

Le changement structurel : clé du succès pour le tourisme suisse!

15 novembre 2013



Corinne Denzler, Group Director



TSCHUGGEN GRAND HOTEL
AROSA

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



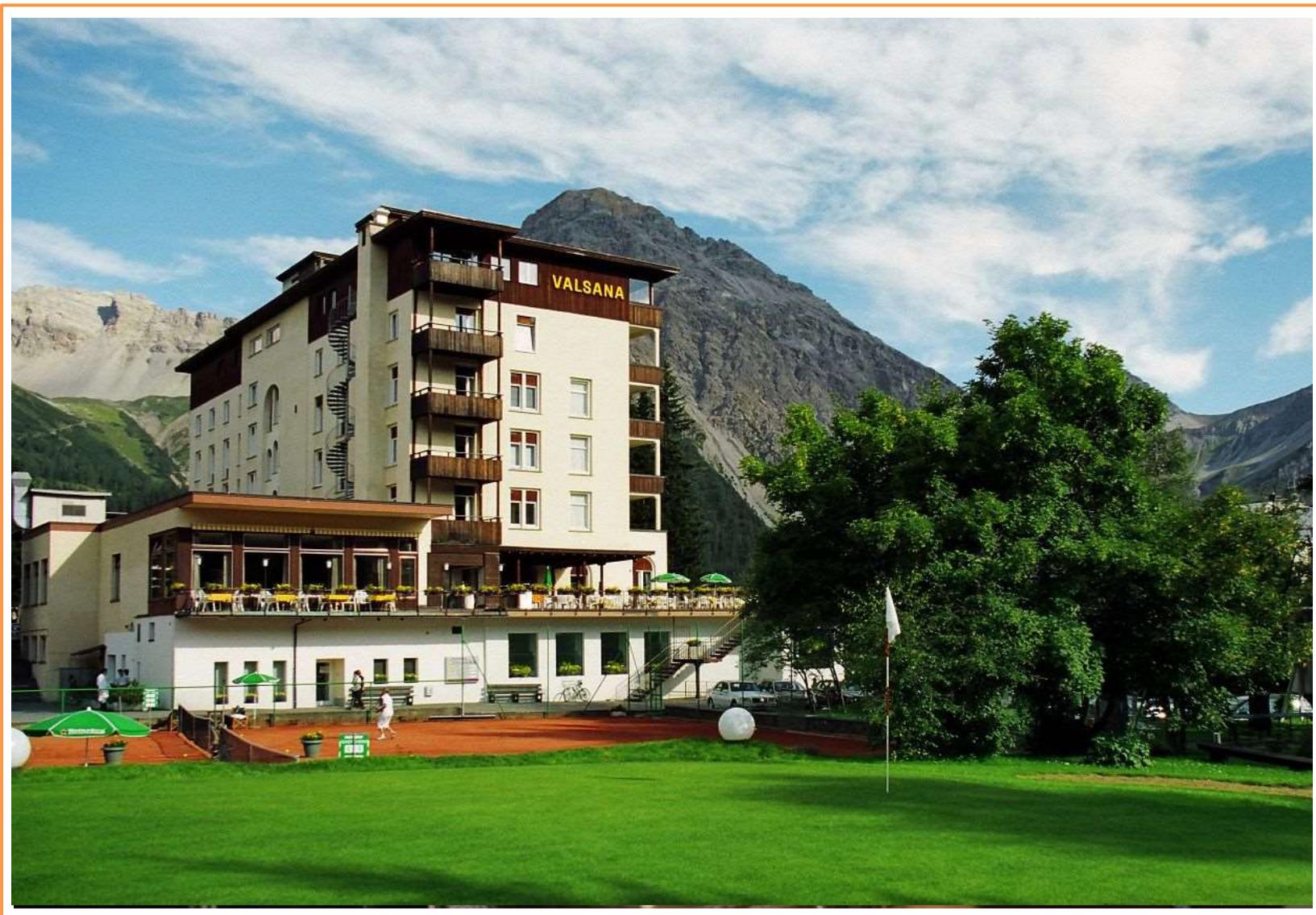
Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



CARLTON HOTEL
ST. MORITZ

Tschuggen Hotel Group

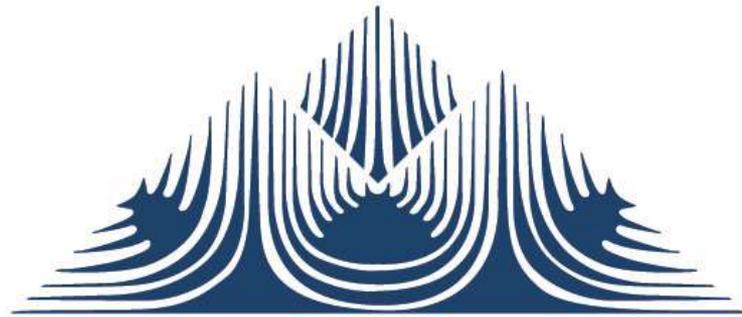
AROSA ST. MORITZ ASCONA



100 years
CARLTON
HOTEL

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



HOTEL EDEN ROC
ASCONA

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Faits & Chiffres

Collaborateurs	env. 400 EPT
Nuitées	env. 100'000
Nbre de chambres	393
Nbre de lits	713
Durée Ø d'un séjour	3.42 jours

