

SOCIÉTÉ

Le canton filme l'émotion des naturalisés

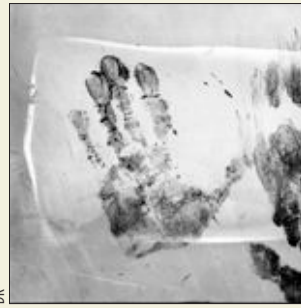
VAUD PAGE 22



CULTURE

Les projets 2009 pour les vingt musées lausannois

CULTURE PAGE 38



Abonnez-vous!
3 mois Fr. 49.-

S'abonner, c'est facile!

0842 824 124
Lu-ve 7h30-12h/13h30-17h

Envoyez ACHAT 24 ABOESSAI
au 363 et suivez les indications (Fr. 0.20/sms)

www.24heures.ch

Retrouvez toutes nos offres d'abonnement!

www.24heures.ch

24heures

MARDI 24 FÉVRIER 2009

24 Vaud ET RÉGIONS

21

Face à la crise, seize hôtels vaudois misent sur le typiquement suisse

MARKETING

Suisse Tourisme lance dès le 1^{er} mars un nouveau label: «Hôtels typiquement suisses». Sur 300 candidatures, 225 ont été retenues. Parmi elles, l'Hôtel du Pillon, aux Diablerets.

PHILIPPE RODRIK TEXTES
CHANTAL DERVEY PHOTOS

C'est la crise! La plus grave depuis 1929! Du coup, Suisse Tourisme dote ses membres d'une nouvelle arme dès le 1^{er} mars: une coopération en matière de marketing intitulée «Hôtels typiquement suisses». Trois cents établissements ont tenté d'être promus sous ce fameux label, mais seuls 225 d'entre eux ont été retenus par un jury de six experts.

La palette des «hôtels typiquement suisses» brille par sa diversité: un quart des lauréats affichent quatre étoiles ou plus, 89 sont forts de trois étoiles et 12 de deux. Sans oublier cinq cabanes du Club alpin suisse. «Et il ne s'agit absolument pas d'un nouveau gadget commercial», prévient le directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid. Nous avons en effet pris soin d'élaborer une réponse qualitative à une question récurrente de nombreux visiteurs: «Pouvez-vous nous recommander un hôtel typiquement suisse?»

Amour de la région

Ce nouvel outil de marketing est lié à de nombreux critères: une architecture authentique, traditionnelle, des établissements en grande partie bâtis avec des matériaux de la région, une parfaite intégration dans le paysage, des éléments de décoration d'intérieur garantissant «des sensations helvétiques ou régionales», une restauration à base de produits du terroir (y compris au petit-déjeuner), des vins de la région, des emplacements attrayants, «loin des zones industrielles et bruyantes».

Les «hôtels typiquement suisses» s'efforceront en plus d'organiser des excursions locales accompagnées. Directions et



LAURÉAT L'Hôtel du Pillon est l'un des trois établissements de la station des Alpes vaudoises à avoir obtenu le nouveau label. LES DIABLERETS, LE 23 FÉVRIER 2009



Francis Barlier cultive l'art du confort et de la bonne chère dans cet établissement qu'il a acquis en 2007.

collaborateurs devront donc forcément connaître et aimer leur région. Dans le canton de Vaud, seize établissements ont été intégrés dans le plan de marketing «Typically Swiss Hotels». Ils sont répartis dans toutes les régions, excepté le Jura.

Les Diablerets font fort

Dans les Alpes, les Diablerets se distinguent avec trois adresses purement helvétiques, dont le fabuleux Hôtel du Pillon. En avril 2007, un marchand d'art parisien, Francis Barlier, s'est porté acquéreur de ce merveilleux

grand chalet quasi en ruine. Il a consenti d'énormes investissements. Tombé amoureux du site, le galeriste s'est alors mis en tête de devenir hôtelier.

La plupart de ses nouveaux confrères le prenaient pour un fou. Aucune chambre de son hôtel n'est équipée de toilettes ou de douches. Autrement dit, tout le confort à l'étage! Mais Francis Barlier n'a pas renoncé. De juin à décembre 2007, le taux d'occupation moyen de l'établissement atteignait 6%, 10% en 2008 et 25% entre décembre et janvier derniers. «Et



L'Hôtel du Pillon affiche deux étoiles et la nuitée coûte en moyenne 70 francs.

nous atteindrons la rentabilité avec 40%», évalue le patron.

Francis Barlier est convaincu du fort potentiel lié au marketing «Typically Swiss Hotels»: «Il correspond tout à fait à nos objectifs. Notre offre hôtelière relève de l'authenticité et du charme. Nos clients ne viennent pas chez nous uniquement pour dormir. Ils se passent facilement d'une salle de bains pendant leur séjour, mais exigent du vin de qualité et de la bonne chère.»

