

le
Mot
du président



Le mot du président

Les jeux sont faits.
Rien ne va plus!

L'Espagne a remporté la coupe de l'Euro 08 et à Beijing, la flamme olympique s'est éteinte. Un été plein d'émotions sportives s'achève, avec son lot de champions et de perdants. Pour nous aussi, ce mois de septembre marque la fin de l'exercice estival. L'automne politique promet d'être chaud. Le Grand Conseil est sollicité pour débattre encore une fois intensivement de la «Loi sur le tourisme». Espérons que nos demandes soient entendues et que nous ferons partie des vainqueurs. Les élections communales sont également imminentes. La base du futur parlement doit être choisie. Nous pourrions compter sur une représentation compétitive au Grand Conseil à condition d'élire des «Touristiciens» sur le plan communal.

Suivons de près les événements et soutenons les équipes qui ne se profilent pas uniquement sur la feuille de match, mais également sur le terrain. Bel automne à tous

P-A. Pannatier, président

Le dossier Energie : les prix flambent

LE
DOSSIER



Comment alléger la facture



Le prix des matières premières explose, les taxes grimpent. Et les charges de votre établissement sont toujours plus lourdes.

Une entreprise valaisanne a trouvé un système qui aide les hôtels à consommer moins d'eau, de gaz et d'électricité. Les résultats sont impressionnants. Recette pour éviter la «salée».

pages 2 et 3

**Feng Shui:
les clients
adorent**

pages 4

**Seniors de
demain:
leurs
désirs**

page 5

**Cartes de
crédit: et si
on payait
moins?**

page 6

**Assurance
annulation:
mode
d'emploi**

page 7

**Prochain AG
de l'AHV!**

page 7

**Une nouvelle
image pour
votre
association**

page 8

LE
DOSSIER

Energie : les prix flambent

Payer moins de charges, c'est possible

Les tarifs électriques vont continuer à grimper ces trois prochaines années. Voici un bon plan pour ne pas couler sous les charges: un système qui vous permet de surveiller et de diminuer votre consommation. Suivez le guide.

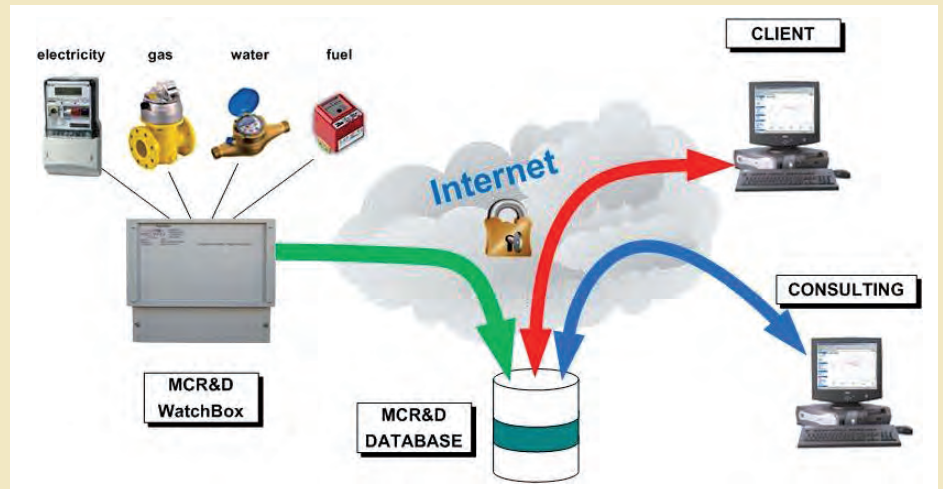
Renchérissement du prix des matières premières, inflation des taxes, explosion de la demande. Malgré la prochaine libéralisation du marché de l'électricité, les tarifs devraient gonfler de 20% d'ici la fin de l'année. L'entreprise valaisanne MCR&D a mis au point un concept pour aider les entreprises à diminuer leurs factures d'électricité, de gaz ou d'eau. Les résultats sont spectaculaires. Certains restaurants ont réussi à réduire leurs frais de 40%, et d'importantes industries très gourmandes en énergie économisent plusieurs centaines de milliers de francs par année. Les experts de MCR&D accompagnent les hôtels dans ces trois étapes:

