

evol2H

Le patrimoine en évolution : Hôtels Historiques



TRANSFORM

Transform Institute
Heritage, Construction and Users

Table des matières	p. 3
Avant-propos	p. 5
1. Objectifs	p. 6
2. Constats et démarche de la recherche	
a. La situation des hôtels historiques en Suisse romande	p. 7
b. La démarche de l'étude	p. 8
3. Ressources: opportunités et risques pour un hôtel historique	
a. La situation, le contexte bâti et paysager	p. 12
b. L'importance historique de l'hôtel	p. 14
c. L'état de conservation et la substance historique	p. 16
d. La demande de la clientèle et les standards de l'hôtellerie de catégorie moyenne	p. 18
e. Le contexte touristique et économique	p. 18
4. Positionnement: entre authenticité et adaptation au confort	
a. Les opportunités et risques: trois positionnements	p. 19
b. Les éléments d'authenticité et de confort	p. 20
5. Mesures de renforcement du positionnement historique (guide de recommandations)	
a. Le concept des travaux	p. 24
b. L'appel aux savoirs et la planification	p. 32
c. Les offres de l'hôtel	p. 34
d. L'exploitation	p. 35
e. L'image, le marketing et les canaux de communication	p. 36
6. Conclusion	p. 37
7. Bibliographie	p. 38
8. Annexes	p. 41

Groupe de recherche restreint

STÉPHANIE CANTALOU, cheffe de projet, architecte EPFL, responsable de la filière d'architecture EIA-FR, membre du jury «Hôtels et restaurants historiques de Suisse» d'ICOMOS Suisse, membre de Patrimoine suisse.

NICOLE JAN, historienne de l'art, chargée de cours EIA-FR

GRÉGORY JAQUEROD, architecte HES, collaborateur scientifique EIA-FR

Groupe de recherche élargi

RENAUD BUCHER, Dr ès lettres, conservateur cantonal des monuments du canton du Valais

ALAIN CHESEAUX, économiste d'entreprise HES, expert comptable, directeur de la succursale Gastroconsult SA de St-Gall

MYLÈNE DEVAUX BAUDRAZ, Dr en sciences techniques et génie civil, professeure EIA-FR

ANDRÉ JEKER, architecte EPFL, professeur EIA-FR

EVELYNE LÜTHI-GRAF, historienne et archiviste, directrice des Archives hôtelières suisses

RAFAEL MATOS-WASEM, Dr en sciences économiques et sociales, professeur dans les filières Economie et Tourisme de la HES-SO Valais et chercheur à l'institut du Tourisme de la HES-SO Valais, président de la section Valais romand de Patrimoine suisse

ANDREW MUNGALL, économiste, collaborateur scientifique EIA-FR

FLORINEL RADU, Dr architecte, responsable de l'institut de recherche TRANSFORM, professeur et chercheur EIA-FR

Partenaires

Haute école spécialisée de Suisse occidentale, HES-SO
Service cantonal des monuments et des sites du Valais
HES-SO Valais-Wallis



Fribourg, le 26 novembre 2014

AVANT-PROPOS

Les plus beaux témoins de l'âge d'or du tourisme helvétique devraient être préservés de la faillite, leur démolition ou leur démantèlement empêchés, afin de contribuer à sauvegarder la variété qui caractérise jusqu'ici le paysage hôtelier du pays. Une certaine «biodiversité» est non seulement nécessaire dans le domaine environnemental mais également dans le domaine bâti et à tous les niveaux d'organisation. Le travail en réseau, tel que celui prôné par Swiss Historic Hotels, association créée en 2004 qui regroupe près d'une cinquantaine d'établissements dont des hôtels 2-3 étoiles, mérite d'être appuyé. Quant aux instances étatiques et paraétatiques, leur soutien à ce genre de démarche devrait aller bien au-delà de la seule présence, avant tout symbolique, de ce groupe sur le site de Suisse Tourisme et dans certaines de ses publications. La création d'un fonds fédéral, comme le permettrait l'une des seules exceptions indisputables du projet d'ordonnance d'application de la Lex Weber, pour transformer dans les règles de l'art des bâtiments villageois et ruraux menacés de ruine, en dépit d'indéniables qualités patrimoniales, en hôtels ou gîtes de charme, serait souhaitable. Avant qu'il ne soit trop tard, le même fonds devrait également venir en aide au genre d'établissements hôteliers analysé dans le rapport, par exemple pour les aider à entreprendre des projets de rénovation. Le projet de recherche evol2H fournit des pistes précieuses à cet égard.

01 OBJECTIFS

La Suisse recèle de nombreux hôtels érigés sur les voies de passage dès le 18^e siècle et lors du développement touristique au 19^e siècle. Qu'ils soient situés en plaine, en montagne ou près des lacs, leurs conditions d'exploitation et les exigences de la clientèle ont radicalement changé depuis leur construction. De nombreux établissements, dans les mains de propriétaires non affiliés à de grands groupes hôteliers, rencontrent des difficultés d'adaptation aux conditions du marché et aux exigences de confort en voulant préserver les qualités remarquables de leurs établissements.

Devant le risque de disparition d'emblèmes du patrimoine hôtelier, cette étude s'est fixée comme objectif de mettre en évidence la complexité des enjeux et de proposer un processus d'identification des dangers, des ressources, des chances et des risques. Le projet de recherche Evol2H met en évidence les stratégies porteuses de succès et propose un catalogue d'approches pluridisciplinaires aptes à assurer la survie d'établissements historiques. Par « hôtel historique »¹ nous entendons tout établissement dont la cohérence historique est manifeste en raison de la présence d'une substance bâtie originale, ainsi que d'éléments de décor et d'ameublement qui témoignent d'une époque et d'un contexte culturel révolus.

Cette étude n'a pas pour but d'offrir de solutions miracles mais de présenter le champ des possibilités de positionnement sur le marché et surtout les mesures à mettre en place pour renforcer la valeur historique. Par l'analyse de cas exemplaires et le croisement d'expériences diverses dans toutes les régions de Suisse, une série de mesures, de savoirs et de compétences est mise à disposition des hôteliers, du public, des communes et des institutions concernées.

¹ Un hôtel historique: faute de définition unanime sur le sujet, le projet evol2H définit l'hôtel historique comme un établissement situé dans un édifice construit avant 1920; soit il s'agit d'un hôtel déjà à sa construction, soit d'un bâtiment transformé en hôtel.

02 CONSTATS ET DÉMARCHE DE LA RECHERCHE

a. La situation des hôtels historiques en Suisse romande

La Suisse compte un nombre important d'hôtels historiques de taille moyenne² appartenant au patrimoine culturel et touristique suisses. Néanmoins, leur situation en Suisse romande est alarmante de nos jours. Un grand nombre d'entre eux ont disparu. Seulement 30 à 40% de l'ensemble des hôtels historiques recensés sont encore en exploitation aujourd'hui. Les autres ont été transformés en logements, en bâtiments publics ou dans certains cas, seule la partie restaurant de l'édifice est encore exploitée.

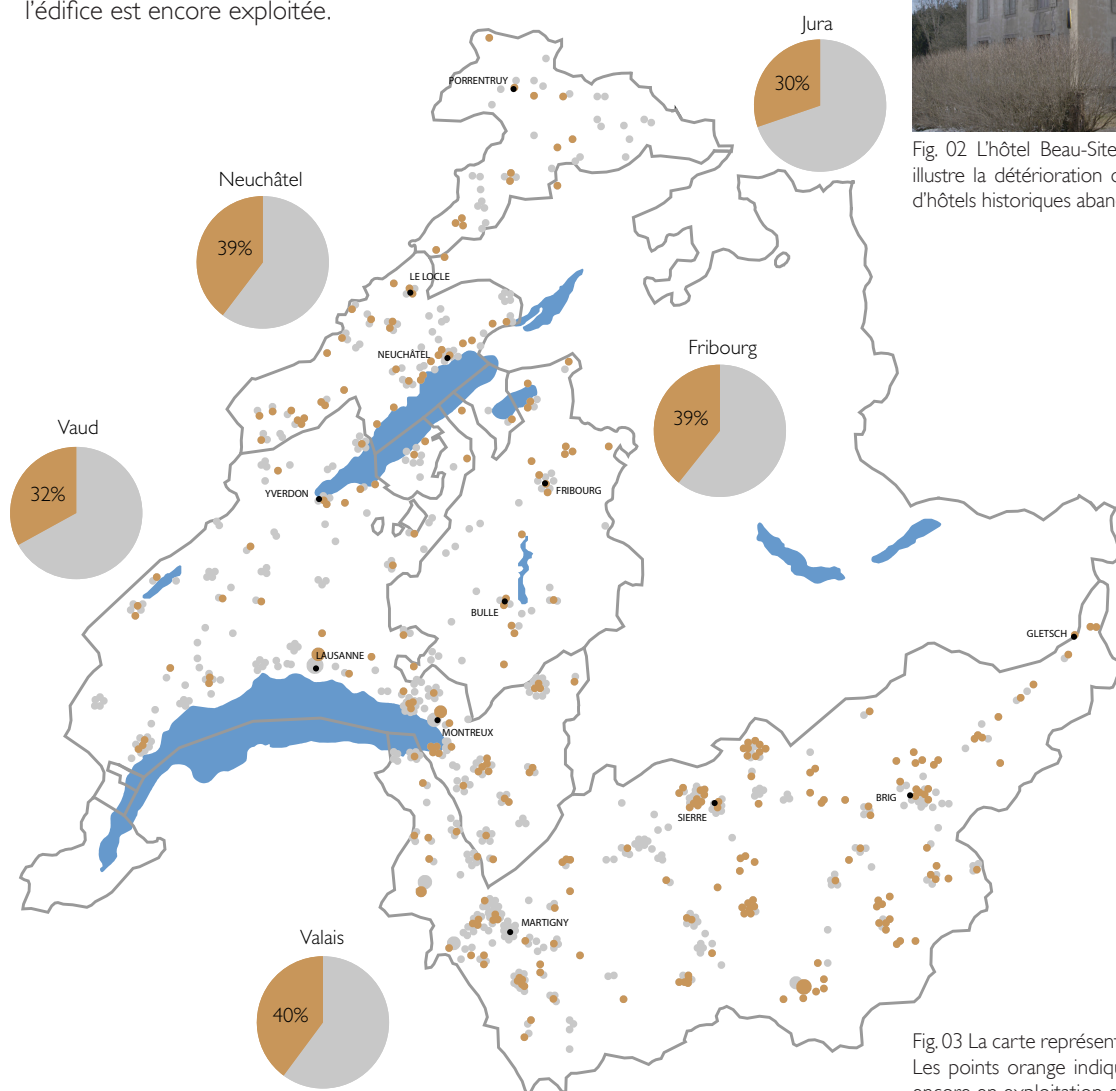


Fig. 02 L'hôtel Beau-Site à Fleurier, abandonné, illustre la détérioration d'un nombre important d'hôtels historiques abandonnés. © EIA-FR

Faute d'adaptation à l'évolution des exigences économiques, touristiques et de confort, de nombreux hôtels historiques sont menacés de disparition. Certains sont laissés à l'abandon et se détériorent ainsi rapidement. Pour d'autres, les exploitants/propriétaires, se rendant compte de la diminution de la rentabilité, réduisent leurs investissements ou augmentent leur dette avec un certain fatalisme. Ces trois facteurs (baisse de la rentabilité, baisse des investissements et augmentation de la dette) entraînent alors une dégradation de la qualité qui génère une baisse de la fréquentation. Les établissements sont pris dans un cercle vicieux qui menace leur pérennité. Ils finissent par être vendus et transformés, perdant ainsi leur qualité d'hôtel historique.

Fig. 03 La carte représente les hôtels historiques. Les points orange indiquent les établissements encore en exploitation en 2013.

Voir **annexe 08** : liste des hôtels recensés pris en considération. La liste a volontairement écarté les hôtels situés dans les grands centres urbains ou touristiques ne correspondant pas aux critères du projet de recherche.

² voir note 8 p.11.

b. La démarche de l'étude

L'étude se fonde sur une analyse approfondie de quatre hôtels historiques (illustrations 04 à 07) issus d'une sélection réalisée en deux étapes entre mars et mai 2013. La sélection s'est faite sur la base d'un inventaire³ fondé principalement sur les recensements des monuments et des sites des cantons de Vaud, du Jura, de Fribourg, de Neuchâtel et du Valais. Genève n'a pas été pris en compte car l'étude ne ciblait pas les centres urbains. La sélection a permis d'obtenir une vision globale de la situation et une répartition des établissements hôteliers selon des critères définis et représentatifs d'une approche interdisciplinaire. Dans une première phase, dix hôtels⁴ ont été sélectionnés. Dans une seconde phase, six hôtels⁵ ont été retenus pour une phase d'étude plus approfondie. Celle-ci s'est fondée sur des informations plus précises de l'état de conservation des bâtiments, leurs stratégies de positionnement sur le marché et une précision des critères de sélection. Le manque de renseignements disponibles pour un des hôtels (Hôtel Von Bergen) et la trop récente vocation hôtelière d'un autre édifice (Auberge des 4 Vents) ont conduit à l'écartement de ces deux derniers.

Voir **annexe 05**: fiches de présentation synthétique des dix hôtels retenus lors de la première étape du projet.



Fig. 04 Hôtel Ofenhorn Binn © Pro Binnental



Fig. 05 Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc © SHH

Voir **annexes 06 et 07**: questionnaire patrimonial et questionnaire économique.

La méthode d'analyse des études de cas a été réalisée en deux étapes. Tout d'abord, les propriétaires ont été interviewés pour obtenir des informations qualitatives au sujet de la situation de l'établissement. Pour ce faire, un questionnaire traitant une approche économique, patrimoniale et touristique a été rédigé. Celui-ci a permis de réaliser une interview des propriétaires et obtenir des informations ou données concernant la situation qualitative de l'établissement.

Une seconde étape s'est fondée sur deux questionnaires transmis par courrier; l'un traitant les aspects patrimoniaux, l'autre ciblé sur des questions économiques. Le premier questionnaire a permis de relever l'importance historique de l'hôtel, l'environnement, l'organisation spatiale, la substance historique, les transformations, la planification et l'appel au savoir pour la réalisation des travaux. Il a été enrichi par une analyse des transformations du bâtiment retraçant les principales étapes d'évolution. Les plans ont été établis à partir d'une documentation historique; contenant des photographies, des articles de presse, d'anciens plans ou des témoignages. Une documentation sur le contexte touristique et l'évolution du contexte bâti a également complété ce questionnaire.

