

Communiqué de presse

GastroSuisse soutient la stratégie de croissance

Le tourisme doit devenir un facteur économique stratégique.

GastroSuisse, la Fédération de l'hôtellerie et de la restauration en Suisse, soutient la stratégie de croissance de la Confédération pour la place touristique suisse. Les conditions de base sont bonnes. Pour maîtriser avec succès les défis du futur, il est toutefois vital que les conditions cadres pour les entreprises soient encore améliorées et que le tourisme devienne un facteur économique stratégique.

La Suisse se distingue par une variété de régions de vacances attractives, connectées au niveau international par le transport public et privé et rapidement atteignables de partout. Outre des paysages fascinants, la Suisse dispose d'une hôtellerie et d'une restauration performantes qui, réparties dans le pays entier, veillent au bien-être des clients.

Les conditions de base importantes sont donc données pour un tourisme prospère, il s'agit encore de le consolider et de le faire évoluer dans le cadre de la nouvelle politique du tourisme. Pour les régions alpines, le tourisme est un réel moteur de la croissance, qui assure le peuplement des vallées et offre à la population des places de travail sur place.

Les conditions cadres sont cruciales

Avec 230 000 employés et 10 000 apprenants, l'hôtellerie-restauration s'avère être un employeur particulièrement important du secteur des services. Pour les 28 000 entrepreneurs de l'hôtellerie et de la restauration, l'amélioration des conditions cadres afin d'obtenir la compétitivité internationale est une priorité. Une politique fiscale attractive, par exemple concernant la TVA, une agriculture compétitive et l'accès au marché de l'emploi européen sont des facteurs vitaux pour le renforcement de l'hôtellerie-restauration et du tourisme face à la concurrence internationale.

Les instruments de politique du tourisme jusqu'ici partiels ont fait leurs preuves. La nouvelle politique du tourisme – à l'élaboration de laquelle GastroSuisse a participé – mise consciemment sur la croissance. Une augmentation de la valeur ajoutée, qui vise d'abord une amélioration de l'efficacité des ressources dans le tourisme, doit être atteinte.

GastroSuisse prend avec satisfaction connaissance que le Conseil fédéral est disposé, dans sa stratégie de croissance de la place touristique suisse, à continuer à améliorer les conditions cadres pour les entrepreneurs, et à s'attaquer aux défis du futur comme la globalisation progressive, le comportement de la demande en mutation, les développements technologiques, le changement climatique et les menaces pour l'environnement ainsi que les faiblesses structurelles du tourisme suisse.

Promotion importante de l'innovation et de la collaboration

La petite et moyenne hôtellerie de petite structure se trouvent face à de grands défis. Par conséquent, GastroSuisse accueille, avec beaucoup de satisfaction, le fait que la stratégie de croissance pour la place touristique suisse prévoit à l'avenir aussi l'instrument Innotour pour la promotion de l'innovation et la collaboration.

Au cours des dernières années, GastroSuisse a pu, grâce à Innotour, faire des constatations importantes sur l'importance de la petite et moyenne hôtellerie pour la place touristique suisse. Ainsi, les 88% des entreprises comptant moins de 50 chambres génèrent chaque année environ 2 milliards de francs de valeur ajoutée brute directe, ce qui correspond tout de même à 1% du PNB. Des environ 4 000 entreprises affiliées à GastroSuisse, qui offrent des prestations du secteur de l'hébergement, bien deux tiers se révèlent comme durablement adaptés au marché. La condition est de pouvoir aborder de manière offensive les défis entrepreneuriaux des années à venir. Au centre de ceux-ci : le financement, le renouvellement de l'infrastructure, la gestion de la qualité, la génération de la demande, la mise en réseau avec d'autres entreprises et la collaboration plus étroite dans le cadre de la destination.

Les constatations faites par GastroSuisse dans le cadre des projets Innotour servent de base aux cantons d'Appenzell Rhodes extérieures et de Thurgovie afin de redéfinir leur promotion touristique.

Utiliser les potentiels de synergie et les collaborations

GastroSuisse porte un grand intérêt à l'intention du Conseil fédéral d'utiliser encore mieux les potentiels de synergie entre la promotion nationale du tourisme et celle des ventes de produits suisses. Les succès obtenus jusqu'ici suscitent un intérêt toujours plus grand, aussi bien chez les clients que les chefs d'établissement. Un bon exemple est le «Culinarium» de Suisse orientale. Un projet, qui enthousiasme les indigènes et les vacanciers pour les produits régionaux et les plats locaux et qui, grâce à une collaboration étroite, rend la Suisse de manière durable digne d'être expérimentée.

GastroSuisse est la Fédération nationale leader pour l'hôtellerie et la restauration. Environ 21 000 membres (hôtels, pensions, auberges, restaurants, cafés etc.), organisés en 26 sections cantonales et 4 groupements sectoriels, appartiennent à la plus grande Fédération patronale de l'hôtellerie-restauration.

Berne, 25 juin 2010

Pour un complément d'information :

Anton Schmutz, directeur GastroSuisse, téléphone 044 377 53 53, maco@gastrosuisse.ch