1. Savoir ce que je consomme

Grâce à un appareil de surveillance branché sur votre compteur ou vos compteurs, la Watchbox, vous pouvez consulter votre consommation à tout moment depuis un site internet. MCR&D vous aide à établir un bilan, à détecter des anomalies et à trouver des moyens d'action pour économiser des francs, par ses ingénieurs ou ses partenaires.

2. Négocier les prix avec les producteurs d'électricité

Si vous avez une facture d'électricité de plus de 20'000 francs par an, vous pourrez choisir votre producteur dès le 1er janvier 2009. Pour obtenir une offre, il faut présenter un profil de charges (la courbe d'une consommation journalière par exemple) disponible en ligne avec la



Grâce à la Watchbox, un appareil de surveillance, vous observez votre consommation minute après minute.

Une facture d'électricité, c'est:

50% d'énergie. Appareils qui restent en veille toute la nuit, ventilation et minibars enclenchés en morte saison, etc. MCR&D traque les dévoreurs d'énergie inutiles.

35% de puissance. Enclencher plusieurs machines dans le même quart d'heure va faire exploser la taxe de

puissance. Il s'agit de mieux coordonner les services de l'hôtel. Exemple: éviter de démarrer une cuite de linge blanc au moment où l'équipe de cuisine met en route le repas.

15% de taxes. Elles ne cessent d'augmenter et on ne peut malheureusement rien y faire.

WatchBox Solutions. Si vous vous regroupez entre hôtels d'une même région, vous obtiendrez de meilleurs prix.

3. Obtenir la norme de management environnemental ISO 14001

Lorsqu'on fait des efforts pour diminuer la facture d'électricité, on ménage les ressources naturelles et on contribue à la protection de l'environnement. Pourquoi ne pas en profiter pour donner une nouvelle image à votre établissement? .

Combien ça coûte? 2990 francs pour la Watchbox Solutions, inclus installation, le support et deux années d'abonnement (sans le déplacement). Offre sur demande auprès de: **MCR&D SA**, TechnoArk 3, CH-3960 Sierre, Tél. +41 27 456 82 92 ou info@mcrd.ch

Management énergétique: intéressés?

L'Association hôtelière du Valais recherche une vingtaine d'hôteliers pour former un groupe de travail sur les économies d'énergie. Cette démarche, encouragée par l'Agence fédérale de l'énergie pour l'économie, existe déjà depuis deux ans chez nos collègues vaudois. Elle s'inscrit dans le cadre de la loi fédérale sur le CO2 qui prévoit de réduire les émissions de CO2 jusqu'en 2012 à 90% des valeurs atteintes en 1990. But: réduire la consommation et les coûts énergétiques. Nous vous contacterons prochainement à ce sujet.

Energie: les prix flambent

LE
DOSSIER

«Nous avons réussi à diminuer la facture de 8%»



Allumer toutes les plaques en même temps dans une cuisine: une très mauvaise habitude, qui fait grimper vos frais d'électricité.

«Les pointes de consommation électrique coûtent très cher. Il y a trois ans, lorsque la commune de Bagnes a augmenté ses tarifs, j'ai décidé d'agir. J'ai acheté le système de MCR&D pour mon établissement «Le Sonalon». Nous avons travaillé pour diminuer les coups de feu entre 12h et 14h30 et entre 19h et 21h30. Nous économisons 8 à 12% de frais d'électricité sur l'année. MCR&D a installé une lampe en cuisine, qui vire au rouge dès que nous dépassons les normes. Chaque employé doit alors tenter de diminuer sa consommation. Il peut éteindre une plaque ou arrêter le lave-vaisselle, par exemple. Je paie entre 22'000 et 25'000 francs d'électricité par an. J'ai déjà largement amorti mon investissement de départ. Mais j'espère encore améliorer notre mode de consommation en affinant la surveillance et en responsabilisant le personnel. Je compte également profiter de la libéralisation du marché.»