Le second questionnaire a mis en évidence les mesures de gestion, d'exploitation, de financement, de profil sur le marché (clientèle et positionnement), de marketing (prix et réseaux de distribution) et d'offres mises en place par les éta-

blissements. Les résultats obtenus ont été évalués sur la base des données de la statistique suisse sur l'hébergement hôtelier.

Pour confirmer la plus-value économique du positionnement historique des établissements analysés, le questionnaire économique a été transmis à dix hôtels⁶ historiques complémentaires. Malheureusement, seuls deux questionnaires ont été remplis. Etant donné ce faible taux de retour et faute de données spécifiques aux hôtels historiques, les mesures de gestion et d'exploitation n'ont pas permis de dégager des éléments spécifiques aux hôtels historiques de taille et de catégorie moyennes. Cependant, l'étude Evol2H permet de mettre en évidence certaines retombées économiques telles qu'un taux d'occupation suffisant ou une différenciation sur le marché. Celles-ci sont extraites des études de cas. Elles demanderaient toutefois à être vérifiées sur un nombre d'hôtels plus important.

L'analyse de ces données démontre l'interdépendance entre les ressources à disposition de l'hôtel et son positionnement sur le marché. L'étude evol2H souligne l'importance des mesures à mettre en oeuvre pour conserver le patrimoine historique hôtelier et l'adapter au confort actuel.



Fig. 06 Hôtel Beau-Site à Chemin-Dessus © EIA-FR



Fig. 07 Grand Hôtel des Rasses © escapada.ch

³ Source des données pour l'inventaire: recensements des monuments et des sites des cantons de Fribourg, Neuchâtel, Jura et Vaud; hôtels répertoriés dans *Hôtels historiques du Valais, 1815-1914 vol. 1 & 2*, publication *Les plus beaux hôtels de Suisse*, éd. 2&3 de Patrimoine suisse, hôtels enregistrés par *Swiss Historic Hotels*, hôtels distingués par le prix «Hôtels et restaurants historiques de l'année» décerné par ICOMOS.

⁴ Grand Hôtel Bella-Tola & St-Luc, hôtel Ofenhorn Binn, Grand Hôtel des Rasses, Beau-Site à Chemin-Dessus, Hôtel Von Bergen à La Sagne, auberge Aux 4 Vents à Fribourg, Schloss Ueberstorf, Hôtel Masson, Hôtel Belvédère à Obergoms, Grand hôtel Glacier du Rhône.

⁵ Grand Hôtel Bella-Tola & St-Luc, Hôtel Ofenhorn Binn, Grand Hôtel des Rasses, Hôtel Beau-Site à Chemin-Dessus, Hôtel Von Bergen à La Sagne, L'auberge Aux 4 Vents à Fribourg.

⁶ Hôtel Bella Lui à Crans-Montana, Hôtel Glacier du Rhône à Gletsch, hôtel Kurhaus Flühl, hôtel Schweizerhof Flims, hôtel Belvédère à Gletsch, Hôtel du Théâtre à Yverdon, Arte Hotel Bregaglia, Hôtel Bellevue des Alpes (Kleine Scheidegg), hôtel Kurhaus Bergün, Hôtel Falken à Wengen.

Six critères économiques et patrimoniaux ont permis de sélectionner des hôtels historiques représentatifs: la situation géographique, la taille de l'hôtel, la valeur patrimoniale, la catégorie de prix, le positionnement sur le marché, la gestion et l'exploitation de l'hôtel.

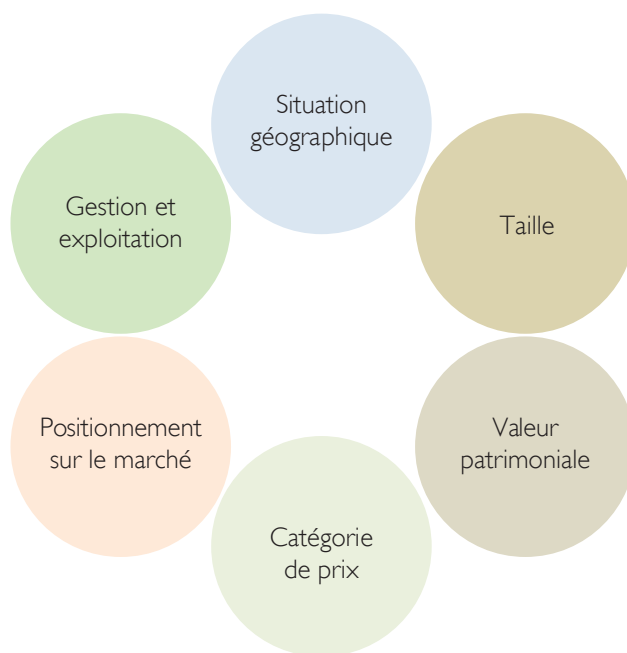


Fig. 08 Graphique illustrant les critères pris en compte pour la sélection des cas d'étude. Voir annexe 09: tableau de classification des hôtels recensés.

La situation géographique : une distinction a été faite entre les hôtels de plaine, implantés de manière générale en dessous de 800 mètres d'altitude, et les hôtels de montagne construits à une altitude supérieure. Le choix s'est centré sur les hôtels rencontrant le plus faible taux d'occupation⁷ et situés hors des centres urbains et des grands centres touristiques. Ces établissements sont affectés par le caractère saisonnier du tourisme et doivent diversifier leurs segments de clientèle. Ce qui n'est pas le cas des hôtels situés dans les centres urbains et les grands centres touristiques, qui reçoivent une clientèle plus régulière, d'affaire pour les uns et touristique pour les autres.

La taille : l'étude, qui a pour objectif de démontrer la plus-value économique d'un positionnement historique, prend en considération uniquement les hôtels de taille moyenne⁸. Ces établissements rencontrent un taux d'occupation généralement inférieur à la moyenne nationale⁹. «Les spécialistes de la branche estiment que le seuil critique se situe en général à une capacité de 50 lits»¹⁰, soit 25 à 30 chambres.

La valeur patrimoniale : la fonction d'origine du bâtiment, l'importance historique de l'hôtel et l'état de conservation de la substance historique ont été les critères déterminants. L'étude a retenu des exemples avec une histoire hôtelière plus ou moins prestigieuse et, par conséquent, une importance pour la région selon les différents cas. Les hôtels retenus représentent plusieurs degrés de conservation et divers types d'intervention, allant de restaurations à des transformations plus importantes.

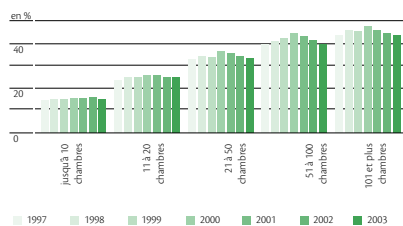


Fig. 9 Le graphique démontre que les taux d'occupation en Suisse dépendent en règle générale de la taille de l'exploitation. Source: OFS, extrait d'un rapport de 2006 sur le marché vaudois du tourisme.

La catégorie de prix: le projet cible les hôtels historiques de la catégorie de prix moyen¹¹ pour lesquels il est essentiel de se profiler sur le marché afin de se démarquer de la concurrence. La valorisation du patrimoine leur permet de cibler un segment de clientèle spécifique, à la recherche d'une atmosphère historique.

Le positionnement sur le marché: le positionnement de l'hôtel historique se traduit par la mise en valeur de son histoire et parfois sa spécialisation¹² complémentaire. La sélection des études de cas repose sur une représentativité des possibilités de profil sur le marché, soit axé sur la valeur historique uniquement, soit alliant la valeur historique à une spécialisation ou encore communiquant principalement sur une spécialisation.

La gestion et l'exploitation: la sélection comporte des établissements dont la gestion et la propriété sont en mains distinctes, et d'autres pour lesquels la gestion et la propriété sont en mains uniques. Des formes d'organisation d'entreprises privées (R.I., S.A., Sàrl) ou collectives (fondation, coopérative), ayant une durée d'exploitation généralement supérieure à dix ans, en font partie.

⁷ Source: *Le marché vaudois du tourisme*, Les cahiers de l'économie vaudoise, BCV, 2006, Lausanne.

⁸ Taille moyenne: établissement hôtelier comprenant de 15 à 40 chambres.

⁹ La définition se fonde sur le nombre moyen de chambres par hôtel en Suisse (25,6 chambres) extrait des statistiques de l'OFS.

¹⁰ Source: *Le marché vaudois du tourisme*, Les cahiers de l'économie vaudoise, BCV, 2006, Lausanne.

¹¹ Catégorie de prix moyen: établissement hôtelier dont le prix moyen se situe entre 140 CHF/nuit et 240 CHF/nuit. Le prix moyen est la moyenne entre le tarif minimal pour une chambre et petit-déjeuner; pendant la haute saison et la basse saison, service et taxes compris. Cette moyenne est encore pondérée par le nombre de lits d'hôtes auxquels s'appliquent ces tarifs. La définition de cette catégorie se réfère aux chiffres de la Fédération suisse du tourisme de 2010: le prix moyen d'une chambre double en catégorie 3 étoiles est de 162 CHF et, en catégorie 4 étoiles, de 231 CHF. Selon Suisse Tourisme, le prix moyen d'une chambre double en 2011 en Suisse est de 198 CHF.

¹² La spécialisation ajoute une plus-value répondant à la demande d'une clientèle spécifique. La spécialisation «wellness» répond aux attentes de calme, de repos et de détente des hôtes en leurs proposant des services appropriés tels que des massages, des bains, des saunas, etc.

03 RESSOURCES: OPPORTUNITÉS ET RISQUES POUR UN HÔTEL HISTORIQUE

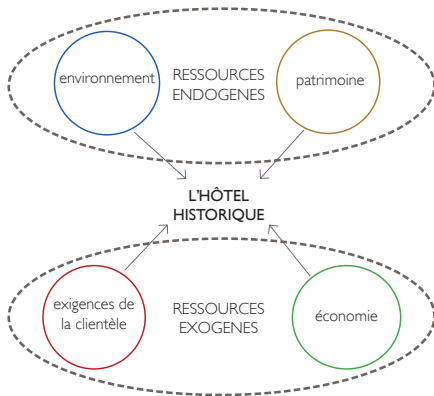


Fig. 10 Schéma des ressources ou des risques endogènes et exogènes.

Le choix de positionnement sur le marché d'un hôtel historique dépend en premier lieu des ressources à disposition. Les ressources et les risques endogènes (environnement, patrimoine) sont à distinguer des ressources et des risques exogènes (exigences de la clientèle, normes, économie).

La viabilité économique d'un hôtel historique dépend de l'adéquation entre son positionnement et ses ressources. Les ressources patrimoniales, composées de la substance environnementale et bâtie encore conservée et de l'importance historique de l'hôtel, sont essentielles à la réussite du positionnement d'un établissement comme « hôtel historique ». Une concordance avec les ressources géographiques, telles que le contexte bâti et paysager, augmente le potentiel d'un « hôtel historique ». Les opportunités et les risques économiques, la concurrence d'autres hôtels, la situation économique du marché touristique, les offres touristiques de la région ou la nécessité de répondre aux attentes de différents segments de clientèle, influencent le positionnement d'un établissement de catégorie moyenne.

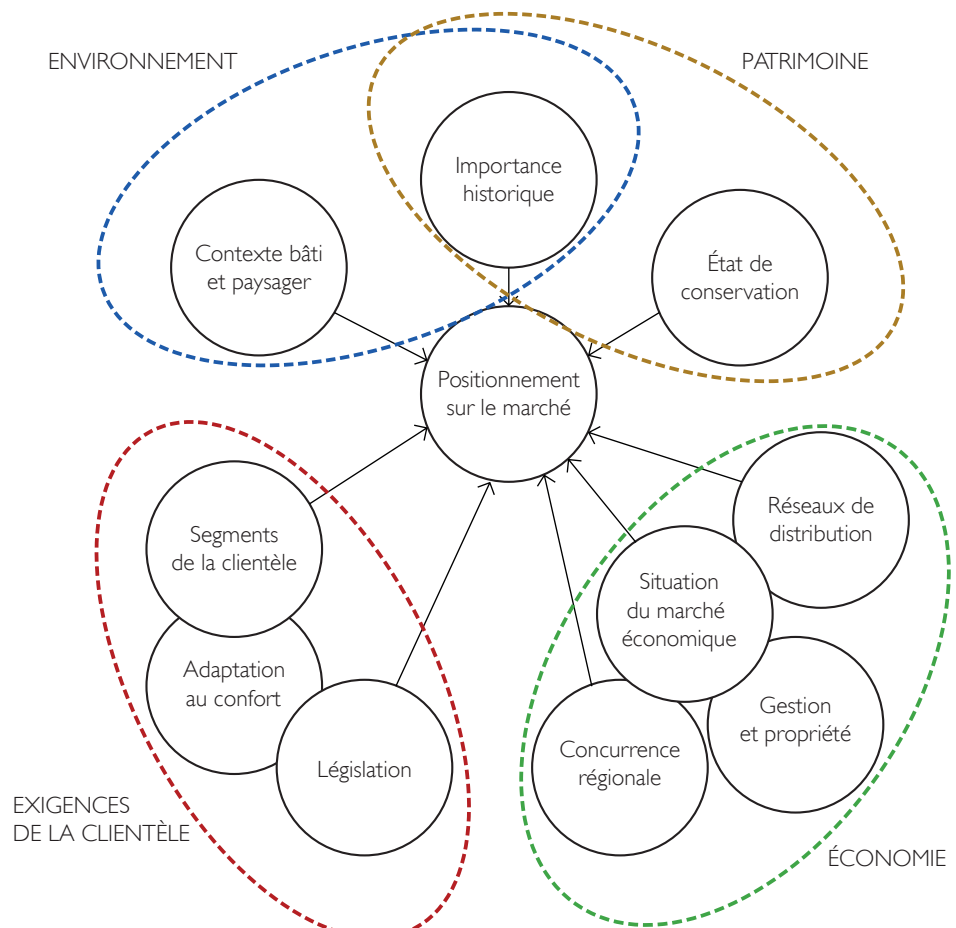


Fig. 11 Schéma des ressources et des risques influant sur le positionnement d'un hôtel historique.

