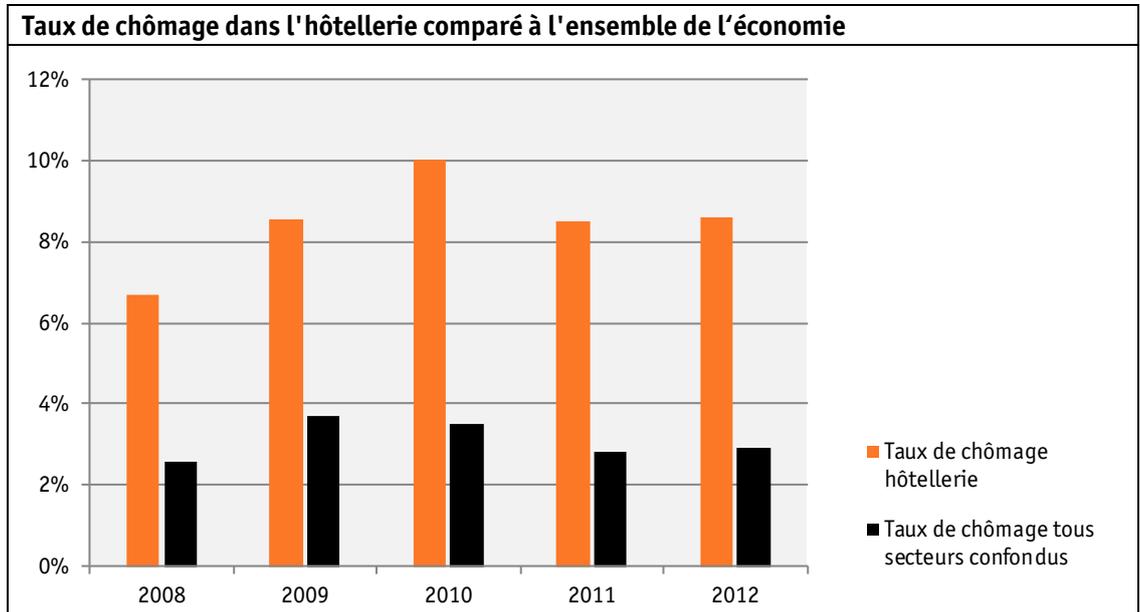


Figure 18: taux de chômage dans l'hôtellerie et dans l'ensemble des secteurs économiques suisses. En pour-cent des personnes actives. Source: SECO 2012, taux NOGA_2008-2009 et taux NOGA_2010-2012; Courriel de Franziska Winkler, LAMDA-Helpdesk. Ensemble des secteurs économiques: SECO 2013a: La situation sur le marché du travail.

On s'aperçoit que le taux de chômage a suivi dans l'hôtellerie une courbe similaire à celle de l'ensemble des secteurs économiques en Suisse, quand bien même à un niveau nettement supérieur. Pour l'ensemble de la Suisse, le taux de chômage s'établissait à 2,9 % seulement en 2012. Les difficultés économiques qu'a connues la branche au cours des dernières années se reflètent dans les chiffres du chômage.

Poursuite des mutations structurelles

L'hôtellerie est soumise depuis les années 90 à des changements structurels d'envergure. Le nombre d'hôtels et d'établissements de cure a chuté depuis 1992 de 19 % pour s'établir aujourd'hui à 5257 unités (hotelleriesuisse 2013a). Parallèlement, on observe une tendance continue vers des établissements de plus grande taille (figure 19).

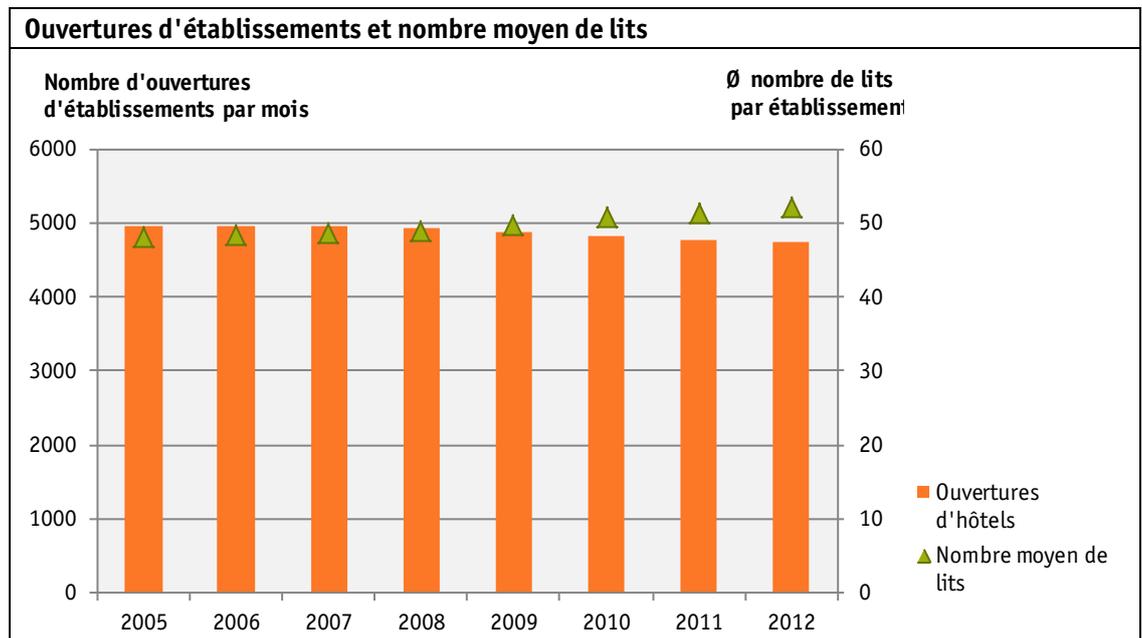


Figure 19: nombre d'établissements d'hébergement ouverts par mois et nombre moyen de lits par établissement. Source: BFS 2013c, statistique de l'hébergement HESTA.

En ce qui concerne le nombre d'établissements, les régions alpines et rurales ainsi que les petites villes accusent les plus fortes baisses, tandis que les grandes villes ont réussi à étendre leur offre (hotelleriesuisse 2013a). En 2012, les hôtels disposaient en moyenne de 52 lits, contre une moyenne de 49 lits seulement en 2005. Ce sont les zones urbaines qui affichent la moyenne la plus haute avec 111 lits, alors que cette moyenne est nettement plus faible dans les régions rurales (hotelleriesuisse 2013a). Vu les difficultés qu'il y a à exploiter de petits établissements de manière rentable, la tendance vers un plus grand nombre de lits est fort bienvenue. Les petits hôtels rapportent nettement moins par nuitée et affichent bien souvent de faibles taux d'occupation. Faute d'une rentabilité suffisante, ces hôtels n'engagent généralement pas les investissements de remplacement qui s'imposent à long terme et peinent à innover (Bundesrat 2013) voir paragraphe «Hausse des investissements dans la construction».

Le **nombre de nouvelles inscriptions et de radiations** tient aussi lieu d'indicateur de l'avancée de la mue structurelle (figure 20).

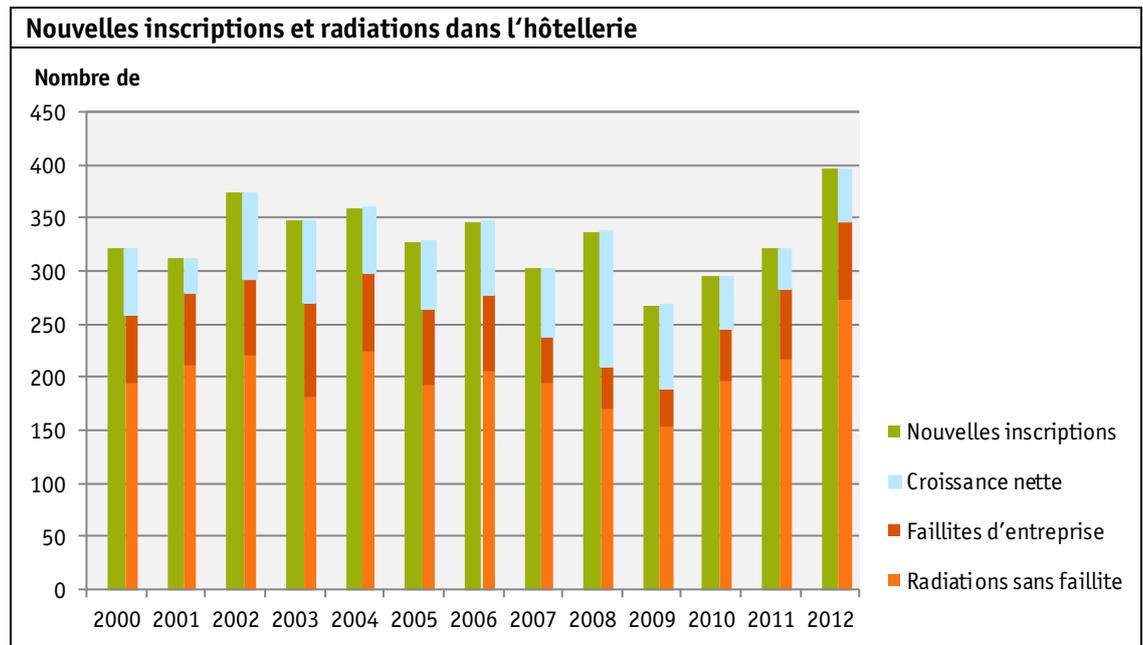


Figure 20: nouvelles inscriptions, radiations et faillites d'entreprise, croissance nette des établissements d'hébergement. Source: Schweizerischer Verband Creditreform SVC.

Malgré les difficultés structurelles, on dénombre sur la période considérée plus d'ouvertures que de fermetures d'hôtels. Leur croissance nette avait quelque peu ralenti entre 2008 et 2011, pour repartir légèrement à la hausse en 2012. Le nombre de nouvelles inscriptions et de radiations reste globalement parlant inférieur à la moyenne de toutes les branches (BAKBASEL 2010).

L'hôtellerie est appelée à anticiper l'évolution de la demande et à adapter la structure de la branche en fonction des besoins du marché. Aujourd'hui, on estime qu'il est capital de continuer à construire des hôtels de luxe ou haut de gamme (généralement plus grands) dans les destinations, car ceux-ci font office de locomotives dans les destinations et atteignent en principe de meilleurs ratios financiers que la moyenne des hôtels. Quant aux petits établissements, ils ont tout intérêt à multiplier les coopérations propres à exercer un effet positif sur la rentabilité (Die Volkswirtschaft 2013).