Claude-Alain Besse, exploitant de trois restaurants à Verbier



Nouveau diplôme de gestion en hôtellerie et en restauration

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) inaugure un diplôme de gestion en hôtellerie et en restauration. Destinée aux personnes du métier et aux jeunes hôteliers qui souhaitent reprendre une affaire familiale, cette formation sur deux ans alterne périodes de cours et de stages. Le stage final a lieu en entreprise et débouche souvent sur des possibilités d'embauche.

Quatre cents nouveaux étudiants franchissent le seuil de la plus prestigieuse école hôtelière du monde ces jours-ci. La plupart se sont inscrits pour un Bachelor. Ce cursus de 4 ans a été remodelé pour un enseignement mieux intégré aux réalités du terrain. Pour les universitaires qui souhaitent se perfectionner ou s'orienter dans l'hôtellerie, le Master couronne quatorze mois de formation à temps plein.

L'Ecole hôtelière de Lausanne facilite l'insertion professionnelle. Elle invite chaque année des entreprises pour des rencontres. Cet été, les 170 nouveaux diplômés de l'EHL sont tous sortis avec des promesses d'emploi. La qualité de

leurs compétences en gestion, en finances et en accueil attire non seulement les grandes sociétés hôtelières, mais aussi de nombreuses banques et entreprises de consulting.

Inscriptions pour la rentrée du 31 août 2009: suivre les procédures d'admission sur le site www.ehl.ch. Délai: 1^{er} avril 2009



Vous avez appris votre métier d'hôtelier sur le tas? En deux ans de formation à l'EHL, vous pouvez décrocher un diplôme de gestion.



Dormez bien... et augmentez votre chiffre d'affaires



Les chambres du Best Western Metropol Grand Hotel à Saas Fee ont été rénovées selon les principes du Feng Shui.

Il y a des endroits où l'on rêve de s'attarder. D'autres que l'on quitte en courant. Un hôtel a besoin d'harmonie pour plaire aux clients et motiver les employés. Démonstration de Feng Shui.

Le Feng Shui, c'est une discipline chinoise ancestrale qui permet de rééquilibrer la circulation de l'énergie dans un lieu. Une chambre que personne ne veut louer? Une mauvaise ambiance en cuisine? Des clients qui cauchemardent? Des employés malades? Toutes ces situations peuvent trouver des issues heureuses. De plus en plus d'établissements hôteliers font appel à des consultants Feng Shui lorsqu'ils souhaitent rénover ou construire. Lucy Harmer est l'une d'entre eux. Elle intervient dans des hôtels et restaurants en Europe depuis quinze ans. Il arrive que les solutions Feng Shui provoquent des hausses de chiffres d'affaires de 30 à 40%. «Je me souviens d'un café-restaurant au bord de la faillite. J'ai déplacé l'entrée, enlevé une partie des miroirs, changé la

qualité de la lumière et purifié l'espace. Six mois plus tard, les propriétaires n'avaient plus de dettes.»

Purifier et dynamiser l'espace

Créer un lieu harmonieux ne s'improvise pas. Selon Lucy Harmer, il s'agit d'abord de se débarrasser des nuisances. Les champs électromagnétiques fatiguent l'organisme. C'est pourquoi certaines enseignes de luxe ont banni les téléphones sans fil et préfèrent les raccordements internet câblés au Wifi. On réduit les perturbations souterraines, comme les failles et les cours d'eau, en soignant l'isolation. On adoucit les angles qui peuvent agir comme des «flèches empoisonnées», et on «nettoie» symboliquement les endroits trop chargés. Une fois purifié, l'espace doit être dynamisé. On va lui trouver les formes, les couleurs et les matières qui le rendront chaleureux et accueillant. Rien n'est laissé au hasard. «Nous nous adaptons au style de l'hôtel et pouvons créer des atmosphères qui attirent une certaine catégorie de clientèle», précise Lucy Harmer.

A Saas-Fee, les chambres Feng Shui ont un succès fou!

Le Best Western Metropol Grand Hotel de Saas-Fee propose seize chambres rénovées selon les principes Feng Shui. «Ces chambres ne désemplissent pas. On s'y sent particulièrement bien. Le problème, c'est que les clients qui les connaissent ne veulent plus des autres chambres», explique la directrice Ursula Hess. Le secret de ces espaces? Une lumière douce et complexe, des couleurs chaudes, des matières nobles et naturelles, un travail sur l'orientation des meubles. Le restaurant de l'établissement est également «Feng Shui». A Saas-Fee, on a fait de la discipline chinoise un véritable atout marketing. Mais la plupart des établissements préfèrent ne pas informer leur clientèle et laisser la nouvelle magie du lieu opérer.

En savoir plus:

«La purification de l'espace ou le Feng Shui de l'intuition», de Lucy Harmer, éditions Jouvence..

cours gratuit chez ritzy .

Renseignements: www.ritzyinfo.ch

Trois adresses de consultants Feng-Shui en Suisse:

Lucy Harmer, à Genève et à Zurich:
www.innerelf.ch

Jean-Claude Faivre à Renens:
www.atelierfengshui.ch

Joël Marquis à Verbier:
www.habitat-harmonie.ch



Comment séduire les seniors de demain

Beaucoup de seniors ont de l'argent, du temps et des envies de voyage. Voici les premiers résultats d'une étude qui cherche à définir les besoins touristiques des nombreux retraités futurs

Les nombreux enfants nés du baby-boom s'appêtent à prendre leur retraite. Cette nouvelle génération de seniors sera différente de la précédente. Parce qu'elle a suivi le développement de l'internet, parce qu'elle a vécu mai 68, parce qu'elle est en meilleure santé. L'École Hôtelière de Lausanne, en collaboration avec la Haute école de gestion Arc de Neuchâtel et l'Institut Economie et Tourisme de Sierre, a lancé un projet de recherche sur le «Marketing des Seniors». Elle a constitué un groupe d'experts qui s'est prononcé sur les attentes touristiques des seniors de demain et les implications pour le marketing des prestataires touristiques. L'étude a déjà permis de dégager quelques tendances:

1. Offre sur mesure

Chaque client est unique. Ses expériences et son vécu sont très importants. Marqués par l'individualisme, les nouveaux seniors veulent de moins en moins de forfait standard, mais un séjour adapté à leurs désirs.

2. Valeurs: découverte, fiabilité, authenticité

Les seniors apprécient toujours le confort, la qualité et la sécurité d'un hôtel. Mais ils sont plus curieux que leurs prédécesseurs. Ils veulent goûter aux choses typiques du lieu et élargir leurs connaissances au cours du séjour.

3. Marketing: des services et de l'émotion

Les acteurs touristiques devraient axer leur marketing sur la personnalisation des produits, mais surtout des services. Le bien-être et l'émotion seraient au cœur de leur message. Mais attention, les seniors ne doivent pas sentir qu'une campagne s'adresse spécifiquement à eux.

Détails utiles pour l'accueil des seniors:

- soignez votre fichier client pour bien connaître les besoins de chacun
- personnalisez les services
- soignez les relations humaines avec ces clients
- favorisez la socialisation des retraités, ils n'aiment pas être isolés
- prévoyez des menus légers le soir
- installez des rideaux sombres qui permettent aux clients de se coucher tôt en été
- posez des tapis antidérapants dans les salles de bain
- créez l'événement, réservez des surprises



Les retraités du baby-boom seront avides de découvertes.