Sur cette base, Evol2H a regroupé l'ensemble de ces facteurs en cinq indicateurs importants à prendre en considération lors de l'évaluation des chances et des risques d'un hôtel historique de taille moyenne: la situation et le contexte bâti, l'importance historique, l'état de conservation, la demande de la clientèle et les standards de l'hôtellerie, le contexte touristique et économique.

a. La situation, le contexte bâti et paysager

Le contexte bâti, l'environnement paysager et l'implantation de l'hôtel jouent un rôle important. Dans tous les cas analysés, le contexte a changé depuis la construction des hôtels. Selon les sites, la transformation est plus ou moins marquée. Ainsi, un contexte bâti conservé facilite le positionnement historique et une authenticité pour la clientèle. Il attire un segment de clientèle dont les attentes sont remplies par le positionnement historique. Au contraire, si l'établissement se situe dans un contexte bâti qui a fortement muté, il doit faire face aux attentes d'autres segments de clientèle. Les ressources paysagères sont liées au contexte dans lequel l'hôtel est implanté et, par conséquent, varient beaucoup selon le cas de figure. Elles jouent un rôle important dans le positionnement d'un hôtel historique en lui permettant d'offrir des activités pour des segments de clientèle ciblée.

L'accessibilité des hôtels, plus particulièrement en montagne, influence les possibilités d'exploitation et le type de clientèle. Certains hôtels sont très peu desservis par les transports en commun, d'autres sont difficilement accessibles en voiture. Certains hôtels s'orientent vers un tourisme d'été et sont très peu fréquentés en hiver:

un contexte bâti sans grande mutation: Binn

L'hôtel Ofenhorn domine le hameau historique de Binn constitué de ses petites maisons construites en mélèze. Le pont de pierre permettant de rejoindre l'hôtel date de 1564. Binn est le lieu principal de la vallée reconnue au niveau européen pour ses minéraux uniques. La vallée possède un parc paysager contenant une flore spectaculaire. Sur les deux images ci-dessous, l'une datée d'avant 1920 et la seconde contemporaine, on constate que le contexte bâti a peu subi de mutations.



Fig. 12 Vue du village de Binn datée avant 1920. © delcampe.net



Fig. 13 Vue actuelle du village de Binn. © my switzerland.ch

la mutation du contexte bâti: St-Luc

La magnifique situation de l'hôtel Bella-Tola lors de sa construction, au-dessus du village, dominant la vallée, a attiré de nombreux visiteurs. Le village de St-Luc se situe à 1675 m d'altitude. Situé à flanc de coteau et encadré par les forêts de sapins et de mélèzes, il bénéficie d'un magnifique ensoleillement. Aujourd'hui, le village s'est fortement développé et forme le cœur d'une petite station touristique. Les nombreuses constructions ont diminué l'importance du dominant édifice de l'époque sur le village. La mutation du contexte bâti et touristique a nécessité une adaptation importante de l'établissement. L'hôtel accueillait des hôtes venus passer leurs vacances d'été et fermait en hiver jusqu'en 1965. Actuellement, il accueille une part plus importante de clientèle lors de la saison hivernale.



Fig. 14 Vue du village de St-Luc vers 1900. © historischehotels.ch



Fig. 15 Vue actuelle du village de St-Luc. © asproLuc.ch

b. L'importance historique de l'hôtel

L'importance historique d'un hôtel repose sur les attraits spécifiques de la région recherchés par les touristes à l'époque de son édification. Les attraits pouvaient être d'ordre esthétique, sportif, sanitaire, culturel ou scientifique. La présence d'un lac, une vue panoramique saisissante, une montagne, une source thermale, un itinéraire célèbre ou des formations géologiques ont favorisé la construction d'hôtels. Le contexte topographique avec ses atouts naturels, la notoriété, le rayonnement régional, national ou même de l'établissement, indiquent le degré de l'importance historique. Les hôtels de grande importance historique ont fréquemment été agrandis dans la décennie suivant leur construction.

Hôtel Ofenhorn

L'hôtel Ofenhorn, nommé d'après la montagne emblématique de la vallée de Binn, se situe sur une route qui traverse les Alpes par le col d'Albrun. À l'époque romaine il s'agissait d'une route commerciale nord-sud qui reliait le Haut-Valais à l'Italie. Lors de son ouverture en 1883, l'hôtel était uniquement accessible par un sentier muletier qui passait par la gorge de la Twingi. Cette situation isolée n'a pas intimidé un grand nombre de riches Anglais qui allaient passer un séjour estival de deux à trois semaines pour profiter de l'air frais et de l'offre pour randonnées¹³. La beauté des paysages naturels, une flore très particulière pour les Alpes¹⁴, tout comme les minéraux de la vallée de Binn, dont certains sont uniques¹⁵, contribuent aussi bien à la fin du 19^e siècle que de nos jours, à la renommée internationale de la région. L'hôtel Ofenhorn, en tant que bâtiment bien intégré dans le tissu construit historique du lieu, possède une importance considérable qui a su perdurer dans le temps.



Fig. 16 Illustration extraite du prospectus de l'hôtel Ofenhorn vers 1900 © Pro Binntal

Fig. 17 Extrait du prospectus de l'hôtel vers 1895 © Pro Binntal

LA VALLÉE DE BINN est le plus orientale du Canton du Valais. Elle se trouve entre le Simplon et le Gotthard, entre la vallée de Conches et celle de la Tosa; elle forme une paroisse et une commune politique de 220 habitants. Cette belle et pittoresque vallée, dont le genre de formation est unique en Suisse, resta longtemps inconnue aux étrangers.

Les minéralogistes, attirés par les trésors que renferme la vallée, ont été les premiers à y venir en grand nombre; les touristes ont bientôt suivi, et l'*Echo des Alpes*, publié à Genève, a fait connaître Binn au grand public amateur de montagnes (articles de M^r le prof. W. CART, 1886).

La vallée ne possède qu'un seul hôtel:

Hôtel et Pension Ofenhorn

avec 50 lits, construit en 1883 à l'altitude de 1389 mètres.

On arrive de Brigue à Fiesch en 3 heures, de Fiesch à Binn par Emen en 2 1/2 heures par un chemin pittoresque et bien entretenu; les gorges de la Twingi en sont le point le plus remarquable.

Depuis peu de temps le chemin a été assez élargi pour donner passage à un petit char.

Si la richesse de la flore et des minéraux, la beauté des forêts, l'excellence des eaux et du climat recommandent Binn pour un séjour prolongé, le grand nombre de courses que l'on peut y faire lui donne un puissant attrait aux yeux des touristes.

De Binn on peut passer:

- 1) à Berisal, par les cols le Saffnisch et le Steinen;
- 2) à l'Alpe Veglia, et de là à Iselle, sur la route du Simplon, par le Ritterpass;
- 3) à Devero, et de là dans la vallée de Domo d'Ossola, par les cols de la Kriegalp, du Geisspfad, de Val deserta et de l'Albrun;
- 4) aux châteaux de la Tosa par les cols de Vannin et du Holsand;
- 5) à Ulrichen, et de là au Glacier du Rhône, par les cols du Holsand et du Gries;
- 6) à Münster par le Rappenthal.

Tous ces passages ne demandent qu'une journée.

A l'hôtel se trouve le bureau du téléphone. — Poste tous les jours. — Prix très-modérés.

Pour tout ce qui concerne les voitures, chevaux, guides, etc., s'adresser au propriétaire de l'hôtel

J. SCHMID-KRÄIG.

Hôtel-pension Beau-Site

C'est la Pierre-A-Voir comme but de promenade plaisante qui a mené à l'édification de plusieurs hôtels sur le Mont Chemin au-dessus de Martigny. Le seul encore exploité de nos jours est l'hôtel Beau-Site de Chemin-Dessus ouvert en 1912. Le bâtiment situé un peu à l'écart du village offrait en 1924 encore d'autres loisirs sportifs en plain air comme le tennis ou le croquet¹⁶. En tant que site minéralogique, le Mont Chemin connut une exploitation du fer déjà au début du Moyen Âge et de manière intensifiée aux 19^e et 20^e siècles. Le «Sentier des Mines», créée en 1998, invite à découvrir les richesses minières et les vestiges de son extraction¹⁷. Par la grande diversité des essences de la forêt, dont les mélèzes font partie, le paysage montagnard offre des randonnées variées dans la région¹⁸.



Fig. 18 Illustration promotionnelle de l'hôtel © Pension-hôtel Beau-Site.

Fig. 19 Extrait d'un texte d'André Closuit, Treize Etoiles, Reflets du Valais, n°8, 1955.

Passage d'une dame

Raccourci valaisan par André Closuit

...
Et lui ? Il était jeune étudiant, dit la chronique orale... Sans doute ont-ils dû passer une nuit à Martigny, soit à l'Hôtel de la Tour, soit à l'Hôtel du Cygne, ou à la Grand-Maison avant d'entreprendre l'ascension, peut-être à l'aveuglette, selon leur état d'âme, du plateau de Chemin, cerné par ses forêts de mélèzes montant en pente douce, de palier en palier, à l'assaut de la Pierre-à-Voir. Premier séjour, tout sentimental, autant que bref, dans l'idyllique hameau, citadelle bien mal gardée d'où un génie malin, contraire aux amoureux, devait les débusquer... J'entends encore, entre autres vieux Cheminiards, le bon Joseph Pellaud, décédé il y a peu, presque centenaire, des suites d'un accident, conter, avec force clius d'œil attendris, malicieus, les péripéties, qu'il tenait de témoins véridiques, le retour au bercail, et d'émoussé chapitre, de la belle Juliette, puisque c'était son nom... Cela sous l'aile d'un précepteur qui devait, bien plus tard, et à Chemin même, devenir son époux. Prémices de l'histoire romanesque, aujourd'hui légendaire.

...
nés, il en reste une septantaine. Des champs tombent en friche... Avait-elle prévu cela la bonne dame Porret qui vécut à Chemin le temps des citernes ? Prévu que les fontaines (point de jeunesse) aux eaux rares collectées à grand peine, murmurant aux carrefours, ne verraient plus passer bientôt que vieillards épuisés et distraits ? Et personne pour la relève... Destin d'un hameau voyant s'amenuiser ses ressources, ses chances de durée, la terre ne payant plus. Montagne où aucun bisse, pas le moindre filet d'eau ne serpente à ciel ouvert et où, la pluie manquant, s'endorment les terres sèches dont la récolte étouffe au germe. Problème de l'eau dont on disserte, s'irrite à journée faite sans qu'on en puisse prévoir à proche ou longue échéance la solution valable. Défections, abandons... Enfin, depuis des années, outre qu'avec la fin des raccards s'efface une physionomie, un style, aucune maison, aucun chalet ne surgissent d'un sol à qui certains prédisent le sort dévolu aux terres qui se renient, ne se défendent plus devant l'aléa, la vanité de l'effort. Histoire d'un petit pays offrant d'ailleurs plus d'un exemple d'entreprises éphémères, d'essais avortés. Bâtisse en ruines ne vit jamais son toit. Carrières de marbre, éraflure blafarde, gisant dans les herbes folles. Mines de fer, rendez-vous de l'aventure, ne courent d'exploitations, spasmodiques, hypothétiques, qu'à la faveur des guerres. Ces mêmes guerres qui donneront le coup de grâce aux hôtels juchés sur la pente, au cœur des alpages, et qu'on s'imagine point sans rire devoir renlêtrer un jour de leurs ruines mornes et calcinées.

...
Aujourd'hui, Chemin a toujours sa chapelle, sa maison d'école, son alpage, mais voit comme tant d'autres hameaux montagnards s'accuser, implacable, inexorable, sa période de déclin. Les jeunes désertent, ne fondent plus foyer. La vie s'anémie, s'éteint. Plus de fêtes, de bals champêtres dans ce hameau où l'on n'a plus ou pas encore vingt ans... Des quelque cent trente habitants qu'il comptait encore, il y a cinquante an-

¹³ Im Tal der verborgenen Schätze p. 65.

¹⁴ <http://www.pronatura-vs.ch/binntal-binn>

¹⁵ <http://www.wallisermuseen.ch/fr/musees/haut-valais/binn-musee-regional/>

¹⁶ Hugon Olivier, Le Nouvelliste, «Une halte sur le chemin», article de journal du 3 août 2006, p. 2.

¹⁷ <http://www.vs.ch/Navig/navig.asp?MenuID=26895>

¹⁸ Farquet R, Metral R., Les forêt du Mont Chemin: un héritage en évolution, patrimoines de Martigny, 14^e bulletin, juillet 2004, p. 3 (https://doc.rero.ch/record/22163/files/BCV_N_1331_14.pdf).

c. L'état de conservation et la substance historique

Voir **annexe 06** : questionnaire d'évaluation patrimoniale.

La substance historique et l'état de conservation sont des ressources indispensables à une authenticité qui confère une atmosphère particulière aux hôtels historiques. Evol2H détaille dans un questionnaire les éléments à considérer lors de l'évaluation de la substance historique. Le questionnaire prend en compte l'ensemble du patrimoine : les espaces extérieurs, l'enveloppe du bâtiment, l'organisation spatiale intérieure et la matérialisation. L'état de conservation comprend des travaux de maintien des éléments existants ainsi qu'une reconstitution, dans les règles de l'art, des parties dégradées ou disparues. Les espaces qui ont le moins nécessité d'adaptations, comme les salles à manger, ont fréquemment conservé une grande partie de leur substance historique.

Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc : construit en 1883 et agrandi en 1889



Fig. 20 Le plafond du salon 1900, typique de la Belle Epoque classique, date de 1889. Il représente la nature avec des fleurs. Du lierre a été peint sur les fissures. Aujourd'hui, la conservation du plafond est menacée. Il se dégrade rapidement et nécessite une restauration. « Il faut bien sûr le sauver; mais cela demandera du temps et de l'argent. Il faut avancer à petits pas et procéder par étapes. »¹⁹ © EIA-FR



Fig. 21 Dans un des couloirs distribuant les chambres, les planchers n'ont pu être conservés. Ils ont été refaits avec soin. Des planches de bois de largeur irrégulière ont été clouées à la manière des planchers existants. © EIA-FR

Grand Hôtel des Rasses: construit en 1898 et agrandi en 1912-1913



Fig. 22 Les murs et les piliers de la salle à manger ont conservé les lambris d'appui en bois peint. Le plancher d'origine recouvre l'entier de la salle. La polychromie des chapiteaux qui avait disparu a été rétablie en 1996 avec des tons moins soutenus que les couleurs d'origine²⁰. Les lustres originaux ont disparu dans les années 1950. Une des fenêtres d'origine avec cadre en bois vient malheureusement de disparaître au profit d'une fenêtre isolante avec cadre en PVC. © EIA-FR



Fig. 23 - 24 Le grand hall possède des remarquables éléments de boiseries décorées, réalisées par l'artisan G. Bormand. Elles ont fait l'objet de travaux de restauration entre 1996 et 1998. Le hall recèle une partie du mobilier d'origine provenant de la maison Keller de Zurich²¹. Les deux fauteuils fixes du hall illustrent la qualité de ce mobilier: Fig. 23 © Monuments et sites du canton de Vaud, fig. 24 © EIA-FR

Hôtel Ofenhorn: construit en 1883 et agrandi en 1897



Fig. 25 La porte de la salle à manger réalisée en mélèze date de 1897. Elle conserve les inscriptions originales. © Pro Binntal



Fig. 26-27 Les portes des chambres ont été conservées et adaptées aux standards actuels. Certaines ont conservé les ferments d'origine. © EIA-FR

¹⁹ Propos de la restauratrice d'art Barbara Wolff, Dayer, Christian, «le plafond leur tombe sur la tête», Le Nouvelliste du 18 mars 2011.

