

Welcome To Regenerative Hospitality

Les hôtels suisses comme acteurs clef pour les écosystèmes économiques, sociétaux et environnementaux

Résultats d'un sondage mené en ligne auprès des hôtels suisses en décembre 2022

17.04.2023

**Sarah Balet & Roland Schegg (HES-SO Valais/Wallis)
Lionel Saul & Alessandro Inversini (EHL)**

Table des matières

- Résumé
 - Résumé: Contexte et objectifs
 - Résumé: Résultats
- Concept de «Regenerative Hospitality»
- Méthodologie de l'étude
- Résultats (I) – Place Intelligence
 - Liens avec environnement/destination
 - Engagement de l'hôtel pour l'écosystème local
 - Engagement de l'hôtel pour l'environnement
- Résultats (II) – People Intelligence
 - Gouvernance et collaboration avec parties prenantes
 - Relation avec employés et clients
- Résultats (III) - Philosophie
 - Vision et philosophie régénérative
 - Perception des concepts «Regenerative Hospitality» et durabilité
- Résultats (IV) – Approche d'utilisation de la technologie
- Discussion
- Conclusions
- Contact
- Annexes
 - Profil de l'échantillon
 - Questionnaire

Résumé

[Retour au sommaire](#)

Résumé: Contexte et objectifs de l'étude

Le concept d'hospitalité régénératrice (*Regenerative Hospitality*) est une tendance relativement nouvelle dans le secteur de l'hôtellerie, qui vise à créer des impacts positifs nets sur l'environnement, les communautés locales et la société dans son ensemble.

Cette approche découle du concept de tourisme régénérateur qui met en avant le rôle du tourisme dans la régénération d'un écosystème. Les activités touristiques ne doivent plus seulement bénéficier aux parties prenantes touristiques mais à l'ensemble des parties prenantes d'un écosystème, humain et non-humain.

Notre projet de recherche «**Digitally Enabled Regenerative Hospitality Ecosystems**» financé par la **HES-SO** aborde ce domaine de recherche inexploré en définissant les composants clés de l'hospitalité régénératrice et en évaluant l'importance et les domaines d'application de l'hospitalité régénératrice dans l'hôtellerie suisse.

Résumé: Résultats – Place Intelligence

La grande majorité des hôtels, indépendamment de leur taille, catégorie, emplacement ou structure, sont **bien intégrés dans leur écosystème local et se préoccupent du bien être de ce dernier**. Ils ont un **lien fort avec les acteurs locaux** et se sentent, dans une certaine mesure, **concernés par les problèmes de la vie locale**. Cela se traduit par une contribution économique à la communauté locale à travers des partenariats avec des fournisseurs locaux et un soutien aux associations de la région.

L'engagement pour la **préservation et la régénération de l'environnement est cité comme une priorité** pour la majorité des hôtels ayant répondu. Ils mettent surtout en place des actions permettant de diminuer leur impact environnemental.

Toutefois, même si l'environnement ressort comme une thématique importante aux yeux des hôteliers, **seule une minorité s'est engagée dans des certifications ou des audits environnementaux**. De plus, **peu d'actions citées permettent une véritable régénération de l'écosystème**. La majorité se concentrent sur la diminution des impacts négatifs et sur un soutien économique, ce qui ne correspond pas complètement à l'approche d'hospitalité régénérative. Cette dernière se différencie du mouvement durable en mettant en avant le rôle proactif des entreprises pour la création d'un impact positif net sur leur environnement.

Résumé: Résultats – People Intelligence

Les **liens entretenus entre les hôtels et leurs employés, clients ou fournisseurs sont plus contrastés**. La majorité des hôtels se soucient du bien-être de leurs clients et proposent des services qui y contribuent. Toutefois, les **clients restent encore principalement à l'écart de l'écosystème local**. Les hôtels contribuent peu à créer des liens entre leurs hôtes, les communautés locales et la nature afin de favoriser l'impact positif de leurs clients sur la destination. Ce **lien entre les hôtes et leur environnement est important dans l'approche d'hospitalité régénératrice**. Ceux sont ces expériences authentiques et locales qui permettent d'influencer positivement les hôtes et les transformer.

La relation avec les employés est pour la grande majorité des établissements positive. Les **hôtels cherchent à recruter localement et mettent en avant les bonnes conditions de travail pour leurs employés**.

La grande majorité des répondants **n'impliquent pas les parties prenantes dans leurs prises de décision stratégique**, contrairement aux préconisations de l'hospitalité régénératrice qui met en avant l'importance d'une approche collaborative et de la mise en consultation des parties prenantes locales lors de décisions importantes.

Résumé: Résultats - Philosophie

Les hôtels dans leur ensemble sont **sensibles aux thématiques de l'hospitalité régénératrice**. La grande majorité des hôtels sont tout à fait conscient du rôle qu'ils ont à jouer pour créer un impact positif au niveau de la destination. Ils se soucient du bien-être des personnes et cherchent à créer un impact positif tout au long de leur chaîne de valeur.

Un **tiers des répondants expriment une certaine lassitude envers l'approche durable**. Cette remise en question des pratiques de durabilité par une partie des répondants offre une véritable opportunité pour le mouvement d'hospitalité régénératrice. En effet, l'hospitalité régénératrice offre une autre manière de prendre soin de son environnement local, en favorisant l'humain et un rôle pro-actif des entreprises. Avoir le bon état d'esprit et la volonté de faire le bien sont nécessaires pour implémenter une approche régénérative.

Le sondage démontrent que la grande majorité des hôtels ont le «bon» état d'esprit. Il nécessiterait toutefois que ces derniers partagent davantage leurs valeurs à leurs employés et leurs clients et cherchent à les éduquer sur les questions en lien avec l'hospitalité régénératrice.

.

Résumé: Résultats - Technologie

La **technologie est avant tout utilisée par la majorité des hôtels pour communiquer avec les parties prenantes** et, dans une certaine mesure, contribuer au bien-être des personnes. L'utilisation de la technologie comme outil de communication participe à la diffusion du mouvement d'hospitalité régénératrice en communiquant ouvertement au grand public les actions entreprises par les hôtels.

Une **minorité des hôtels est sensible aux questions de transparence des données et de souveraineté informatique**, ce qui va à l'encontre du mouvement d'hospitalité régénératrice. En effet, la transparence est un point très important car elle permet d'instaurer la confiance auprès des parties prenantes et éviter le phénomène de greenwashing. Les hôtels se doivent de mesurer et communiquer de manière transparente leurs actions et leurs impacts sur l'environnement local. De plus, favoriser des solutions open source permet de limiter la dépendance des hôtels auprès de grandes multinationales qui ne partagent pas forcément les valeurs régénératrices ainsi que de soutenir des plus petits acteurs.

Concept de «Regenerative Hospitality»

[Retour au sommaire](#)

Contexte

Dans de nombreuses régions du monde, le tourisme est considéré comme un outil stratégique puissant pour soutenir le développement durable. Cependant, les efforts des Nations unies en matière de **développement durable visent à limiter les dégâts et pas vraiment à prévenir et/ou à restaurer les lieux (tant sur le plan social qu'environnemental)**.

Sur ce constat, un nouveau modèle d'affaire, l'hospitalité régénératrice (regenerative hospitality) a vu le jour. **L'approche régénérative met en avant le bien-être de l'écosystème local** qui se définit par les communautés locales et la nature environnante.

La présence de l'hôtel amène une valeur ajoutée à l'écosystème local et contribue activement à son développement. Dans cette optique, les entreprises d'accueil sont considérées comme des interventions qui développent les capacités des lieux, des communautés et de leurs hôtes à fonctionner en harmonie avec des systèmes socio-écologiques interconnectés.

Notre projet de recherche «**Digitally Enabled Regenerative Hospitality Ecosystems**» financé par la **HES-SO** abordera ce domaine de recherche inexploré en en définissant les composants clés de l'hospitalité régénératrice et en évaluant l'importance et les domaines d'application de l'hospitalité régénératrice dans l'hôtellerie suisse.

Concept de «Regenerative Hospitality» (I)

Le concept d'hospitalité régénératrice (Regenerative Hospitality) est une tendance relativement nouvelle dans le secteur de l'hôtellerie, qui vise à **créer des impacts positifs sur l'environnement, les communautés locales et la société dans son ensemble**. L'hôtel joue un rôle actif dans le bien-être de son écosystème naturel et social.

Voici quelques-unes des principales tendances de l'hospitalité régénératrice :

- 1. Un accent sur la durabilité et la responsabilité environnementale** : L'hospitalité régénératrice donne la priorité à la protection et la régénération des ressources naturelles pour préserver l'équilibre des écosystèmes locaux. Cela implique l'utilisation de sources d'énergie renouvelables, de matériaux de construction durables et des pratiques respectueuses et écologiques dans tous les aspects de l'activité hôtelière. De plus, les hôtels participent activement à des projets environnementaux qui participent à la régénération de la faune et flore locale.
- 2. Collaboration avec les communautés locales** : L'hospitalité régénératrice met l'humain au centre, en protégeant les communautés locales et l'héritage du lieu. Elle favorise une approche collaborative avec l'ensemble des parties prenantes et établit des relations solides et mutuellement bénéfiques. Cela se traduit par la mise en place d'une chaîne d'approvisionnement locale, le développement de partenariats, le recrutement et la formation des locaux, la redistribution des bénéfices dans l'économie locale ou le soutien à des projets communautaires selon les besoins du lieu.

Concept de «Regenerative Hospitality» (II)

3. **Des expériences authentiques régénératives:** L'hospitalité régénératrice cherche à créer des expériences et des impacts positifs non seulement sur l'environnement, mais aussi sur la santé et le bien-être des clients et des employés. Cela se traduit par des expériences holistiques et authentiques qui lient les hôtes avec les communautés locales et la nature environnante. Les hôtels s'efforcent d'éduquer leurs clients et autres parties prenantes sur les valeurs de la philosophie régénératrice et de leur montrer une nouvelle approche plus respectueuse de voyager et consommer.
4. **Un engagement en faveur de la transparence et de la responsabilité :** L'hospitalité régénératrice met l'accent sur l'importance d'être ouvert et honnête sur les impacts de l'activité d'accueil, et d'être responsable de ces impacts. Cela implique mesurer les impacts environnementaux et sociaux de l'hôtel et de communiquer sur les mesures de durabilité, telles que les émissions de carbone, la réduction des déchets, l'utilisation de produits locaux. La transparence est au cœur de la philosophie régénératrice.
5. **Une approche collaborative:** Le modèle régénératif consulte les communautés locales sur leur besoin afin de trouver des solutions qui contribuent au bien-être de la communauté. Elle promeut une gouvernance qui implique l'ensemble des parties prenantes locales, que ce soit dans la définition des activités de l'hôtel, dans la réalisation de projets communautaires ou dans le développement de solutions opérationnelles.

Méthodologie de l'étude

[Retour au sommaire](#)

Questionnaire (I)

Le questionnaire est composé de 58 questions (cf. annexe «questionnaire» à la fin du rapport).
Il est organisé autour de différentes thématiques clef, issues d'interviews qualitatifs menés dans une autre phase de la recherche avec 19 experts internationaux (chercheurs, consultants et hôteliers) dans le domaine de la «regenerative hospitality».

I. Place intelligence (*bien-être des communautés locales et des écosystèmes locaux*)

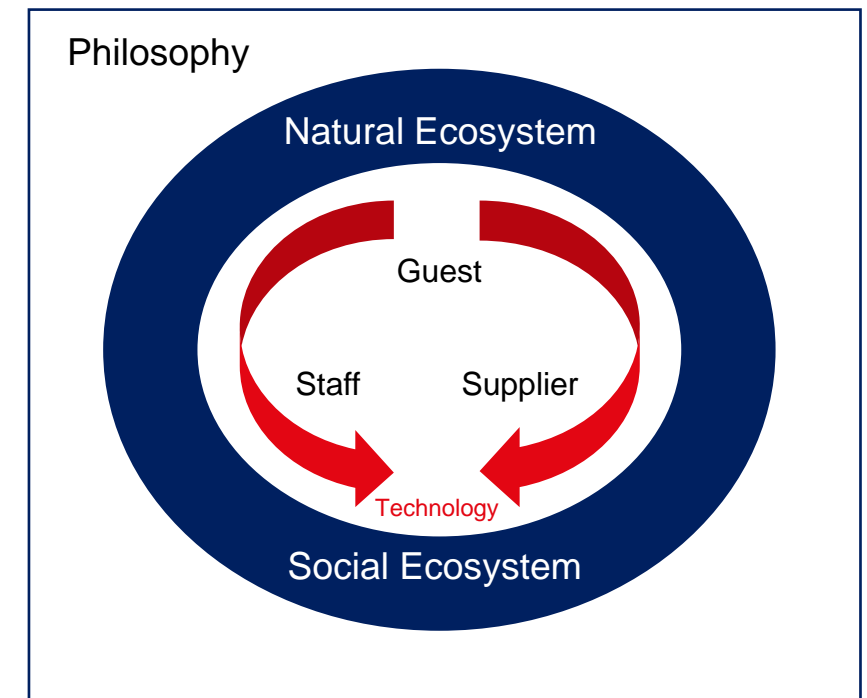
- Natural Ecosystem
- Social Ecosystem

II. People Intelligence (*bien-être des clients, des employés et partenaires*)

- Staff
- Guests
- Suppliers

III. Philosophy (*l'état d'esprit, la philosophie et la vision des hôtels*)

IV. Technology (*l'approche de l'utilisation de la technologie*)



Questionnaire (II)

L'objectif du questionnaire était d'une part **d'évaluer la perception des hôteliers suisses quand à la thématique du tourisme régénératif** et au tourisme durable en général.

D'autre part nous avons voulu mesurer quantitativement l'adoption des comportements et actions mis en œuvre par la hôteliers suisse qui respectent déjà les principes de la «regenerative hospitality» et ainsi mesurer l'importance des pratiques régénérative au sein du secteur.

Finalement, nous avons aussi voulu connaître les actions concrètes entreprises par les acteurs dans les différents domaine de la «regenerative hospitality» .

Récolte des données

Les données ont été collectées au moyen d'un **questionnaire distribué en français et allemand en décembre 2022**. Les résultats présentés ici s'appuient sur les **réponses de 108 établissements hôteliers, membres d'HotellerieSuisse**. Au total, 1822 hôtels ont été contactés par e-mail (l'équipe de recherche remercie **HotellerieSuisse** pour le soutien dans la diffusion du sondage!).

Vu que les hôtels n'ont pas tous répondu à l'ensemble des questions, le nombre total des observations peut varier d'une question à l'autre.

Le **profil de l'échantillon** est détaillé dans les annexes en fin de rapport, ci-dessous on présente quelques caractéristiques clef :

- La majorité des hôtels vient des cantons de Berne (26%), Valais (13%), Vaud (13%), Grisons (10%) et Zürich (10%)
- 62% des hôtels de l'échantillon sont indépendants, le reste fait partie d'une chaîne.
- En moyenne, les hôtels avaient 36 équivalents plein temps avant la pandémie et disposent de 76 chambres.
- 72% des hôtels ont un restaurant, 71% des salles de réunions et 52% des salles de conférence.
- Presque la moitié des hôtels est propriétaire du bâtiment.
- Les hôtels 3* (43%) et les hôtels de luxe (4* avec 30% et 5* avec 12%) représentent en grande majorité l'échantillon.

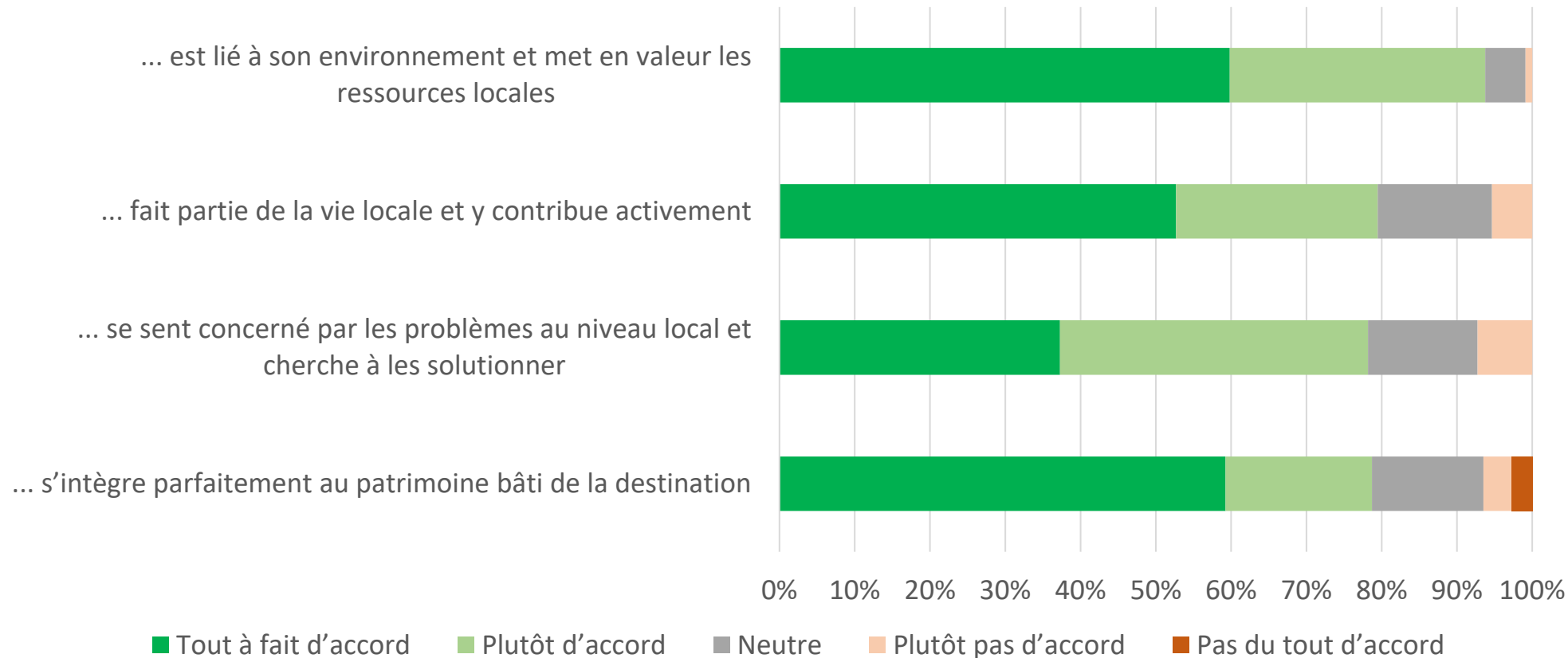
Résultats (I) – Place Intelligence

- A. Liens avec environnement/destination
- B. Engagement pour l'écosystème local (chaîne d'approvisionnement, nature et communautés locales)
- C. Engagement de l'hôtel pour l'environnement

[Retour au sommaire](#)

A. Lien avec environnement/destination

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel...



n=108 à 112

La grande majorité des hôtels exprime un lien fort et une implication prononcée pour l'écosystème local. 60% des répondants sont tout à fait d'accord que l'hôtel est lié à son environnement et fait partie de la vie locale, et presque 40% se sentent totalement concerné par des problèmes au niveau local.

A. Lien avec environnement/destination

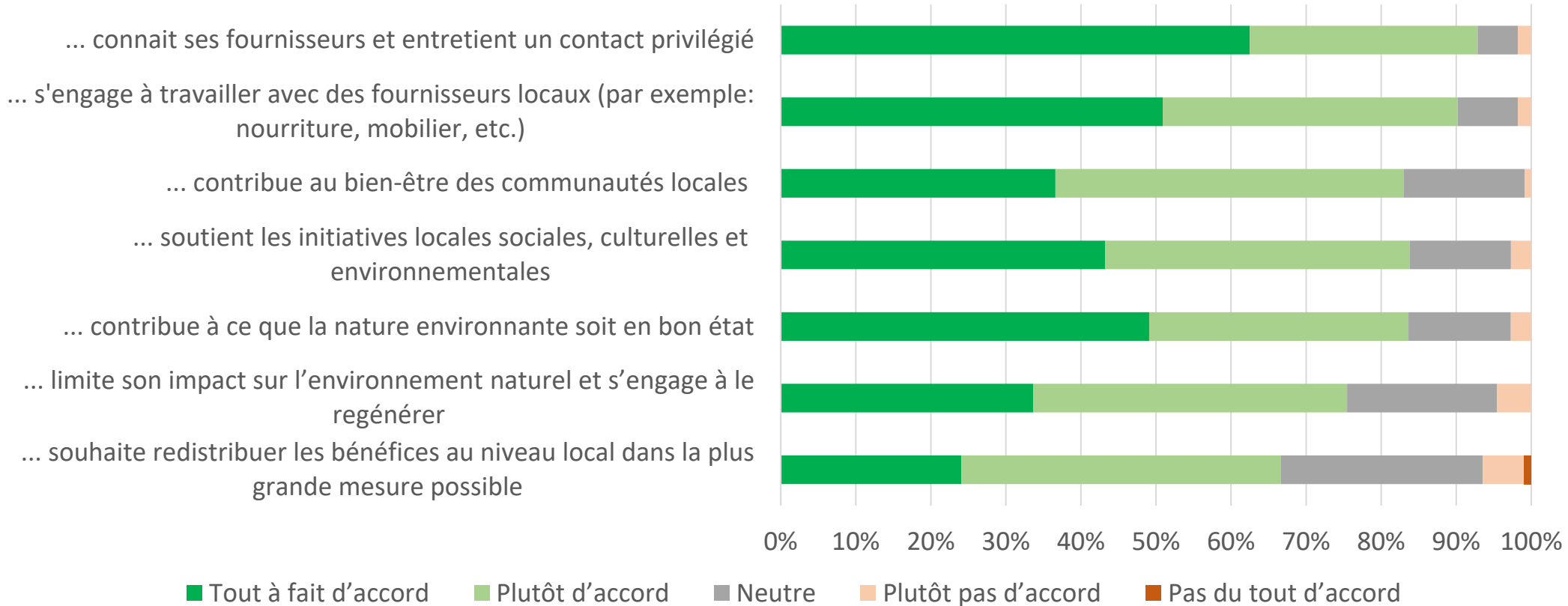
Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Les **grands hôtels (> 30 chambres)** semblent s'intéresser davantage aux *thèmes locaux* et s'impliquer plus activement que les petits hôtels.
- Les **hôtels accueillant des clients de loisirs** utilisent davantage *les ressources locales* que les hôtels accueillant des clients d'affaires.
- Un hôtel disposant **d'un éco-label ou d'une certification** est davantage *connecté à son environnement*, utilise les *ressources locales* et *contribue activement à la vie locale*.

B. Engagement pour l'écosystème local

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel...



n=108 à 112

La grande majorité (>80%) connaît et s'engage auprès des fournisseurs locaux, contribue à des projets de la communauté locale et les soutient. Entre 40% et 60% des répondants exprime un engagement marqué («tout à fait d'accord») pour l'écosystème local. La génération de bénéfices au niveau local et l'engagement pour la préservation et la régénération de l'environnement naturel sont une priorité pour la majorité des hôtels ayant répondu, mais dans une moindre mesure que pour les aspects précédemment cités.

B. Engagement pour l'écosystème local

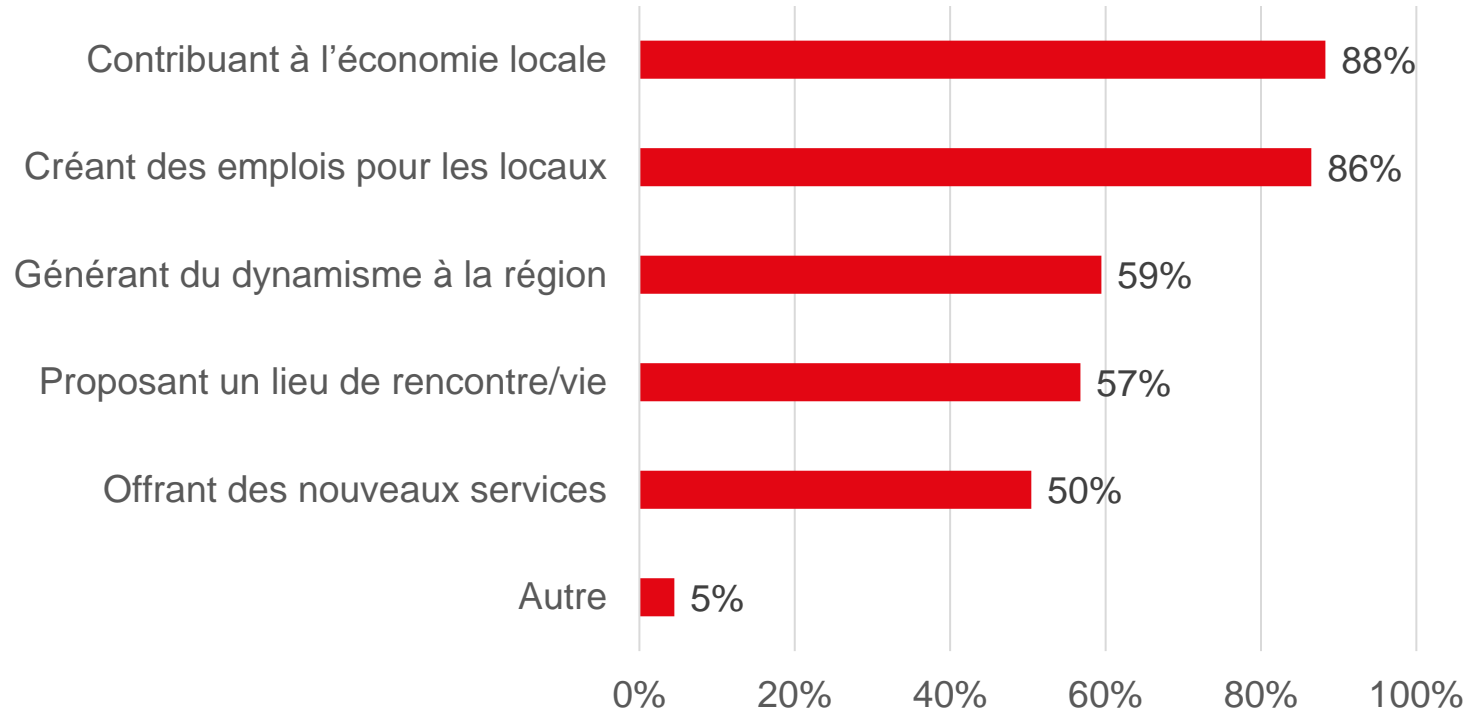
Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Les **hôtels situés à la montagne** contribuent davantage à maintenir la *nature environnante* en bon état que les hôtels situés ailleurs.
- Les **hôtels 5*** travaillent de manière plus intensive avec des *fournisseurs locaux* que les autres hôtels.
- Les **hôtels situés dans de petites localités** (<10.000 habitants) soutiennent davantage les *initiatives sociales, culturelles et environnementales locales* et contribuent à ce que la *nature environnante* soit en bon état que les hôtels situés en ville ou ailleurs.

B. Engagement pour l'écosystème local

Depuis que notre hôtel existe, cela contribue à améliorer la qualité de vie des communautés locales en ...



En tant qu'hôtelier, je participe activement à la politique locale et aux associations économiques.

Offrir des formations et des emplois adaptés

Engagement des responsables dans la politique locale, les conseils d'administration et la paroisse

Organiser des événements culturels

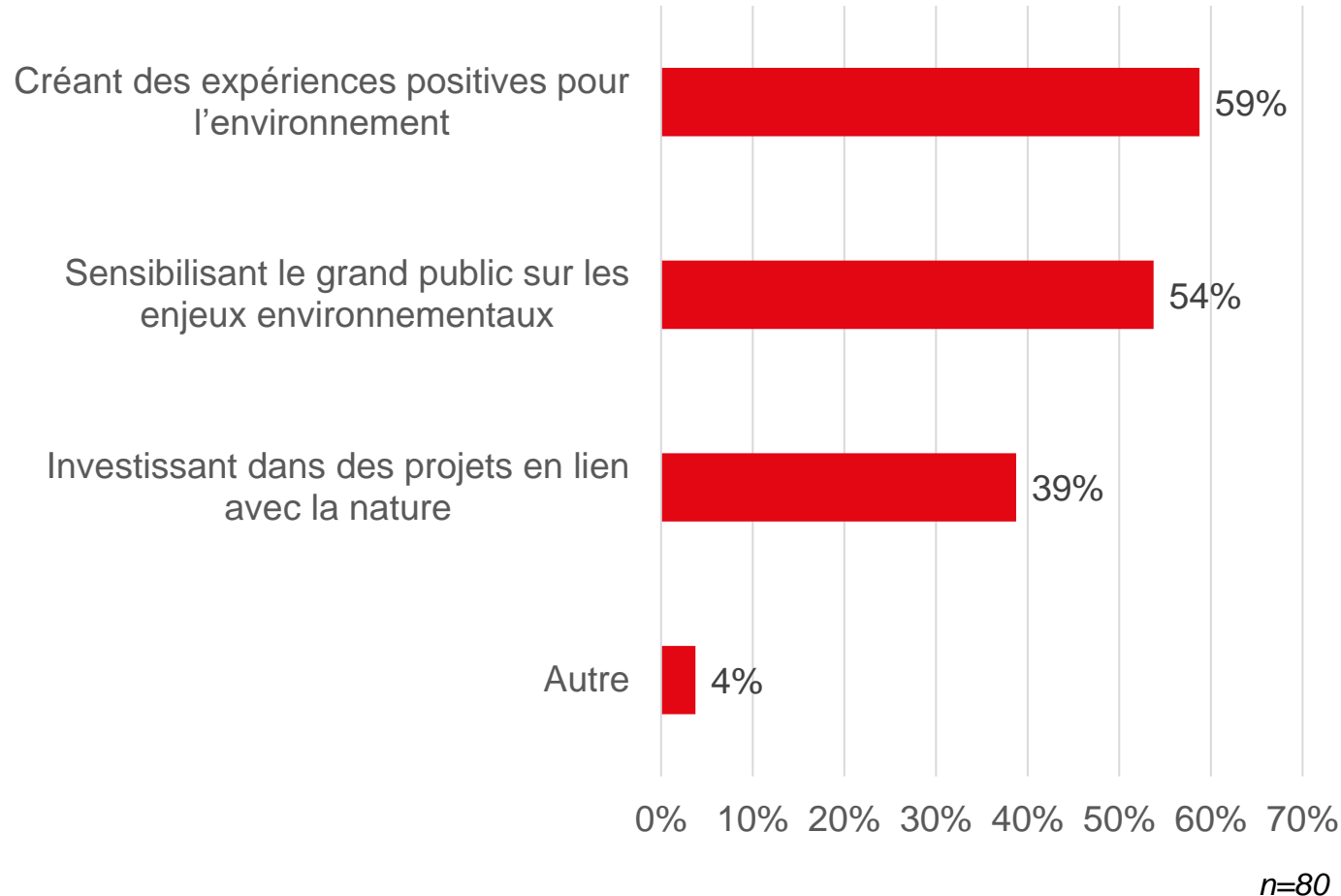
Soutenant financièrement les associations locales

n=111

Les hôtels mettent surtout l'accent sur la contribution économique de l'établissement à la communauté locale et un peu moins sur les aspects sociaux (lieu de rencontre, nouveaux services).

