

Inspiré par l'action de Saas-Fee. Philippe Zurkirchen lance un abonnement à 270 francs pour manger au Vieux-Chalet de Champéry de façon illimitée pendant l'été.

ALEXANDRE CALDARA

Un abonnement à 270 francs pour venir manger de façon illimitée un menu de trois plats durant l'été 2017 au restaurant Le Vieux-Chalet de Champéry. «Une idée folle», de l'aveu même de Philippe Zurkirchen son initiateur, également propriétaire et exploitant de l'Hôtel-Beau Séjour. Une action qui pourrait même ne jamais voir le jour puisque cette offre lancée le 14 juin sera validée uniquement si 1000 abonnements se vendent d'ici au 30 juin et pour l'heure on est encore loin, la barre des 300 peine à être franchie. Pourtant 13000 tous-ménages ont été distribués dans la région ce qui pourrait toucher potentiellement 30000 personnes et un partenariat avec Radio Chablais a été mis en place. «J'étais prêt à partir avec 500 personnes mais la radio a estimé qu'il m'en faudrait 1000.»

Ce qui ne surprend pas vraiment le restaurateur: «Je l'ai déjà constaté dans des séminaires consacrés à l'innovation. Les Suisses restent des suiveurs, ils ne sont pas habitués à prendre des risques ou alors des risques douillets.» Alain Pillet, professeur à l'Institut Tourisme à Sierre, voit les choses un peu différemment: «Les Suisses aiment la sécurité, mais ils possèdent aussi dans leurs gènes une profonde connaissance de la démocratie directe qui permet de modifier l'organisation.» Pour lui ce type d'action mené en solitaire «ne parvient pas à créer un écosystème, un réseau d'ambassadeurs du territoire, face à elle chacun reste dans sa structure mentale. L'hôtelier fait un truc fou mais ne s'associe pas avec des autres initiatives différentes qui lui permettraient de générer un mouvement. Pourtant il exerce dans une région comme les Portes du Soleil habituée à réunir des acteurs diversifiés pour créer un pôle d'activités.» Le restaurateur de Champéry aimerait beaucoup étendre l'action à tous les établissements de son village mais il sent bien que dans la branche certains



Le restaurant Le Vieux Chalet, à l'Hôtel Beau-Séjour, à Champéry en Valais.

images ldd

Une action audacieuse pour aiguïser l'appétit

trouvent encore ce mode de fonctionnement extravagant: «C'est sans doute une question de génération et de formation.»

«Un menu moins tangible qu'un abonnement de ski»

Avec cette masse critique de 1000 personnes Philippe Zurkirchen prend-t-il encore un risque commercial? «Je crois à la loi de Pareto. Mais si 50% des gens viennent manger tous les jours, cela ne peut pas fonctionner pour nous.» Concrètement cette idée lui a été inspirée par l'action spéciale présentée par Saas-Fee pour ses abonnements de ski. «Oui en tout cas dans sa présentation, même si on pensait depuis un moment à réaliser quelque chose autour de la demi-pension, pouvoir la proposer à des hôtes ne fréquentant pas l'hôtel, notamment à l'adresse des résidents secondaires. Sous forme

«Si 50% des abonnés viennent manger tous les jours ça ne marchera pas.»

Philippe Zurkirchen
Restaurateur au Vieux-Chalet

de repas prépayés pour un montant de 250 francs qui donnerait accès à dix repas.» Les futurs abonnés de l'action recevraient d'ailleurs une carte nominative au format carte de crédit.

Une action qui peut favoriser la consommation collatérale

Pierre André Michoud, directeur de l'Hôtel du théâtre, à Yverdon-les-Bains salue l'initiative de son collègue, mais voit une vraie difficulté: «L'offre d'un menu au restaurant reste moins tangible qu'un abonnement de ski. Nous avons souscrit à l'action de Saas-Fee parce que nous connaissions la station depuis 12 ans, que cela nous semblait concret et on n'a finalement pas plus skié qu'une autre année. La destination a aussi soigné sa communication. J'ai juste regretté que l'action ne s'arrête au début de la saison comme an-



Philippe Zurkirchen, restaurateur et hôtelier.

noncé. La dimension d'exclusivité demeurant importante dans ce type de projet.» Le vice-président d'hotelleriesuisse déplore que trop souvent d'autres acteurs demandent aux hôteliers de lancer des actions. Par exemple proposer 3 nuits pour 2 pendant les caves ouvertes: «Finalement nous avons obtenu des vigneron de notre région qu'ils offrent trois bouteilles aux personnes qui dorment dans le canton, on a pu ensuite proposer des prix spéciaux. L'effet d'une offre spéciale reste à mes yeux meilleur si plusieurs acteurs se mettent ensemble.»