²⁰ Le Grand hôtel des Rasses, Brève étude historique de Joëlle Neuenschwander Feihl, mars 1996, p. 26.

²¹ Le Grand hôtel des Rasses, Brève étude historique de Joëlle Neuenschwander Feihl, mars 1996, p. 20.

d. La demande de la clientèle et les standards de l'hôtellerie de catégorie moyenne

Les exigences de la clientèle varient selon les segments visés. Les établissements déterminent les segments de clientèle potentiellement intéressés par la substance historique et l'environnement en adoptant les mesures adaptées aux besoins spécifiques des hôtes tout en optimisant l'exploitation des ressources. La volonté de répondre aux demandes de plusieurs segments différents peut engendrer un positionnement difficilement conciliable avec le maintien de la substance historique. Le risque est de ne pas satisfaire l'ensemble de la clientèle et d'ainsi faire diminuer la part importante de clients fidèles.

Une étude touristique²² met en évidence trois motivations pour des séjours à la montagne: l'envie de rupture avec le stress quotidien, «il s'agit d'être ailleurs autrement»; la volonté de prendre du temps en famille ou entre amis; la nécessité de se ressourcer et de prendre du temps pour soi. Cependant, les exigences de la clientèle diffèrent entre les séjours hivernaux et estivaux. Selon cette étude sur l'analyse de la demande des clients, l'hébergement peut être accessoire lors d'un séjour de ski. En revanche, il devient central lors du choix de la destination en été.

e. Le contexte touristique et économique

Spécialement de nos jours, il n'est pas aisé d'être hôtelier. Ceci est d'autant plus le cas lorsqu'il s'agit de diriger un hôtel éloigné des centres urbains, comme peuvent l'être ceux des régions de montagne. La donne se complique davantage encore quand l'établissement est de moyenne gamme (deux à trois étoiles), ainsi que de petite taille (moins d'une trentaine de chambres).

Les raisons en sont multiples. L'internationalisation et une concurrence exacerbée en sont probablement les plus saillantes. De la taille réduite en question découle un coût par lit ou par nuitée conséquent. Ceci rend difficile, voire quasiment fantaisiste, l'obtention d'une marge bénéficiaire et, par là, la possibilité d'entreprendre des travaux de rénovation et de mise à niveau de ce parc hôtelier notablement déliquescents. Il n'est guère étonnant que ces hôtels, familiaux pour la plupart, rencontrent de nombreux écueils au niveau de la succession et peinent à trouver des repreneurs. De plus, les banques rechignent à leur consentir des prêts.

Il est incontestable que le contexte économique s'est fondamentalement modifié, notamment en termes d'accroissement de la concurrence. Selon les chiffres de l'Office fédéral de la statistique, le nombre d'hôtels recensés s'est réduit d'un cinquième au cours de la décennie écoulée²³. Des rachats ont également amplifié l'effet statistique de la disparition de bon nombre de petits hôtels.

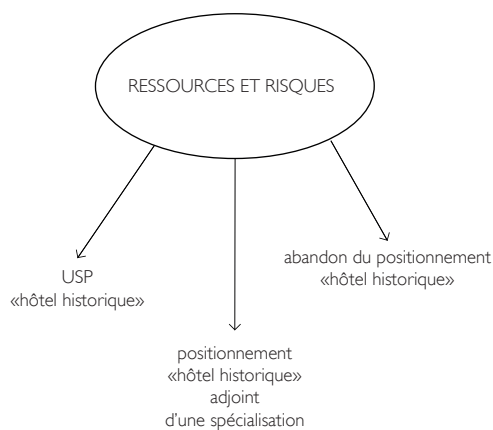
Dans les circonstances actuelles, l'assainissement de ce secteur d'activité touristique s'avère en grande mesure inéluctable. Il vaudrait cependant veiller à favoriser le maintien d'hôtels de catégorie moyenne et de taille modeste présentant des qualités en ce qui concerne la substance bâtie des points de vue architectural et patrimonial. Ces fleurons de l'«industrie des étrangers» d'autrefois constituent en effet de précieux et irremplaçables témoignages de la place que la Suisse occupait à l'avant-garde du tourisme mondial. Un nombre croissant de touristes d'ici et d'ailleurs sont à la recherche non seulement d'authenticité mais aussi d'offres sortant de l'ordinaire, à l'enseigne d'«hôtels historiques» de taille modeste, localisés en dehors des sentiers battus et au charme indéniable. Il faut prendre grand soin des marchés de niche attirant des visiteurs au fort potentiel d'achat qui dictent, du moins en partie, les tendances à venir.

04 POSITIONNEMENT D'UN HÔTEL HISTORIQUE

a. Opportunités et risques des trois positionnements

evol2H met en évidence trois catégories principales de positionnement sur le marché pour un hôtel historique. Le positionnement adopté dépend des ressources à disposition et influence le patrimoine et la viabilité économique de l'établissement. Les trois positionnements identifiés sont les suivants :

- le positionnement unique (Unique Selling Proposition – USP) comme « hôtel historique »;
- le positionnement d'« hôtel historique » adjoint d'une spécialisation;
- le renoncement au positionnement d'« hôtel historique » pour une unique spécialisation.



Une étude de la HES-SO du Valais a démontré qu'un positionnement clair génère une meilleure satisfaction de la clientèle²⁴. Il s'agit donc d'un enjeu particulièrement important pour les hôtels historiques dont la clientèle fidélisée représente parfois plus de la moitié des hôtes. Les hôtels historiques de taille moyenne ne peuvent, par leur taille, réaliser des économies d'échelle mais ils peuvent avec un « USP » historique justifier un prix légèrement plus élevé et ainsi améliorer leurs rentabilités.

Un USP « hôtel historique » implique souvent des concessions sur le confort de l'hôtel pour conserver d'avantage d'authenticité. De plus, il s'adresse à un segment de clientèle spécifique et réduit. Cependant, evol2H démontre qu'une authenticité forte, adjointe à des offres d'activités spécifiques en adéquation avec l'histoire de l'hôtel, attire d'autres segments de clientèle. Cela permet ainsi d'augmenter le taux d'occupation.

« USP » historique: Hôtel Ofenhorn

L'hôtel Ofenhorn est positionné comme hôtel historique. Il met en avant le prix spécial de l'hôtel historique 2013 décerné par ICOMOS Suisse et son appartenance au réseau de distribution « Swiss Historic Hotels » dans sa communication. Fig. 28 Logo de communication du site internet de l'hôtel.



²² Étude de diversification touristique de l'ADPE (Association pour le développement du Pays-d'Enhaut) - ARDA (Association régionale pour le développement du district d'Aigle), extrait du rapport final.

²³ Le nombre d'hôtels est passé de 6480 établissements en 1992 à 5191 en 2013. Entre 50 et 150 hôtels ont disparu chaque année entre 2005 et 2013. Étant donné que dans le même intervalle le nombre de lits a connu une tendance baissière moins marquée, voire par moments une évolution en dents de scie, la taille moyenne des hôtels s'est accrue de 41,4 en 1992 à 52,3 en 2013. Il faut préciser que les agglomérations urbaines, qui ont tiré leur épingle du jeu de la récente déconfiture du tourisme helvétique (recul du nombre d'arrivées touristiques, des nuitées et du taux d'occupation), ont vu débarquer des chaînes hôtelières actives sur le plan mondial.

²⁴ Annuaire de l'hôtellerie suisse 2013, p. 28.

Lorsque les ressources ne sont pas suffisantes ou les risques sont trop importants, il est parfois nécessaire de repositionner l'hôtel avec une spécialisation adjointe à l'hôtel historique. Celle-ci permet de s'adresser à différents segments de la clientèle qui se complètent au niveau de la saisonnalité et permettent d'atteindre un taux d'occupation suffisant. Evol2H constate que cette spécialisation peut apporter une plus-value économique mais aussi impliquer un risque de perte d'authenticité. Evol2H a élaboré un guide de recommandations pour la mise en place de mesures visant à conserver l'authenticité lors des adaptations au confort actuel.

Positionnement historique avec une spécialisation: Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc et hôtel-pension Beau-Site



L'hôtel Bella-Tola s'est positionné comme hôtel historique²⁵ adjoint d'une spécialisation «wellness et spa». Le résultat est un produit unique qui se démarque clairement de ses concurrents. Mais sa spécialisation engendre une nécessité d'adaptation au confort supérieure induite par le nouveau segment de clientèle.

Fig. 29 Logo de communication du site internet de l'hôtel.



L'hôtel-pension Beau-Site s'est positionné comme hôtel historique avec une spécialisation «écologique» et «bien-être». Il se démarque de ses concurrents régionaux exploitant la même spécialisation par sa plus-value qu'offre sa valeur historique. La correspondance des attentes de la clientèle de sa spécialisation avec celles de sa clientèle historique a permis de faire des concessions sur l'adaptation au confort de l'établissement.

Fig. 30 Logo de communication du site internet de l'hôtel.

Le renoncement au positionnement d'hôtel historique devrait uniquement intervenir si l'hôtel ne possède plus aucune possibilité à exploiter dans ce domaine. En effet, cet abandon entraîne à moyen terme une disparition irréversible de toute valeur et substance patrimoniales, ainsi que la perte de l'authenticité indispensable pour la valorisation du patrimoine et de l'histoire de l'hôtel.

Renoncement au positionnement historique: Grand Hôtel des Rasses



Le Grand Hôtel des Rasses est en cours de repositionnement. Il envisage d'abandonner le positionnement historique pour un positionnement unique sur le «bien-être» et les séjours de remise en forme. Le risque est ainsi élevé de voir disparaître une grande partie de la substance historique encore présente dans l'édifice.

Fig. 31 Logo de communication du site internet de l'hôtel.

b. Les éléments d'authenticité et d'adaptation au confort

L'authenticité est un enjeu majeur pour un hôtel historique. Elle dépend de facteurs multiples comme l'usage de l'édifice, l'offre touristique de la région et de l'hôtel, le concept d'intervention sur le bâtiment, le marketing ou l'exploitation de l'établissement.

- *L'usage*: la préservation de la fonction d'hôtel historique est un facteur essentiel à la conservation de l'édifice et de son histoire. Des éléments architecturaux caractéristiques des hôtels historiques sont liés à leur fonction d'accueil d'une clientèle de voyageurs. En changeant cette fonction, le risque de disparition de nombreux détails historiques et de l'organisation spatiale propre aux hôtels historiques est grand.

- *Les offres de l'hôtel*: les établissements doivent fréquemment viser plusieurs seg-

²⁵ «Le patrimoine historique ne peut s'acheter; il faut le considérer comme une valeur sûre, facteur principal de notre positionnement», Claude Buchs, propriétaire du Grand hôtel Bella Tola & St-Luc dans 150 ans d'hospitalité alpestre, p.14.

l'usage: Kurhaus Bergün

Kurhaus Bergün. Afin de répondre à l'évolution des exigences de la clientèle, l'usage de l'hôtel doit parfois évoluer. L'hôtel Bergün a su répondre aux attentes d'une partie de la clientèle familiale en regroupant certaines chambres pour offrir quelques petits « appartements ». Il attire un segment de clientèle supplémentaire et prolonge ainsi la durée des séjours.

En rouge, les chambres transformées en appartement au 2^e étage. Les autres étages ont été modifiés de manière similaire. Fig. 32 © Kurhaus Bergün.



2. OBERGESCHOSS

ments de clientèle afin d'augmenter leur taux d'occupation. L'adéquation entre l'offre pouvant inclure une spécialisation complémentaire et le positionnement choisi renforce l'authenticité. Proposer des activités qui reprennent les usages d'antan apporte une réelle plus-value à l'authenticité d'un hôtel historique.

- *L'identité*²⁶: « l'image » transmise par l'hôtel au travers de son marketing est un enjeu souvent sous-estimé. L'établissement ferait bien de veiller à la cohérence entre l'image communiquée et le positionnement en tant qu'hôtel historique. Il est opportun que l'image de l'exploitation corresponde à celle des propriétaires, plus particulièrement lorsqu'il s'agit d'une société ou d'une coopérative.

- *Les réseaux de distribution*: le choix des réseaux de distribution utilisés est un facteur d'authenticité important pour un hôtel historique. La promotion sur des plates-formes de communication sans une identité forte risque d'affaiblir la crédibilité du positionnement historique. Il est indispensable que dans sa communication l'hôtel mise sur son histoire afin de créer la plus-value émotionnelle recherchée par une partie de la clientèle.

- *Le concept des travaux de transformation*: la mise en place d'un concept pour les travaux d'adaptation aux exigences de la clientèle et leur mise en oeuvre au travers de mesures adaptées sont des facteurs de renforcement d'authenticité. Ainsi, des travaux de restauration réalisés dans les règles de l'art renforcent cette authenticité, alors que des transformations « bricolées » l'affaiblissent.

- *La planification des travaux*: la vision globale renforce la cohérence des transformations et permet d'investir rationnellement les moyens mis en oeuvre sur une période plus ou moins définie. Que les travaux soient planifiés par étapes ou en une seule intervention, une vision globale s'avère indispensable pour le financement et/ou l'exploitation.

- *L'appel aux savoirs*: il renforce l'authenticité au travers de « l'honnêteté » et de la cohérence des interventions. Le recours à des professionnels permet la mise en oeuvre des travaux de restauration dans les « règles de l'art » et assure une réalisation correcte et durable des travaux de transformation.

Le confort, dont dépend le sentiment de bien-être, découle de la demande de la clientèle et est qualifié par les standards de l'hôtellerie. D'après le représentant d'hotelleriesuisse²⁷, les attentes des clients sont spécifiques au type et à l'origine de la clientèle.