B. Engagement pour l'écosystème local

Depuis que notre hôtel existe, cela contribue à améliorer la qualité de la faune et flore locales en ...

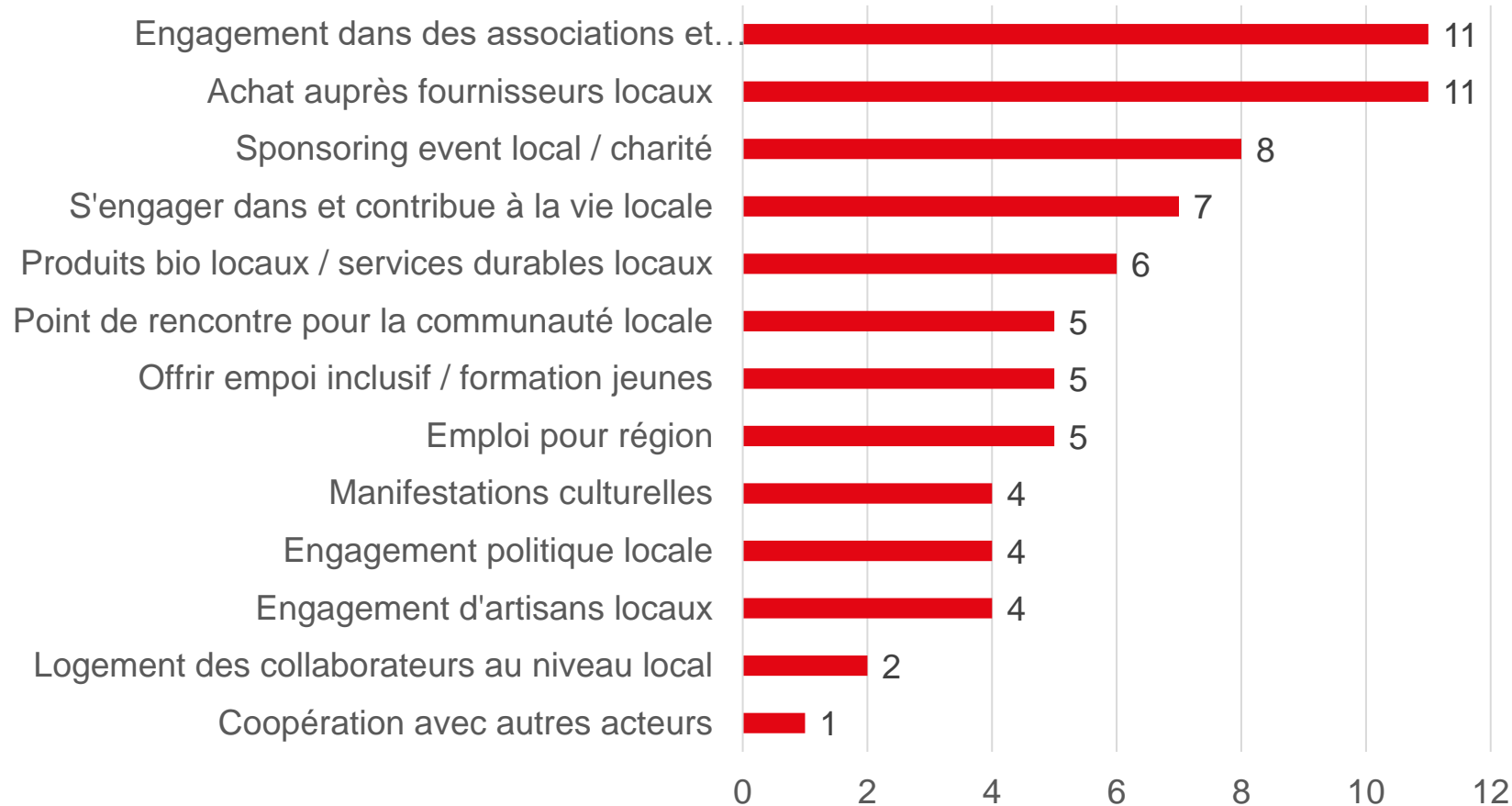


Programme d'éducation environnementale pour les hôtes.
Nous achetons énormément de produits locaux. Un restaurant s'appelle Radius (achats uniquement dans un rayon de 50 km maximum).
En prenant soin de notre parc privé, en le protégeant et en le rendant accessible à la communauté.

B. Engagement pour l'écosystème local

Comment votre hôtel s'implique-t-il concrètement dans la communauté locale ? (I)

Fréquence des thèmes évoqués basé sur l'analyse de 39 commentaires



L'utilisation d'une chaîne d'approvisionnement local et l'engagement dans des associations locales sont les deux catégories principales (plus de 50% des réponses) sur lesquelles les hôtels s'engagent pour leur communauté locale.

B. Engagement pour l'écosystème local

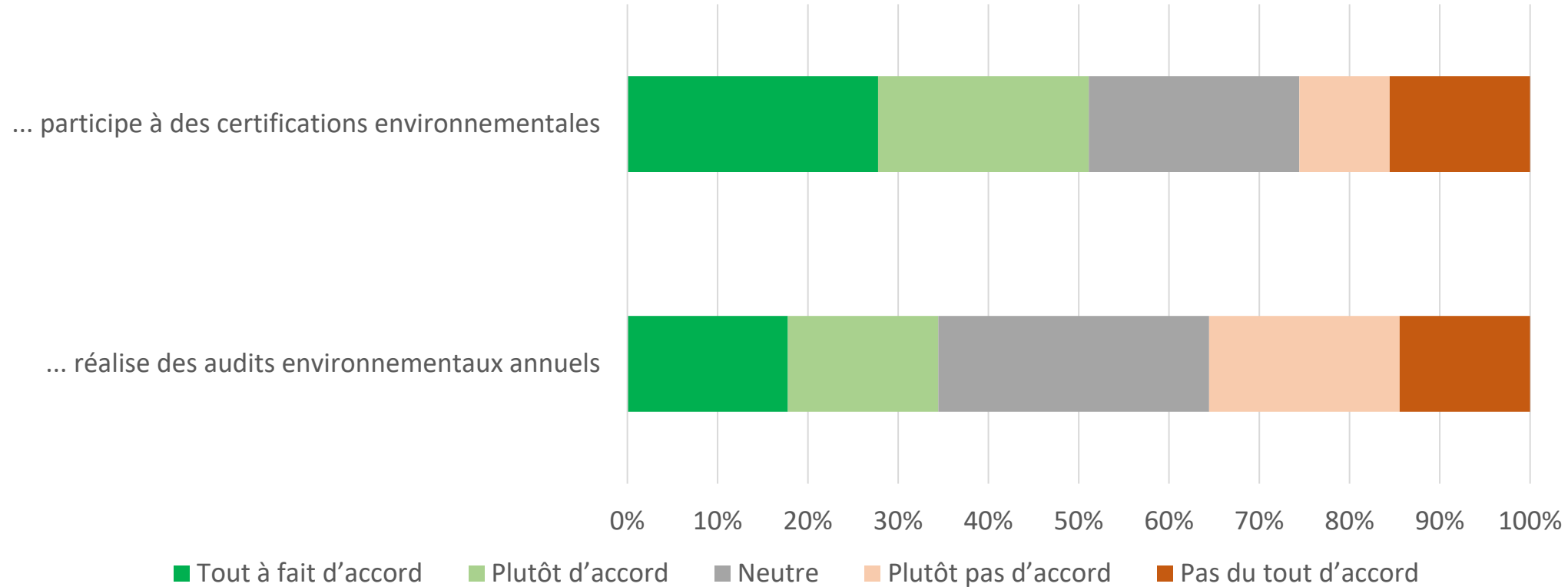
Comment votre hôtel s'implique-t-il concrètement dans la communauté locale ? (II)

Emploi pour 35 personnes de la région
Achat d'électricité issue de ressources renouvelables via le fournisseur d'électricité local
Des artisans de la région sont engagés pour les travaux dans nos immeubles.
Fournisseurs locaux
Impliqués activement dans la région. Assumer les obligations sociales et créer des emplois.
Offre de postes de travail et de formation adaptés/accompagnés pour les personnes souffrant d'une limitation (invalides)
Association des commerçants, Sponsor du festival local, Synergie avec la commune, Programme Cause We Care...
Formation et emploi des personnes handicapées. Manifestations culturelles
Lors de notre 20e anniversaire, nous avons organisé une grande fête pour les enfants avec un concert d'enfants dans notre jardin pour la population locale.
Charité, Fournisseurs locaux, Point de rencontre pour la communauté locale
La bourgeoisie est propriétaire de l'hôtel, nous gérons donc l'établissement en conséquence !
Acheter directement chez le producteur. Privilégier les produits bio
Engagement dans des institutions régionales (tourisme, H&Gf, HotellerieSuisse)
Collaboration étroite avec d'autres prestataires de services locaux
Au cours des 24 années de notre existence, nous nous sommes toujours engagés (en tant que dirigeants) dans des projets communs (p. ex. fondation & activité au sein du comité de l'association de branche, collaboration au sein du comité de l'organisation touristique, membre du parlement communal, du conseil de paroisse, etc.
Lieu de rencontre pour la communauté
Membre de diverses associations économiques locales et membre actif de l'office du tourisme. Le directeur est actif sur le plan politique dans diverses fonctions.
Dans la formation professionnelle des jeunes, dans la formation inclusive et intégrative
Nous sponsorisons différents événements locaux.
Concerts publics et expositions, local pour les associations (chorales).
Nous achetons de l'électricité verte auprès de l'entreprise électrique locale (même si nous sommes libres d'en acheter sur le marché) et nous utilisons ce supplément pour mettre en œuvre des mesures locales.

Partenariat avec une Fondation voisine s'occupant de personnes handicapées.
Participation à divers événements sportifs locaux, soutien à quelques œuvres caritatives locales, implication dans la section locale HotellerieSuisse (SHG), privilégier des fournisseurs locaux ...
Pas beaucoup car hôtel sans restauration en centre-ville, très peu d'impact avec la vie du quartier
Plusieurs plats de la carte du Restaurant sont 100% local.
Fournisseurs et artisans régionaux, collaborateurs régionaux.
Rotary Club, commission Cité de l'énergie St. Autorités communales, To Good to Go
Sapo Cycle, Green Key,
Création d'emplois à temps partiel et à l'heure (adaptés aux femmes au foyer, aux retraités, aux étudiants), collaboration à un projet culturel (musique classique), offre de salle de réunion pour les entreprises locales, les associations et les particuliers.
Collecte de dons pour l'île aux enfants - Circuits StattLand, sponsoring association de quartier, adhésion liste locale - sponsoring sportif SCB / BSV / YB / FC Breitenrain, échange avec les voisins, collaboration avec des fournisseurs locaux, membre d'associations locales et régionales, etc.
Participation à des festivités, participation à divers groupes d'accompagnement.
Nos propriétaires et nos collaborateurs s'engagent dans des associations locales, dans la politique, etc.
Notre station-service électrique (que nous avons depuis 2010) n'est pas seulement à la disposition de nos hôtes, mais aussi de la population locale.
Nous offrons entre autres des emplois garantis, des possibilités de formation continue, des opportunités de carrière et enrichissons la région même pendant les heures creuses.
Soutenir les entreprises lors de leurs événements, lors de travaux de transformation wm avec le commerce local. Achat local dans la mesure du possible
Repas à prix réduit pour les locaux. Essayer d'animer le village toute l'année avec du personnel. Essayer de passer des commandes au commerce local.
Membre du comité de l'association locale des hôteliers. Manifestations (également sans but lucratif) pour la population locale.
Weekend cueillette sauvage pour découverte des plantes comestibles. Logement des employés dans le village. Ouverture du café comme lieu de rencontre du village. Accueil du conseil municipal et rencontre des habitants.
Logement pour les collaborateurs, membre du parlement communal, présidence de la bibliothèque et de la section hôtelière, natation scolaire, etc.

C. Engagement de l'hôtel pour l'environnement

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel...



n=89 à 91

Une minorité des hôtels interrogés s'est engagée dans des certifications ou des audits environnementaux - environ un cinquième des hôtels affirment avec conviction s'être engagés dans cette direction.

C. Engagement de l'hôtel pour l'environnement

Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

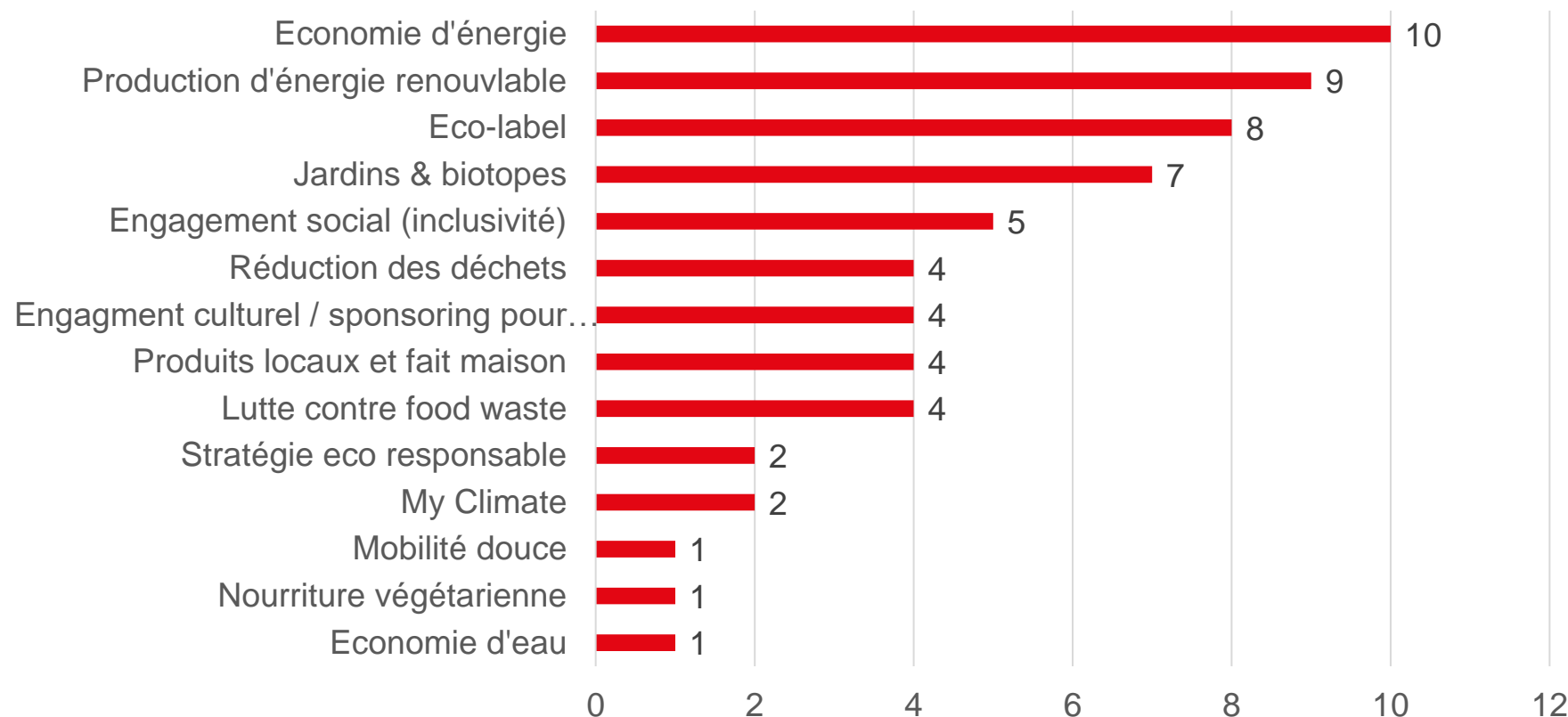
Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- L'engagement structuré dans des programme de certification ou des audits environnementaux est plus prononcé parmi les **hôtels 4-5*** et dans les **hôtels appartenant à une chaîne**.
- C'est aussi presque "naturellement" le cas entre les **hôtels éco-labellisés** par rapport aux hôtels non labellisés.

C. Engagement de l'hôtel pour l'environnement

Comment votre hôtel s'implique-t-il concrètement pour l'environnement (nature et communautés locales) ? Merci de nous donner des exemples d'actions concrètes pour régénérer votre environnement. (I)

Fréquence des thèmes évoqués basé sur l'analyse de 41 commentaires



Sur les exemples mentionnés, la grande majorité sont en lien avec des actions environnementales: sur les 14 catégories, 11 catégories sont en lien directes avec la nature et l'impact environnemental. Seulement 3 catégories, à savoir l'engagement social, l'engagement culturel et les produits locaux et faits maison sont liés aux communautés locales.

C. Engagement de l'hôtel pour l'environnement

Comment votre hôtel s'implique-t-il concrètement pour l'environnement (nature et communautés locales)? Merci de nous donner des exemples d'actions concrètes pour régénérer votre environnement. (II)

Biotope et jardins sans utilisation de produit chimique
Participation à Swisstainable niveau 1
Pas de minibar en chambre, mais distribution sur chaque étage d'eau fraîche plate ou gazeuse
Production de 25% de notre énergie
Offre de places de travail et de formation accompagnées, sponsoring d'événements culturels et sportifs, journées avenir pour les écoliers, offres de stages pour les personnes intéressées par une profession (hôtellerie et social), offre de places de service civil, stages pour les jeunes.
Raccordement et actionnaire du chauffage à distance de Grindelwald, efforts dans le domaine des déchets alimentaires, coaching de l'équipe en matière de durabilité sociale.
Beaucoup de "fait maison" au petit-déjeuner.
Chauffage à pellets. Eau chaude sanitaire solaire. Rénovations entreprises avec matériaux locaux. Accueil de séminaires de développement personnel. Nourriture végétarienne depuis 40 ans, principalement végétale maintenant. Participation à la vie du village.
Culture propre de légumes. Salades et herbes aromatiques
Economie de transport grâce à l'achat de produits régionaux
Emplois protégés
Greenkey
Chauffage au bois, toit solaire
Installation solaire hybride en service, utilisation de l'énergie hydraulique en projet
ibex faistaiy u.a.
Les néocytes invasifs sont régulièrement combattus, les nouvelles plantations sont réalisées avec des plantes indigènes.
ISO 14001, réduction des déchets alimentaires, réduction des déchets, Clean up Day
ISO 14001, certifié Swisstainable, certificat Valais excellence
pas de mesures concrètes
compostage dans le jardin, économie d'électricité et d'eau, réduction du chauffage,

Engagement culturel (concerts)
L'hôtel offre deux jours payés par an à chacun des employés pour qu'ils les consacrent à l'Oeuvre caritative de leur Choix (volunteering days)
Label Minergie Éco. Plantation. Potager.
Utiliser des produits locaux, projets préservant les ressources (nettoyage réduit des chambres, réduction du gaspillage alimentaire avec buffet de réapprovisionnement)
Ibexfairstay
My Climate - programm Cause we Care / Accor, Programm Planet 21 Level Silver / Swisstainable Level Engaged / Programme United Against Waste
notre hôtel fait partie du groupe HOTCO concernant l'impact carbone, sinon la direction est sensible à diminuer au maximum l'impact écologique de l'établissement
Partenaire Parc Naturel du Jura Vaudois: formation, activités, dons.
Partie du projet chauffage à distance
Peu de déchets et tri
politique eco responsable d'entreprise : www.treadright.org
Recyclage des savons : Youth for Soap, Tri des déchets carton, PET et PLP
Renouvellement des infrastructures pour baisser l'énergie utilisée
Jardin des variétés de semences / Biodiversité
Sauna extérieur chauffé au feu de bois
Swisstainable, Ok Go, Cause We Care, Minergie et approvisionnement en d'énergie 100% renouvelable, Certification "Textiles washed in Switzerland"
Trajets du personnels : Vélos et trotinettes
Utiliser les ressources avec précaution (eau, pétrole, électricité, etc.) Nous voulons maintenir notre parc (oasis de verdure) au milieu des bâtiments.
Pompe à air chaud, récupération de l'eau chaude,
Nous utilisons 100% d'électricité verte et 100% de biogaz, nous avons une installation photovoltaïque et une installation solaire thermique. L'extension construite en 2009 est conforme à la norme Minergie. Nous calculons nos émissions de CO2 avec MyClimate et les compensons à 100%, ce qui nous permet d'être considérés comme une entreprise climatiquement neutre.
ibex fairstay Platinum

Résultats (II) – People Intelligence

- A. Relation avec employés et clients
- B. Gouvernance et collaboration avec les parties prenantes

[Retour au sommaire](#)

A. Gouvernance et collaboration avec les parties prenantes

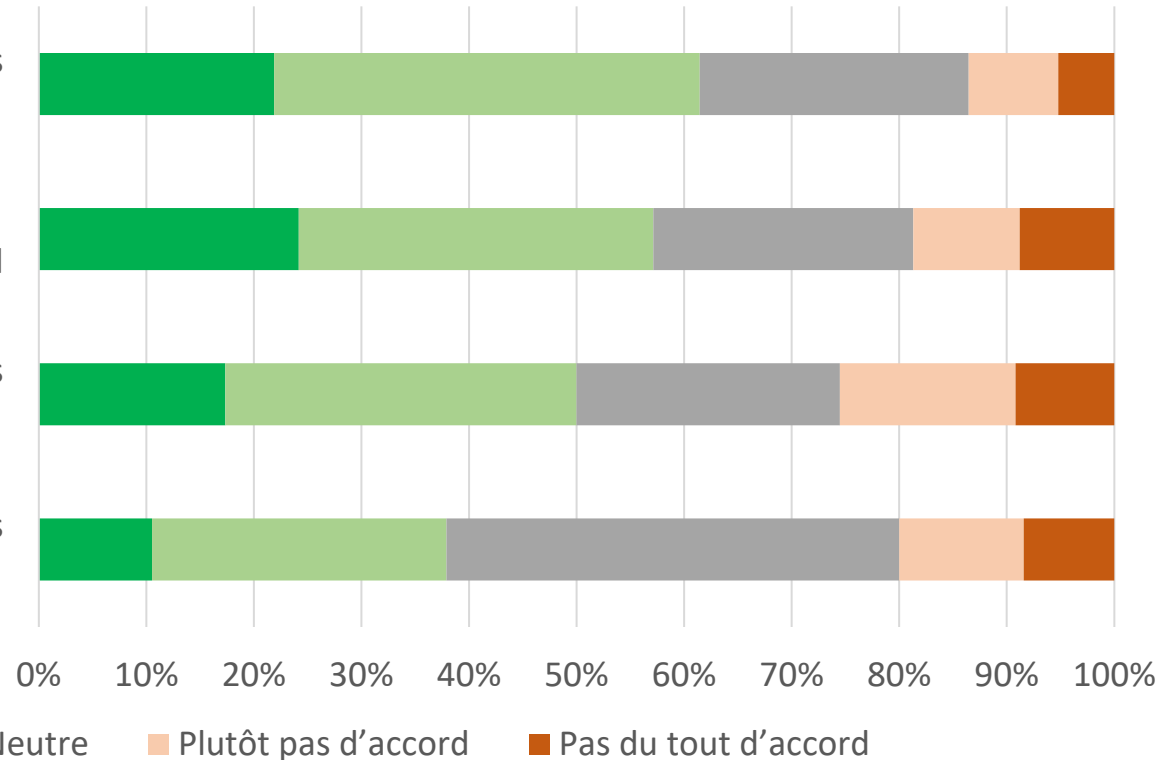
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel...

Lors de choix stratégiques, notre hôtel tient compte de l'impact de ses décisions sur les autres parties prenantes

Les parties prenantes locales (associations, communautés locales, autorités) ont été consultées pour le développement de notre hôtel

Les décisions sont prises en commun avec les parties prenantes concernées (internes et externes)

Le pouvoir de décision est équitablement réparti au sein des parties prenantes



n=91 à 98

Concernant la collaboration ou la consultation des parties prenantes dans le développement stratégique de l'hôtel, les pratiques sont plus partagées que pour des autres thématiques de notre enquête. Entre 10% et 20% des répondants sont tout à fait d'accord avec les propositions avancées ce qui indique que seulement une minorité des hôtels pratiquent une gouvernance partagée dans la gestion hôtelière.

A. Gouvernance et collaboration avec les parties prenantes

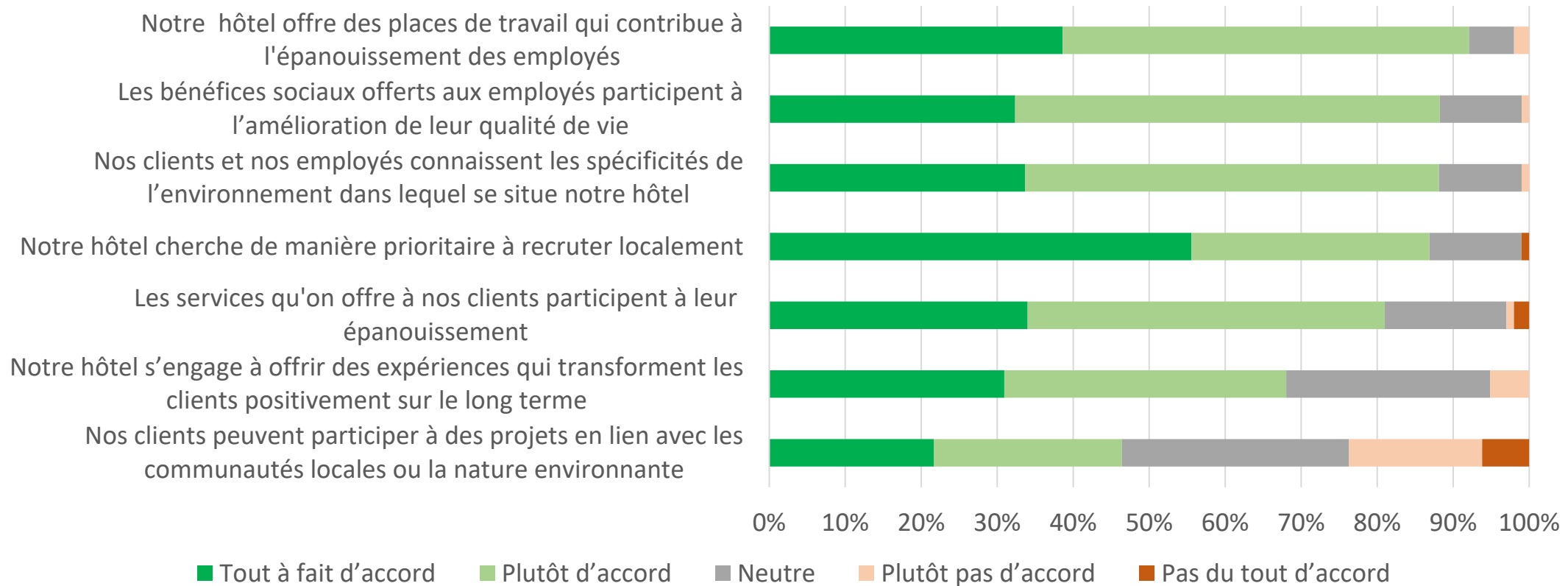
Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Les **hôtels de 50 à 100 chambres** semblent plus enclins à *prendre en compte les parties prenantes de l'écosystème local* que les petits ou grands hôtels.
- Les hôtels qui ont procédé à une **écocertification** ou qui ont introduit le label **Swisstainable** *tiennent davantage compte des avis des parties prenantes dans le développement de l'hôtel* par rapport aux hôtels non labellisés.