Hausse des investissements dans la construction

Les investissements de construction et de rénovation sont indispensables pour préserver et améliorer en continu la qualité des prestations. La pérennité des établissements hôteliers passe nécessairement par des investissements réguliers. Les dépenses de construction réelles dans l'hôtellerie suisse affichent une évolution très volatile, en raison du poids énorme qui revient aux grands projets dans l'évolution des investissements de construction (BAKBASEL 2012) (figure 21).

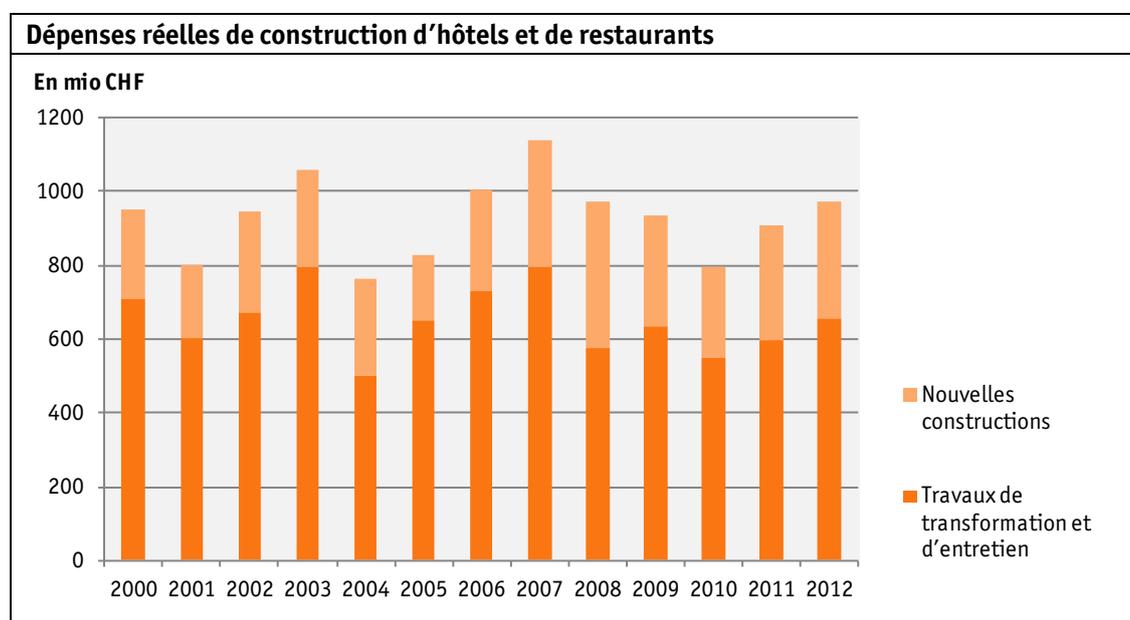


Figure 21: Source: BAKBASEL 2012.

A partir de l'an 2000, les dépenses de construction des hôtels et restaurants oscillaient entre 800 millions et 1,1 milliard de francs et sont reparties à la hausse depuis 2010. Environ deux tiers de ces montants concernent des transformations et des travaux d'entretien. Les prévisions touristiques tablent pour les prochaines années sur une forte demande étrangère, ce qui devrait augmenter la disposition des entreprises à investir (SECO 2013b). Reste à savoir, dans quelle mesure la suppression des possibilités de financements croisés via la construction de résidences secondaires aura ou non un impact négatif sur les investissements hôteliers (BAKBASEL 2012).

5. SOCIÉTÉ

Les résultats en bref

L'hôtellerie doit concilier et combiner les besoins de la société les plus divers: proposer des prestations diversifiées pour toutes les bourses, assurer au personnel des conditions de travail équitables et des possibilités de formation et participer dans la mesure du possible à la prospérité de la région. C'est donc un vaste champ de contraintes que l'hôtellerie est amenée à gérer.

Les changements en cours sur le plan sociétal se présentent de manière très contrastée. Les rapports avec les collaborateurs portent l'empreinte des difficultés économiques qui restreignent les possibilités d'améliorer les conditions de travail. On observe néanmoins de légers progrès sur le plan salarial. La charge de travail qui résulte des longues journées de travail et d'autres facteurs semble en revanche s'inscrire à la hausse. Dans certains domaines, par exemple pour les activités de formation continue ou pour la position professionnelle selon le sexe, les données font défaut, si bien qu'il est difficile d'en dessiner l'évolution.

Au chapitre des relations avec la clientèle et de l'implantation régionale de l'hôtellerie, les données ne suffisent pas non plus à dégager des tendances évidentes. Les données manquent aussi pour d'autres aspects essentiels, notamment concernant la satisfaction des clients, l'apport culturel de l'hôtellerie et la collaboration avec d'autres prestataires touristiques de la région. Les données doivent donc se comprendre comme des informations sélectives ne représentant qu'une infime partie du tableau général.

Le Tableau 3 montre un aperçu des chiffres-clés relatifs à la dimension sociale et de leur évolution.

Développements dans la dimension sociale	Tendance depuis 2008
Formation	
› Nouveaux contrats d'apprentissage dans l'hôtellerie	
Conditions de travail	
› Valeur moyenne des salaires minimums des niveaux Ia, IIIa et IV selon la CCNT	
› Salaire mensuel moyen dans l'hébergement	
› Taux d'heures supplémentaires dans l'hôtellerie-restauration	
Santé	
› Accidents professionnels par an dans le secteur de l'hébergement	
› Taux d'absences dans l'hôtellerie	
Diversité/égalité des chances	
› Ecarts de salaires entre femmes et hommes dans le secteur de l'hébergement	

Tableau 3: évolution des indicateurs sociaux sous l'angle du développement durable, représenté par des symboles météorologiques: soleil avec nuage: tendance constante ou légèrement positive; deux nuages: tendance légèrement négative; pluie: tendance négative.

Les enjeux sociaux et sociétaux

Dans les régions, l'hôtellerie joue un rôle capital dans diverses sphères de la société. Elle interagit avec une multitude d'acteurs, notamment avec les hôtes, les collaborateurs, les fournisseurs et la population indigène. Elle offre des emplois non délocalisables dans les régions, crée une valeur ajoutée locale et contribue à la préservation de la qualité de vie de la population. En tant que maillon de l'industrie touristique, elle peut impulser des développements, favoriser des offres culturelles qui bénéficient à la fois aux touristes et à la population locale.

Employeur de premier plan dans les régions touristiques, l'hôtellerie endosse une responsabilité particulière envers son personnel. Un environnement de travail sain, des salaires équitables, l'égalité des chances entre femmes et hommes et les possibilités de formation et de perfectionnement professionnels sont les éléments constitutifs de rapports de travail équitables. De même, de bonnes conditions de travail sont indispensables pour construire des rapports de travail de longue haleine avec les collaborateurs, fidéliser le personnel qualifié et assurer ainsi des prestations de qualité.

Par ailleurs, l'hôtellerie, en tant que composante de l'industrie touristique, crée des offres de loisirs et de détente et contribue de la sorte à la santé et au bien-être des hôtes. Le niveau d'exigences des hôtes s'est accru et les schémas de comportement évoluent avec l'individualisation croissante (SECO 2010). Prendre en compte les souhaits individuels, se spécialiser et ré-

pondre autant que possible aux attentes des familles, des enfants ou des groupes à faible pouvoir d'achat, telles sont donc les tâches permanentes de l'hôtellerie.

Satisfaire l'ensemble de ces groupes est assurément une entreprise complexe qui requiert une soigneuse pesée des différents besoins.

La formation comme fondement de la qualité

La qualification des employés conditionne le succès des entreprises et donc le tourisme de qualité (Rütter/IDT-HSG 2004). Le tourisme peine souvent à attirer des travailleurs qualifiés en suffisance, principalement à cause des horaires de travail irréguliers, du caractère saisonnier de l'activité et des possibilités de promotion limitées (SECO 2010). Pour remédier à la pénurie de personnel, il faut miser sur un bon niveau de formation, sur la formation des apprentis et sur les offres de perfectionnement professionnel pour le personnel.

Les partenaires sociaux de l'hôtellerie-restauration¹¹ ont érigé la formation et la formation continue en priorités dans la CCNT (convention collective de travail de l'hôtellerie suisse). La formation ainsi que la compensation du salaire pour la durée des cours et des cycles de formation sont largement financées par les contributions aux frais d'exécution prévus dans la CCNT et des subventions cantonales. Par là même, les partenaires sociaux veillent à ce que la formation dans la branche porte ses fruits (L-GAV 2011).

Le **niveau de formation** dans le secteur de l'hébergement est globalement moins élevé que dans le secteur tertiaire en général. Un tiers des personnes qui y sont occupées n'ont pas de formation professionnelle initiale ni de formation supérieure, en d'autres termes, ils ont l'école obligatoire pour seul bagage (niveau secondaire I) (figure 22).

11 Les six partenaires sociaux de la CCNT sont Hotel & Gastro Union, Unia, Syna, GastroSuisse, hotelleriesuisse et SwissCateringAssociation (SCA).

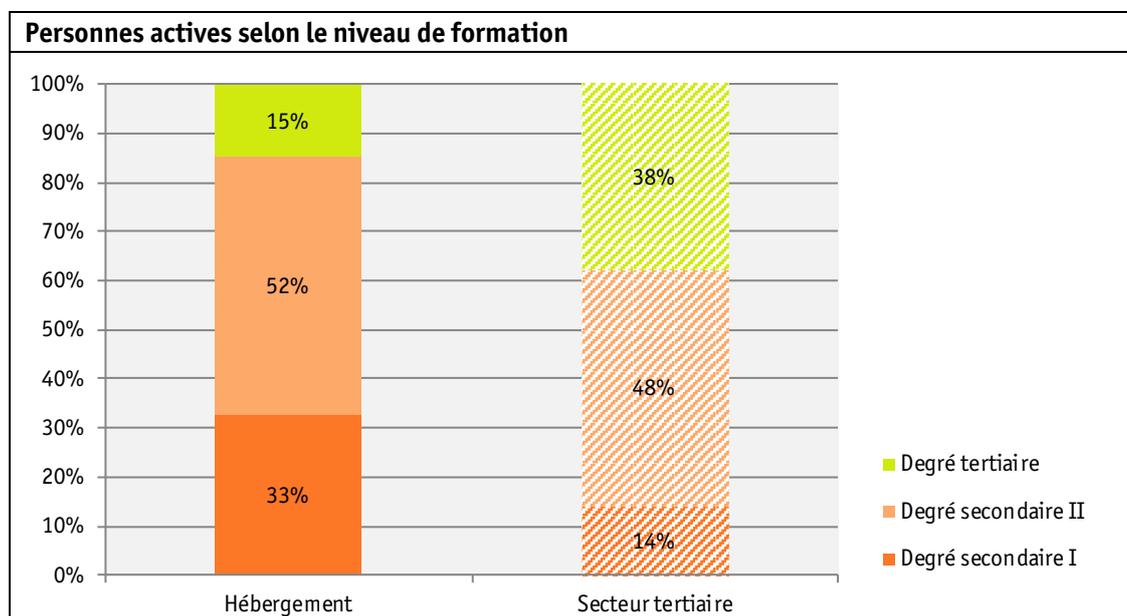


Figure 22: niveau secondaire I: école obligatoire (classes secondaires); niveau secondaire II: gymnase, école de culture générale, formation professionnelle initiale (apprentissage), maturité professionnelle; niveau tertiaire: formation professionnelle supérieure (débouchant sur des brevets ou diplômes fédéraux) et les hautes écoles (universités, hautes écoles spécialisées). Source: BFS 2013b, enquête suisse sur la population active (ESPA).

