

L'Edelweiss ose l'esprit chalet en ville

Insolite

Le trois étoiles supérieur du groupe Manotel rénove son chalet suisse alpin dans les Pâquis, à Genève. Un concept hôtelier rare salué par une spécialiste de Suisse Tourisme.

ALEXANDRE CALDARA

L'Hôtel Edelweiss du groupe Manotel dans les Pâquis, à Genève, vient de procéder à des rénovations toujours dans le goût d'un chalet suisse au cœur d'une ville internationale. Il reste le seul hôtel urbain suisse à pousser aussi loin l'esthétique et l'identité helvètes.

Comme le confirme Annika Grünig, responsable des coopérations hôtelières chez Suisse Tourisme. Elle souligne que pour d'autres établissements, «la gastronomie reste encore souvent l'élément de l'hôtel le plus profilé suisse. Par exemple, à l'Hotel Adler, à Zurich. De plus en plus d'hôtels proposent aussi des terrasses hivernales thématiques avec des télécabines et des plats montagnards, comme le Beau-Rivage Palace, à Genève». Mais peu vont aussi loin que l'Edelweiss avec son groupe de yodle en soirée et son académie de fondue.

Maria Croci, directrice d'origine suédoise, dirige cet emblème de la culture helvète à Genève depuis 2000. La directrice précise qu'en reprenant l'hôtel en 1978, le groupe Manotel a investi le restaurant Edelweiss qui s'imposait «depuis les années 1960 comme un haut lieu culinaire traditionnel avec un chalet singulier et authentique en son centre».

28 employés du monde entier fiers de représenter la Suisse

Le groupe Manotel veut proposer six univers différents dans ses six établissements, il n'a rien voulu standardiser pour donner à ce trois étoiles supérieur une identité forte. «Son style, sa taille, son charme avec ses 42 chambres plaisaient beaucoup, avant la crise à la clientèle américaine et à celle des pays limitrophes



La nouvelle identité du lobby de l'Hôtel Edelweiss, à Genève.

comme la France, l'Italie et l'Espagne.» Elle pense que pour la clientèle du Moyen-Orient, la proximité du lac, notamment pendant les fêtes de Genève, restait plus déterminante que la décoration. En hiver, la clientèle russe de passage, avant un séjour en station en Suisse ou en France, apprécie aussi de se retrouver déjà un peu à la montagne en ville. Annika Grünig relève que «l'authenticité et même le côté rustique défendu par un établissement comme l'Edelweiss permet au client d'augmenter son expérience totale d'une destination et peut donner l'envie de revenir découvrir les Alpes suisses. Dans un autre segment, le Four Seasons des Bergues à Genève a aussi rénové un étage dans un esprit de chalet suisse».

A l'inverse le W à Verbier amène le design urbain en montagne

Maria Croci fait aussi remarquer que l'hôtel fonctionne sur un bon mix entre le corporate la semaine et le loisir le week-end «plus tonique ici que sur l'ensemble du

marché genevois, qui peine à s'imposer pour la clientèle individuelle». Au-delà du style suisse, elle pense que les hôtes aiment se retrouver dans une ambiance de confort un peu comme à la maison avec notamment des marmottes en peluche offertes aux enfants. Maria Croci raconte une anecdote. «Un enfant d'une famille alémanique frappait les portes de l'ascenseur et pleurait car il ne voulait plus rentrer chez lui.» La directrice de l'Edelweiss pense aussi que les équipes de l'hôtel font beaucoup pour cette ambiance, actuellement 28 employés dont beaucoup fidèles à l'établissement depuis de nombreuses années: «Ils viennent du monde entier, mais en tant que Genevois de cœur, ils se sentent fiers de représenter la Suisse à travers l'identité de l'hôtel.» Tout cela se reflète dans des taux d'occupation élevés entre 89 et 90% à l'année, avec des pics à 93%.

En Suisse, il n'existe pas encore comme au Japon «une association des auberges traditionnelles japonaises», les ryokans. Cependant, la notion de «typiquement

suisse» devient même une catégorie d'établissements. Pour Suisse Tourisme, celle-ci regroupe 154 établissements, du chalet ou rustico au Tessin jusqu'à des auberges de charme

comme Châteauvieux, à Satigny. L'hôtel Edelweiss se trouve au cœur du quartier métissé des Pâquis, ce qu'il ne montre pas dans ses intérieurs, mais d'autres établissements choisissent de

défendre l'identité de leur communauté. «Comme ce que développe la chaîne 25 Hours par exemple, en tenant compte de l'identité multiculturelle de la Langasse, à Zurich», note Annika Grünig. A l'inverse, certains établissements comme le W à Ver-

«L'authenticité de l'Hôtel Edelweiss permet d'augmenter l'expérience globale.»

Annika Grünig
Coopérations hôtelières ST

bier amènent aussi certaines formes de cultures urbaines à la montagne. Le décor chalet traditionnel de l'Edelweiss propulse Maria Croci loin de l'épure scandinave qu'elle retrouve pourtant à l'Aparté, le restaurant gastronomique de l'Hôtel Royal.