B. Relation avec collaborateurs et clients

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel...



n=97 à 102

Environ 30 % des personnes interrogées sont tout à fait d'accord pour dire que leur hôtel offre de bonnes conditions de travail à ses employés, dont la plupart essaient de recruter du personnel local. La moitié des hôtels sont "plutôt d'accord" avec ces points, qui sont déterminants pour l'attractivité du secteur en termes d'emploi. Les hôtels sont convaincus que les services proposés contribuent à l'épanouissement des clients et constituent même, dans une moindre mesure, des expériences transformatrices. Toutefois, la participation des hôtes à des projets liés à la population ou à la nature locale n'est pas encore une pratique répandue.

B. Relation avec collaborateurs et clients

Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Ce sont surtout les **hôtels écolabellisés** qui confirment que les clients et les employés connaissent les particularités de l'environnement dans lequel se trouve l'hôtel.
- Les **hôtels non écolabellisés** sont moins nombreux que les hôtels écolabellisés à déclarer que l'hôtel offre des emplois qui contribuent au développement et à l'épanouissement des employés.

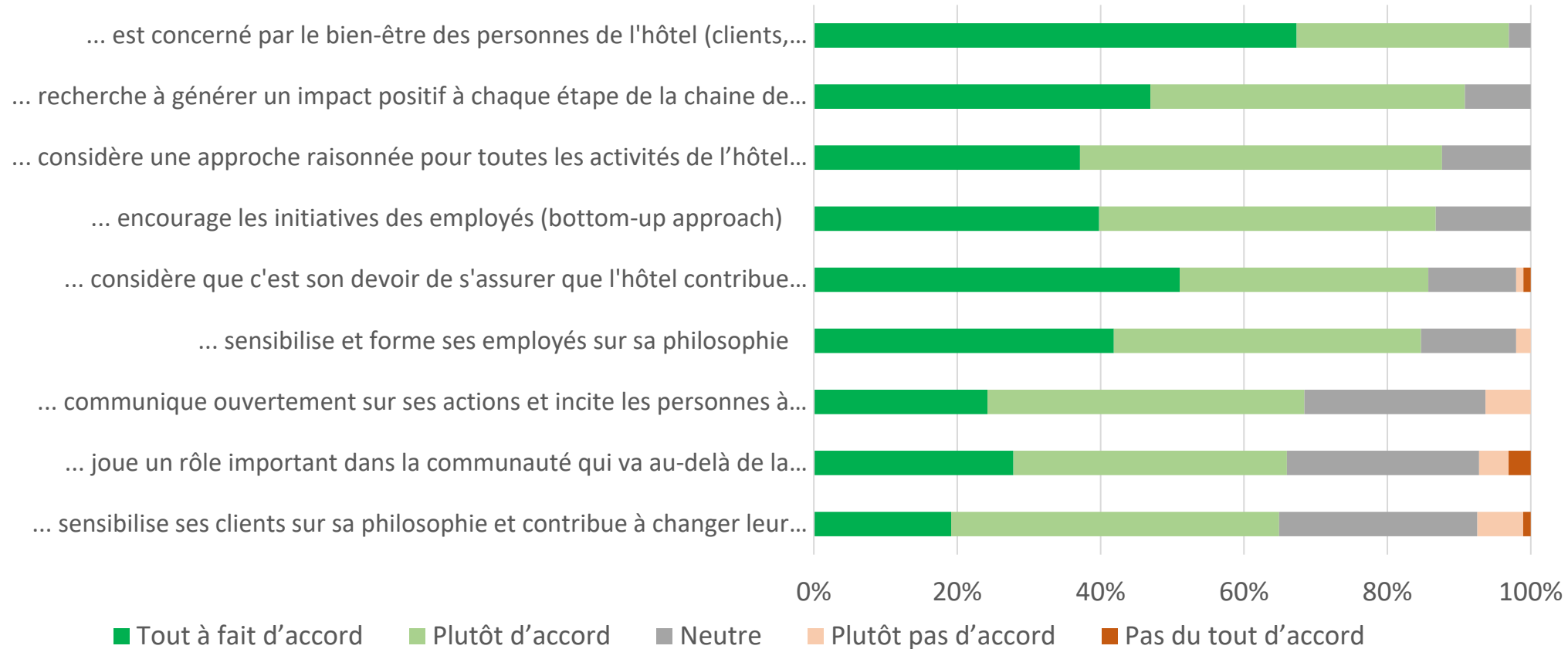
Résultats (III) – Philosophie

- A. Philosophie et vision
- B. Perception durabilité

[Retour au sommaire](#)

A. Philosophie/vision régénératrice

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel....



n=96 à 98

Il est frappant de constater que près de 90% des hôtels sont plutôt ou tout à fait d'accord avec la plupart des propositions proche de la philosophie d'une hôtellerie régénératrice. Ce taux baisse un peu pour les affirmations qui mettent en avant le rôle exemplaire de l'hôtel ou la sensibilisation des clients. Le pourcentage de personnes interrogées qui sont entièrement convaincues ("tout à fait d'accord") par l'hôtellerie régénératrice varie généralement entre 20% et 40%.

A. Philosophie/vision régénératrice

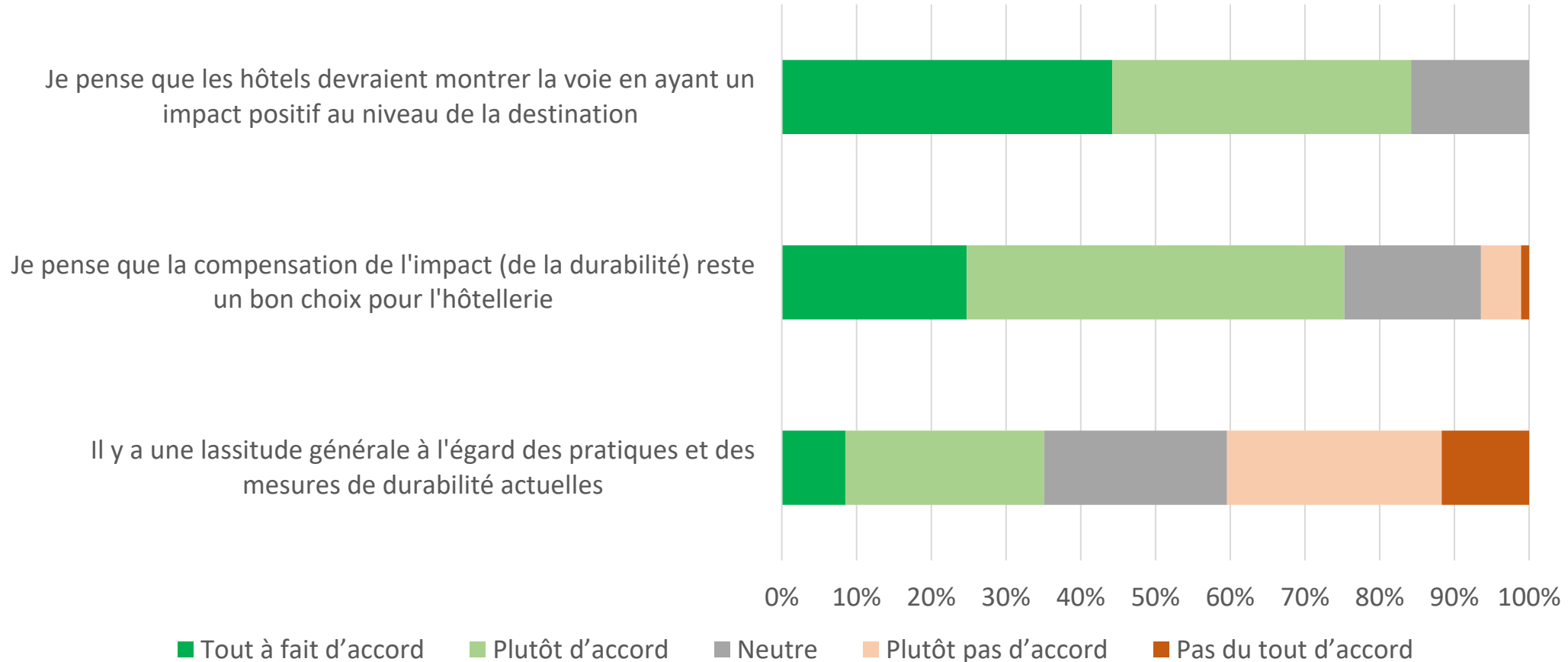
Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Ce sont surtout les **hôtels 4*** qui *informent et forment leur personnel* sur leur philosophie et les **hôtels 5*** qui *communiquent ouvertement sur leurs actions* et incitent les personnes à suivre leur exemple
- Les **hôtels de montagne** et les **hôtels de 50 à 100 chambres** considèrent davantage que les autres segments hôteliers qu'ils ont un *rôle important à jouer dans la communauté, qui va au-delà de la réalisation de bénéfices.*
- Les **hôtels situés dans de petites localités** (moins de 10 000 habitants), en particulier, considèrent qu'il est de *leur devoir de veiller à ce que l'hôtel apporte une contribution positive à l'environnement* (nature et communautés locales).
- En revanche, on constate que ni le mode de gestion (hôtel indépendant vs. hôtel de chaîne) ni la région linguistique n'influencent les réponses.

B. Perception durabilité

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes?



n=93 à 95

Il est frappant de constater que plus de 80% des répondants sont plutôt ou tout à fait d'accord avec la proposition que les hôtels devraient montrer la voie en ayant un impact positif au niveau de la destination. Mais on constate en même temps qu'un tiers des répondants exprime une certaine lassitude générale à l'égard des pratiques et des mesures de durabilité actuelles.

B. Perception durabilité

Le profil des hôtels avec une perception différente

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Les **hôtels dotés d'un écolabel ressentent clairement moins de lassitude** générale à l'égard des pratiques et mesures de durabilité actuelles que les hôtels sans écolabel.

B. Perception durabilité

Remarques générales

Une commune/un canton devrait être le premier à montrer l'exemple.

Cela me fait réfléchir quand je vois tout ce que l'on devrait faire et comment se comporte effectivement la population en général. Cela me fait souvent très mal.

Lors du check-in avec visite guidée de la maison, j'attire par exemple l'attention des hôtes sur le chauffage. Le matin, j'arrive dans la chambre d'amis où la température est réglée au maximum et où la fenêtre est ouverte !

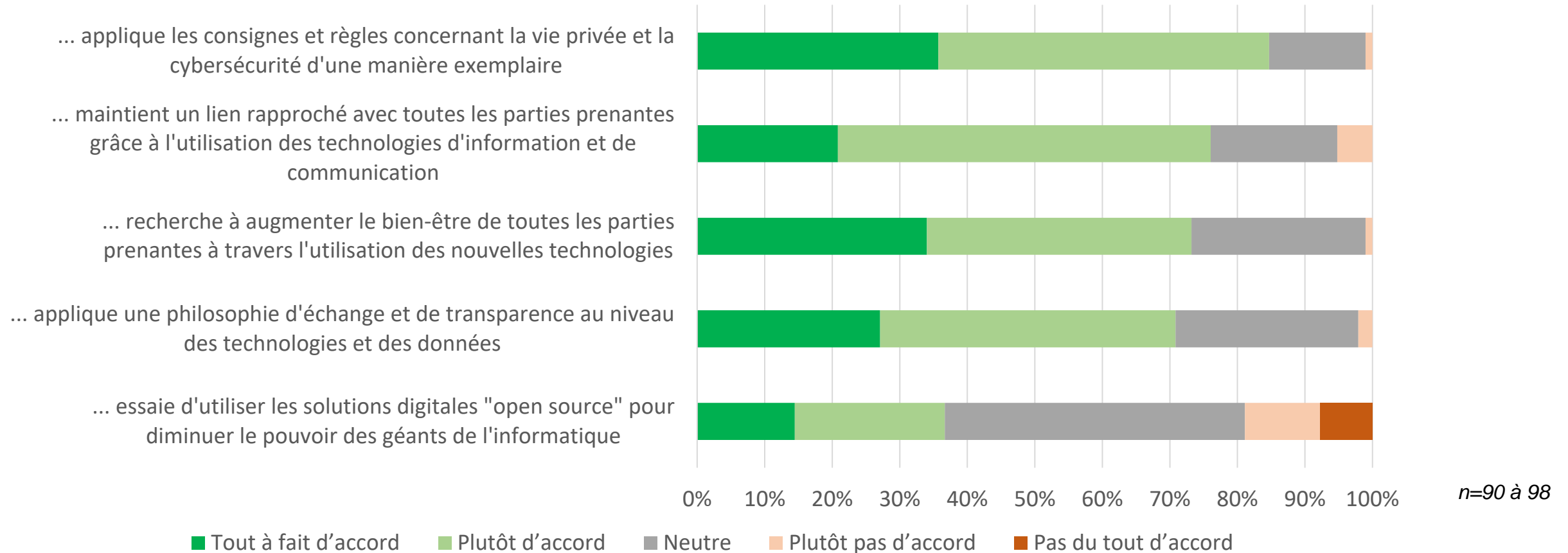
La qualité 5 étoiles et les standards ne sont pas toujours compatible avec la durabilité : la climatisation par exemple !

Les remarques ci-dessous soulignent le rôle des clients et leur influence sur les impacts de l'hôtel. Selon l'approche régénérative, c'est aussi au rôle des hôtels d'éduquer les clients et les influencer positivement dans leur comportement et choix.

Résultats (IV) – Approche d'utilisation de la technologie

[Retour au sommaire](#)

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ? Notre hôtel...



Alors que les aspects de la protection des données et de la collaboration avec les parties prenantes via les technologies de communication semblent être une pratique courante pour la grande majorité des personnes interrogées, les questions de transparence des données et de souveraineté informatique sont moins présentes dans la pratique. Cependant, seulement 15% à 35% des personnes interrogées étaient tout à fait d'accord avec les propositions, ce qui indique un certain manque de progrès dans l'utilisation responsable de la technologie.

Le profil des hôtels avec des pratiques régénératrices marquées

Différences entre les segments hôteliers (avec une signification statistique)

- Ce sont prioritairement les **hôtels urbains et périurbains** qui semblent appliquer une philosophie d'échange et de *transparence au niveau des technologies et des données*

Discussion

[Retour au sommaire](#)

Discussion: l'importance de l'hospitalité régénératrice en Suisse (I)

Notre questionnaire se compose de 41 questions, catégorisées en plusieurs dimensions et sous-dimensions (voir tableau ci-dessous). Les quatre dimensions principales du questionnaire sont:

A. Place's Intelligence qui regroupe les sous-dimensions suivantes:

- Lien entre l'hôtel et son environnement/la destination
- Engagement de l'hôtel pour l'écosystème local (chaîne d'approvisionnement, nature et communautés locales et
- Engagement de l'hôtel pour l'environnement

B. People's Intelligence qui regroupe les sous-dimensions suivantes:

- Gouvernance et collaboration de l'hôtel avec les parties prenantes locales
- Relation avec les employés et les clients

C. Philosophie qui regroupe les sous-dimensions suivantes:

- Philosophie ou vision régénératrice
- Perception sur la durabilité

D. Technologie qui regroupe la sous-dimension suivante:

- Approche d'utilisation de la technologie

Le questionnaire a été évalué sur une échelle de Likert à cinq niveaux. De cette manière, il a été possible de calculer un score total, soit la somme des items (questions) pour chaque dimension. La pondération pour chaque catégorie est similaire. Seules les réponses qui étaient complètes ont été prises en compte dans les calculs (91 observations).