Le secteur de l'hébergement dispose donc d'une main-d'œuvre globalement moins qualifiée que la moyenne du secteur tertiaire où 86 % des personnes actives ont terminé une formation du degré secondaire II ou du degré tertiaire. Le faible niveau d'exigences de qualifications qui caractérise la branche lui confère une fonction importante pour l'emploi de personnes peu qualifiées: l'hôtellerie occupe une forte proportion de femmes, de travailleurs étrangers ou de jeunes (BFS 2013b).

Le nombre de **nouveaux contrats d'apprentissage** pour des formations de 3 et 2 ans rend compte de divers facteurs, des changements démographiques bien sûr, mais aussi des efforts de formation de la branche et de l'intérêt que les jeunes en fin de scolarité obligatoire portent à l'hôtellerie (figure 23). Dans une analyse longitudinale, on constate depuis 2000 une augmentation de 3,5 % des nouveaux contrats d'apprentissage (hotelleriesuisse 2013a). A cet égard, l'hôtellerie affiche des résultats inférieurs à ceux de la moyenne de toutes les branches qui a enregistré durant la même période une progression de 21,5 % des nouveaux contrats. Par ailleurs, on observe depuis 2008 une plus forte augmentation pour les apprentissages de 2 ans, alors que les formations de 3 ans ont quelque peu perdu de leur attrait. Les efforts engagés dans le marketing de la relève n'ont pas encore réussi à renverser la tendance.

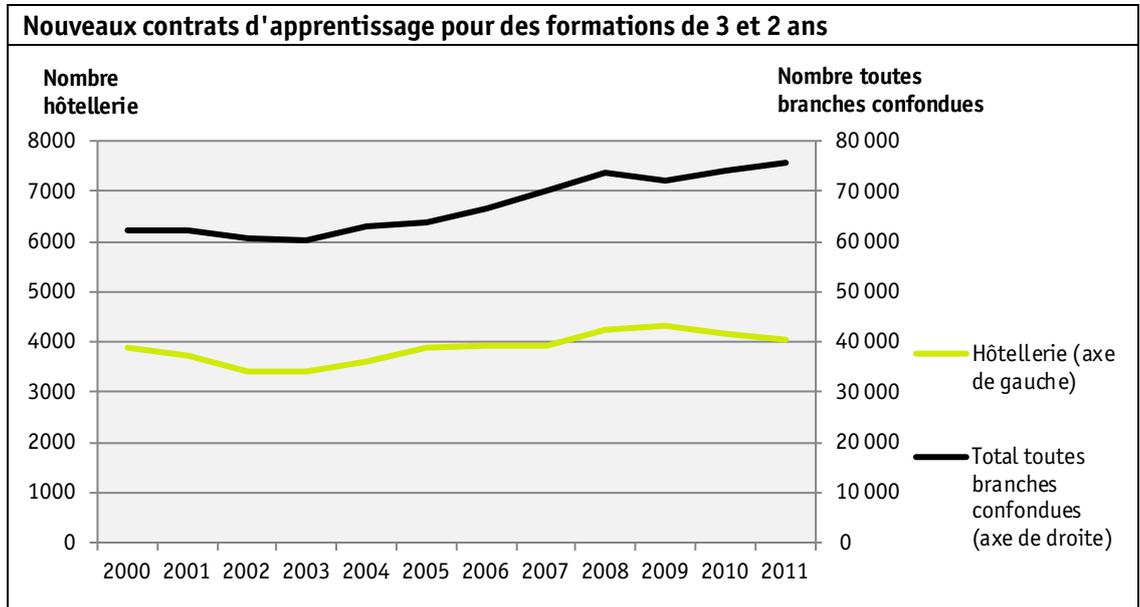


Figure 23: nouveaux contrats d'apprentissage de 3 et 2 ans dans l'hôtellerie et pour toutes les branches en Suisse. Source: hotelleriesuisse 2013a, BFS.

Le nombre de certificats de capacité (CFC) ou d'attestations fédérales professionnelles (AFP) délivrés chaque année dans l'hôtellerie est inférieur au nombre de contrats d'apprentissages nouvellement conclus. On note malgré tout un certain rapprochement entre les deux valeurs et une nouvelle hausse du nombre de diplômes délivrés (figure 24).

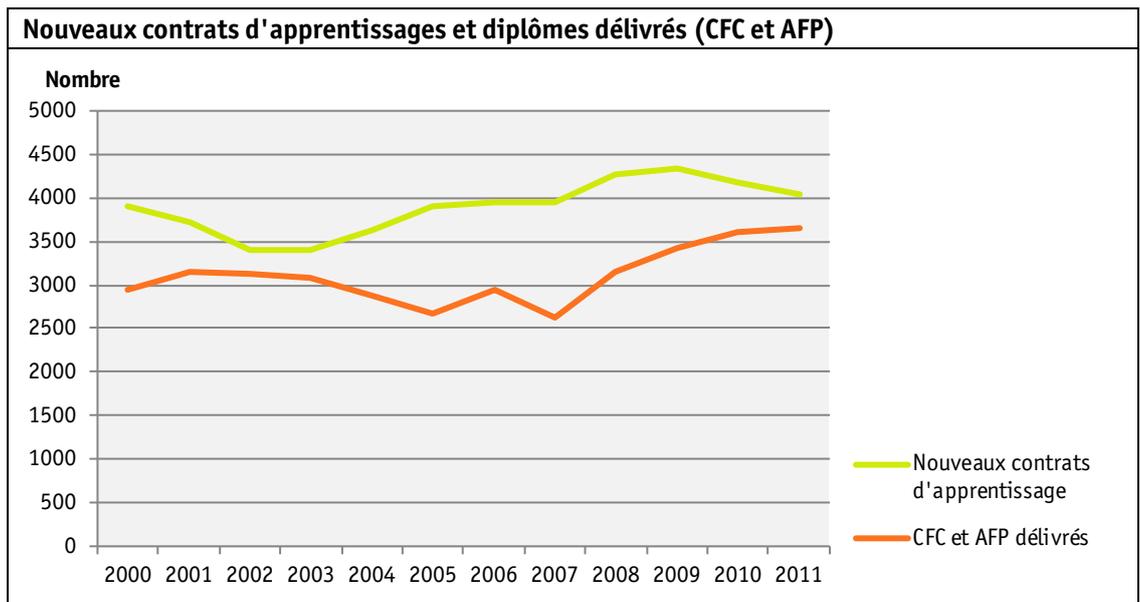


Figure 24: nouveaux contrats d'apprentissage et certificats de capacité (CFC) et attestations fédérales professionnelles (AFP) délivrés pour des formations de 3 et 2 ans dans l'hôtellerie.

Outre la formation professionnelle initiale et la formation professionnelle supérieure, les offres permanentes de perfectionnement jouent un rôle de premier plan pour garantir un haut niveau de formation. Il faut offrir des activités d'apprentissage en dehors du système de formation officiel, sous forme de cours, de conférences, de séminaires ou de cours individuels. Dans l'industrie de l'hébergement, le **taux de participation à la formation continue**¹² s'établissait en 2011 à 43 % chez les actifs de 25 à 64 ans (figure 25), soit un taux plus élevé que dans la restauration, mais bien plus faible que celui enregistré dans l'économie tertiaire où il s'inscrit à 62 % environ.

La branche délivre chaque année une vingtaine de diplômes couronnant le cycle d'études postgrade EPG-ES en management hôtelier, ceux-ci étaient au nombre de 24 en 2011.

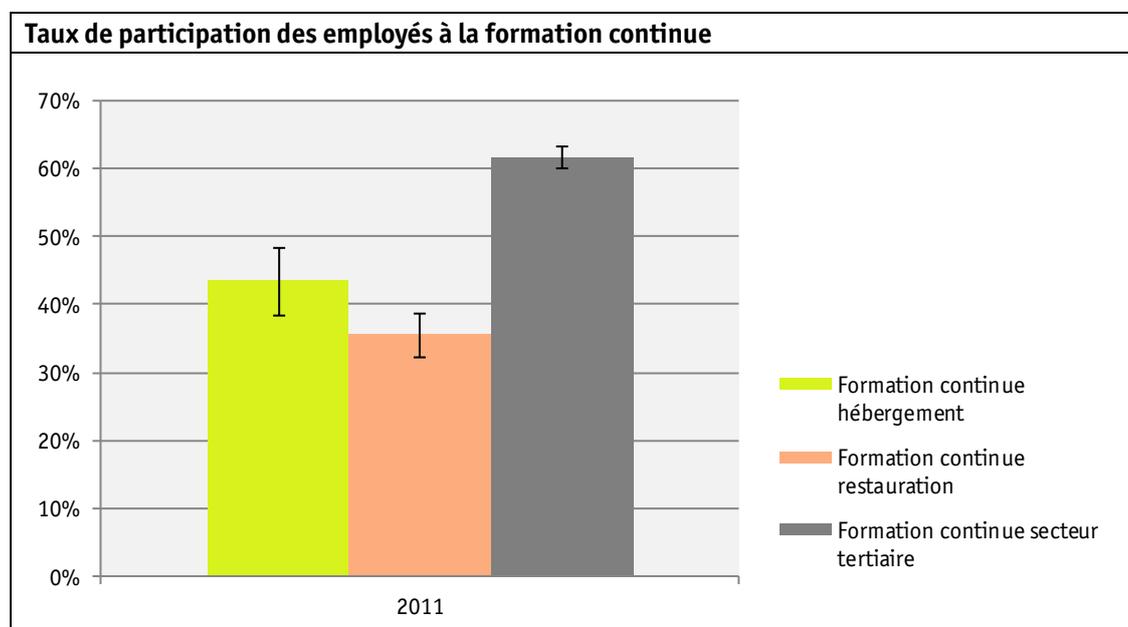


Figure 25: pourcentage de personnes occupées dans le secteur de l'hébergement et de la restauration et dans le secteur tertiaire en général ayant participé au moins à une activité de formation continue. Indication pour l'année 2011, intervalle de confiance de 95 % pour tous les éléments. Source: Microrecensement formation de base et formation continue, BFS.

