

## Communiqué de presse

Conférence de presse annuelle GastroSuisse, 25 avril 2018, à Berne

**L'hôtellerie-restauration suisse récupère:**

### **Premiers signes d'un redressement après des années difficiles**

**Pour la première fois depuis plusieurs années, GastroSuisse a pu annoncer des résultats positifs dans l'hôtellerie-restauration. En 2017, le chiffre d'affaires de la consommation hors foyer s'est élevé à un total de CHF 23,6 milliards, ce qui correspond à une croissance de 5,6% par rapport à l'année précédente. Toutefois, seule une reprise durable permettra à la branche de retrouver un solide niveau de compétitivité. La lutte pour les parts du marché international a coûté beaucoup d'énergie à la branche.**

«Il y a des lueurs d'espoir», a déclaré le président de GastroSuisse, Casimir Platzer, lors de la conférence de presse annuelle du 25 avril 2018 à Berne. Toutefois, le tableau général de la branche est encore très contrasté et diverge d'une région à l'autre. Casimir Platzer, lui-même hôtelier à Kandersteg, a déclaré qu'il était prématuré de triompher. «Les dernières années ont été difficiles et ont coûté beaucoup d'énergie à la branche. Une reprise plus durable est nécessaire pour restaurer la compétitivité et l'investissement à long terme», a-t-il déclaré. Il a assuré que la branche était consciente de la nécessité d'anticiper les changements. «Mais la politique aussi doit apporter sa contribution.» Le président de la fédération a nommé, dans ce contexte, les mesures nécessaires pour une plus grande liberté d'approvisionnement, une réduction des coûts de la réglementation et des distorsions du marché.

#### **Priorités politiques 2018**

La confirmation par la Chancellerie fédérale de l'obtention du nombre de signatures requises pour l'«Initiative pour des prix équitables», qui lutte pour une plus grande liberté d'approvisionnement pour les entreprises suisses, a donné à la Fédération le bon élan pour démarrer 2018. «La politique a encore la possibilité de faire bouger les choses; si elle ne le fait pas, l'électorat devra juger», a constaté Casimir Platzer. GastroSuisse en est certaine: ni l'accent mis sur le géoblocage, ni le démantèlement des droits de douane sur les produits industriels ne suffisent. Une modification de la loi sur les cartels est nécessaire afin de prévenir les futurs «suppléments Suisse» abusifs.

La mise en œuvre de l'initiative sur l'immigration de masse, dont l'achèvement est prévu pour le 1<sup>er</sup> juillet 2018, est d'une actualité brûlante pour la branche. Le taux de chômage national moyen, dont le calcul est basé sur la Nomenclature professionnelle suisse 2000, s'avère déterminant pour l'obligation de communiquer les emplois vacants. Or, comme l'a souligné le président de GastroSuisse, la dite nomenclature révèle de graves lacunes.

Par exemple, sous la catégorie professionnelle «Personnel de cuisine», elle ne différencie pas les «travailleurs qualifiés» des «auxiliaires». Les qualifications professionnelles et les profils de formation des chômeurs ne sont pas non plus pris en compte. «L'absence de différenciation fausse totalement le taux de chômage, ce qui est inacceptable», déclare Casimir Platzer, en ce moment en grande discussion avec le Seco.

Une autre priorité concerne la loi relativement récente sur les allocations familiales. L'expérience a montré une erreur de système choquante: les différences structurelles entre les différentes branches et les caisses de compensation familiale sont si grandes que le concept de solidarité à l'origine de la loi ne fonctionne pas. A l'échelon national, les taux de cotisation peuvent varier d'un facteur de 33, ce qui désavantage fortement certaines branches. C'est pourquoi GastroSuisse approuve la proposition du conseiller aux Etats, Isidor Baumann, qui veut corriger l'erreur du système. Après son adoption par le Conseil des Etats, GastroSuisse compte également sur le soutien du Conseil national.

Enfin, Casimir Platzer a plaidé pour l'égalité des chances entre prestataires d'hébergement traditionnel et prestataires actifs sur Airbnb. Ceci concerne avant tout les impôts, les taxes, l'obligation de s'inscrire et les règles d'hygiène et de sécurité. «Nous acceptons de faire face à la concurrence, a expliqué le président de GastroSuisse, mais nous nous opposons à l'inégalité de traitement.» Il est impératif qu'une distinction plus cohérente soit faite entre les prestataires occasionnels privés et les prestataires professionnels et commerciaux.