Discussion: l'importance de l'hospitalité régénératrice en Suisse (II)

		<i>Nbe items (échelle 1 à 5)</i>	<i>Max points</i>	<i>Moyenne</i>		<i>Percentiles 85%</i>	<i>Nbe d'hôtels dans percentiles 85%</i>	<i>Proportion sur le total de 91 hôtels</i>
Place Intelligence	Lien avec environnement/destination	4	20	17,3	86,3%	20	21	23,1%
	Engagement pour l'écosystème local	7	35	27,4	78,1%	30	23	25,3%
	Engagement pour l'environnement	2	10	6,0	59,5%	9	16	17,6%
	Total Place Intelligence	13	65	50,6	77,8%	57	17	18,7%
People Intelligence	Gouvernance et collaboration avec parties prenantes	4	20	13,3	66,5%	17	19	20,9%
	Relation avec employés et clients	7	35	25,7	73,3%	30	18	19,8%
	Total People Intelligence	11	55	38,9	70,8%	46	16	17,6%
Philosophy	Philosophie/vision régénératrice	9	45	37,4	83,1%	43	19	20,9%
	Perception durabilité	3	15	11,2	74,7%	13	17	18,7%
	Total Philosophie	12	60	48,8	81,3%	55	17	18,7%
Technology	Approche d'utilisation de la technologie	5	25	19,1	76,2%	21	29	31,9%
	TOTAL	41	205	156,6	76,4%	178	15	16,5%

Discussion: l'importance de l'hospitalité régénératrice en Suisse (II)

Afin d'estimer l'importance de l'hospitalité régénératrice dans l'échantillon, un seuil a été fixé aux percentiles 85%. On considère alors que les hôtels au-dessus d'un score de 178 points comme ayant des pratiques régénératrices. Dans notre étude c'est le cas pour 16,5% des hôtels, soit 15 propriétés.

- Il convient de noter que, malgré la bonne couverture des différents types d'hôtels en Suisse, notre enquête n'est probablement pas tout à fait représentative du secteur. Nous pensons que les 16,5% représentent une surestimation de la valeur réelle, car l'enquête a suscité l'intérêt d'hôteliers qui s'intéressent déjà au sujet.

Ces 15 hôtels sont situés à différents endroits (à la montagne et en ville), couvrent différentes catégories (de 3* à 5*) et sont de différentes tailles (de 16 chambres à 171 chambres). Néanmoins, on les trouve plus souvent (63%) dans les petites villes (< 10.000 habitants) et plus souvent (69%) dans les hôtels qui se concentrent sur les clients de loisirs. Trois hôtels sur quatre n'appartiennent pas à une chaîne hôtelière ou à une entreprise affiliée. Une grande partie (69%) de ces hôtels sont labellisés éco-responsables.

Discussion: l'importance des composantes clés de l'hospitalité régénératrice

Dans l'ensemble, les hôtels sont sensibles aux différentes dimensions de l'hospitalité régénératrice et contribuent à générer un impact positif net sur leur écosystème local.

La **Place Intelligence**, avec une moyenne de 50,6 sur 60 (78% du score maximal) est la dimension dans laquelle les hôtels sont le davantage impliqués. Le lien avec la destination est particulièrement fort: 23% des hôtels ont marqué le nombre maximum de 20 points pour cette sous-dimension. Au contraire, l'implication des hôtel pour les mesures de durabilité est plus contrastée: la moyenne du score des 91 hôtels pour la sous-dimension engagement pour l'environnement est de 6 sur 10. Seul 18% des hôtels ont marqué entre 9 et 10 points.

La transparence dans l'utilisation des technologies est aussi une dimension considérée importante pour la majorité des hôtels. 32% des hôtels affichent un score supérieur ou égal à 21 sur les 25 points maximum.

La catégorie **People Intelligence** est la dimension qui **comptabilise le moins de points** avec une moyenne de 38,9 sur 55 (71% du score maximal). Il y a une différence marquée entre les catégories gouvernance et relation avec les employés et clients. Alors que la moyenne des 91 hôtels pour la relation avec les employés et les clients se situe à 71% du score maximal, elle n'est que à 66% pour la gouvernance. Les hôtels sont plus contrastés sur l'importance de collaborer et d'impliquer les parties prenantes dans les prises de décision.

Finalement, même s'ils ne l'expriment pas dans le mêmes termes, avec une moyenne de 49 sur 60, la grande majorité des hôtels partagent les principes de la philosophie régénératrice.

Conclusions

[Retour au sommaire](#)

Conclusions et limitations

Les résultats du sondage **démontre la sensibilité des hôtels suisses vis-à-vis des questions environnementales et sociales**. Bien que les répondants ne s'identifient pas comme des hôtels régénérateurs et que seul 18% de l'échantillon peut être qualifiés comme tel, **la grande majorité sont en accord avec les principes de la philosophie régénérative**, à savoir créer un impact positif sur son environnement local, la nature, les communautés locales, les employés, partenaires et clients.

Les résultats très positifs, à savoir une moyenne de 76%, questionnent toutefois sur l'interprétation des principes mentionnés dans le sondage et la perception peut-être subjective des hôtels concernant leurs impacts sur leur environnement local.

- En effet, les résultats d'une analyse descriptive, réalisée dans une étude annexe par des étudiantes de la HES-SO Valais/Wallis en automne 2022, des actions entreprises et communiquées sur les sites internet de 148 hôtels suisses (échantillon aléatoire représentatif de la population hôtelière suisse) sont beaucoup plus mitigés: 38,5% des actions communiquées sur le site web des hôtels correspondent aux principes d'hospitalité régénératrice.
- L'étude descriptive des sites web souligne que les hôtels sont bien intégrés dans leur environnement local, toutefois les actions concrètes pour régénérer leur écosystème restent limitées. Le bien-être de la clientèle et le recours à une chaîne d'approvisionnement local sont souvent mis en évidence sur les sites internet, mais peu de mention concernant les autres relations avec les employés, les communautés locales et la nature.
- Il serait utile d'approfondir ces premiers résultats en menant des études de cas parmi les répondants afin de pouvoir déterminer les actions concrètes en lien avec l'hospitalité régénératrice.

Contact

[Retour au sommaire](#)

Contact

Sarah Balet

HES-SO Valais-Wallis

Haute Ecole de Gestion

Institut Tourisme (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Suisse

Tel: +41 (0)58 606 90 83

Mail: sarah.balet@hevs.ch

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/sarah-balet/>

Web: www.hevs.ch / www.etourism-monitor.ch / www.tourobs.ch

Bachelor of Science HES-SO in Tourismus (D, F, E)



Contact

Prof. Roland Schegg

HES-SO Valais-Wallis

Haute Ecole de Gestion

Institut Tourisme (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Suisse

Tel: +41 (0)58 606 90 83

Mail: roland.schegg@hevs.ch

Twitter: [@RolandSchegg](https://twitter.com/RolandSchegg)

LinkedIn: ch.linkedin.com/in/rolandschegg/

Web: www.hevs.ch / www.etourism-monitor.ch / www.tourobs.ch

Bachelor of Science HES-SO in Tourismus (D, F, E)



Contact

Lionel Saul

EHL Hospitality Business School

Route de Berne 301

1000 Lausanne 25

Switzerland Tel: +41 21 785 10 85

Mail: lionel.saul@ehl.ch

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/lionel-saul/>

Web: www.ehl.edu



Contact

Prof. Alessandro Inversini

EHL Hospitality Business School

Route de Berne 301

1000 Lausanne 25

Switzerland Tel: +41 21 785 10 85

Mail: alessandro.inversini@ehl.ch

Twitter: @beanbol

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/inversini//>

Web: www.ehl.edu



Annexes

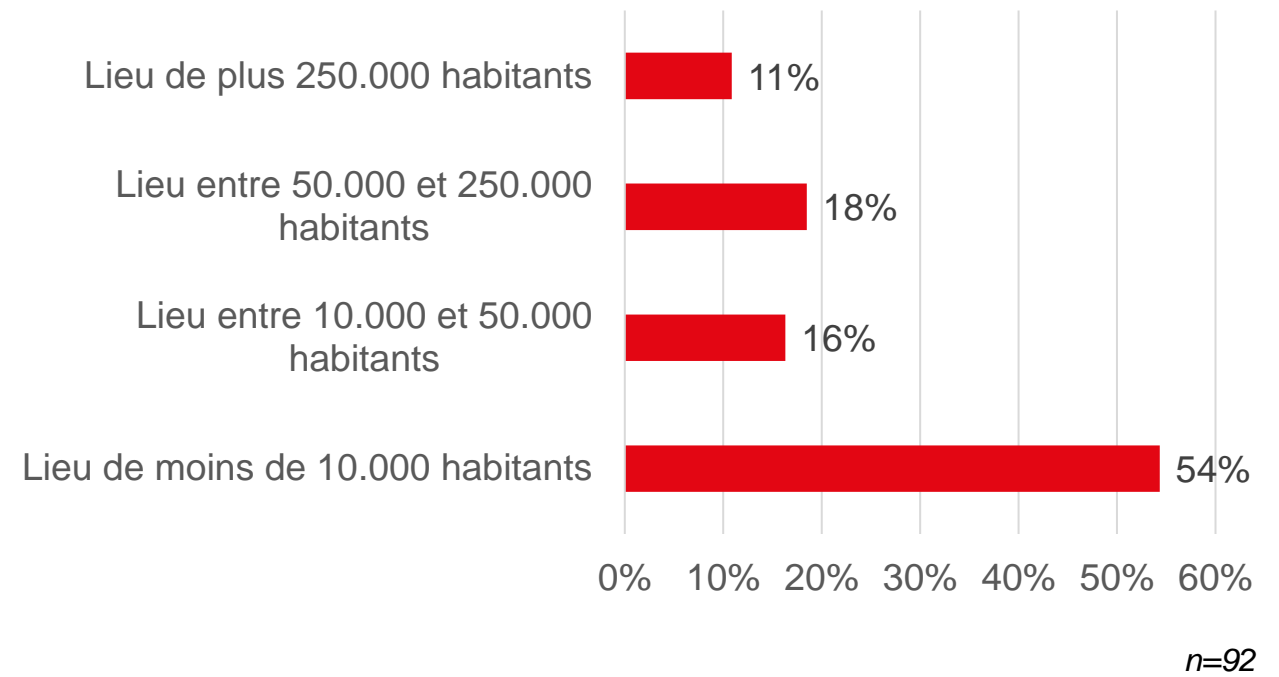
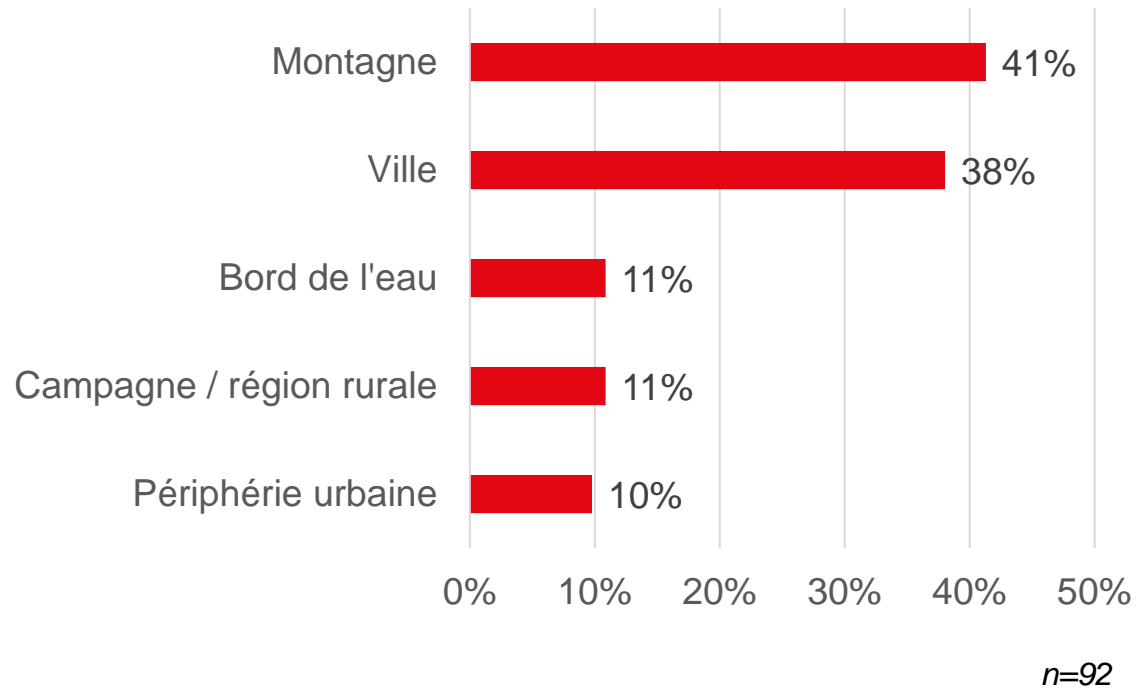
- A. Structure de l'échantillon
- B. Questionnaire

[Retour au sommaire](#)