12 Les activités de formation continue sont qualifiées de formation non formelle. Elles englobent les conférences, les séminaires, les cours, les cours privés. A l'heure actuelle, l'BFS englobe aussi dans la formation formelle les études postgrade qui ne sont considérées ici. La loi sur la formation continue actuellement en préparation prévoit d'intégrer les études postgrade dans la formation continue.

Conditions de travail préservées malgré le contexte difficile

De bonnes conditions de travail, des salaires et des horaires adéquats, une protection de la santé et la sécurité au travail, tels sont les éléments qui comptent pour le recrutement du personnel, pour sa performance et son bien-être au travail. Dès lors que l'hôtellerie a besoin d'un personnel en grand nombre et que la satisfaction des collaborateurs est bien souvent directement ressentie par les clients, la qualité des conditions de travail conditionne grandement l'excellence des prestations et la prospérité de l'entreprise. Dans l'hôtellerie, la main-d'œuvre est rattachée au site et la fourniture de services requiert beaucoup de personnel, d'où la nécessité de garantir des conditions équitables, même face à la pression de la concurrence internationale et dans le contexte économique difficile.

Les salaires minimums constituent, surtout dans les branches à faible niveau salarial, un instrument essentiel pour prévenir les bas salaires et instaurer à l'intérieur de la branche un niveau de salaires comparable. La Convention collective nationale de travail de l'hôtellerie et de la restauration prévoit des salaires minimums pour différents échelons de qualification. Ceux-ci sont restés à peu près constants depuis plusieurs années (figure 26).

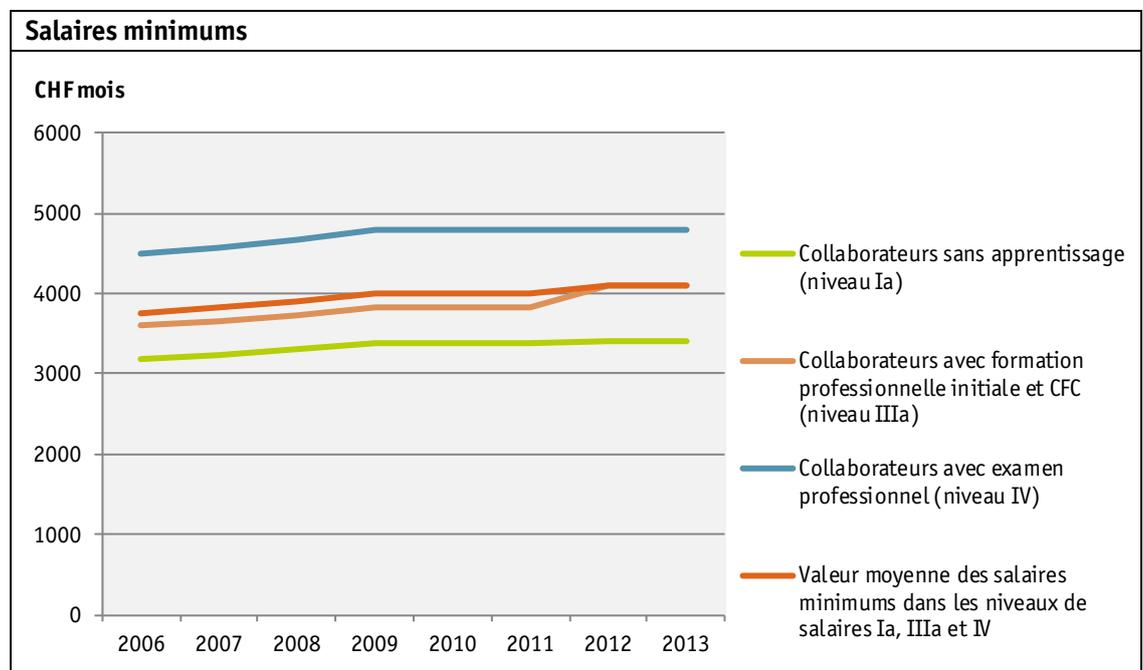


Figure 26: salaires minimums pour les niveaux de salaires Ia (collaborateurs sans apprentissage), IIIa (collaborateurs ayant achevé une formation professionnelle initiale avec certificat fédéral de capacité) et IV (collaborateurs ayant réussi un examen professionnel) selon la Convention collective nationale de l'hôtellerie et de la restauration (CCNT), ainsi que valeur moyenne des trois niveaux. Source: Convention collective de travail pour les hôtels, restaurants et cafés en Suisse.

Les salaires minimums ont légèrement augmenté, puisque le 13^e salaire est intégralement versé depuis 2012 et que le renchérissement des années 2009 à 2012 a été compensé pour 2014 (communiqué de presse des partenaires sociaux concernant les salaires minimums 2013).

Le **salaires mensuel brut moyen** dans l'hébergement ne varie en revanche que légèrement. Entre 2008 et 2010, il a augmenté de quelque 2 % pour s'inscrire à 4024 francs; des chiffres plus récents ne sont pas disponibles (BFS, enquête suisse sur la structure des salaires ESS)¹³.

En ce qui concerne le **taux d'heures supplémentaires**, qui indique le pourcentage d'heures supplémentaires non compensées par rapport à la durée du travail annuelle normale dans l'hébergement et la restauration, il s'est stabilisé autour de 2 % entre 2008 et 2012 (BFS, statistique du volume de travail), soit à un niveau inférieur à la moyenne de l'ensemble des branches économiques.

La santé et la sécurité au travail se mesurent à l'aide de différents indicateurs quantitatifs, parmi lesquels le nombre d'accidents de travail ou le taux d'absences. Considérés sur le long terme, le nombre d'accidents professionnels s'inscrit fort heureusement en recul dans toutes les branches, et par conséquent aussi dans l'industrie de l'hébergement (figure 27).

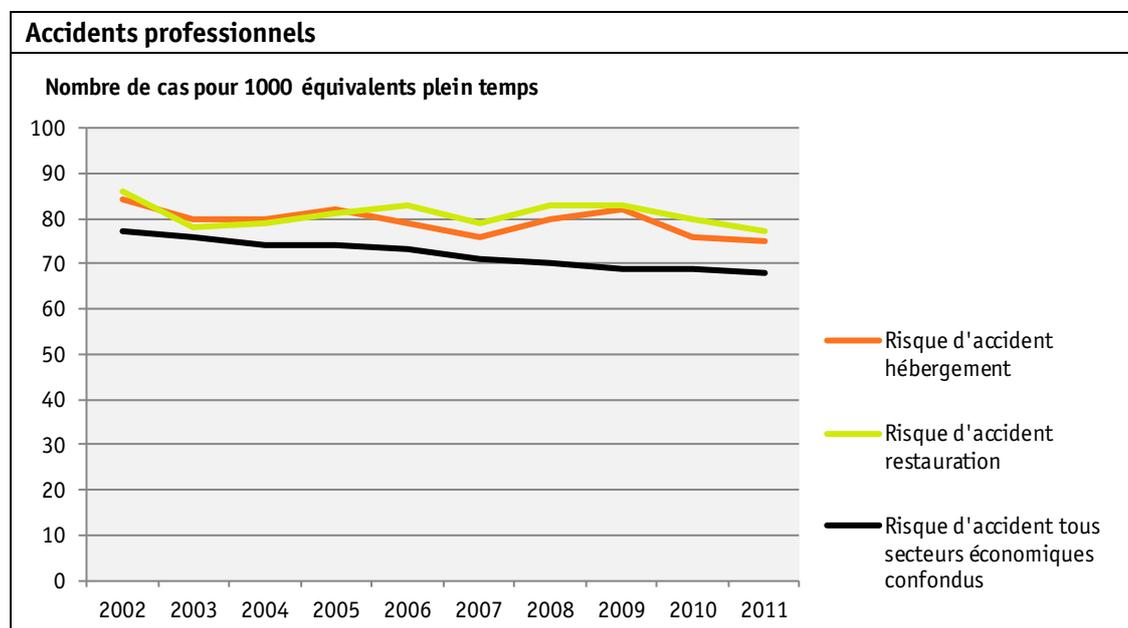


Figure 27: risque d'accident pour l'hébergement, la restauration et l'ensemble des secteurs économiques: le risque d'accident correspond au nombre d'accidents professionnels reconnus enregistrés pour 1000 actifs à plein temps (maladies professionnelles comprises) Source: Statistique de l'assurance-accidents LAA.

13 Tous les profils requis, y compris les contributions des travailleurs aux assurances sociales, 13e salaire, etc.

Depuis 2002, le risque d'accident, qui correspond au nombre de nouveaux cas d'accidents reconnus pour 1000 actifs est passé de 84 à 75 cas dans l'hébergement en 2011. On y enregistre ainsi un peu moins d'accidents de travail que dans la restauration, mais plus que dans la moyenne de tous les secteurs économiques (statistique de l'assurance-accidents LAA).

Le **taux d'absences**, c'est-à-dire la durée annuelle des absences en pour-cent de la durée annuelle de travail normale tient lieu de mesure de la santé physique et psychique des collaborateurs. Le taux d'absences dans l'hôtellerie-restauration varie peu depuis plusieurs années et se montait à 3,3 % en 2012. Les absences pour cause de maladie ou d'accidents y étaient donc légèrement moins importantes qu'en moyenne de tous les secteurs économiques (BFS 2012a). Il n'existe pas de données détaillées pour le secteur de l'hébergement.

Egalité des chances: un impératif absolu dans une branche hétérogène

La composition des effectifs du personnel dans l'hôtellerie présente une grande diversité. L'hôtellerie occupe beaucoup de femmes, de travailleurs étrangers et de personnes aux qualifications fort disparates. La branche occupe 56 % de femmes, soit une proportion supérieure à celle des autres secteurs de services qui s'inscrit à 52 % (hotelleriesuisse 2013a). La proportion de travailleurs étrangers y est avec 44 % près de deux fois supérieure à la moyenne du secteur tertiaire (BFS, enquête suisse sur la population active ESPA 2013). Le niveau de formation comparativement faible des collaborateurs (voir chapitre formation) indique aussi que l'hôtellerie est en mesure d'offrir des possibilités d'emploi à des personnes peu qualifiées et qu'elle assume ainsi une fonction sociale de taille.

Dans ce contexte, marqué par une structure de l'emploi hétérogène, l'égalité des chances, les possibilités de promotion et l'égalité de traitement entre hommes et femmes conditionnent justement dans une large mesure la stabilité et l'adéquation des rapports de travail.

Comme dans tout le secteur des services, les femmes occupent moins souvent des **postes de cadres** que les hommes. En revanche, elles sont proportionnellement nettement plus nombreuses dans les positions subordonnées (BFS, enquête suisse sur les personnes actives ESPA 2013). Quant aux emplois du bas de l'échelle salariale, ils sont essentiellement occupés par des femmes.