²⁶ Référence à l'étude *Raum – Gestaltung – Qualität am Beispiel historischer Hotels* de Dieter Pfister.

²⁷ Mathieu Hoffstetter; « Comment les hôtels suisses gagnent leur étoiles », propos de Thomas Allemann dans la Tribune de Genève du 20.07.2013.

- *La demande de la clientèle*: dans le cadre d'un hôtel historique, le client s'attend à séjourner dans un établissement et une chambre reflétant, à travers les murs, le mobilier et les équipements, son histoire. Cela dit, de nos jours, l'hôte de catégorie moyenne a des attentes minimales de confort. De manière générale, les voyageurs sont mieux informés de la qualité et du prix des prestations hôtelières sur le marché et sont devenus moins tolérants face à une prestation ou à un rapport qualité/prix décevant.

La taille de la chambre est le premier élément auquel est sensible la clientèle. La quasi-totalité des clients d'hôtels de milieu de gamme réclame impérativement une baignoire ou une douche dans chaque chambre ainsi que des sanitaires individuels. Les clients souhaitent également une literie de qualité, la fermeté ainsi que la qualité du matelas priment sur la taille du lit. Suite au développement de la téléphonie mobile, les opinions sont partagées quant à la nécessité d'un téléphone fixe dans la chambre. Le téléviseur et la radio sont indispensables pour une majorité de clients, de même qu'un accès à un ordinateur ou une connexion internet wifi gratuite et illimitée.

Par ailleurs, la clientèle est de plus en plus sensible à la personnalisation de son séjour. C'est ainsi que, de la chambre d'hôtel, il souhaite contrôler la température de la pièce, l'ambiance lumineuse, voire l'occultation. Il faut également noter, d'une part, l'importance croissante de l'isolation phonique de la chambre, notamment contre le bruit à l'intérieur de l'établissement et, d'autre part, l'accent mis sur l'aération par gaines d'air pulsé.

- *Les standards de l'hôtellerie de catégorie moyenne*: les critères et les normes de l'association nationale «hotelleriesuisse» pour la catégorie moyenne font référence à tous les aspects relatifs à l'aménagement du bâtiment et à l'équipement de la chambre.

Équipement de la chambre

- Toutes les chambres des hôtels doivent être équipées avec douche/WC, ou baignoire/WC.
- Le lit doit respecter une taille minimale et le matelas doit être moderne et en excellent état.
- La présence d'un téléviseur est nécessaire dans la chambre, ainsi que des programmes radiophoniques.
- En termes de télécommunications, un appareil de téléphone doit être accessible aux clients, de même qu'un accès à internet dans des locaux communs ou dans la chambre.
- Dans le cadre de la protection anti-bruit interne, des portes insonorisées ou des portes doubles représentent des standards à respecter.
- En termes de climatisation, la chambre se doit d'être dotée d'une climatisation à commande centrale/individuelle.

Aménagement du bâtiment

Selon la catégorie, «hotelleriesuisse» indique un nombre minimal de mètres carrés pour les chambres d'hôtel²⁸.

- Le hall d'entrée chaleureux doit posséder une réception accueillante à l'entrée de l'établissement.
- Les règles d'«hotelleriesuisse» indiquent la nécessité d'une réception séparée et indépendante, ouverte 14 heures sur 24, avec une réception télé-

phonique en continu 24 heures sur 24, ainsi qu'un service des bagages sur demande et un personnel bilingue. Il est aussi indiqué qu'un groupe de fauteuils doit exister à la réception.

- «hotelleriesuisse» exige l'ouverture du restaurant 5 jours sur 7, ainsi qu'un menu à trois plats à choix, ou mets à la carte, ou encore buffet.
- En ce qui concerne l'entretien des chambres et le changement du linge, «hotelleriesuisse» recommande au minimum un changement hebdomadaire des draps. Un service de blanchissage et de repassage doit être à disposition de tout client.
- L'aménagement pour les personnes handicapées prend toujours plus d'importance. «hotelleriesuisse» donne des indications pour les aménagements selon le type d'handicap mais celles-ci ne sont pas obligatoires.
- En termes de protection incendie et sécurité, la classification des hôtels en Suisse n'impose rien de plus que les exigences légales. Un plan d'alarme doit être prévu et le préposé à la sécurité doit connaître et mettre en œuvre le cahier des charges.
- Enfin, aucun critère d' «hotelleriesuisse» ne couvre l'amélioration énergétique.

²⁸ Le critère est réputé acquis lorsqu'un maximum de 15% des chambres sont inférieures à cette valeur; à condition que l'hôtel ait expressément signalé aux hôtes ces valeurs inférieures à la conclusion du contrat d'hébergement.

05 MESURES DE RENFORCEMENT DU POSITIONNEMENT HISTORIQUE

Dans le but d'adapter le confort en préservant l'authenticité de l'hôtel historique, le projet evol2H propose plusieurs mesures d'intervention. En effet, les études de cas ont démontré que certaines mesures d'adaptation au confort mises en place peuvent renforcer l'authenticité d'un hôtel historique. Des mesures appropriées sont présentées selon cinq thématiques: le concept des travaux de transformation; leur planification et l'appel aux savoirs; les mesures d'exploitation; et la politique de marketing. Le propos est illustré par des exemples analysés lors de cette étude, mais ceux-ci ne sont pas des modèles à reproduire à l'identique, chaque hôtel ayant ses spécificités. Les mesures font partie d'un ensemble et ne peuvent pas être prises indépendamment l'une de l'autre. Il s'agit de ne pas perdre de vue que l'hôtel historique est marqué par le temps et que certains détails qui pourraient apparaître comme des défauts aujourd'hui en font son charme. Il touche le côté émotionnel d'une partie de la clientèle rejetant la standardisation des hôtels actuels.

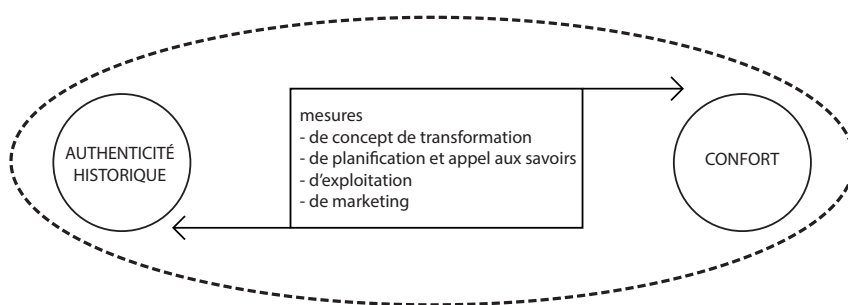


Fig. 33 Schéma illustrant l'influence des mesures d'adaptation. Ces mesures mises en place peuvent renforcer de manière plus ou moins accentuée l'authenticité historique de l'hôtel ou son confort.

a. Concept des travaux d'adaptation

L'identité de l'apparence extérieure

La construction d'annexes modifie la perception du volume original de l'édifice. Si elle s'avère tout de même nécessaire à une adaptation du confort ou du positionnement de l'hôtel, elle doit être mise en œuvre en veillant à conserver au maximum la lisibilité du volume d'origine. Il est indispensable de prendre en compte l'impact inévitable qu'aura chaque construction ajoutée sur les espaces environnants de l'hôtel.

Le volume: Hôtel Ofenhorn

Fin de l'année 2007, l'intégration de la construction d'une annexe nécessaire au nouveau moyen de production de chaleur à l'arrière du bâtiment, dans la pente du terrain, a permis de conserver l'aspect volumétrique de l'édifice de 1898. Ainsi l'adaptation au confort, avec l'installation d'un chauffage à bois exploitant les ressources locales, a pu être réalisée sans porter préjudice à l'authenticité du volume bâti.



Fig. 34 Le volume de l'hôtel en 1935.
© Charles Paris, Médiathèque Valais



Fig. 35 Le volume de l'hôtel en 2008. © Pro Binntal

Le volume : hôtel-pension Beau-Site



Fig. 36 Le volume de l'hôtel entre 1922 et 1924. © delcampe.net



Fig. 37 Le volume de l'hôtel et ses annexes en 2013. © EIA-FR

La construction de plusieurs annexes afin de répondre aux exigences de la clientèle (plus grands espaces pour la restauration, espaces de détente, salle d'activité, etc.) a fait disparaître une partie des espaces environnants de l'hôtel ainsi que la lisibilité du volume extérieur. La construction de la salle de séminaire a permis certes d'amener un nouveau segment de clientèle. Cependant la construction de ces annexes a entraîné une perte d'authenticité en rendant difficile l'identification du volume d'origine.

Les aménagements extérieurs

Les espaces formant les alentours de l'hôtel sont aussi importants que sa substance historique bâtie. Leur authenticité est souvent négligée au profit d'une adaptation aux besoins actuels de mobilité, de loisirs et de restauration. L'évolution des modes de transport des hôtes nécessite la création de parkings. L'usage actuel des clients, voulant profiter de l'espace extérieur avec un confort actuel, implique fréquemment la construction d'une terrasse aménagée en relation avec le restaurant ou le café de l'hôtel. Les jardins qui entouraient jadis les hôtels historiques se réduisent alors au profit de ces nouveaux aménagements. Il est pourtant possible de trouver un équilibre entre le confort de l'aménagement et la préservation du caractère des espaces extérieurs.

La terrasse : hôtel-pension Beau-Site



L'hôtel a aménagé un espace extérieur en positionnant simplement des tables et chaises au cœur de son jardin existant, sans traitement particulier de la surface du sol. Il préserve ainsi ses espaces extérieurs. Cette démarche s'accorde à son positionnement sur le marché qui mise sur la relation de l'établissement à la nature et son environnement.

Fig. 38 Le jardin et la terrasse de l'hôtel en 2013. © EIA-FR

La terrasse : Hôtel Ofenhorn



L'hôtel a aménagé une agréable terrasse avec un revêtement en gravier et un simple mobilier de jardin à l'ombre des arbres, à l'ouest du bâtiment. Elle est accessible depuis le bistro par quelques marches.

Fig. 39 Le jardin et la terrasse de l'hôtel en 2008. © Pro Binntal

L'espace d'accueil: Grand Hôtel des Rasses

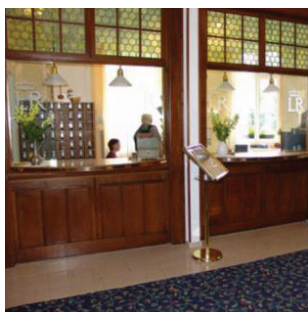


Fig. 44 Réception de l'hôtel. © later-rooms.com

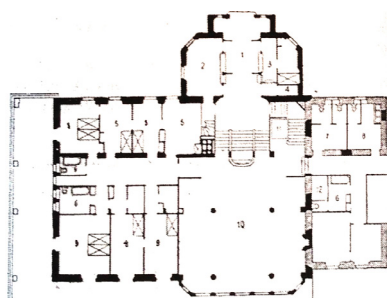


Fig. 45 Plan de la partie construite en 1913 avec la réception (2) et le vestibule (1). © Grand Hôtel des Rasses

Après avoir franchi un tambour d'entrée, l'hôte pénètre dans le vestibule, avec un espace de réception sur sa droite. La générosité de l'espace d'origine a permis de conserver remarquablement cet espace et d'y installer les éléments techniques nécessaires au fonctionnement actuel. Les murs de l'entrée, du tambour et du vestibule sont recouverts de boiseries en chêne. Les cloisons sont largement vitrées et les impostes sont constituées de verres en cul de bouteille serts de plomb. Une corniche polychrome en sapin court au sommet des parois du vestibule²⁹.

L'espace d'accueil: Hôtel Ofenhorn



À l'époque de la construction, l'usage ne nécessitait pas de réception. Elle fut aménagée pour la première fois lors des transformations en 1972. En 2008, elle a été entièrement réaménagée dans le hall d'entrée, à la place où était installé le bureau de l'hôtelier et un grand fourneau à partir de 1897³⁰.

Fig. 46 Vue de l'espace d'accueil et de la réception à droite. © Pro Binntal

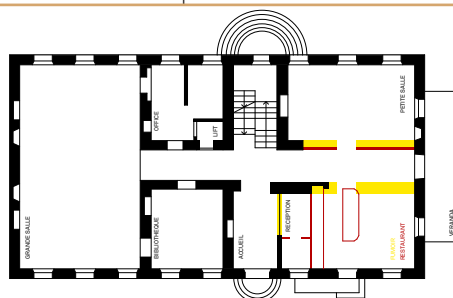


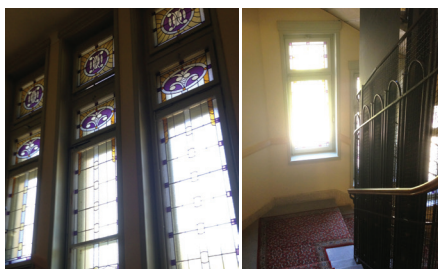
Fig. 47 Plan du rez-de-chaussée avec la nouvelle réception.

Les escaliers, les couloirs et l'ascenseur

Les escaliers et les couloirs de distribution des chambres sont des espaces de transition entre les secteurs de l'hôtel. Considérés aujourd'hui comme des espaces secondaires, ils sont préservés. L'installation d'un ascenseur est un des éléments fréquents de l'adaptation au confort actuel des espaces de distribution. Il facilite l'accès à l'hôtel aux personnes à mobilité réduite et constitue un outil de confort pour le personnel d'étage.

La principale adaptation nécessaire pour la cage d'escalier est le compartimentage coupe-feu exigé par les normes incendies à chaque étage. Suivant le matériau de construction de la circulation verticale, sa résistance au feu doit être améliorée ou alors un second escalier doit être aménagé.

L'escalier et l'ascenseur: Grand Hôtel des Rasses



L'ascenseur, dont la demande d'installation remonte à 1913³¹, se trouve au centre de l'escalier principal. La légèreté de la cabine et de la structure laisse une luminosité convenable à l'espace. Son éclairage provient d'une lumière traversant des vitraux d'origine du style Art nouveau exécuté par la maison Pierre Chiara³², réputée à l'époque. Les balustrades en fer forgé de l'escalier ont été conservées.

Fig. 48 À gauche. Vitraux de l'espace de l'escalier. © EIA-FR
Fig. 49 À droite. Balustrade en fer forgé et ascenseur au centre de l'escalier tournant. © EIA-FR

²⁹ Procès-verbaux de la Municipalité, 6.09.1913 (AC Bullet).

³⁰ Hotel Ofenhorn, Binn, Bewerbung Historisches Hotel des Jahres 2013, Andreas Weissen, 25 mars 2012.