Par ailleurs, Suisse Tourisme continue à utiliser l'edelweiss comme logo cerclé d'un décor doré. Alors que les conservateurs du jardin botanique de Genève et de Zurich se demandaient dans une exposition: «Pourquoi cette espèce discrète a-t-elle occulté et occulte toujours, comme symbole alpin, d'autres espèces plus spectaculaires comme la gentiane, l'aster, le rhododendron?» A quand un Hôtel Rhododendron avec des sculptures de Tinguely comme nouveau folklore suisse?

hoteledelweissgeneva.com

Détails de la rénovation

Bois d'arole et pierres naturelles pour 42 chambres et les espaces communs

Bois d'arole du Valais, mobilier alpin, pierres naturelles, luminaires en fer forgé, literie de qualité, coussins en tissus traditionnels et plaids en laine, l'Hôtel Edelweiss a tenu à conserver «son âme de chalet», selon sa directrice Maria Croci.

Le groupe Manotel a investi environ 1,5 million de francs pour rénover 42 chambres climatisées de catégorie standard à executive, modulables en version familiale, et les espaces communs restés dans leur jus depuis 19 ans. Le

restaurant, lui, reste tel qu'il a toujours été «avec ses beaux produits d'ici comme les fondues et les filets de perche».

Les visiteurs pourront découvrir, dès leur arrivée à la réception, un coin cheminée dans un nouveau design intérieur moderne, élégant et entièrement dédié à l'esprit de montagne. Outre une salle de bain moderne et équipée de tout le confort, chaque chambre est dotée d'un visuel mural unique pour une immersion dans les Alpes pensés

par les équipes de l'hôtel et du décorateur français Carré Lumière.

Durant la crise, l'hôtel a fermé du 18 mars au 15 décembre 2020, alors que les travaux débutaient en janvier. «Cela tombait à pic.» Puis il a connu des mois difficiles de réouverture avec des taux d'occupation à 20% et en avril à 38% notamment grâce aux vacances de Pâques: «Nous espérons poursuivre sur cette progression pendant le mois de mai», déclare Maria Croci. aca

Les hôtels urbains vont rapidement repenser leur modèle

Sondage

82 établissements en Suisse romande livrent leur réalité. Désormais, ils doivent davantage collaborer avec d'autres opérateurs touristiques.

Un sondage effectué auprès de 82 hôtels urbains en Suisse romande met en lumière la nécessité de réorienter leur modèle d'affaires pour faire face à la crise et relancer leurs activités. Face à cette situation sans précédent, un concours d'idées est lancé auprès de la population estudiantine et des professionnels du secteur. A travers un projet Innoutour intitulé «L'avenir des hôtels d'affaires suisses en milieu urbain», l'objectif est de générer une vision commune du futur de l'hôtellerie urbaine et d'accompagner les hôteliers dans la transition de leur établissement.

Vers une hybridation des conférences et des banquets

L'Association romande des hôteliers (ARH) et la Fondation Genève Tourisme et Congrès, en



L'hôtellerie lausannoise souffre.

Suisse Tourisme/Andreas Gerth

collaboration avec l'École hôtelière de Lausanne (EHL) et l'Institut du Tourisme de la HES-SO Valais-Wallis, ont mis sur pied un projet rassemblant divers profes-

sionnels et chercheurs de différents secteurs économiques dans le but de réorienter les hôteliers vers des modèles innovants pour les hôtels urbains suisses.

Avec une chute de la clientèle d'affaires, en particulier internationale, les hôteliers n'ont d'autre choix que d'opérer un changement en profondeur de leur structure et de privilégier des stratégies innovantes et créatives pour espérer combler le manque de visiteurs. Touchés de plein fouet par la pandémie, les hôteliers prennent un tournant décisif afin d'assurer la continuité de leurs établissements.

Les idées sur la réutilisation des structures encouragées

En termes d'innovation, ils suggèrent quelques solutions: «Une hybridation des conférences et banquets; la création d'une terrasse naturelle devant les salles de conférences, ouvertes aux clients de l'hôtel et au public; la création de package, comme des

boîtes de pique-nique ou des sorties en bateau.» Les hôteliers plaident aussi pour un changement de vocabulaire de l'entier d'une destination: «Les acteurs touristiques continuent à parler, de congrès, niches, offres limitées, rabais sur prix normaux alors qu'on devrait parler de séries, volumes, prix de groupes», estiment-ils. Le projet se poursuit avec le lancement d'un appel à idées à retrouver sur une plateforme en ligne, auquel la population estudiantine et les professionnels peuvent participer en partageant leur vision de l'hôtellerie urbaine du futur. Les idées portant sur la réutilisation des infrastructures à disposition seront scrutées avec une attention particulière. aca

futureofbusinesshotels.org/