Une action pour fidéliser la clientèle locale

Pour Philippe Zurkirchen l'action du Vieux Chalet peut aussi favoriser la consommation collatérale: «Le client va boire quelque chose ou venir avec quelqu'un n'étant pas abonné.» Alain Pillet commente ainsi: «Il s'agit d'une action intéressante qui répond à une réelle problématique des consommateurs.» Pour lui qui enseigne l'innovation l'action ne répond cependant pas à sa définition: «Elle repose sur un business model clair n'entraînant pas de rupture, ne générant pas de nouveau marché, la motivation de l'hôtelier reste asymétrique, il ne crée pas un nouveau réseau de valeur.»

Est-ce que comme dans des actions de crowdfunding l'entrepreneur espère aussi créer une communauté? «On n'est pas allé jusque-là. Mais on dit toujours que le restaurant du village ne marche pas grâce aux locaux, ce qui est vrai, donc on voulait travailler sur cette notion de fidélisation et de reconnaissance locale. Cela peut aussi s'adresser à des retraités ou à des personnes seules, on pense vraiment que cela peut plaire à beaucoup de gens.» Par ailleurs Philippe Zurkirchen reste très intéressé par les projets de crowdfunding comme celui de Ta Cave, à Lausanne, prix Milestone de la relève en 2015: «Guillaume Luyet est un de mes camarades d'étude de l'Ecole hôtelière de Lausanne.»

Pour Philippe Zurkirchen l'hôtellerie reste moins perméable à ce type d'action: «On a réfléchi à proposer 1000 chambres à un franc, mais nous nous sommes vite rendu compte que cela casserait la valeur de notre chambre, que cela entraînerait une perte pure que l'on ne peut pas compenser.» Pour conclure Alain Pillet constate: «Le restaurateur amorce un changement de culture autour de prestations différentes, ce qui est intéressant. Mais ses concurrents attendront de voir les résultats avant d'entreprendre autre chose.»

Retour sur les 15 derniers jours

toutes les news sur htr.ch/actu

Thomas Andenmatten



CGN



Melanie Barton



ldd



ldd

valais Une auberge de jeunesse ouvre à Crans-Montana

Le réseau des Auberges de Jeunesse Suisses compte un établissement de plus en Suisse romande. L'association a ouvert un établissement de 145 lits à Crans-Montana, dans l'ancien hôtel historique Bella-Lui, après huit mois de rénovation. La Fondation suisse pour le tourisme social a investi 4 millions de francs dans cette restauration. «Je suis persuadé que l'auberge de jeunesse nous permettra d'attirer de nouveaux segments de clientèle», se réjouit Bruno Huggler, directeur de Crans-Montana Tourisme.

vaud Le «Montreux» rénové vogue à nouveau

Après 18 mois d'absence, le «Montreux» a retrouvé les eaux du Léman. La CGN a injecté 1,4 million de francs dans la rénovation du doyen de sa flotte Belle Epoque. Le rendement de sa chaudière a été optimisé, sa coque rénovée, le mobilier et le tapis de son salon 1ère classe ont été refaits. La cloche d'origine, datant de 1904, a retrouvé sa place à bord. Le Beau-Rivage Palace a également repris ses quartiers. Les chefs proposent un buffet méditerranéen cinq soirs par semaine ainsi qu'une croisière gastronomique.

fribourg Le Festival des lumières de Morat sera payant en 2018

Pour sa 3e édition en janvier 2018, le Festival des Lumières de Morat a décidé d'introduire une entrée payante de 5 francs pour accéder aux Arteplices. La gratuité reste de mise pour les enfants jusqu'à 16 ans. Un service de navette sera proposé pour 3 francs. Cette mesure doit permettre à la manifestation de retrouver les chiffres noirs. L'édition 2017 s'est soldée sur un déficit de 80000 francs, tandis que l'affluence a légèrement reculé par rapport à 2016, drainant environ 70000 personnes, soit 10000 de moins.

genève Nouvelle direction pour l'Hôtel Les Armures à Genève

L'Hôtel-restaurant Les Armures à Genève (5 étoiles) change de direction. Après plus de 30 ans, Pierre-Marin et Nicole Borgeat vont transmettre le témoin à deux personnalités de l'hôtellerie genevoise. Marc-Antoine Nissille, actuel directeur des hôtels Tiffany et Eastwest à Genève, se chargera de l'opérationnel. Il relèvera ce défi dès le 1er septembre et s'associera à Paul E. Muller, PDG du groupe Manotel, dont il garde la responsabilité. «Il s'agit d'un investissement privé en tant qu'actionnaire individuel», précise-t-il. lb

vaud Vue à 360 degrés sur Lausanne au Royal Savoy

Le septième étage du Royal Savoy Hotel et spa vient d'ouvrir son nouveau concept de restaurant et lounge. Un espace pouvant accueillir jusqu'à 52 personnes. Le Royal Savoy Hotel et spa Lausanne propose à ses invités une expérience exclusive inédite grâce à son Sky Lounge: une terrasse offrant une vue panoramique à 360 degrés sur Lausanne, le lac Léman et les Alpes. Il propose une cuisine raffinée tout au long de la journée, ainsi que des apéritifs sophistiqués et des dîners gastronomiques le soir. aca