³¹ Le Grand Hôtel des Rasses, Brève étude historique de Joëlle Neuenschwander Feihl, mars 1996.

³² Le Grand Hôtel des Rasses, Brève étude historique de Joëlle Neuenschwander Feihl, mars 1996, p. 29.

L'ascenseur: Hôtel Ofenhorn

L'ascenseur a été inséré de manière discrète avec un minimum d'impact sur la structure existante. La cage d'ascenseur a été placée proche de l'escalier de distribution derrière un mur porteur avec un percement nécessaire pour l'accès.

Une des prochaines étapes des travaux consistera en la restauration des anciens ornements des murs de la cage d'escalier. Ils sont actuellement recouverts d'un papier peint blanc posé lors des transformations des années 1970.

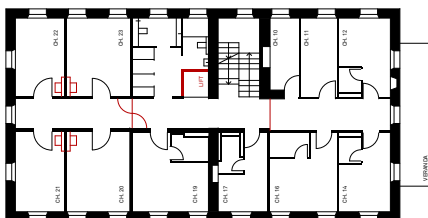


Fig. 50 Plan de l'étage de l'hôtel avec en rouge l'aménagement de l'ascenseur à côté de l'escalier principal.
Fig. 51 Escalier d'accès aux chambres en attente de restauration des ornements.



Les salles à manger et le bar/restaurant

Les salles à manger, n'ayant guère changé d'usage, ont nécessité moins d'adaptations que les autres espaces. Seule la grande table autour de laquelle s'organisaient les repas à l'époque a cédé, de nos jours, sa place à des petits groupes de tables. Cette organisation, nécessitant un peu plus d'espace, est compensée par la réduction du nombre de places, due généralement à la diminution de la capacité d'accueil de l'hôtel. Les salles à manger ont ainsi conservé une grande partie de leur substance historique. Elles font cependant souvent l'objet de travaux de rénovation, voire de restauration. Ces travaux, réalisés dans les «règles de l'art», permettent de conserver un maximum l'authenticité de ces espaces (cf. chapitre appel aux savoirs). L'adaptation de l'espace «bar», fortement fréquenté dans les hôtels de montagne lors des longs séjours des voyageurs du 19^e siècle, s'avère souvent nécessaire. L'aménagement d'un restaurant ouvert aux personnes externes à l'hôtel est un enjeu non seulement économique mais également patrimonial pour un hôtel historique. Il engendre une modification de l'usage et une transformation d'une partie des espaces publics de l'hôtel.

La salle à manger: Grand Hôtel des Rasses

Le Grand Hôtel des Rasses a conservé son restaurant «Belle Époque» et son petit hall adjacent. Pour offrir une petite restauration durant la journée et éviter d'intervenir sur le salon existant, l'hôtel a aménagé un espace «bar» dans une construction annexé à l'hôtel. Pour le salon, les travaux de restauration ont été entrepris sur la base d'une étude architecturale menée par le Service des Monuments historiques de l'État de Vaud permettant de guider les travaux réalisés de 1996 à 1998, suite auxquels «le Salon notamment a retrouvé ses motifs colorés et son faste de 1914»³³



Fig. 52 Salle à manger de l'hôtel en 1915. © Grand hôtel des Rasses



Fig. 53 Salle à manger de l'hôtel en 2013. © EIA-FR

Salles à manger: Hôtel Ofenhorn



La salle à manger et la Petite Salle se trouvent encore à leur emplacement d'origine. En 2001, l'hôtel Ofenhorn a entrepris des travaux de restauration des décors de la salle à manger sur la base d'un modèle original retrouvé sous cinq couches de peinture. Les peintures décoratives recouvertes ornant le plafond ont été rendues visibles. La Petite Salle à l'ouest n'est actuellement plus utilisée comme salle à manger: Elle a été réhabilitée en salle de lecture/télévision.

Fig. 54 Salle à manger restaurée de l'hôtel Ofenhorn. © Pro Binntal

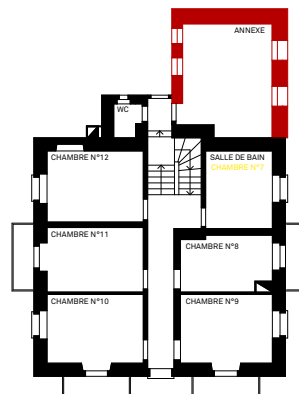
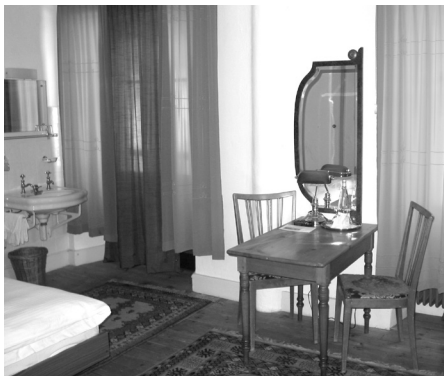
La chambre et la salle de bain

L'hôte enchanté par l'authenticité historique dans les espaces communs est plutôt déçu par le manque de place et de confort dans les chambres. De ce fait l'usure et la demande de la clientèle ont engendré de nombreuses transformations de ces espaces. Les hôtels historiques ayant une chambre équipée d'une salle de bain à l'état d'origine de la construction sont rares. De plus, les standards de l'hôtellerie sont de plus en plus exigeants. Qu'il s'agisse de la salle de bain privative, du téléviseur³⁴, du minibar, etc., les hôtels historiques qui cherchent à rentrer dans une catégorie étoilée n'ont pas d'autre choix que de s'adapter.

La demande de confort de la clientèle concernant les chambres pousse les hôtels à agrandir leurs chambres et entraîne parfois la disparition d'une organisation spatiale antérieure. Il est possible d'adapter partiellement les chambres de l'édifice pour répondre à une clientèle aux attentes diverses et conserver ainsi des éléments témoignant d'un état passé.

L'aménagement d'une salle de bain dans les chambres est un grand défi pour l'authenticité d'un hôtel historique. L'objectif est de modifier le moins possible la répartition des chambres d'origine. Plusieurs manières de mettre en œuvre cette transformation existent mais elles dépendent du degré de confort que l'hôtel souhaite offrir:

Les chambres d'origine sans sanitaire: hôtel-pension Beau-Site



L'hôtel n'a pas adapté le confort de ses chambres afin de conserver un maximum l'authenticité de l'hôtel. Cette stratégie est rare et correspond aux attentes d'une petite partie de la clientèle. Chaque chambre a conservé sa taille et son lavabo d'origine. Les espaces sanitaires communs se situent à l'étage.

Fig. 55 A droite. Plan de l'étage 3. Seule une chambre a été transformée en espace sanitaire commun pour l'étage.

Fig. 56 A gauche. Une chambre avec son lavabo et son plancher d'origine. © chemin.ch

³⁴ Critère 30 et 123 du catalogue des critères 2011-2015 d'hotelleriesuisse.

Les chambres d'origine sans sanitaire: Hôtel Ofenhorn

L'hôtel Ofenhorn a opté pour la conservation d'une partie des chambres sans sanitaire. Dans le but de pouvoir offrir à l'hôte la possibilité de séjourner dans une chambre à la taille et au confort de l'époque, quatre chambres (20, 21, 22, 23) de la partie nord du 1^{er} étage n'ont pas de sanitaire privatif, mais un espace commun à l'étage. Les tapisseries, les frises et les planchers ont été restaurés.

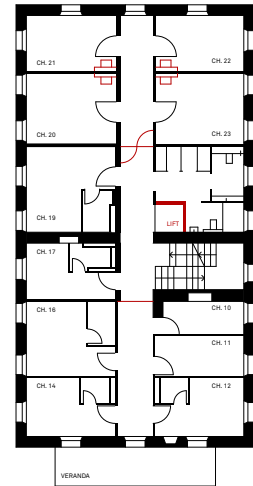


Fig.57 Dans la chambre (21) seul un lavabo avec l'eau courante a été ajouté. L'ancienne porte communicante avec la chambre voisine est toujours présente, comme témoin d'une ancienne répartition. © Pro Binntal
 Fig.58 Plan de l'étage 1 avec les 4 chambres de taille d'origine.

Les chambres d'origine avec un sanitaire: Hôtel Ofenhorn



L'hôtel Ofenhorn a restauré 8 chambres en y intégrant un espace sanitaire contemporain. L'honnêteté de l'intervention est ainsi affirmée, mais elle crée un fort contraste avec les éléments d'origine restaurés de la chambre comme les tapisseries, les frises et les planchers. Les chambres ont cependant gardé leur taille d'origine.

Fig. 59 Une boîte en verre qui accueille une douche, un WC et un lavabo a été aménagée pour augmenter le confort de la chambre. © Pro Binntal

Le regroupement de 3 chambres en 2: Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc

L'hôtel Bella Tola a regroupé trois chambres pour en faire deux nouvelles. Cette solution permet d'agrandir légèrement les chambres en diminuant d'un tiers le nombre. Elle fait cependant disparaître la répartition d'origine, seule une trace au sol laisse deviner l'emplacement de l'ancienne cloison.



Fig. 60 La chambre légèrement agrandie avec son espace sanitaire privatif. © Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc



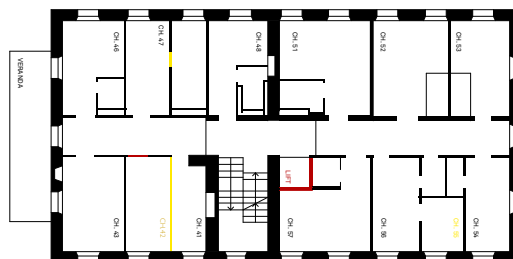
Fig. 61 Extrait du plan de l'étage 2. Les chambres 216, 217 et 218 ont été regroupées en deux chambres 209 et 216 afin d'avoir la place d'y aménager un espace sanitaire privatif et d'augmenter leur taille.

Le regroupement de 2 chambres: Hôtel Ofenhorn

L'hôtel Ofenhorn a opté pour une adaptation partielle de la grandeur des chambres. En effet, certaines chambres ont été regroupées pour ne former plus qu'une seule grande chambre. L'emplacement de l'ancienne porte est maintenu et le numéro de la chambre est rendu visible afin de laisser une «trace» de l'ancienne répartition.

Il aurait également été possible pour l'hôtel de regrouper simplement deux chambres par une porte communicante existante. Cette solution utilisée à l'époque de la construction de l'hôtel offrirait une grande flexibilité d'occupation des chambres et la possibilité de répondre à diverses attentes de la clientèle.

Fig. 62 Plan de l'étage 3 avec le regroupement des chambres 41 et 42.



La chambre à l'ancienne organisée à neuf: Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc



L'hôtel Bella Tola a, de par son positionnement et un segment de clientèle aux attentes de confort supérieurs, aménagé des espaces sanitaires dans chaque chambre. La chambre avec son lavabo d'origine a été agrandie et un espace sanitaire supplémentaire a été aménagé. Des papiers peints ont été appliqués sur les murs, évoquant des tapisseries anciennes. Le choix des motifs des tapisseries s'est fait avec l'intention de correspondre aux goûts de la clientèle actuelle de l'hôtel.

Fig. 63 Une chambre de l'hôtel avec son lavabo d'origine et le nouvel agencement décoratif des murs. © Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc

Le mobilier

L'objectif est la conservation et la réutilisation d'un maximum de mobilier d'origine. Il est possible de conserver ou, si nécessaire, d'adapter un meuble aux exigences actuelles. L'aménagement devrait être complété si possible avec un mobilier ancien dans le but de conserver une cohérence d'ensemble. Les Archives hôtelières suisses possèdent, par exemple, une collection de meubles récupérés d'anciens hôtels et mis à disposition des hôteliers.

Le problème de cohérence se pose avec des éléments comme le minibar ou la télévision qui n'ont pas de modèles historiques. C'est pourquoi, certains hôtels décident de ne pas équiper leurs chambres de téléviseur et se contentent de mettre à disposition une connexion internet.

Les meubles: Hôtel Ofenhorn



L'hôtel compte 38 lits d'origine et de nombreuses armoires, commodes et tables de nuits du temps passé, répartis dans 19 chambres. Les propriétaires ont dressé un inventaire précis des meubles de chaque chambre. Une menuiserie a reproduit 8 lits d'époque pour compléter 5 chambres. Afin de conserver un maximum le mobilier d'origine, l'hôtel n'offre pas de grand lit double. Il propose deux anciens lits simples assemblés. Les chambres ne sont pas équipées de téléviseur pour ne pas perdre d'authenticité.

Fig. 64 Une chambre avec deux lits simples de 1897. © Pro Binntal

b. L'appel aux savoirs et la planification des travaux

L'appel au savoir

Les hôtels historiques consistent de véritables documents authentiques témoignant d'un usage passé. Leur conservation et leur adaptation passent nécessairement par une collaboration avec des personnes compétentes, comme les services des monuments et des sites cantonaux, des historiens de l'art, des archéologues, des artisans/restaurateurs, les architectes qualifiés dans le domaine, des entreprises spécialisées, etc.

Cet appel aux savoirs en amont de toute démarche, permet d'assurer une maîtrise des coûts et une planification des investissements. Il garantit des interventions conscientes et cohérentes qui renforcent l'authenticité de l'édifice.

Les travaux de restauration : Kurhaus Bergün

La salle à manger du Kurhaus Bergün a fait l'objet d'une restauration exemplaire de ses peintures historiques ornant son plafond. Le décor reconstitué se distingue des parties originales remises à jour afin de ne pas falsifier la lecture du témoin historique. La rencontre d'un monument historique, d'une volonté de restauration, d'un architecte innovateur et expérimenté³⁵ dans les monuments historiques et d'un groupe de spécialistes extrêmement qualifiés démontre, avec la conservation du Kurhaus Bergün, la plus-value d'un appel aux savoirs pour les interventions.



Fig. 65 Restauration du plafond de la salle à manger © Monuments historiques des Grisons

Les travaux de restauration : Hôtel Ofenhorn

Le restaurateur Roland Lochmatter a travaillé à la restauration des décors de l'hôtel. Dans la salle à manger, des papiers peints avec des motifs de roses ont été posés d'après des originaux redécouverts datant des années 1900. Des bandes décoratives au plafond ont été dégagées³⁶.



Fig. 66 Mise en place, dans la salle à manger, de papiers peints imprimés sur un appareil centenaire. © Pro Binntal

³⁵ Rapport annuel des Monuments historiques des Grisons de 2004.

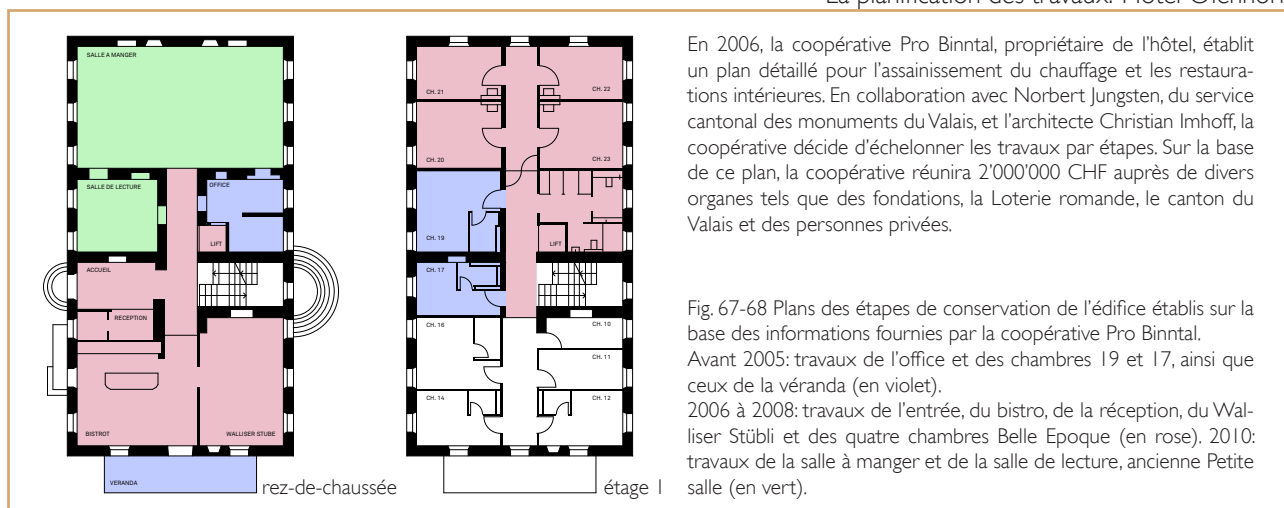
³⁶ Hotel Ofenhorn, Binn, Bewerbung Historisches Hotel des Jahres 2013, Andreas Weissen, 25 März 2012.

La planification

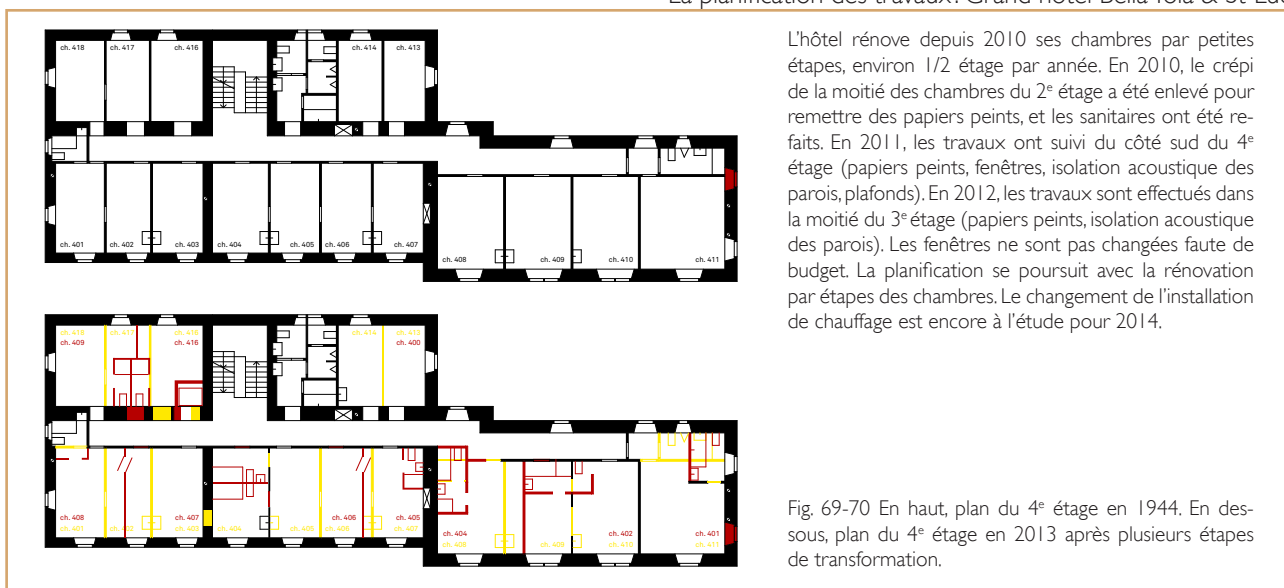
Les travaux d'adaptation et de restauration d'un hôtel historique prennent du temps et sont coûteux. Une planification globale de l'ensemble des travaux à réaliser, sur la base d'une documentation historique et d'un positionnement clair de l'établissement, permet de limiter les investissements qui pourraient se révéler inutiles dans le temps. L'hôtel ne dispose en général pas de l'argent pour financer l'opération en une seule étape. Les travaux sont fréquemment financés par les revenus de l'hôtel. Cela implique qu'ils doivent être réalisés en plusieurs étapes plus ou moins grandes ou échelonnées.

«Les rénovations réussies ne passent pas forcément par des moyens financiers colossaux, bien au contraire, des budgets contenus engendrent des rénovations échelonnées dans le temps, évitant ainsi des rénovations standardisées et préservant le patrimoine.»³⁷

La planification des travaux: Hôtel Ofenhorn



La planification des travaux: Grand hôtel Bella Tola & St-Luc



³⁷ Propos de Claude Buchs dans 150 ans d'hospitalité alpestre.

c. Les offres et les thématiques

L'établissement hôtelier a l'intérêt d'offrir des activités complémentaires afin de diversifier les segments de la clientèle et de rallonger les séjours. Pour cela, l'hôtel historique peut valoriser son histoire, une plus-value exceptionnelle dont il bénéficie, pour se démarquer de la concurrence. Cependant, il doit veiller à proposer des offres clairement positionnées et en cohérence avec son positionnement. Une offre inadéquate pour attirer un type de clientèle particulier entraîne des ambiguïtés et affaiblit l'authenticité de l'hôtel historique.

Les offres: Hôtel Ofenhorn

L'hôtel ouvre deux semaines entre Noël et Nouvel An à l'occasion des soirées culturelles mises en place par l'association de la vallée et BinnKultur. A cette occasion, des lectures, des exposés, et des concerts sont organisés. Pour ces semaines, l'hôtel s'est associé avec l'école de couture de Sierre. Celle-ci a confectionné des tenues inspirés de modèles anciens pour le personnel de l'hôtel. Cela permet d'offrir à ses hôtes des soirées en costumes d'époque dans le but de «vivre» une atmosphère unique.

En été, le gérant, guide de montagne, propose des randonnées commentées à ses hôtes. De plus, l'hôtel travaille en étroite collaboration avec la commune lors de la mise en place de nombreuses offres culturelles. Ainsi, l'été, les concerts classiques du «Musikdorf Ermen» amènent une clientèle à l'hôtel. Pour cela, l'établissement organise les transports nécessaires entre Binn et Ermen.



Fig. 71 Illustration d'un week-end Belle Epoque, © ofenhorn.ch

Les offres: hôtel-pension Beau-Site

La volonté de renforcer une identité et une appartenance à un site et une région a incité les propriétaires à développer un concept de restauration biologique, mettant en valeur les produits régionaux. Cette offre correspond parfaitement à la clientèle cible en recherche de calme et de bien-être.

Depuis de nombreuses années, l'hôtel propose d'accueillir des expositions temporaires de peintres mais également de photographes. Cela lui permet de faire découvrir l'hôtel et d'obtenir une publicité dans les journaux locaux.

SUR L'AGENDA

CHEMIN. Les 7 et 8 juin deux soirées littéraires auront lieu sur le thème «La nature comme personnage littéraire dans l'oeuvre de Corina Bille» et de quelques femmes écrivains valaisannes.

Des lectures de textes, des causeries animeront ces deux soirées qui commencent à 19 h.00 à l'Hôtel Beau-Site à Chemin.



Fig. 72 Annonce parue dans Le Confédéré du vendredi 9 novembre 1988.

Fig. 73 Annonce parue dans Le Confédéré du vendredi 7 juin 1996.

d. L'exploitation

Les périodes d'exploitation d'un hôtel dépendent fortement de la région et de l'offre touristique. Lorsque le contexte l'encourage, il est parfois préférable de n'ouvrir un établissement qu'une partie de l'année, en été par exemple. Ainsi les travaux de mise aux normes énergétiques seront réduits. Pour les hôtels qui ouvrent de manière saisonnière (4/5 mois en été et 4/5 mois en hiver), les mois de fermeture sont l'occasion de réaliser les travaux d'entretien et de rénovation de l'édifice. C'est pourquoi une planification globale de ces travaux en plusieurs étapes est indispensable. L'enjeu pour ces hôtels historiques est aussi de conserver au maximum un personnel de qualité malgré leur exploitation saisonnière. La formation d'une partie du personnel aux travaux d'entretien et de rénovation, comme par exemple à l'Hotel Waldhaus à Sils Maria, peut s'avérer une stratégie convaincante et économique à long terme.

La forme d'organisation de l'entreprise influence la gestion et les investissements dans les travaux d'entretien de l'hôtel historique. Une gestion dissociée de la propriété permet de maintenir le bâtiment et une vision à long terme malgré un changement de gérants.

Une propriété et une gérance dissociées: Hôtel Ofenhorn

L'hôtel est la propriété de la coopérative Pro Binntal depuis 1987. Elle donne la ligne directrice de l'hôtel à long terme et planifie les investissements. L'établissement est tenu par des gérants locataires avec un contrat renouvelable tous les 2 ans. Ce système assure une pérennité pour l'hôtel historique. Même si les gérants se sont succédés depuis la reprise par la coopérative, les objectifs sont restés les mêmes.

Lorsque la propriété et la gérance appartiennent à la même entité, les prises de décision sont simplifiées mais peuvent comporter le risque d'entreprendre des travaux au cas par cas, avec une vision globale réduite. Les hôtels historiques de taille moyenne sont parfois des entreprises familiales où le rôle du gérant et celui du propriétaire se confondent. L'investissement personnel de ces gens passionnés compte énormément pour le maintien de tels établissements.

Une propriété et une gérance identiques: Hôtel Bella Tola

Claude et Jacqueline Buchs sont propriétaires de l'hôtel avec la société Gd Hôtel Bella Tola & St-Luc SA depuis 1995. Ils en assurent également la gestion. Grâce à leur attention et leur investissement personnel, cet hôtel historique a pu être conservé et puis progressivement transformé pour répondre aux exigences de sa clientèle actuelle. Pour les travaux sur le patrimoine, ils n'ont pas recouru à des compétences professionnelles. Les décisions étant entre les mains de peu de personnes, le risque de prendre de moins bonnes décisions pour la conservation du patrimoine augmente.

La forme juridique a son rôle également. Les propriétés sous la forme d'associations, de coopératives ou de fondations touchent de nombreuses personnes et permettent de rassembler des fonds et d'impliquer les investisseurs dans un projet clair, visant à valoriser le patrimoine par exemple.

Lorsque l'hôtel appartient à un groupe hôtelier, il convient de veiller à la cohérence entre l'image transmise par le groupe et le positionnement de l'hôtel. Si les moyens financiers de l'ensemble du groupe permettent de trouver les moyens d'investir, les décisions se trouvent parfois dissociées de la gestion de l'hôtel.

e. L'image, le marketing et les canaux de communication

Faute de moyens, l'identité visuelle de l'hôtel historique est souvent négligée. Du fait qu'une grande partie de la clientèle des hôtels historiques est fidèle, les investissements passent prioritairement à la restauration et l'entretien de l'édifice. En parallèle, il s'agit d'investir dans la prospection d'hôtes ciblés qui apprécient la plus-value des travaux entrepris et, par conséquent, sont prêts à payer le prix juste. Cette stratégie permet d'éviter d'attirer des hôtes qui ne seront pas satisfaits par l'offre.

Pour atteindre le segment de clientèle visé, l'hôtel historique ferait bien de miser sur une mise en scène émotionnelle du produit. Ainsi, il pourra se démarquer de ses concurrents et renforcer son USP. Les réseaux de communication adaptés pour les hôtels historiques sont peu nombreux. De par leurs spécificités et une adaptation hors des standards au confort actuel, il est difficile de trouver une place parmi les distributeurs traditionnels. Cependant certains se sont adaptés. On peut citer comme exemple *hotelleriesuisse* qui a créé une nouvelle spécialisation pour les hôtels «sustainable living», intégrant les trois dimensions du développement durable. Cette catégorie convient parfaitement à des hôtels historiques mettant en valeur un patrimoine architectural et culturel important de notre pays. Comme ces initiatives sont rares, il s'agit de trouver des moyens alternatifs de communication et de fidéliser un maximum la clientèle.

Une multiplication des canaux de communication: Grand hôtel Bella Tola

L'hôtel a créé un produit unique pour se démarquer de la forte concurrence des hôtels de même catégorie. Sa communication se fonde d'une part sur l'aspect émotionnel et historique de la bâtisse et, d'autre part, sur l'aspect «détente et bien-être». L'établissement compte près de 60% d'hôtes fidèles. La recherche de nouveaux clients se fait au travers de multiples canaux de communication en adéquation avec son image historique.

Ses investissements pour la mise en valeur de l'hôtel se sont vus récompensés par la distinction ICOMOS Suisse de l'hôtel historique de l'année 2001. Elle lui a amenée une grande visibilité et une augmentation d'un quart des revenus.

Il est affilié au réseau de distribution *Swiss Historic Hotels* qui attire une clientèle passionnée voyageant parfois d'un hôtel historique à l'autre. La parution dans la publication «Les plus beaux hôtels historiques de Suisse», éditée par Patrimoine suisse, attire aussi des personnes intéressées par le patrimoine. Il est certain qu'une partie de sa clientèle vient uniquement pour l'aspect historique. Il est cependant difficile d'en déterminer la proportion. Les clients viennent pour un ensemble de prestations. L'hôtel fait paraître de nombreux articles dans les médias au travers d'articles de journalistes invités.

La difficulté de trouver un grand nombre de canaux de communication correspondant au produit a induit le développement de l'image de l'hôtel au travers de son site internet. L'hôtel collabore aussi avec des partenaires de réservation en ligne comme *booking.com* ou *Expedia* qui représentent environ 5% de la part de ses réservations. Le nombre d'hôtes dirigés vers l'hôtel par les réseaux sociaux ou des sites comme *tripadvisor* est en forte progression.