Brèves

Qu'est-ce qu'on dit de moi?

«Un accueil inexistant, des chambres dans un triste état... Surtout, n'y allez pas!» Voilà le genre de message qu'on peut lire sur le site internet Tripadvisor. Ce nouveau «bouche-à-oreille» a des conséquences sur la fréquentation d'un hôtel. C'est pourquoi il est important de visiter régulièrement ces sites d'évaluation. Pour lire ce qui s'y écrit, pour y répondre, et pour vérifier que la mauvaise critique d'un internaute ne reste pas fixée à la toile pendant cinq ans!

Allez lire ce qu'on dit de vous sur www.myswitzerland.com et www.tripadvisor.com

Pour surveiller votre image, enregistrez le nom de votre hôtel dans la case «Alertes Actualités» du site www.google.ch Dès que quelqu'un parlera de votre établissement sur internet, vous en serez avisé par e-mail. Pratique et gratuit!

Clients fans d'histoire

ViaStoria propose douze itinéraires sur des chemins historiques qui valorisent la beauté du paysage et la culture locale. Le client paie un forfait qui lui permet de profiter de son voyage sans souci. En Valais, deux itinéraires peuvent intéresser vos hôtes: la ViaFrancigena, qui relie Canterbury à Rome par la France et la Suisse, et la ViaStockalper qui passe par le col du Simplon.

Infos:

www.itinéraires-culturels.ch
Contact pour obtenir des flyers:
sandro.benedetti@viastoria.ch

boîte à
outils

Cartes de crédit: une commission de moins de 2%!

ouf
ou ?
fou ?

Mieux vaut être riche avec des clients étrangers

Si vous avez bien lu l'article principal de cette page, vous aurez compris que les transactions avec des cartes de crédit suisses vous coûtent des taxes supplémentaires. La faute à qui? Aux banques suisses, qui rompent le cercle des accords européens d'interchange, provoquant une hausse du coût de la transaction. Sous prétexte qu'elles courent de très grands risques dans ces opérations de crédit, elles s'en mettent plein les poches. L'hôtelier qui a le malheur de compter une clientèle indigène fidèle est donc pénalisé. S'il connaît la chance d'accueillir plus de 70% d'étrangers, il s'en tire à bon compte. Fou? Oui, et injuste!

Statistiques, à quoi bon?

«En matière de tourisme, des pays en voie de développement comme le Burkina Faso possèdent des statistiques bien meilleures que la Suisse.» Patrick Bérod, directeur de l'AHV, relaie l'insatisfaction générale en matière de données touristiques. La Société Suisse des Hôteliers doit payer pour obtenir les statistiques des nuitées, mais les résultats obtenus ne sont ni assez actuels ni suffisamment détaillés pour orienter des choix stratégiques. L'Office Fédéral de la Statistique manque de moyens et de personnel. Mais avec l'adhésion aux standards de l'UE, on nous promet des procédures d'estimation plus rapides. Ouf!

L'AHV vient de signer un contrat très avantageux avec B+S Card Service. Profitez-en!

Les cartes de crédit? Impossible de s'en passer. Les hôteliers savent bien qu'ils ne peuvent plus demander à leurs clients de filer au bancomat le plus proche pour régler l'addition. Reste que les commissions demandées font mal. Pour chaque transaction avec une carte de crédit, les commerçants doivent en effet payer à une entreprise intermédiaire un pourcentage défini du prix d'achat, la « Merchant Service Charge », qui s'élève habituellement entre 2,5% et 3%. Consciente de ce problème, l'Association hôtelière du Valais (AHV) a négocié un contrat en or pour ses membres avec un «Acquirer» allemand, B+S Card Service. La commission demandée oscille entre 1,59% et