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Statistique des nationalités

1.	Suisse	51 %
2.	Allemagne	22 %
3.	Belgique	5 %
4.	Grande-Bretagne	5 %
5.	Russie	4 %
6.	Hollande	2 %

Situation initiale

Quatre hôtels individuels aux mains d'un propriétaire

Exploitation limitée des synergies

Achats groupes réduits au strict minimum

Echanges saisonniers de personnel

Chaque hôtelier «fait un peu de vente»

Forte proportion d'habitues fidèles, passant de longs séjours

Nombre très restreint de tour opérateurs

Gel des investissements dans tous les bâtiment au tournant du millénaire

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Situation actuelle – notre changement structurel

Petit groupe hôtelier en mains privées, avec des standards certifiés ISO 9001:2008, valables à l'échelle du groupe

Chiffre d'affaires stable, également durant les phases difficiles

Nouvelle clientèle, plus jeune

Ventes croisées intensives entre les divers établissements, crosstravelling

Formations communes

Achats centralisés & siège social

Durée des séjours nettement moins longue

Collaboration intensive avec des organisateurs de voyages et des agences de voyage en ligne

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Structures

Karl-Heinz Kipp
Ursula Bechtolsheimer

Conseil d'administration

Siège social
Ventes / Marketing /
RP / Informatique

Director

Tschuggen
Grand Hotel

Sporthotel
Valsana

Carlton Hotel

Hotel Eden
Roc

Albergo-Caffè
Carcani

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Comment nous en sommes arrivés là

Importants investissements dans tous nos bâtiments

2001 Hotel Eden Roc

2006 Tschuggen Bergoase, Tschuggen Grand Hotel

2007 Carlton Hotel

2009 Tschuggen Express

2010 Eden Roc Spa et Hotel Marina

2012 Albergo-Caffé Carcani

Travaux de construction et de transformation – plusieurs centaines de millions de CHF

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Affiliations



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Coopération avec les destinations

Schweiz.
ganz natürlich.



Arosa 

graubünden



ENGADIN
St. Moritz

TICINO 
SWITZERLAND

*Ascona
Locarno* 

Lago Maggiore e Valli

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Facteurs clés de succès

Excellents emplacements dans des destinations très prisées

Investisseur visionnaire

Focalisation sur le client

Equipe très engagée, service de qualité, forte implication

Concentration des forces au sein du groupe –

Transfert de savoir-faire, exploitation des synergies

Adaptation au contexte en mutation

Décisions rapides

Innovation

Proximité du marché

Entretien de l'image

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Communication globale



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Soft Skills

FamTrip

Wellness

Restaurant

Review

Objectifs

Conférences

Médias

Hôtel

Marketing

Personnel

Coopérations

Vente

Communication

Going Green

Mission

Relations publiques

Vision

Vertrieb

Philosophie

Online

Cross Marketing

Inspection des sites

Revenus

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Prix obtenus



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Défis

- Saisonnalité
- Météo
- Euro
- Pressions sur les prix, les bonnes affaires sont tendance
- Etre meilleur que le portail de réservation
- Mise en œuvre de l'initiative sur les résidences secondaires
- Nouveaux clients
- Concurrence internationale
- Le wellness au quotidien – pas une simple tendance
- Dépendance de l'infrastructure de la destination
- Circulation (Gotthard, etc.)



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Potentiel du marché

Continuer de se concentrer sur les marchés principaux

Ne s'implanter sur de nouveaux marchés qu'à certaines conditions – moins égale plus

Un excellent service et des infrastructures haut de gamme ont un prix

Ne jamais s'endormir sur les acquis et tester de nouveaux formats d'hôtel

Rénover continuellement et changer de style :

Le rapport prix/qualité doit toujours être convaincant

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Evolution souhaitées

Les entreprises qui nuisent à l'image de l'hôtellerie suisse doivent disparaître

La question des ressources naturelles ne doit pas être négligée

Mise encore davantage sur des clients objectifs, qui ne pensent pas que tout est mieux dans les pays de l'UE

Un lobby du tourisme fort pour des conditions-cadres optimales, pas d'image de „pleurnichard“

Motiver les jeunes à choisir une carrière dans le tourisme et les garder

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

tschuggenhotelgroup.ch



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

Merci de votre attention



Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA