

FUTUR INNOVANT

# TRANSFORMER L'HÔTELLERIE D'AFFAIRES

Le rapport «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» met à disposition de la branche des stratégies de relance pour répondre aux défis actuels.



ISTOCK

Le projet «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» a permis d'identifier quatre points déterminant afin d'aider les hôteliers à se repositionner.

Alain Becker, directeur de l'Association romande des hôteliers (ARH)

Autrefois simples lieux d'hébergements, les hôtels ont adopté ces dernières années de nouvelles technologies afin de s'adapter au mode de vie actuel. Beaucoup d'entre eux proposent désormais un éventail de services jusqu'alors considérés comme accessoires, du restaurant à la visite organisée, en passant par l'espace bien-être.

Mise à rude épreuve durant la pandémie, l'hôtellerie urbaine doit cependant continuer de se réinventer et imaginer de nouveaux modèles économiques afin de rester compétitive. Ce secteur doit notamment pallier la raréfaction de la clientèle d'affaires, diminuée en raison de la généralisation du télétravail et de

la baisse du nombre d'événements et de déplacements professionnels.

Initié en 2020 et soutenu par Innotour, le projet «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» a permis de mener une réflexion globale à propos des difficultés que rencontre la branche. Les porteurs du projet, l'Association romande des hôteliers (ARH), l'École Hôtelière de Lausanne (EHL) et la HES-SO Valais-Wallis ont présenté dans un rapport publié fin mai 2022 des solutions concrètes afin d'aider les hôteliers à se repositionner et à générer de nouvelles sources de revenus.

## QUATRE CHAMPS D'ACTION

Les partenaires ont réuni des acteurs de l'hôtellerie d'horizons divers lors de plusieurs workshops. Ces rencontres ont permis d'identifier quatre points déter-

minant : l'accueil des locataires, le lieu de travail et le fait de considérer l'hôtel comme un «noyau social» ou encore comme une destination à part entière.

L'hôtel peut présenter une plus grande flexibilité dans ses offres, en proposant par exemple à ses résidents des chambres ou logements indépendants, pour les accueillir à long terme. L'établissement peut aussi prévoir des espaces de travail disposant du matériel nécessaire aux personnes sans bureau privé ou en télétravail, avec des chambres transformées en bureaux de jour ou en espaces de coworking.

**MISE À RUDE ÉPREUVE DURANT LA PANDÉMIE, L'HÔTELLERIE URBAINE DOIT IMAGINER DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES AFIN DE RESTER COMPÉTITIVE.**

Envisagé comme un «noyau social», l'hôtel vise à renforcer les interactions en devenant un lieu d'accueil pour la population locale. Cette démarche lui permet d'accroître sa visibilité et de se diversifier pour générer des revenus supplémentaires. Enfin, l'hôtel peut se distinguer grâce à des offres «bien-être» ou de rétablissement, avec des expériences ou des événements spécifiques aux patients. Il peut aussi cibler une clientèle peu valorisée jusqu'ici : les familles, en proposant par exemple des chambres familiales, des mini-crèches ou des repas enfant.

## PANORAMA

### Atout

Publiés sous forme de «playbook» en français, allemand et anglais, les résultats du projet peuvent être téléchargés sur le site : <https://www.futureofbusinesshotels.org/studiesnews>. Ils sont aussi disponibles en format papier à Lausanne, au sein de l'association romande des hôteliers (ARH).

### Contact

Alain Becker, directeur de l'Association romande des hôteliers (ARH)  
becker@hotellerieromande.ch