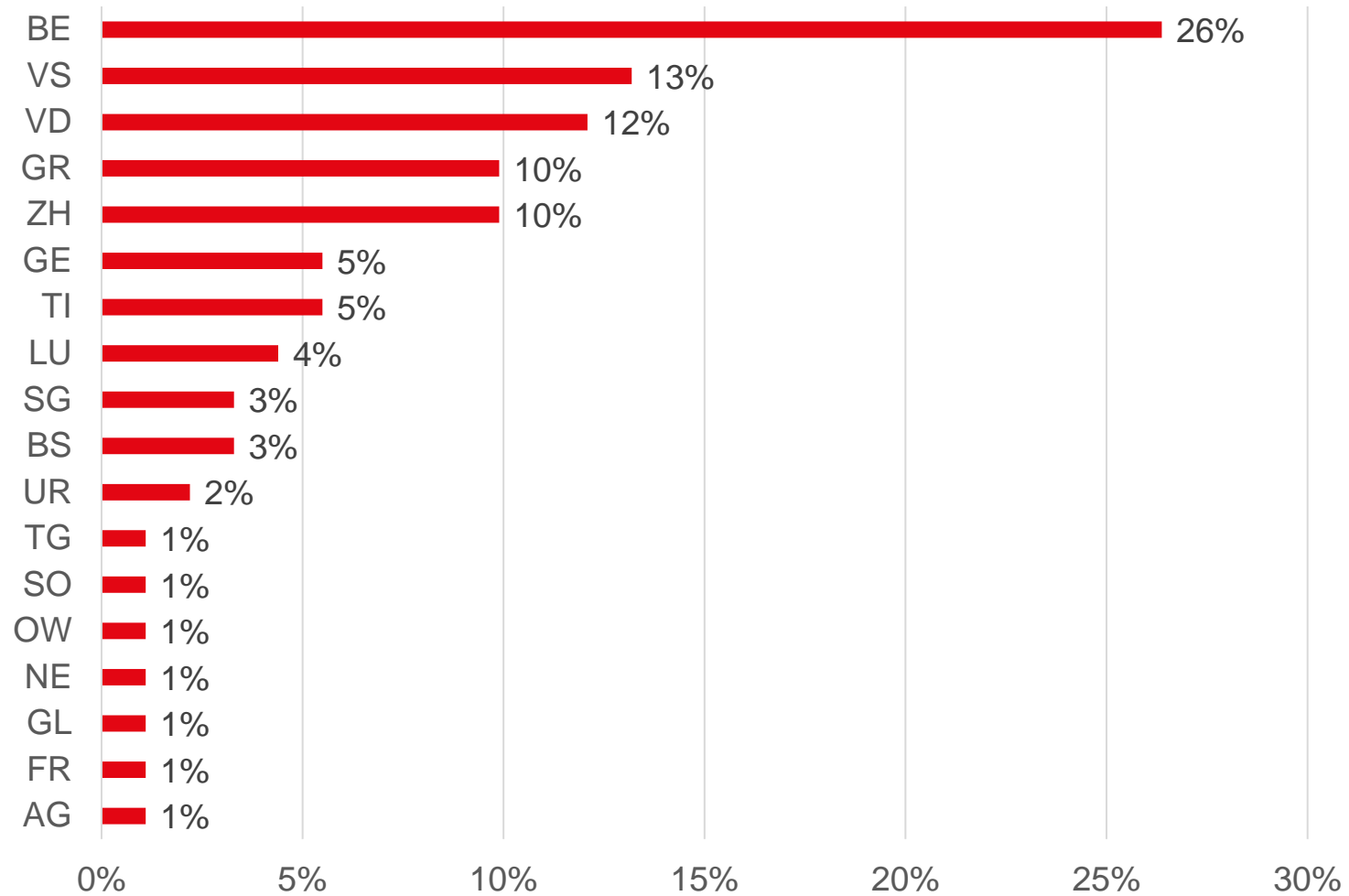
A. Structure de l'échantillon

[Retour au sommaire](#)

Emplacement

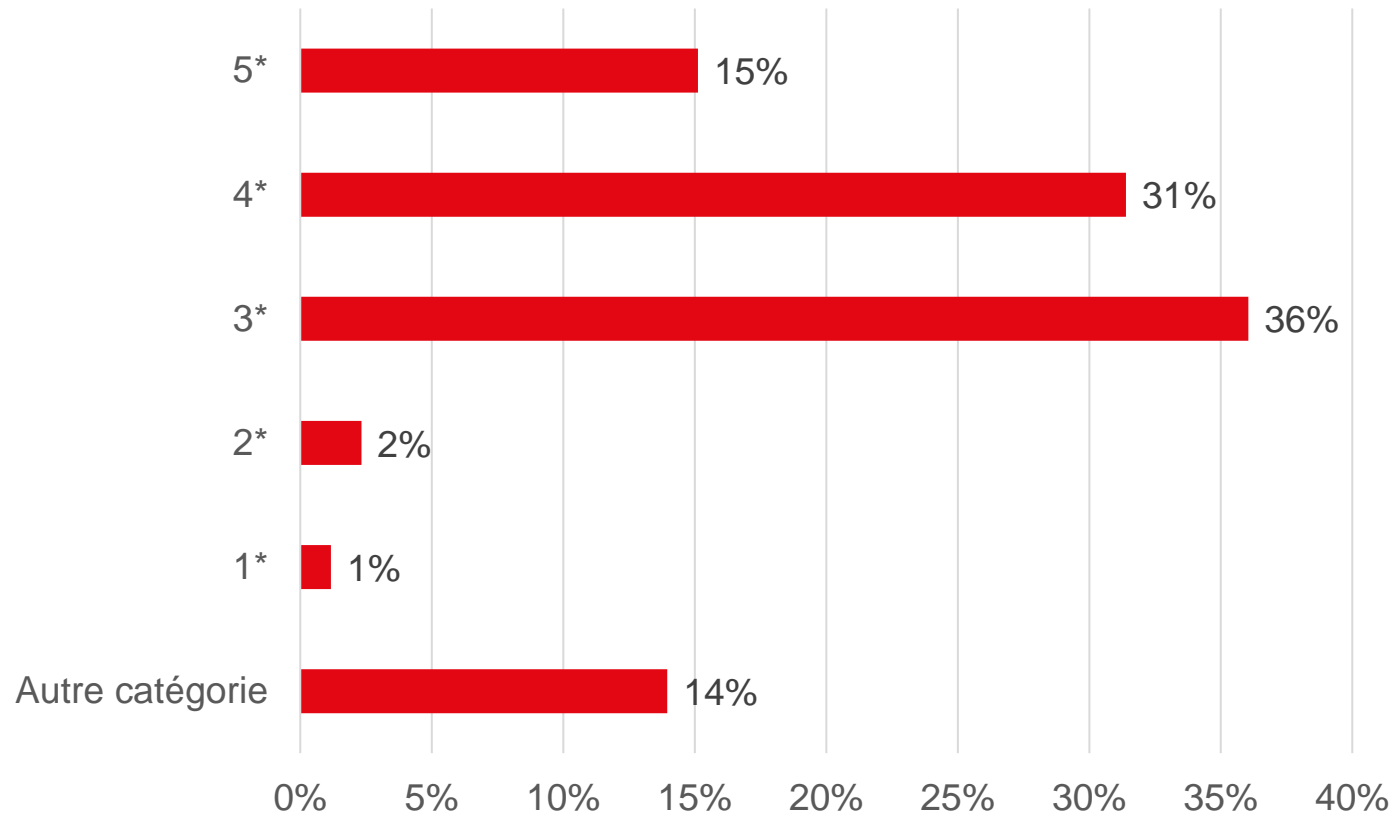


Cantons



n=94

Classification hôtelière

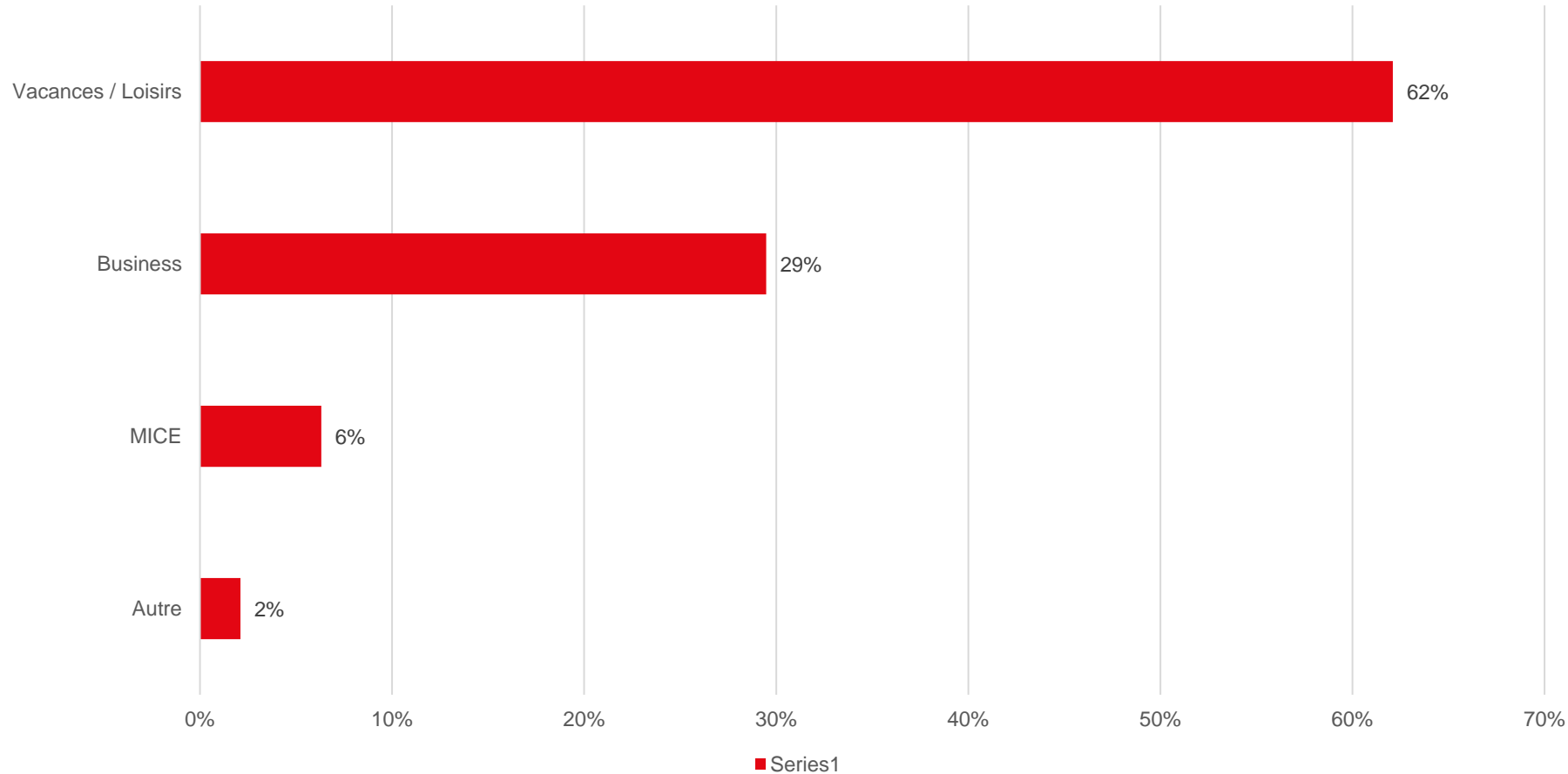


n=86

93% des hôtels dans l'échantillon sont classés

Type de clientèle

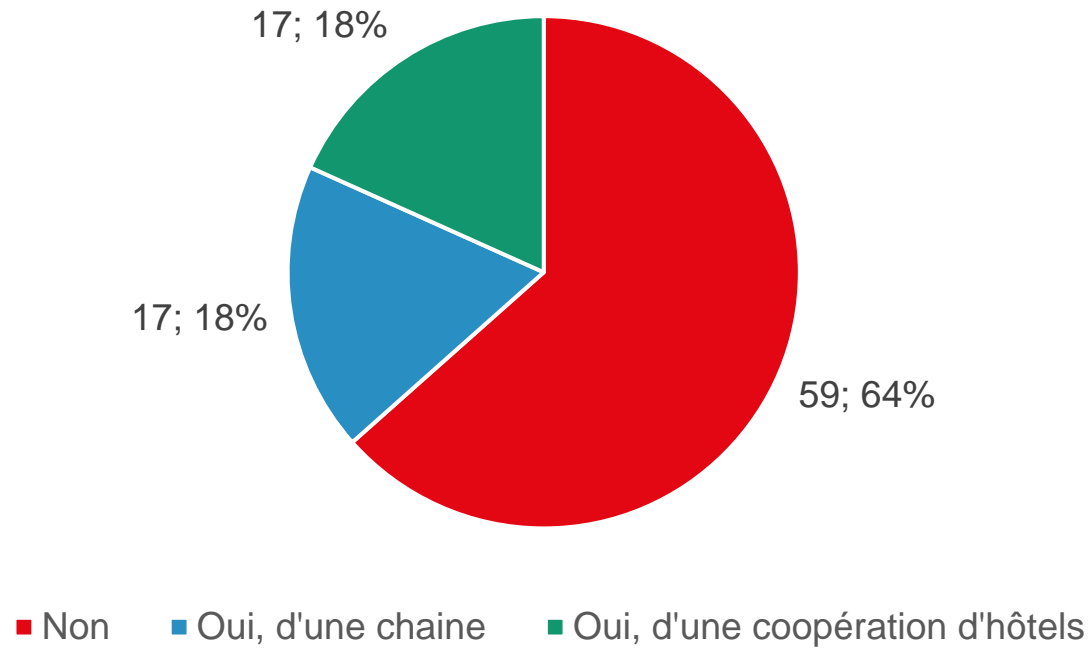
La part la plus importante de votre clientèle...



n=95

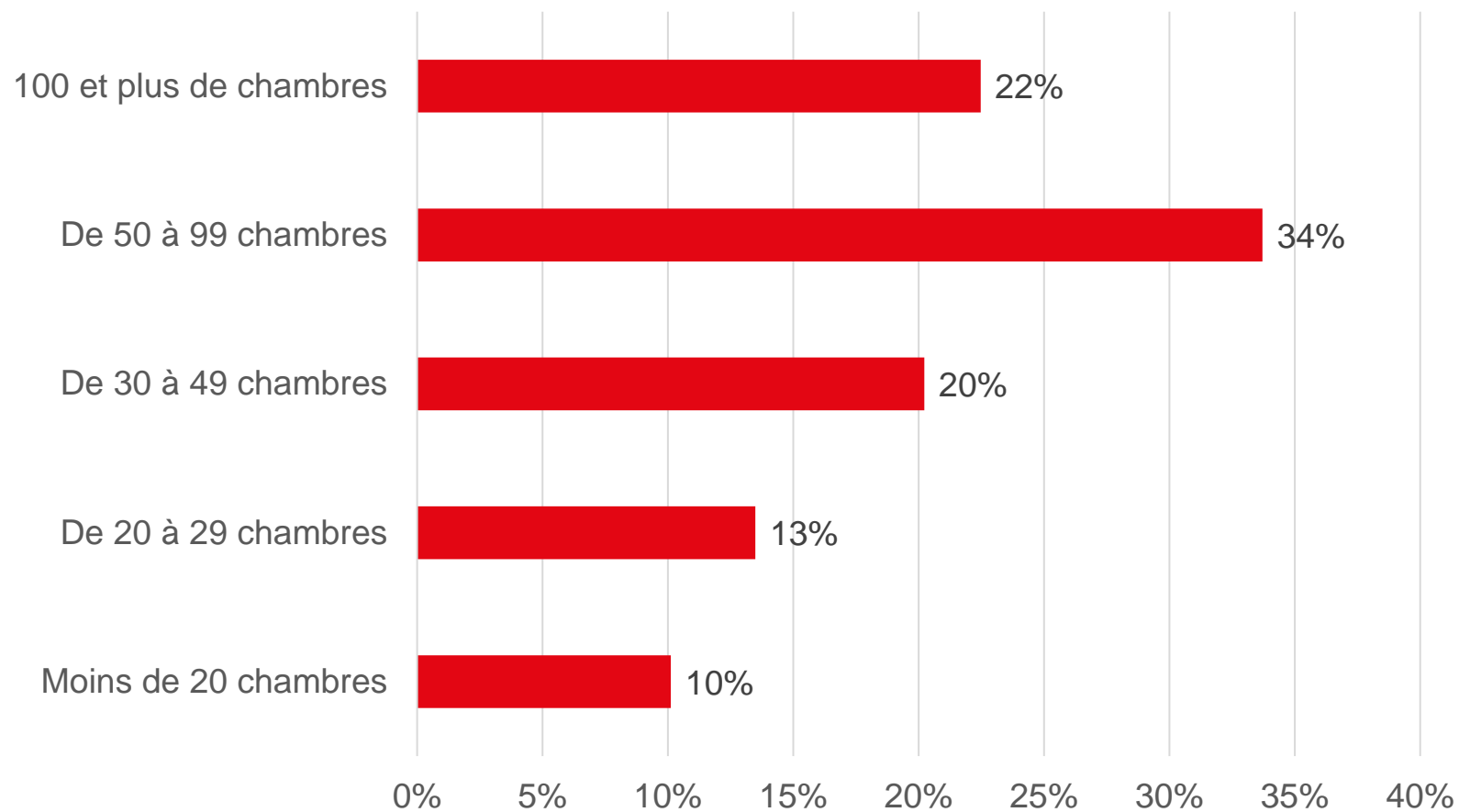
Statut hôtel

Votre hôtel fait-il partie d'une chaîne ou d'une coopération d'hôtel ?