Des différences apparaissent aussi au chapitre de la rémunération. Les **écarts de salaires** entre femmes et hommes, relativement faibles dans l'hébergement, se sont creusés au cours des dernières années, passant de 7,5 % en 2008 à 8,3 % en 2010 (figure 28).

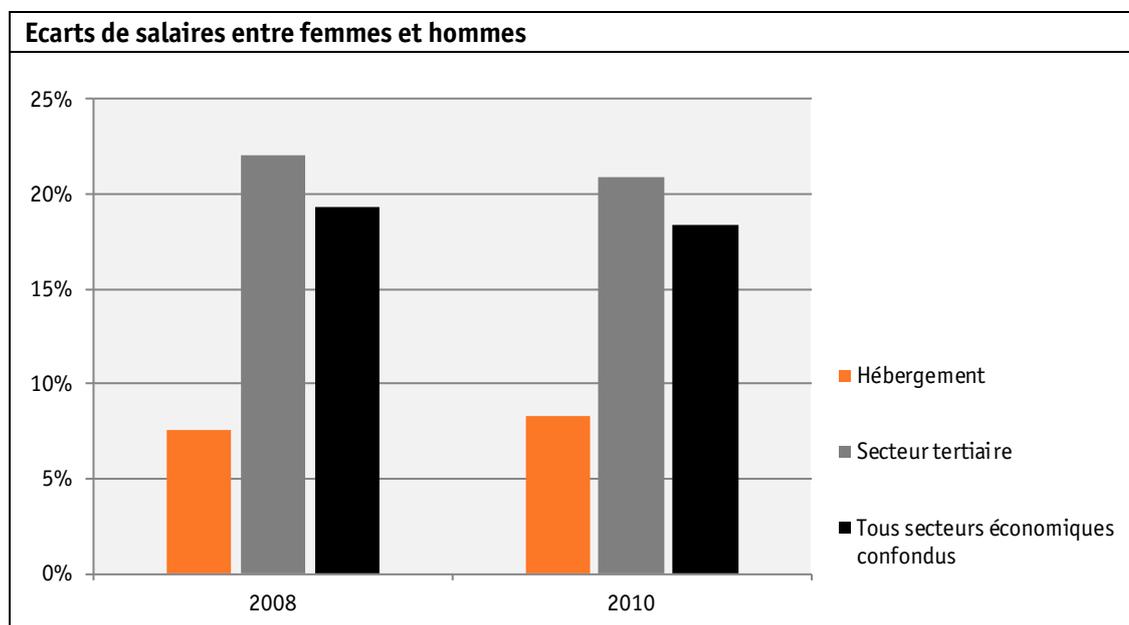


Figure 28: écarts salariaux moyens entre hommes et femmes dans l'industrie de l'hébergement, dans le secteur tertiaire en général et dans l'ensemble des secteurs économiques. Les différences de salaires entre les sexes se calculent à partir de la différence entre les salaires mensuels bruts des femmes par rapport aux salaires mensuels bruts des hommes. Source: BFS, enquête suisse sur la structure des salaires pour 2008 et 2010. Les données pour 2012 ne seront disponibles qu'au deuxième trimestre 2014.

L'évolution va donc à contre-courant des tendances observées dans les autres **secteurs économiques**, où les écarts de salaires, nettement plus prononcés il faut le préciser, se sont rétrécis dans ce bref laps de temps.

Dans l'hébergement, les écarts salariaux apparaissent dans toutes les catégories salariales, mais sont plus prononcés dans les catégories salariales supérieures caractérisées par des tâches exigeantes et une large marge d'autonomie (figure 29). Les nouvelles données sur les différences salariales ne sont publiées qu'au milieu de l'année 2014, si bien qu'on ne sait pas si l'on est en présence d'une tendance à long terme ou si l'hôtellerie rejoint à cet égard l'évolution des autres branches et secteurs économiques.

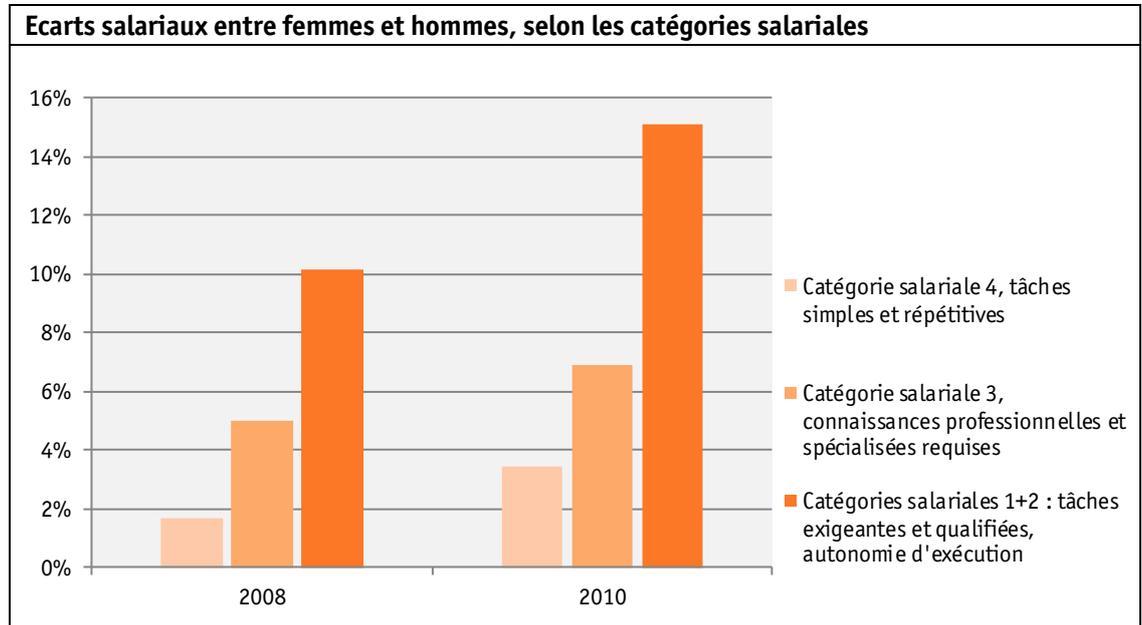


Figure 29: écarts salariaux entre femmes et hommes dans l'hébergement, par catégorie salariale. Source: BFS, enquête suisse sur la structure des salaires pour 2008 et 2010.

La diversité au service d'une clientèle plurielle

Les souhaits et attentes envers l'hôtellerie sont aussi multiples et divers que sa clientèle. Personnes en quête de repos, voyageurs d'affaires, amateurs de culture ou familles, chacun à des besoins et une capacité financière différents. Aussi, une offre riche et diversifiée, adaptée aux différents segments de clientèle et à leurs besoins et moyens individuels, s'impose pour des considérations à la fois qualitatives et sociales.

Les données quantitatives ne permettent guère de rendre compte de la diversité de l'offre et de la satisfaction des clients à son égard. Pour mesurer cette diversité, on peut recourir aux **spécialisations dans les différentes catégories d'étoiles** (figure 30). Avec les catégories de spécialisations, le client peut choisir plus aisément un hôtel, car il y trouve des informations quant au type d'établissement, à son orientation vers un segment de clientèle particulier et à ses infrastructures. Plus la diversité et la spécialisation sont poussées dans les différentes catégories de prix, plus elles bénéficient aux clients au pouvoir d'achat variable.

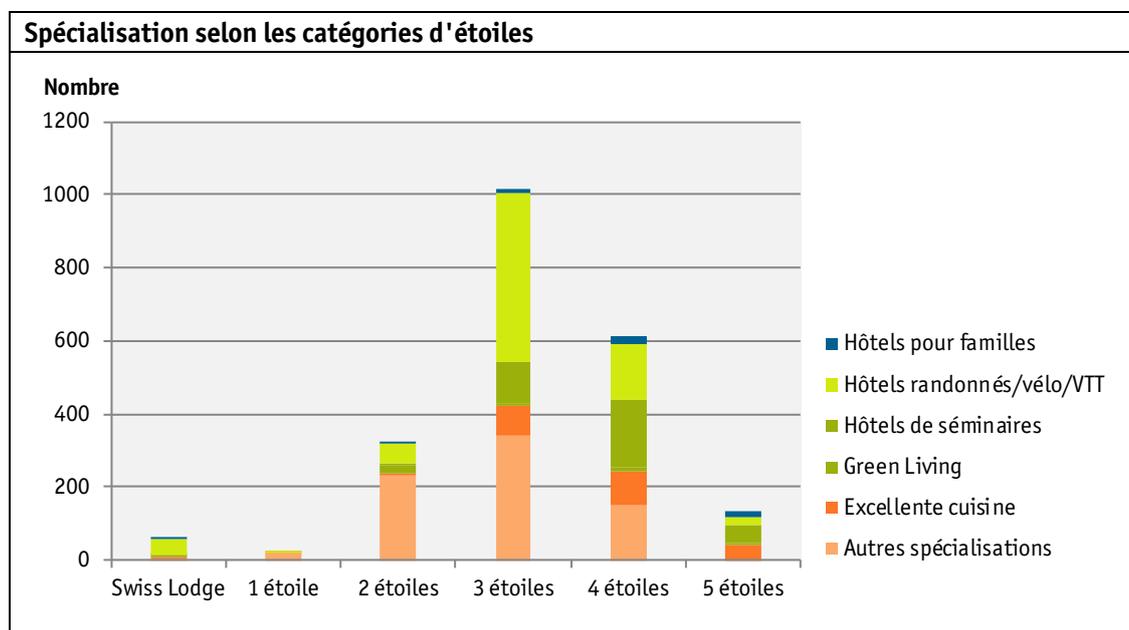


Figure 30: proportion de quelques spécialisations dans les différentes catégories d'étoiles et dans la catégorie de base «Swiss Lodge»: hotelleriesuisse 2013b, Michèle Luzi.

Il existe dans toutes les catégories d'étoiles un éventail d'établissements aux spécialisations diverses. Les hôtels 3 et 4 étoiles sont ceux qui totalisent le plus de spécialisations, ce qui tient en partie au fait que ces catégories concentrent le plus grand nombre d'établissements. L'éventail est moins large dans la catégorie de base Swiss Lodge et celle des hôtels 1 étoile qui ne compte par exemple guère d'hôtels familiaux.

Le nombre de spécialisations décernées est passé de 1854 en 2008 à 2216 aujourd'hui, soit une progression de 20 % (hotelleriesuisse 2013b, Michèle Luzi). On peut y voir une preuve de la diversification et de l'élargissement de l'offre dans le sens d'une meilleure adéquation aux besoins individuels spécifiques de la clientèle.