## **Les produits régionaux sont à la mode**

L'hôtellerie-restauration est soumise à une pression énorme sur les coûts. Il est donc d'autant plus important qu'elle saisisse les opportunités offertes par le marché et les consommateurs. Cela inclut l'intérêt des clients pour les produits en vente directe, c'est-à-dire les produits alimentaires tels que les œufs, les légumes ou la viande provenant directement de la ferme.

Daniel Borner, directeur de GastroSuisse, voit un potentiel considérable dans la coopération accrue entre les restaurateurs et les producteurs agricoles. Si l'hôtellerie-restauration recourt déjà directement aux produits de la ferme, le potentiel de développement est encore élevé. L'entrepreneur de la restauration, Eveline Neeracher de l'auberge «Sternen» à Thörishaus et le maraîcher Jakob Schwab, Seeländerspargeln GmbH à Kerzers ont clairement montré les opportunités et les défis d'une telle coopération.

Daniel Borner a présenté, à Berne, les résultats d'un sondage actuel de GastroSuisse auprès des entreprises de restauration, d'une part, et des consommateurs, d'autre part.

Celui-ci révèle clairement que la pertinence des produits en vente directe continuera d'augmenter. Un groupe de travail réunissant GastroSuisse et l'Union suisse des paysans se consacre actuellement à ce thème.

Sur le classement des produits les plus populaires de la ferme, les consommateurs et les entreprises sont unanimes: les œufs et les légumes figurent parmi les leaders. «Plus de 80% des clients interrogés ont révélé une certaine propension à dépenser plus d'argent dans un restaurant qui offre des produits en vente directe», explique Daniel Borner.

## **La restauration avec service en plein essor**

Ces tendances vont de pair avec les tendances de consommation les plus fortes de la population résidant en Suisse: les aliments faits maison et fraîchement préparés, les produits «bio» et ceux qui produisent peu de déchets alimentaires lui tiennent particulièrement à cœur.

«L'année dernière, le secteur de la restauration avec service plus particulièrement, c'est-à-dire la restauration traditionnelle et la restauration internationale, a bénéficié d'une humeur des consommateurs plus positive», a déclaré Gilles Meystre, membre du conseil de GastroSuisse, sur la base du nouveau «Reflét économique de la branche» de GastroSuisse. «Ces sources d'approvisionnement ont réalisé un chiffre d'affaires annuel de 16,4 milliards de francs suisses, en hausse de 6.6%.» Les dépenses totales pour les restaurants fast-food, les plats à emporter et les snacks ont, en comparaison, légèrement diminué (- 0.5%). Les clients ont manifestement pris plus de temps à midi pour consommer dans les restaurants. Reste à voir si cette intéressante évolution se confirmera à l'avenir.

L'hôtellerie-restauration suisse est très diverse. Les plus de 29 000 hôtels et restaurants sont également un moteur économique important. La branche est l'un des plus gros employeurs du pays. Elle emploie plus de 250 000 personnes et forme environ 8 000 apprentis.

GastroSuisse est la Fédération de l'Hôtellerie et de la Restauration en Suisse. L'organisation fondée en 1891, défend les intérêts de la branche depuis 125 ans. Environ 20 000 membres (quelque 2500 hôtels), organisés en 26 associations cantonales et en quatre groupements sectoriels, appartiennent actuellement à la plus grande Fédération patronale de l'hôtellerie-restauration.

Zurich / Berne, le 25 avril 2018

---

***Les documents complets de la conférence de presse annuelle 2018 de GastroSuisse sont disponibles à l'adresse [www.gastrosuisse.ch](http://www.gastrosuisse.ch)***

**Contact pour la presse et autres informations ainsi que la nouvelle édition du «Reflét économique de la branche 2018» GastroSuisse:** Brigitte Meier-Schmid et Astrid Haida, Marketing et Communication, Téléphone 044 377 53 53 ou [communication@gastrosuisse.ch](mailto:communication@gastrosuisse.ch)

## **Interviews et renseignements :**

Casimir Platzler, président GastroSuisse

Gilles Meystre, membre du conseil GastroSuisse et président GastroVaud

Daniel Borner, directeur GastroSuisse