n=93

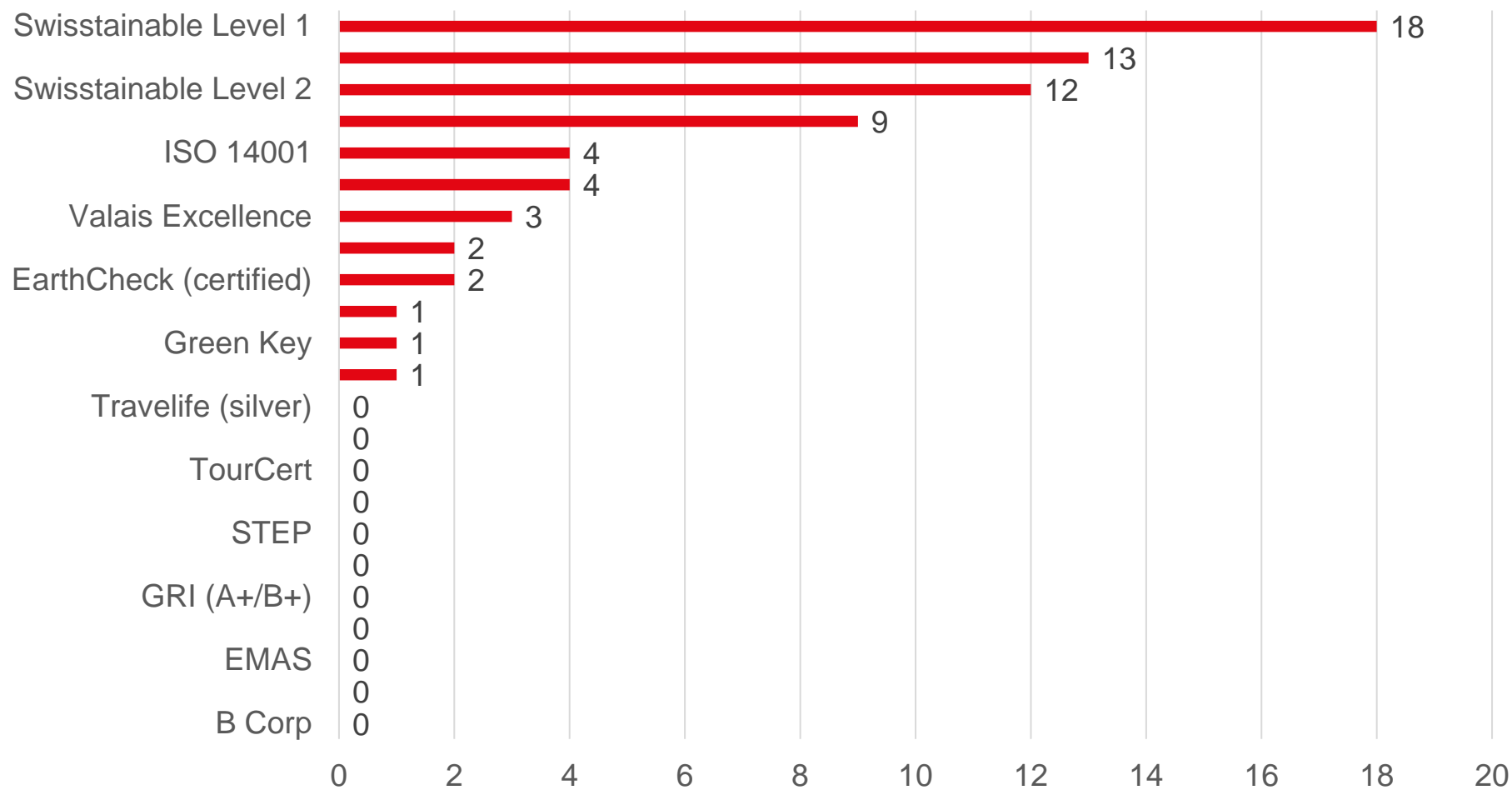
Nombre de chambres



Moyenne = 69
Médiane = 52
Min = 6 Max = 250

Certifications durables

Votre hôtel dispose des labels/certifications suivants?



n=45

B. Questionnaire

[Retour au sommaire](#)

Welcome To Regenerative Hospitality: Un projet de recherche conjoint EHL et HES-SO Valais

Malgré la crise politique et économique actuelle, la **durabilité** semble rester une priorité pour les responsables de tous les secteurs de l'économie. Le programme Swisstainable récemment mis en œuvre dans le secteur du tourisme suisse reflète cette tendance. Pourtant, on constate une certaine lassitude à l'égard des pratiques et des mesures de durabilité.

De **nouvelles approches** apparaissent, démontrant le **pouvoir de transformation** des hôtels pour les villes et les destinations touristiques. L'une de ces approches est appelée "**hospitalité régénératrice**" et vise à déclencher **des impacts sociaux, économiques et écologiques positifs pour les communautés locales**.

Avec cette courte enquête en ligne, nous aimerions comprendre comment et où les hôtels suisses ont un impact positif net pour leurs parties prenantes. L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) et la HES-SO Valais (Institut du tourisme) souhaitent cartographier les pratiques innovantes et changeantes de l'industrie hôtelière suisse, **dans le but d'explorer les voies possibles pour le secteur en ces temps de grande incertitude**.

Vos réponses seront traitées de manière confidentielles et aucun hôtel ne pourra être identifié dans nos rapports ou dans les résultats de l'enquête, selon le principe de protection des données.

HotellerieSuisse soutient le projet de recherche et invite ses membres à participer à l'enquête afin de permettre l'obtention de résultats significatifs.

Remarques :

- Il vous est possible de naviguer entre les pages grâce aux flèches;
- Merci de ne pas oublier de sauvegarder vos réponses en cliquant sur le bouton "enregistre"



Notre lien avec notre environnement/destination ?

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?

Notre hôtel...

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
... fait partie de la vie locale et y contribue activement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... se sent concerné par les problèmes au niveau local et cherche à les solutionner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... est lié à son environnement et met en valeur les ressources locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... s'intègre parfaitement au patrimoine bâti de la destination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notre engagement pour l'écosystème local (chaîne d'approvisionnement, nature et communautés locales)

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?
Notre hôtel....

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
... s'engage à travailler avec des fournisseurs locaux (par exemple: nourriture, mobilier, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... soutient les initiatives locales sociales, culturelles et environnementales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... connaît ses fournisseurs et entretient un contact privilégié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... contribue au bien-être des communautés locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... souhaite redistribuer les bénéfices au niveau local dans la plus grande mesure possible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... contribue à ce que la nature environnante soit en bon état	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... limite son impact sur l'environnement naturel et s'engage à le régénérer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Depuis que notre hôtel existe, cela contribue à améliorer la qualité de vie des communautés locales en ...

- Créant des emplois pour les locaux
 Proposant un lieu de rencontre/vie
 Contribuant à l'économie locale
 Offrant des nouveaux services
 Générant du dynamisme à la région
 Autre

Depuis que notre hôtel existe, cela contribue à améliorer la qualité de la faune et flore locales en ...

- Investissant dans des projets en lien avec la nature
 Créant des expériences positives pour l'environnement
 Sensibilisant le grand public sur les enjeux environnementaux
 Autre

Comment votre hôtel s'implique-t-il concrètement dans la communauté locale ?

Notre gouvernance et collaboration avec les parties prenantes

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
Les parties prenantes locales (associations, communautés locales, autorités) ont été consultées pour le développement de notre hôtel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les décisions sont prises en commun avec les parties prenantes concernées (internes et externes)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le pouvoir de décision est équitablement réparti au sein des parties prenantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lors de choix stratégiques, notre hôtel tient compte de l'impact de ses décisions sur les autres parties prenantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notre relation avec nos employés et nos clients

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
Nos clients peuvent participer à des projets en lien avec les communautés locales ou la nature environnante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nos clients et nos employés connaissent les spécificités de l'environnement dans lequel se situe notre hôtel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les services qu'on offre à nos clients participent à leur épanouissement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre hôtel s'engage à offrir des expériences qui transforment les clients positivement sur le long terme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre hôtel offre des places de travail qui contribue à l'épanouissement des employés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les bénéfices sociaux offerts aux employés participent à l'amélioration de leur qualité de vie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre hôtel cherche de manière prioritaire à recruter localement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Précédent

Suivant →

Notre approche d'utilisation de la technologie

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?
Notre hôtel....

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
... maintient un lien rapproché avec toutes les parties prenantes grâce à l'utilisation des technologies d'information et de communication	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... applique les consignes et règles concernant la vie privée et la cybersécurité d'une manière exemplaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... recherche à augmenter le bien-être de toutes les parties prenantes à travers l'utilisation des nouvelles technologies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... applique une philosophie d'échange et de transparence au niveau des technologies et des données	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... essaie d'utiliser les solutions digitales "open source" pour diminuer le pouvoir des géants de l'informatique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notre philosophie et vision

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?
Notre hôtel...

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
... communique ouvertement sur ses actions et incite les personnes à suivre son exemple	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... sensibilise et forme ses employés sur sa philosophie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... sensibilise ses clients sur sa philosophie et contribue à changer leur état d'esprit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... encourage les initiatives des employés (bottom-up approach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... est concerné par le bien-être des personnes de l'hôtel (clients, employés, fournisseurs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... recherche à générer un impact positif à chaque étape de la chaîne de valeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... considère une approche raisonnée pour toutes les activités de l'hôtel (front and back of the house)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... joue un rôle important dans la communauté qui va au-delà de la génération de profits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... considère que c'est son devoir de s'assurer que l'hôtel contribue positivement à l'environnement (nature et communautés locales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Engagement de l'hôtel pour environnement

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes relatives à votre hôtel ?
Notre hôtel...

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
... réalise des audits environnementaux annuels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... participe à des certifications environnementales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Comment votre hôtel s'implique-t-il concrètement pour l'environnement (nature et communautés locales) ? Merci de nous donner des exemples d'actions concrètes pour régénérer votre environnement.

Votre perception/avis

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions/avis suivants ?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Neutre	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Non renseigné
Il y a une lassitude générale à l'égard des pratiques et des mesures de durabilité actuelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que la compensation de l'impact (de la durabilité) reste un bon choix pour l'hôtellerie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les hôtels devraient montrer la voie en ayant un impact positif au niveau de la destination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vos remarques générales

Informations générales concernant votre hôtel

Emplacement

- Ville
 Périphérie urbaine
 Montagne
 Campagne / région rurale
 Bord de l'eau

Votre hôtel est-il classé (étoiles) ?

- Oui
 Non

Taille de l'hôtel (nombre de chambres)

La part la plus importante de votre clientèle

- Business
 Vacances / Loisir
 MICE
 Autre

Lieu

- Lieu de moins de 10.000 habitants
 Lieu entre 10.000 et 50.000 habitants
 Lieu entre 50.000 et 250.000 habitants
 Lieu de plus 250.000 habitants

Canton

- AG
 AI
 AR
 BE
 BL
 BS
 FR
 GE
 GL
 GR
 JU
 LU
 NE
 NW
 OW
 SG
 SH
 SO
 SZ
 TG
 TI
 UR
 VD
 VS
 ZG
 ZH

Votre hôtel fait-il partie d'une chaîne ou d'une coopération d'hôtel ?

- Non
 Oui, d'une chaîne
 Oui, d'une coopération d'hôtels

Votre hôtel dispose des labels/certifications suivants:

- | | | | |
|---|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> B Corp | <input type="checkbox"/> Green Key | <input type="checkbox"/> ISO 14001 | <input type="checkbox"/> Swisstayable Level 3 |
| <input type="checkbox"/> EarthCheck (certified) | <input type="checkbox"/> GRI (+) | <input type="checkbox"/> Label écologique UE | <input type="checkbox"/> TourCert |
| <input type="checkbox"/> eco hotels certified (ehc) | <input type="checkbox"/> GRI (A+/B+) | <input type="checkbox"/> STEP | <input type="checkbox"/> Travelife (gold) |
| <input type="checkbox"/> EcoEntreprise | <input type="checkbox"/> Hôtel bio | <input type="checkbox"/> STEP (gold, platinum) | <input type="checkbox"/> Travelife (silver) |
| <input type="checkbox"/> EMAS | <input type="checkbox"/> ibex fairstay | <input type="checkbox"/> Swisstayable Level 1 | <input type="checkbox"/> Valais Excellence |
| <input type="checkbox"/> Green Globe (certified) | <input type="checkbox"/> ibex fairstay (silver, gold, platinum) | <input type="checkbox"/> Swisstayable Level 2 | |


Notre projet d'hospitalité régénératrice en est encore à ses débuts et nous recherchons des hôtelières et hôteliers qui aimeraient collaborer avec nous à l'avenir.

- Non, cela ne m'intéresse pas
 Oui, cela m'intéresse

UN TOUT GRAND MERCI POUR VOTRE COLLABORATION

 **SAVE RESPONSES**

 Précédent

 Enregistrer