En plus d'offrir à ses hôtes des prestations multiples, l'hôtellerie joue un rôle de premier plan dans la **promotion culturelle des régions**. Une bonne offre culturelle fait plus que répondre aux attentes de la clientèle et de témoigner de la qualité d'une région touristique, elle contribue aussi à la qualité de vie de la population résidente. L'engagement culturel de l'hôtellerie dans les régions doit être évalué de manière indirecte. Le label «ibex fairstay» (anciennement label du bouquetin) distingue des entreprises d'hébergement qui concourent à l'offre culturelle des régions en informant par exemple activement leurs clients sur les manifestations qui y sont organisées. Depuis 2002, date à laquelle le label a été décerné pour la première fois, 53 établissements ont obtenu ce label.

6. LA DURABILITÉ EN TANT QUE COMPOSANTE DE LA GESTION D'ENTREPRISE

Les résultats en bref

La gestion d'entreprise durable a gagné du terrain ces dernières années en même temps que se sont multipliés les efforts pour conjuguer qualité et durabilité. Pourtant, seuls quelques établissements isolés pratiquent aujourd'hui une approche globale du développement durable et l'intègrent systématiquement dans leurs activités.

Si de nombreuses branches ont intégré depuis longtemps déjà le développement durable en tant que composante du management, celui-ci ne s'est pas encore imposé à large échelle dans l'hôtellerie. D'après les chiffres, on peut admettre que seuls quelques rares hôtels incorporent méthodiquement les différentes dimensions économiques, sociales et écologiques dans leurs activités opérationnelles et commerciales et procèdent à des pesées d'intérêts afin de les concilier au mieux. Cela dit, on voit se dessiner dans des domaines de niche, à un niveau certes encore modeste, des tendances montrant que l'on accorde un poids accru au développement durable et à la communication sur les prestations écologiques. Le Tableau 4 fournit une vue d'ensemble des différents indicateurs disponibles dans ce domaine:

La durabilité en tant que composante de la gestion des entreprises	Tendance depuis 2008
Gestion durable des entreprises	
› Etablissements certifiés ou munis d'un écolabel/label protection de l'environnement	
Qualité	
› Etablissements avec catégorie d'étoiles/classés	
› Proportion de labels de qualité QII dans l'hôtellerie	

Tableau 4: évolution des indicateurs d'intégration du développement durable dans la gestion d'entreprise, représentée par des symboles météorologiques: soleil: tendance positive; soleil avec nuage: tendance constante ou légèrement positive.

Le développement durable: un concept global

Une gestion d'entreprise qui s'inscrit dans une vision durable a ceci de particulier qu'elle intègre des considérations d'ordre social et écologique dans les approches orientées sur le marché ou sur les ressources qui visent à accroître la performance des établissements. Ces considéra-

tions sont alors systématiquement introduites à tous les échelons opérationnels et processus de gestion. En optant pour une gestion durable, les entreprises fournissent une contribution volontaire au développement durable.

Une gestion conforme aux principes du développement durable constitue un atout majeur pour les entreprises touristiques et, par conséquent, pour l'hôtellerie. La stratégie pour la croissance de la place touristique suisse s'articule essentiellement autour d'un développement durable exemplaire et d'un haut niveau qualitatif. Elle part en outre de l'hypothèse que la responsabilité envers l'environnement et les modes de vie conformes aux exigences du développement durable gagneront en importance à l'avenir (SECO 2010). Le développement de la conscience écologique implique que les touristes se soucieront à l'avenir davantage de l'impact écologique et social de leurs voyages. Les labels et autres distinctions du développement durable permettent aux hôtels de faire connaître clairement leurs prestations en la matière.

Pour une gestion d'entreprise durable

Les normes et labels constituent de précieux indicateurs d'une gestion d'entreprise durable et de son mode de communication vis-à-vis de la clientèle. Songeons ici aux standards et normes qui portent sur les trois dimensions du développement durable – environnement, économie et société –, mais aussi aux labels écologiques qui mettent particulièrement en avant la gestion écologique de l'entreprise.

Le label «**ibex fairstay**» (anciennement label du bouquetin) est un label complet qui couvre les domaines économique, social et environnemental et intègre aussi le management et l'implantation régionale. Il s'attache non seulement à mesurer le système de management et évalue en outre les mesures mises en œuvre et les résultats obtenus. Il a été décerné pour la première fois en 2002. En 2011, on comptait en Suisse 61 hôtels labellisés **ibex fairstay** (figure 31), mais ce nombre a baissé depuis. Selon le service de certification, certains hôtels ont renoncé à une nouvelle certification en 2012 pour des raisons de coûts et de charge de travail. En 2012, le nombre d'établissements nouvellement labellisés était plus faible que dans les années précédentes. Les hôtels non encore certifiés restent certes intéressés, mais dans le contexte actuel, ils ont choisi de mettre la priorité sur d'autres mesures ou considéré que la certification leur coûtait trop cher (ibex fairstay 2014).

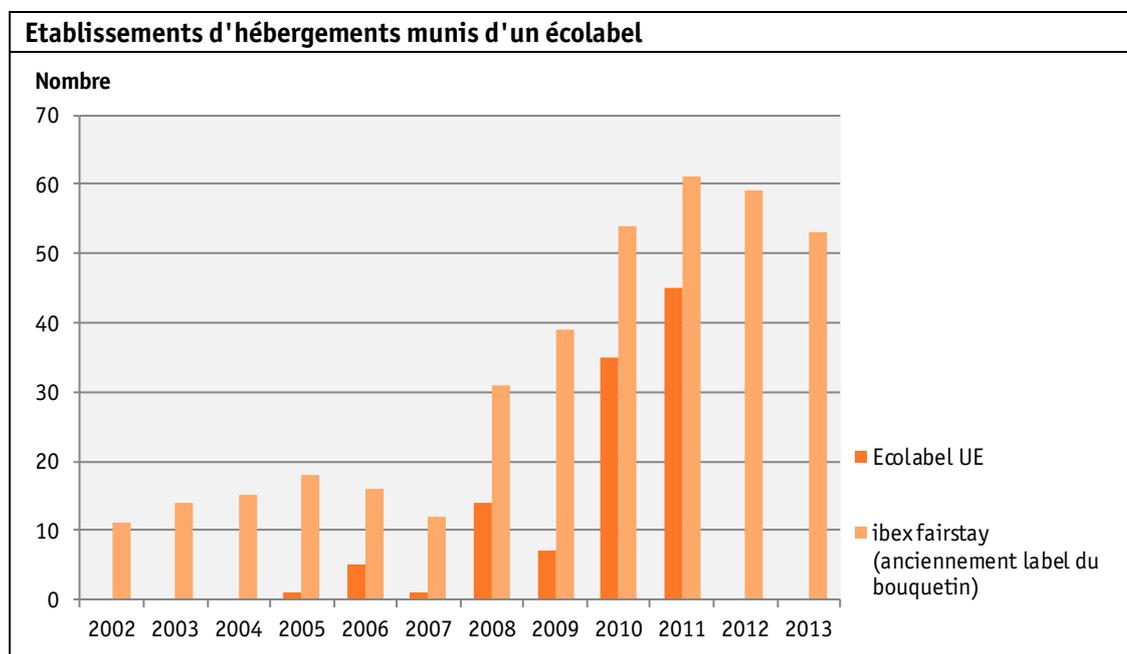


Figure 31: le nombre d'établissements d'hébergement munis d'un écolabel (écolabel UE ou ibex fairstay) a progressé sur la durée. Source: SALADINO Umweltprojekte (Ecolabel UE) et www.ibexfairstay.ch (ibex fairstay).

L'**écolabel UE** signale à la clientèle que l'établissement utilise l'énergie et l'eau avec précaution, réduit ses déchets et privilégie des matières respectueuses de l'environnement. Le nombre des hôtels distingués par ce label a considérablement augmenté dans les dernières années, puisqu'il est passé de 14 à 45 entre 2008 et 2011 (figure 31). La plupart des écolabels UE ont été décernés à des auberges de jeunesse.

Les deux nouvelles spécialisations **Green Living et Sustainable Living** distinguent des hôtels faisant preuve d'un engagement marqué en faveur du développement durable. Ils offrent des repères dans l'actuelle jungle des labels écologiques. Aucun catalogue de critères spécifique n'a été défini, car les spécialisations reposent exclusivement sur les labels décernés aux établissements. Ainsi, la spécialisation est automatiquement reconnue aux hôtels ayant déjà obtenu des labels de haute qualité tels que ibex fairstay ou l'écolabel UE. Les établissements avec la spécialisation Green Living sont actuellement au nombre de 45 et on compte sept hôtels avec la spécialisation Sustainable Living (hotellerieuisse 2013b).

La norme internationale **de gestion de l'environnement ISO 14001** est également répandue dans toutes les branches économiques. Pour être certifié ISO, l'hôtel doit s'engager à remplir des objectifs environnementaux quantifiés et se soumettre à des contrôles réguliers. La norme ISO 14001 ne dit toutefois rien sur les domaines qui sont particulièrement importants

pour un hôtel sous l'angle environnemental et n'impose pas d'exigences écologiques, puisque c'est à l'établissement de fixer lui-même ses objectifs.

Le nombre de certifications ISO 14001 a été établi sur la base d'enquêtes réalisées par l'ISO International Organisation for Standardisation (ISO) auprès de différents services d'accréditation. Pour l'hôtellerie et la restauration suisse, on ne dispose que de données approximatives qui indiquent une évolution positive: les certifications ISO 14001 étaient au nombre de 34 environ en 2009 et de 48 en 2010.

Qualité et durabilité vont de pair

Une offre touristique d'excellence, des prestations d'exception et un bon rapport qualité-prix, c'est sur ces atouts que mise la vision exposée dans la stratégie pour la croissance de la place touristique suisse (SECO 2010). Du niveau de qualité dépendra la pérennité des établissements hôteliers, mais celui-ci déterminera aussi la vision du développement durable. Pour être honorés par la clientèle, les efforts en faveur du développement durable doivent avoir une visibilité et s'intégrer dans une politique de qualité. Bien souvent, les hôtels décrochent un label de qualité en même temps qu'une distinction dans le domaine du développement durable; ils servent de fondement ou portent sur des aspects précis du développement écologique ou social.

Le rôle de la visibilité et de la communication au travers des labels ou au moyen de normes dépasse la seule dimension du développement durable. En effet, **le système de classification des hôtels par les étoiles ou plutôt la catégorie de base** permet aux hôtes de se faire une idée de la qualité des services, des infrastructures et des l'équipement d'un établissement avant de réserver. En Suisse, 40 % des hôtels et des établissements de cure sont classés, ce qui fournit certains points de repère à la clientèle (hotelleriesuisse 2013b).