1,79%. Le taux varie en fonction du nombre de transactions avec des cartes étrangères. Les hôteliers de Zermatt travaillent avec B+S Card Service depuis de nombreuses années et sont très satisfaits

Conditions pour les membres de l'AHV

Pour les cartes Visa/Visa Electron et MasterCard

Proportion de cartes étrangère	Commission demandée
Plus de 70%	1,59%
Jusqu'à 70%	1,64%
Jusqu'à 60%	1,69%
Jusqu'à 50%	1,74%
Jusqu'à 40%	1,79%

Pour la carte japonaise

JCB 2,05%

Pour la carte Maestro

Maestro International 1,25%

Maestro national + CHF 0,28 pas transaction

Renseignements:

Secrétariat de l'AHV, 027/327 35 10.

Entreprise partenaire:

www.bs-card-service.ch



Les terminaux de B+S Card Service coûtent entre 1590.- et 1890.- Mais vous pouvez signer le contrat en gardant votre terminal habituel.





Assurance annulation pour vos clients: comment ça marche

Votre client annule son séjour à la dernière minute pour une bonne raison? Il peut se faire rembourser! L'AHV a négocié un contrat très avantageux, qui ne coûte pas un sou à ses membres. Voici le mode d'emploi.

Pourquoi proposer une assurance annulation à vos clients?

C'est un service supplémentaire pour vos clients. C'est un soulagement pour vous. Il est toujours très délicat de demander au client de payer sa chambre en cas de grève ou d'accident. Souvent, pour des questions d'image, les hôteliers préfèrent rembourser leur hôte. Une perte sèche dont ils se passeraient bien!

Quel est le montant de la prime et qui la paie?

1,5%, que vous reportez directement sur le montant de la chambre. Sur une réservation de 200 francs, cela représente trois francs supplémentaires. S'il

souhaite prendre l'assurance annulation, le client paiera donc 203 francs.

Quels sont les frais assurés?

L'événement survient: **l'assurance rembourse:**

Entre 21 et 15 jours avant le départ 20% du prix d'arrangement

Entre 14 et 8 jours avant le départ 60% du prix d'arrangement

Entre 7 et 0 jours avant le départ 80% du prix d'arrangement

Si la couverture d'assurance correspond aux arrhes demandées par l'hôtel, le client s'y retrouve pleinement. Ces conditions sont valables pour une prime de 1,5%. D'autres conditions sont possibles.

Quels sont les événements assurés?

L'assurance marche en cas de: maladie, accident, décès, incendie, événement naturel, vol, dégâts d'eau, grève,

événements à l'étranger (révolution, catastrophe, épidémie, etc.), perte d'emploi.

Comment se passe le remboursement en cas d'annulation?

Le client annonce sa résiliation à l'assurance, qui le rembourse directement.

Que doit faire l'hôtel pour proposer une assurance annulation?

Il transmet ses réservations chaque semaine à l'AHV. Sur le document doivent figurer le nombre de jours réservés, les coordonnées des clients et le montant total des réservations à assurer.

Il reçoit une facture trimestrielle de l'assurance pour s'acquitter des primes.

Un courtier de l'entreprise MBS passera prochainement dans votre établissement pour vous expliquer les conditions de cette assurance annulation. Merci de lui faire bon accueil.

Assemblée générale de l'AHV

Judi 18 septembre 2008, à 10h, au Mercure Hotel du Parc à Martigny

Points importants de l'ordre du jour:

Fixation du montant des cotisations
Remise des prix aux lauréats du certificat fédéral de capacité 2008

Exposé de Mme Sahar Pasche, Dr ès Sciences physiques EPFL, directrice d'ECOST (energy consulting and studies) sur le thème: "Les économies d'énergie dans les hôtels avec l'Agence de l'énergie pour l'économie".

post
it

**NOUS AVONS
BESOINS DE
VOTRE AVIS**

Nous avons besoin de votre avis...