L'ex-marchand d'art vante alors les saveurs de son lait cru,

» Lauréats vaudois

Les seize «hôtels typiquement suisses» dans le canton:

Minotel A la Gare, Lausanne; H tel Chateau d'Ouchy, Lausanne; H tel Lausanne-Palace & SPA, Lausanne; H tel Le Rivage, Lutry; H tel Mont-Blanc au Lac, Morges; H tel Beau-Rivage, Nyon; H tel du Théâtre, Yverdon; H tel de la Gare, Yvonand; Pension Le Vieux Chalet, Chateau-d'Éx; H tel des Trois Couronnes, Vevey; Grand H tel du Lac, Vevey; H tel historique Masson, Montreux; H tel du Pillon, Les Diablerets; Chalet/petit H tel Les Lilas, Les Diablerets; Eurotel Victoria, Les Diablerets; H tel La Renardière, Villars-sur-Ollon.

Une promotion à prix modique

La nouvelle coopération en matière de marketing élaborée par Suisse Tourisme, «Hôtels typiquement suisses», se distingue par son prix modique. - L'hôtel doté d'une à trois étoiles, fort de 50 chambres au plus, paiera 2600 francs pour deux ans de campagne, et seulement 1950 francs s'il est membre d'HotellerieSuisse. - L'hôtel de quatre à cinq étoiles, fort de plus de 50 chambres, paiera 3950 francs pour deux ans de campagne et seulement 2950 francs s'il est membre d'HotellerieSuisse. - Le nouvel outil de marketing prévoit des actions de promotion sur le web en six langues, la distribution de 3,5 millions de flyers au cours de l'été et des voyages de presse pour des journalistes du monde entier. - Suisse Tourisme est une entreprise de droit public. Présente dans 28 pays et sur les cinq continents, elle emploie 220 collaborateurs. Son budget annuel atteint 75 millions de francs. Des fonds octroyés par la Confédération couvrent 60% de son financement. Le solde provient des cotisations des membres et des partenaires.

P. RK

de sa fondue, de ses nectars du domaine valaisan du Mont-d'Or, de sa façade classée, de son poêle de faïence à double foyer et de ses panoramas magnifiques. Pour être encore plus typique, il propose à ses clients de dormir dans d'anciens lits du Montreux Palace, sous des couvertures de l'armée suisse. Avec tout ça, l'Hôtel du Pillon affiche deux étoiles et la nuitée coûte en moyenne 70 francs.

Succès chez les Indiens

Le label promet aussi quelques toutes grandes valeurs de

l'hôtellerie vaudoise, comme le fameux Lausanne-Palace SPA et son Château d'Ouchy. Un monde de raffinement et de professionnalisme, toujours très helvétique, où le prix de la nuitée oscille entre 270 francs (à la seconde adresse) et 480 francs (à la première). «Le nouveau support de marketing élaboré par Suisse Tourisme devrait développer de bonnes performances au Moyen-Orient, au Japon et en Inde», prévoit Jacqueline Charles, membre de la direction du prestigieux établissement lausannois. ■



Gilles Meystre, conseiller communal radical et coprésident du comité d'initiative.

Suspense total autour de l'impôt sur le divertissement

LAUSANNE

A huit signatures près, l'initiative populaire pour la suppression des 14% de taxe risque de passer la trappe. Près de 35% des parapheurs de la loi de Ville se sont avérés invalides. Recours possible.

Recalé pour huit signatures manquantes. L'initiative com-

mune qui réclame l'abolition des 14% ponctionnés sur toutes les entrées des manifestations culturelles et sportives dans la capitale vaudoise n'a pas abouti. Comme l'a révélé samedi le quotidien *La Liberté*, seulement 8157 signatures ont pu être homologuées. Contre les 8165 nécessaires pour espérer appeler le peuple aux urnes.

A la stupéfaction du comité d'initiative - issu de l'entente de centre-droite Lausann-

semble -, près de 4400 des 12 525 parapheurs livrés début février à l'Hôtel de Ville se seraient avérés invalides. Plus d'un tiers de la récolte n'a donc pu être enregistré par le greffe communal, pour cause d'illisibilité, de doublon voire d'informations erronées.

Une première vaudoise

Avec presque 35% d'erreurs, l'échec de cette récolte de signatures s'annonce comme une

première vaudoise. «C'est une situation extrêmement pénible, reconnaît Gilles Meystre, coprésident du comité. Mais aussi longtemps que le verdict définitif ne sera pas tombé, je ne vais pas juger si c'est une baffé ou pas. Quoi qu'il arrive, nous avons la preuve que le débat sur cet impôt mérite d'être posé: plus de 12 000 personnes ont soutenu notre démarche.»

Les initiants ont jusqu'au 4 mars pour vérifier la qualité

du travail effectué par l'administration communale. «Sur la base de feuilles tirées au sort, nous pourrions estimer si quelques signatures valables pourraient être repêchées», explique Gilles Meystre. Seul un recours peut, aujourd'hui, entraîner un recomptage. Et permettre de sauver in extremis le combat mené, entre autres, avec le soutien des patrons des discothèques, des cinémas et des organisateurs de spectacles. **G. CO.**