Le **Programme qualité du tourisme suisse**, soutenu par l'ensemble des grandes associations touristiques, encourage le développement de la qualité et l'assurance qualité dans les entreprises touristiques. Les labels Q aux niveaux I et II sont aussi décernés en fonction de quelques critères écologiques et sociaux. Le niveau III est plus complet et correspond au système de management de la qualité (HSLU 2011a, Fédération suisse du tourisme 2013). Les établissements hôteliers désireux de se distinguer par leur haut niveau de qualité et leurs prestations en faveur du développement durable, peuvent obtenir simultanément un double label, à savoir la certification combinée du label ibex fairstay et le label de qualité QIII. Le nombre d'hôtels ayant obtenu le label de qualité Q est en constante progression depuis l'an 2000 (figure 32).

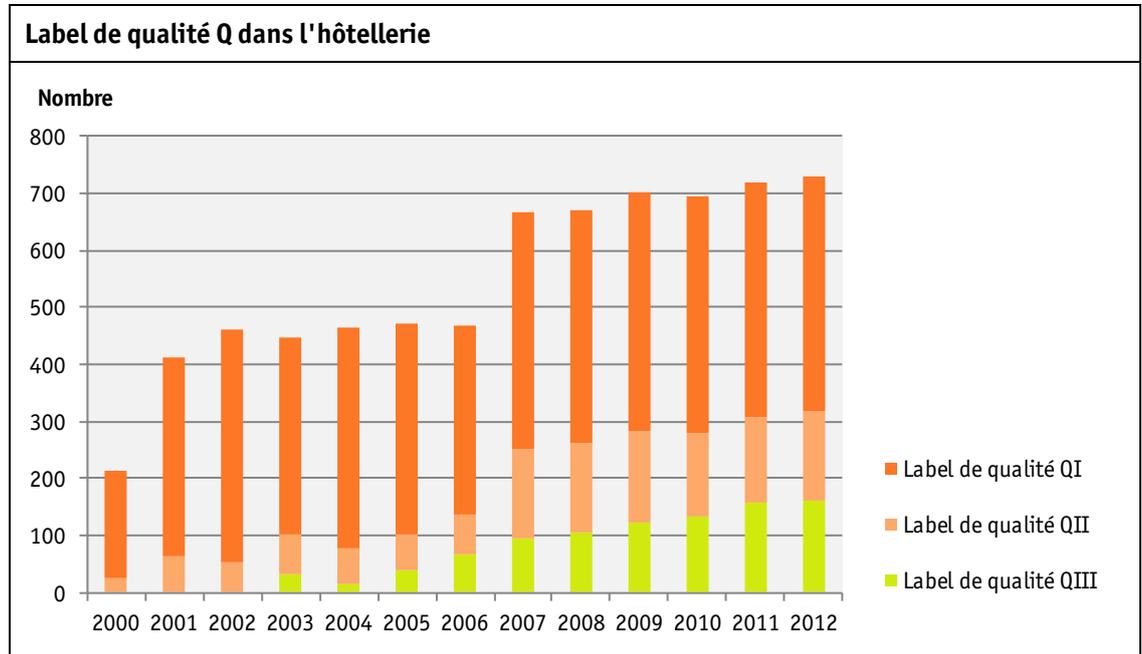


Figure 32: nombre d'hôtels avec distinction valable (QI, QII et QIII). Source: STV 2013, Programme qualité du tourisme suisse, statistiques du Programme qualité.

En 2012, les hôtels certifiés label Q étaient déjà au nombre de 729. Il est intéressant de noter la tendance vers des normes de qualité supérieure. En effet, 22 % des établissements labellisés avaient atteint le niveau QIII du Programme qualité, c'est-à-dire qu'ils disposaient d'un système global de gestion de la qualité reconnu.

7. CONCLUSION

Le premier monitoring du développement durable réalisé en Suisse dans le secteur de l'hôtellerie livre un tableau très contrasté des différents indicateurs environnementaux, économiques et sociaux de la branche. La Figure 33 renseigne sur l'évolution des différents indicateurs analysés.

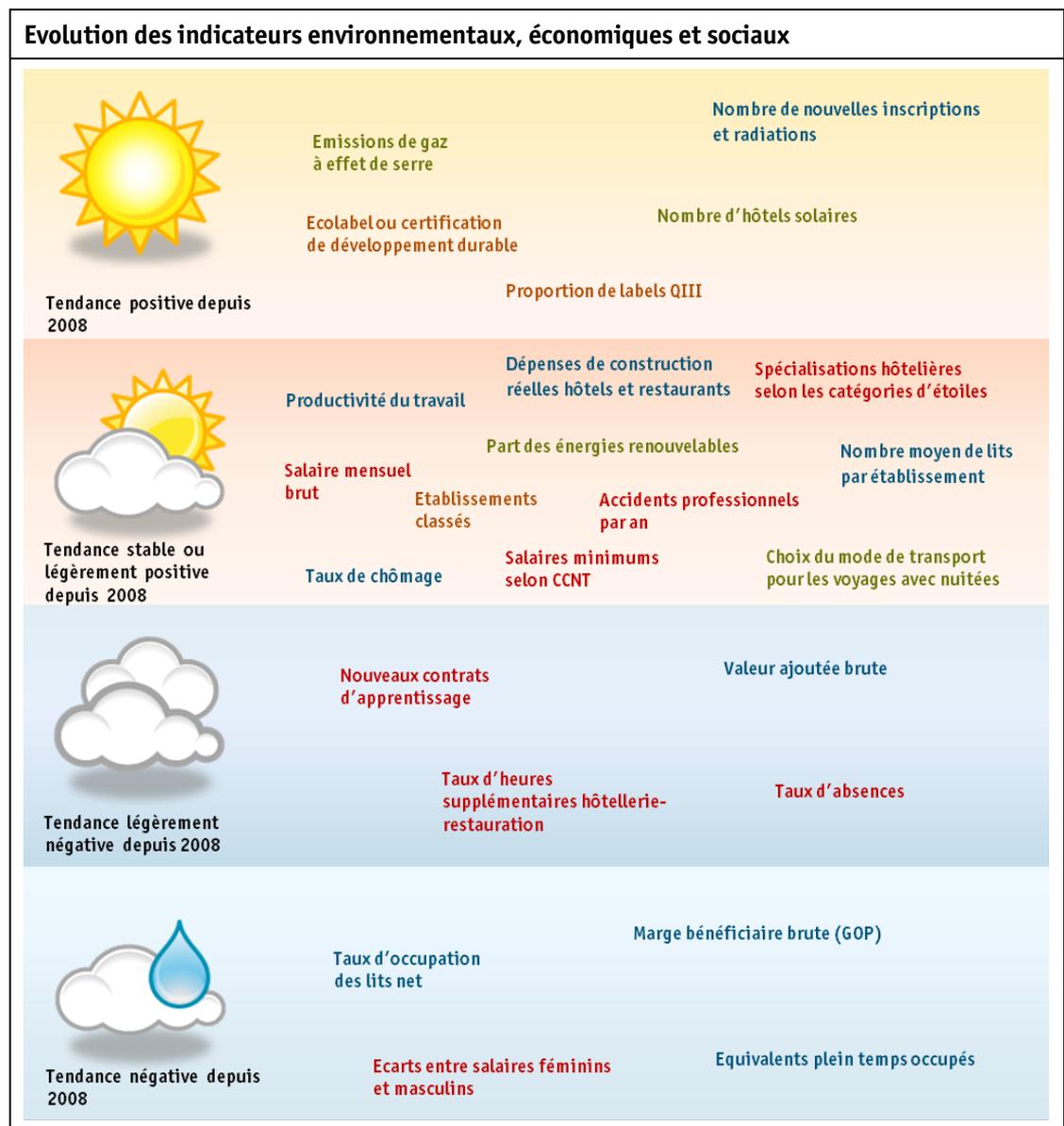


Figure 33: évolution des indicateurs environnementaux, économiques et sociaux sous l'angle du développement durable depuis 2008, représentée par des symboles météorologiques (dans certains cas, tendance sur une période plus ou moins longue, voir description des indicateurs). Le niveau des indicateurs n'apparaît pas ici. Codes couleurs: vert: environnement, bleu: économie, rouge: société, brun: indicateurs globaux.

Si les indicateurs ne renseignent pas de manière adéquate sur tous les aspects du développement durable, ils permettent de voir où se situe la branche et dans quelle direction elle évolue. Au-delà des différentes dimensions retenues, le tableau d'ensemble rend compte des tendances et montre comment celles-ci doivent être interprétées, sans toutefois donner d'indication sur le niveau absolu des différentes valeurs-clés. Ainsi, le nombre d'hôtels solaires marque une progression très dynamique, mais reste à un faible niveau. N'oublions pas non plus que différents indicateurs ne pèsent pas tous d'un poids égal. Les émissions de gaz à effet de serre constituent par exemple une grandeur significative du développement durable, alors que le nombre d'hôtels solaires ne concerne qu'un petit segment spécifique. Dans l'ensemble, on constate une évolution hétérogène dans les trois dimensions considérées.

1. Conflits d'objectifs fréquents, mais pas systématiques

Le développement durable suppose une pesée d'intérêts permanente entre les objectifs économiques, sociaux et écologiques. Par la force des choses, ces trois dimensions ne peuvent progresser au même rythme et il s'agit donc de viser une situation optimale dans les conditions-cadres données. Les développements en cours dans l'hôtellerie montrent en outre que la prospérité économique entre souvent en conflit avec les avancées écologiques et sociales. Toutefois, on ne saurait affirmer que l'une ou l'autre de ces dimensions se trouve systématiquement défavorisée et qu'elle affiche des résultats en tous points négatifs en faveur des autres dimensions. On peut admettre aussi l'existence de certaines synergies entre les différentes dimensions de la durabilité, entre autres lorsque les améliorations apportées sur le terrain environnemental s'accompagnent d'un gain de productivité.

2. Le climat économique limite les progrès sociaux et écologiques

Dans bien des cas, les conditions économiques difficiles limitent grandement la marge d'action pour des améliorations. Les conditions de travail sont sous pression, les investissements dans la formation et le perfectionnement professionnels sont différés, tandis que la marge de manœuvre pour des hausses salariales se rétrécit. Ces éléments conjugués risquent, sur la durée, de compromettre la qualité des services, avec les répercussions que l'on sait en termes de rentabilité. Cela vaut aussi dans une certaine mesure pour la protection de l'environnement où, faute de liquidités suffisantes, on remet à plus tard des investissements judicieux, notamment l'achat d'appareils à haute efficacité énergétique ou des travaux d'assainissement énergétiques, d'où le risque d'un cercle vicieux dont les établissements peinent ensuite à sortir. Les hôtels moyens de

gamme se trouvent très souvent sous pression et n'ont pas les moyens d'en faire plus pour protéger l'environnement.