...sur l'apprentissage Hôtel-Gastronomie-Animation (HGA). Ce sondage est important pour promouvoir les professions de l'hôtellerie. Pour participer:

rendez-vous sur www.vs-hotel.ch

Nous attendons vos réponses pour le 20 septembre 2008.

Merci!

Pourquoi devrions-nous engager et former des apprentis?

notre avis
sur...



Les statistiques le montrent pour des raisons démographiques nous manquerons de personnel d'ici à 2015. Il sera alors trop tard pour pleurer que nous ne trouvons plus de personnel qualifié pour nous aider à gérer nos établissements de manière professionnelle avec la qualité pour objectif. Une récente étude du SECO le démontre: engager des apprentis est rentable. Dès lors pourquoi y renoncer?

Pour vous aider dans cette démarche nous avons lancé cet été, un vaste sondage pour déterminer quels sont les améliorations à

apporter dans les conditions d'engagement des apprentis HGA en particulier.

Répondre à ces 10 questions ne vous prendra que 3 minutes, mais ces minutes nous permettront de recadrer cet apprentissage créé par et pour les hôteliers valaisans. Répondez sans tarder, vous contribuerez ainsi à favoriser l'engagement d'apprentis disponibles en grand nombre (actuellement la moitié seulement des candidats sont choisis pour entrer en fonction).

En agissant aujourd'hui vous tissez les draps dans lesquels vous dormirez d'ici une dizaine d'années, cela en vaut vraiment la peine et nous vous remercions pour votre précieuse collaboration.

Prochain numéro:

Les cartels tuent l'économie hôtelière

Les pages précédentes en font état: les banques suisses facturent d'avantage que les banques européennes pour les risques pris sur les transactions par cartes de crédit. Ce fait démontre une fois de plus cette manie bien suisse consistant à créer des cartels pour tout commerce quel qu'il soit. Nous subissons ce cartel avec le téléphone et les équipements de détection incendie, avec le prix des aliments et de la construction qui sont 25% à 40% plus chers que dans le reste de l'Europe alors même que nos chambres sont plus avantageuses.

Avec l'aide d'hotelleriesuisse nous nous battons pour lutter contre cette forme de discrimination commerciale et comptons sur votre appui.

Votre expérience mérite d'être reconnue

Vos collaborateurs travaillent dans votre hôtel depuis plus de cinq ans. Ils possèdent de précieuses compétences, mais n'ont aucun CFC.

Voici un moyen simple et peu coûteux de valider leurs acquis et de renforcer les ressources humaines de votre enseigne: la procédure Val-form, soutenue par le canton du Valais et les différentes associations professionnelles. Les candidats bénéficient d'un bilan de compétences et sont suivis par un groupe d'experts. Ils effectuent des compléments de formation et pas-

sent un examen qui leur permet d'obtenir un CFC en hôtellerie ou en restauration. La procédure ne coûte que 600 francs, et chaque module de formation complémentaire 150 francs. Encouragez vos employés à se lancer!

Renseignements: Office d'orientation scolaire et professionnelle, 027 606 45 08, val-form@admin.vs.ch

Vérifiez votre autorisation d'exploiter

Votre Association vous encourage à visiter les pages du site de l'Etat du Valais dédiées aux autorisations d'exploiter. Chacun peut vérifier ses propres données, ainsi que celles de son voisin. L'AHV tient à l'égalité de traitement et reste à votre disposition pour dénoncer les contrevenants.

Adresse directe:

http://www.vs.ch/Public/public_sap/sap_general.asp?Language=fr

Certificat de salaire

Epargnez-vous des tracas administratifs inutiles. Vous pouvez télécharger et imprimer le nouveau certificat de salaire depuis le site de votre Association www.vs-hotel.ch. Pour obtenir ce document, il vous suffit d'entrer dans l'espace «Membres». Une fois identifié, vous cliquez sur «Centre de Compétences», qui comporte un chapitre «Certificat de Salaire». Profitez-en!