3. Un virage qualitatif tangible

Les développements en cours dans l'hôtellerie témoignent d'un plus grand souci de qualité et d'une diversification croissante, conformément aux objectifs que le tourisme suisse s'est assignés depuis quelque temps. Ces progrès sont éminemment importants dans une perspective environnementale plus large. La qualité des services est bien sûr la base de la prospérité économique, mais elle implique aussi une meilleure qualification du personnel ainsi que des infrastructures de meilleure qualité et plus performantes. Les établissements qui se sont dotés d'un système de gestion de la qualité reconnu, lesquels tendent à s'imposer toujours plus, sont bien outillés pour intégrer la qualité dans l'ensemble des processus opérationnels. Du coup, ils réunissent les conditions pour avancer sur les plans économique, social et environnemental.

4. Progrès lents au niveau de la branche et grand dynamisme dans les niches

Les branches évoluent généralement à petits pas et l'hôtellerie ne fait pas exception à la règle. Des variations conjoncturelles se superposent certes aux développements à long terme, mais on n'observe guère de grands bonds en avant. Dans ce contexte général, on dénombre pourtant de plus en plus d'établissements qui intègrent la protection de l'environnement et le développement durable en tant que dimensions importantes dans leur activité. En témoignent notamment les hôtels qui investissent dans l'énergie solaire, qui ont obtenu un label complet de développement durable ou qui proposent à leurs hôtes beaucoup de produits écologiques de haute qualité. S'ils sont encore peu nombreux dans l'absolu, ces hôtels peuvent jouer un rôle de pionniers et motiver d'autres établissements à emprunter le même chemin.

5. Les particularités de l'hôtellerie par rapport aux autres branches

Comparativement à d'autres branches, l'hôtellerie affiche des résultats plutôt moyens, voire médiocres, en particulier sur le plan économique. Elle ne distingue guère mieux sur les terrains de la protection de l'environnement ou de la productivité. Ces comparaisons ne doivent pas nous faire oublier la fonction sociale capitale qui revient à la branche, en ce sens qu'elle occupe un grand nombre de personnes peu ou non qualifiées, qu'elle génère de la valeur ajoutée dans les régions périphériques où elle crée des emplois y compris pour ses fournisseurs.

6. Les mutations structurelles créent des opportunités à saisir

Les changements structurels à l'œuvre dans l'hôtellerie impliquent certes de délicats et difficiles ajustements, mais ils ouvrent aussi de vastes perspectives. Une clientèle toujours plus nombreuse se soucie aujourd'hui de l'impact social et environnemental de ses voyages. Les hôteliers peuvent aller au-devant de ces nouveaux besoins en proposant à leurs hôtes des informations claires et détaillées et des prestations à haute valeur écologique et sociale. Les processus de mutation, précisément, ouvrent des possibilités pour répondre aux nouvelles attentes de la clientèle tout en créant une plus-value écologique et sociale.

BIBLIOGRAPHIE

- ARE 2012: Tourismus und Nachhaltige Entwicklung. Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten. Bundesamt für Raumentwicklung ARE (Hrsg.) in Zusammenarbeit mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
- Avenir Suisse 2009: Kantone als Konzerne. Einblick in die kantonale Unternehmensbeteiligung und deren Steuerung.
- BAFU 2013: Medienmitteilung zum Umweltbericht 2013.
www.news.admin.ch/message/index.html?lang=de. [Seite besucht am 29.11.2013]
- BAKBASEL 2012: Hochbauprognose 2012–2018: Prognosen und Analysen zur Schweizer Bauwirtschaft, Basel.
- BAKBASEL 2010: Struktur und Strukturwandel im Schweizer Gastgewerbe, BAK Basel Economics AG, Basel.
- BFS 2013a: Mobilität und Verkehr 2013. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/11.html>
- BFS 2013b: Schweizerische Arbeitskräfteerhebung SAKE. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
www.sake.bfs.admin.ch.
- BFS 2013c: Beherbergungsstatistik HESTA. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10.html
- BFS 2013d: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Produktionskonto. Bundesamt für Statistik. Neuchâtel. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/04/02.html>
- BFS 2012a: Beschäftigungsstatistik BESTA. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
www.besta.bfs.admin.ch
- BFS 2012b: Umweltgesamtrechnung. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/erhebungen_quellen/blank/blank/umweltkonten/01.html
- BFS 2012c: Schweizer Tourismusstatistik 2011. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
- BFS 2011: Gleichstellung von Frau und Mann – Daten, Indikatoren, Löhne in ausgewählten Wirtschaftssektoren. www.bfs.admin.ch. Letzte Aktualisierung: 28.11.2011 [Seite besucht am 21.10.2013]
- BFS/ARE 2012: Mobilität in der Schweiz: Ergebnisse des Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2010. Bundesamt für Statistik BFS / Bundesamt für Raumentwicklung ARE. Neuchâtel.
- Bio Suisse 2013: Jahresbericht 2012, Basel. www.bio-suisse.ch/en/home.php
- Bundesrat 2010: Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, Bern.

- Bundesrat 2012: Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012–2015, Bern.
- Bundesrat 2013: Bericht über die strukturelle Situation des Schweizer Tourismus und die künftige Tourismusstrategie des Bundesrates, Bern.
- CIPRA 2011: Tourismus im Klimawandel. Ein Hintergrundbericht der CIPRA. Compact Nr. 08/2011, Schaan.
- Die Volkswirtschaft 2007: Das Magazin für Wirtschaftspolitik 1/2-2007.
- Die Volkswirtschaft 2013: Das Magazin für Wirtschaftspolitik 4-2013: Wettbewerbs- und Marktsituation des Schweizer Tourismus.
- hotelleriesuisse 2013a: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2013
- hotelleriesuisse 2013b: Informations transmises oralement par Monika Güntensperger et Michèle Luzi.
- hotelleriesuisse 2012: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2012
- Howitt O., Revol V., Smith I., Rodger C. 2009: Carbon emissions from international cruise ship passengers' travel to and from New Zealand. Department of Physics, University of Otago, Dunedin.
- HSLU 2011a: Prof. Martin Barth, Dr. Fabian Weber, Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern: Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie. Schlussbericht 1. Teil (Bestandesaufnahme) und 2. Teil (Nachhaltigkeit in der Hotelklassifikation), Luzern.
- HSLU 2011b: Roger Wehrli, Hannes Egli, Martin Lutzenberger, Dieter Pfister, Jürg Schwarz, Jürg Stettler, Institute of Tourism ITW: Is there Demand for Sustainable Tourism? Study for the World Tourism Forum Lucerne 2011, Luzern.
- ibex fairstay 2014: schriftliche Auskunft Kathrin Spiller zu «ibex fairstay»-Zertifizierungen. www.ibexfairstay.ch
- INFRAS/TEP/Prognos 2013: Analyse des schweizerischen Energieverbrauchs 2000–2012 nach Verwendungszwecken. Im Auftrag des Bundesamtes für Energie.
- Kuster J., Plaz P. 2003: Tourismusstandort Schweiz: Kostenunterschiede zwischen der Schweiz und der EU. In: Die Volkswirtschaft, 7-2003.
- L-GAV 2011: Informationsbroschüre. Der Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe fördert die Aus- und Weiterbildung. http://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf5/Info-Bildung_L-GAV_de.pdf
- Max Havelaar 2013: Umsatzentwicklung 2012. www.maxhavelaar.ch/fileadmin/user_upload/verlinktedokumente/Umsatzentwicklung_2012.pdf
- Rütter + Partner /IDT-HSG 2004: Nachhaltige Tourismusentwicklung in den Regionen der Alpen: Monitoring und Management, Bericht II: Monitoringsystem. Rüschlikon und St. Gallen.

- SECO 2013a: Die Lage auf dem Arbeitsmarkt. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
- SECO 2013b: Prognosen für den Schweizer Tourismus, Ausgabe Oktober. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
- SECO 2012: Daten zu Arbeitslosenquote im NOGA 2008, Wirtschaftszweig Gastgewerbe (I 55-56) basierend auf der Volkszählung 2010 und 152 068 Erwerbstätigen; die Jahre 2008 und 2009 basieren auf der Volkszählung 2000 und 176 180 Erwerbstätigen; NOGA-Quoten_2008–2009 und NOGA-Quoten_2010–2012; E-Mail-Korrespondenz mit Frau Franziska Winkler, LAMDA-Helpdesk.
- SECO 2010: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Ressort Tourismus: Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, Bern.
- SECO/Unibe 2011: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Auswirkungen und Anpassungsoptionen. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung Tourismus und Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Bern.
- SJH 2013: Präsentation «Umweltmanagement-Prozess» in Schweizer Jugendherbergen aufgrund einer Analyse von myclimate.
- Solèr et al. 2014: Solèr Reto, Sonderegger Roger, von Arx Widar: Sanfte Mobilität für Ihre Gäste. Ein Handbuch für alpine Destinationen.
- Statista 2013: Statista GmbH, das führende deutsche Statistikunternehmen im Internet.
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/175665/umfrage/kapazitaetsauslastung-deutscher-hotels/> [Seite besucht am 29.11.2013]
- Statistik Austria 2012: Tourismusstatistik–Bestandsstatistik 2012.
www.statistik.at [Seite besucht am 29.11.2013]
- STV 2013: Struktur- und Branchendaten. Schweizer Tourismus in Zahlen. Ausgabe 2012. Schweizer Tourismus-Verband, Bern, 2013. <http://www.swisstourfed.ch>
- UBS 2013: Impulse zur Unternehmensführung 2013. Alpiner Tourismus – Herausforderungen und Chancen. UBS Zürich, September 2013.
- Website Swissolar 2013: www.swissolar.ch/de/unsere-themen/solarhotels/ [Seite besucht am 16.10.2013]
- Website Swisstourfed 2013: Schweizer Tourismus-Verband STV FST, Qualitätsprogramm.
www.swisstourfed.ch [Seite besucht am 14.12.2013]
- WSL 2011: Ch. Schwick, J. Jaeger und F. Kienast: Zersiedelung messen und vermeiden. Eidg. Forschungsanstalt WSL, Merkblatt für die Praxis Nr. 47. Birmensdorf, Oktober 2011.
- WWF 2009: Hygienepapier – Konsum und die Schweiz. Waldzerstörung ab Rolle, WWF Schweiz, Zürich. http://assets.wwf.ch/downloads/final_tissuestudie_schweiz_2009_2_1.pdf

**hotelleriesuisse – compétence,
dynamisme, enthousiasme.**

Monbijoustrasse 130

Case postale

CH-3001 Berne

Tél. +41 31 370 42 02

Fax +41 31 370 44 44

nachhaltigkeit@hotelleriesuisse.ch

www.hotelleriesuisse.ch