Une collaboration avec les partenaires régionaux et fidélisation de la clientèle: Hôtel Ofenhorn

L'hôtel a développé son image et sa communication sur la valeur historique de l'hôtel et de la région. Ainsi, la coopérative et les gérants entretiennent une étroite collaboration avec l'office touristique de la région et les différentes associations culturelles pour la recherche de nouveaux clients. L'hôtel n'est pas soumis à une grande concurrence dans la région. Il se concentre sur une clientèle fidèle. Sa taille moyenne et son exploitation saisonnière ne lui permettent pas d'accueillir un grand nombre de clients supplémentaires. Ses quelques actions marketing sont axées sur la mise en valeur de l'aspect historique de l'hôtel, avec des articles dans la presse spécialisée, des vernissages d'exposition et une publication sur l'hôtel. Il a établi ses canaux de communication auprès d'organismes ciblés sur le patrimoine tels que l'affiliation à *Swiss Historic Hotels*, la parution dans la publication «Les plus beaux hôtels historiques de Suisse», éditée par Patrimoine suisse. En 2013, il a reçu le prix spécial de l'année décerné par le jury des «hôtels et restaurants historiques» d'ICOMOS Suisse. Son marketing ciblé porte ses fruits, puisque un tiers de sa clientèle vient pour l'hôtel historique.

06 CONCLUSION

Les hôtels historiques de taille et de catégorie moyennes, situés hors des grands centres urbains, sont peu considérés dans les études en Suisse romande. Avec seulement 30 à 40% de l'ensemble des hôtels recensés encore en exploitation aujourd'hui, leur situation en Suisse romande est alarmante. Les hôtels historiques sont des témoins de l'âge d'or du tourisme en Suisse au 19^e siècle. Néanmoins, la question de leur évolution n'avait pas encore été traitée au travers d'une approche globale en prenant en compte la valeur patrimoniale, la continuité d'un usage et les intérêts économiques. Les études existantes traitent essentiellement de la valeur patrimoniale et ne tiennent que très peu compte de la nécessité d'adaptation aux exigences actuelles et des enjeux économiques pour ce patrimoine.

Evolution fait ressortir trois positionnements distincts fortement liés aux ressources et risques de l'établissement. Il met en évidence les forces mais également les risques de chacun d'entre eux. Le projet sensibilise les acteurs du tourisme et les propriétaires hôteliers au travers de mesures d'intervention possibles pour valoriser le patrimoine avec un degré d'adaptation au confort variable selon le segment de clientèle. Il démontre l'importance de la collaboration entre les différents acteurs compétents lors de la mise en œuvre de ces adaptations et la nécessité de leur planification à moyen et long termes.

Peu de canaux de communication et de réservation sont adaptés à la valorisation de ce patrimoine hôtelier dans le tourisme. Seule une plate-forme comme Swiss Historic Hotels ou le prix de l'«Hôtel et restaurant historiques de l'année» décerné par ICOMOS Suisse, permet à ces hôtels de se promouvoir au travers de leurs spécificités.

L'étude a constaté que les hôtels étudiés, à savoir des hôtels de taille et de catégorie moyennes en Suisse romande, ne possèdent que rarement les données nécessaires à une étude économique plus approfondie. De plus, le projet de recherche se déroulant sur une année et un grand nombre des hôtels de montagne ayant une exploitation saisonnière, les informations n'ont pas pu être récoltées auprès d'un panel d'établissement suffisamment important. C'est pourquoi, il est délicat d'étayer scientifiquement à une large échelle la plus-value économique du positionnement historique. Cependant, malgré leur spécificité, les exemples étudiés démontrent que leur positionnement historique leur amène incontestablement une plus-value sur le marché.

L'hôtel historique touche particulièrement l'aspect émotionnel de l'utilisateur, au travers de son atmosphère et de l'image que l'hôte en perçoit. C'est pourquoi il serait intéressant de pouvoir déterminer plus particulièrement le degré d'authenticité que l'utilisateur d'un hôtel historique perçoit et ses attentes spécifiques. Elles permettraient aux hôteliers d'adapter leurs offres et leur intervention de manière ciblée à ce segment de clientèle.

07 BIBLIOGRAPHIE

- AGENCE TÉLÉGRAPHIQUE SUISSE, « Le prix moyen d'une chambre d'hôtel en Suisse est de 198 francs », 10 mars 2010.
- ALGOE, SEREC, FORESTIER, M., CAPARROS, P., *Étude de diversification touristique / Diagnostic – Rapport final*, ADPE – ARDA, 1991.
- ATTINGER, Bernard, sous la direction de, *Hôtels historiques du Valais 1815–1914*, service des Monuments, sites et archéologie de l'État du Valais, vol. 1 & 2, 1999/2000.
- ATTINGER, Bernard, sous la direction de, « Hôtels historiques du Valais: propositions de développement pour l'hôtel Beau-Site à Chemin-Dessus », service des Monuments, sites et archéologie de l'État du Valais.
- ATTINGER, Bernard, sous la direction de, « Historische Hotels im Wallis: Vorschläge für Entwicklungsstrategien des Hotels Glacier du Rhône, Gletsch », service des Monuments, sites et archéologie de l'État du Valais.
- BAUER, Ursula, FRISCHKNECHT, Jürg, *Zeitreisen: Unterwegs zu historischen Hotels der Schweiz*, Winterthur: Mattenbach AG, 2013.
- BCV, « Le marché vaudois du tourisme », Les cahiers de l'économie vaudoise, Lausanne, 2006.
- BELLWALD, Werner, « Einige Dokumente zum Hotel Ofenhorn, Binn », (März 2007), dossier à la Médiathèque Valais.
- BERNOUD, A[lexandre], « Le livre des voyageurs de l'hôtel Bella Tola à Saint-Luc (Val d'Anniviers) », *L'Écho des Alpes*, 12 (1915), 465–479.
- BESSON, Nadja, « 8 hôtels historiques entre histoire et montagnes », *Loisirs.ch*, 4 (2004).
- BEERLI, Daniel, *Protection incendie dans l'hôtellerie*, hotelleriesuisse, Druckerei Läderach AG: Berne
- BHP-HANSER ET PARTNER SA, « Se détacher du segment moyen », hotelleriesuisse, Berne, 2007.
- BUCHMANN, Heike, « Das «Kurhaus Bergün»: Zur Restaurierung eines historischen Hotels », *Archäologischer Dienst Graubünden – Jahresberichte*, Denkmalpflege Graubünden, 2004.
- BUCHS-FAVRE, Anne-Françoise et Claude, *150 ans d'hospitalité alpestre*, St-Luc: Gd Hôtel Bella Tola, 2009.
- CARLEN, Georg, *Historische Hotels erhalten und betrieben*, ICOMOS Landesgruppe Schweiz, Luzern: Kantonale Denkmalpflege, 1996.
- DAYER, Christian, « Le plafond leur tombe sur la tête », *Le Nouvelliste*, (18 mars 2011), 34.
- FLOREY, P.-A., *St-Luc (Valais – val d'Annivier jusqu'à environ 1900 seulement Luc)*, Musée de l'hôtellerie et du tourisme suisses, Zurich, 1998.
- FLÜCKIGER-SEILER, Roland, BÜHLER, Simon, « La renaissance des vieilles bâtisses », *Via*, 3 (2008), 12–19.
- FLÜCKIGER-SEILER, Roland, « Aussichtshotels im Val d'Anniviers », *Die Alpen*, 11 (2005), 35–37.
- FLÜCKIGER-SEILER, *Hotelträume zwischen Gletschern und Palmen*, Hier+Jetzt, Baden, 2001.
- FLÜCKIGER-SEILER, *Hotelpaläste zwischen Traum und Wirklichkeit*, Hier+Jetzt, Baden, 2003.
- GUIGNARD, Blaise, « Rêves d'histoire à Saint-Luc », *Hôtellerie et Gastronomie Hebdo*, 24 (20 juillet 2011), 1 et 5.
- HUGON, Olivier, « Une halte sur le chemin », *Le Nouvelliste*, (jeudi 3 août 2006), 2–3.
- HUG-SUTTER, Maria, KUSTER, Jürg, PLAZ, Peder, RÜTIMANN, Michael, « Évolution de la compétitivité-prix de l'hôtellerie suisse de villégiature au niveau international », *La Vie économique Revue de politique économique*, 7/8 (2009), 54 – 58.
- HOTELLERIESUISSE, *Catalogue des critères 2011–2015*, Berne.
- HOTELLERIESUISSE, *Annuaire de l'hôtellerie suisse 2013*, Stämpfli Publikationen AG: Bern, 2013.
- HOTELLERIESUISSE, *Swiss Historic Hotel*, MySwitzerland.com: 2012.
- IMHOF, Toni, *Hotel Ofenhorn, Binn: 100 Jahre, 1883-1983*, Lax: Pro Unter- und Mittलगoms AG, 1983.
- JENNY, Claude, « Le Grand Hôtel des Rasses racheté par le groupe Boas », *htr Hotel Revue*, (3 novembre 2011).
- J.W., « Kapitalschnitt und Sanierungstopp », *Walliser Bote*, (6. Januar 1994), 7.
- KUNZ, Gerold, *Hôtels et restaurants historiques en Suisse 2013*, ICOMOS Suisse, Verlag für Kultur und Geschichte, Baden, 2012.
- LAGLER, Theres, « Bijou im Binntal – das Hotel Ofenhorn », *htr Hotel Revue*, (7.08.2008).
- MEYLAN, Patricia, « Beau-Site au milieu de nulle part », *Le Confédéré*, 52 (vendredi 9 juillet 1993), 5.
- MÜLLER ULRICH, Christine, *Guide des hôtels historiques de Suisse*, dimanche.ch, 2002.
- PATRIMOINE SUISSE, *Les plus beaux hôtels de Suisse*, Bern: Stämpfli Publikationen AG, 2004.
- PATRIMOINE SUISSE, *Les plus beaux hôtels de Suisse*, 3^e éd. révisée, Bern: Stämpfli Publikationen AG, 2011.
- PARVEX, Marie, « Un promoteur converti à l'hôtellerie alpine », *Le Temps*, (26 mars 2013), 9.
- PIGUET, Jean-Claude, *Le Rêve d'Édouard*, Sante-Croix, Journal de Sainte-Croix et environs, juin 1998.
- PIGUET, Jean-Claude, *Le Grand Hôtel des Rasses 1898–1998*, Sante-Croix, Journal de Sainte-Croix et environs, 2013.
- PILLER, Michel, « Exposition photographique du 20 avril au 12 mai à l'hôtel Beau-Site », *Le confédéré*, 30 (mardi 23 avril 1985), 4.
- PFISTER, Dieter, *Raum – Gestaltung – Qualität*, éd. gesowip, Basel, 2005.
- PONT, Gabriel, *St-Luc: Val d'Anniviers: grand hôtel et pension Bella-Tola*, 1911.

- PUIPPE, Roland, «Tourisme cherche second souffle», *Le Nouvelliste*, 206 (6 septembre 1996), 35.
- RAUSIS, Olivier, «Un havre de paix sur le Mont-Chemin», *Le Nouvelliste*, (13 mai 2009).
- REYMOND, D., GLAUSER, D., «Fiche de recensement architectural du canton de Vaud», 118, *Bullet* (108), 1986.
- RUDAZ, Jessy, *L'hôtellerie en Anniviers: entre décroissance fatale et possibles réactions*, travail de bachelor en économie d'entreprise, HEVS, 2011.
- SALEM-MARIN, Anne, VUILLEUMIER, Urs, «Hôtel-pension Beau-Site», plaquette publicitaire.
- SÉVERGRAND-JAQUIER, Anne-Marie, LÜTHI-GRAF, Evelyne, *Hôtel Pension Masson 180 ans*, 2009.
- SCHMID, Andreas W., «Chemin ist das Ziel», *Basler Zeitung*, (2. Juni 2006), 19.
- SCHMID, Andreas W., «Von Glück im Boden: Unterwegs im Binntal», *Basler Zeitung*, (2. Juni 2006), 18.
- SIGRIST, Gabriel, «L'authenticité alpine retrouvée», *Trajectoire*, (été 2007), 75.
- STRAUSS, Yves, BERGEN, Lisa, LÜTHI, Jeanine, SCHIESS, Ueli, *La statistique suisse du tourisme 2012*, Office fédéral de la statistique, Neuchâtel, 2013.
- STERCHI, Jacques, «Charme et légende des hôtels historiques», *La Liberté*, (15 septembre 2009), 33.
- STEINER, Christof, DACHLER, Heini, *Kurhaus Bergün: Historisches Hotel des Jahres 2012*, Obergerlafingen, Albrecht Druck, 2012.
- STUCKI, Sven, Plans du projet de transformation du Grand Hotel Les Rasses, 27.01.2012.
- VUISTINER, Pascal, «Le grand hôtel Bella-Tola, joyau de Saint-Luc», *Le Nouvelliste*, (29 juillet 1998), 3.
- WEISSEN, Andreas, «Hotel Ofenhorn, Binn, Bewerbung Historisches Hotel des Jahres 2013», 25 mars 2012.
- WEISSEN, Andreas, *125 Jahre Hotel Ofenhorn Binn seit 1883*, Genossenschaft Pro Binntal, 2008.
- ZUBER, Geneviève, «La diversité du Bella-Tola à nouveau distinguée», *htr Hotel Revue*, (3 juillet 2008).
- «Ascensions – On écrit du Haut-Valais au Bund», *Le Confédéré*, 19 (7 mars 1882), 2.
- «Le Grand Hôtel des Rasses près Ste-Croix: architectes: MM. van Dorsser et Bonjour; à Lausanne», *Bulletin technique de la Suisse romande*, 41 (1915), 232–234.
- «Economie d'énergie: vers un modèle pour les hôtels», *Infotellerie vaudoise*, 37 (2004), 7.
- «Val d'Anniviers: le Grand Hôtel Bella-Tola de St-Luc a fêté ses 150 ans», *htr Hotel Revue*, (3 juin 2009).
- «Grand et nouvel hôtel-pension Bella-Tola et St-Luc», *Le Confédéré*, 34 (16 mai 1894), 2.
- «Saint-Luc: un hôtel historique», *Le Confédéré*, 30 (22 septembre 2000), 1.
- «Régions suisses du Mont-Blanc et du Grand-Saint-Bernard», *Le Confédéré*, 76 (lundi 7 juillet 1958), 16.
- «A l'hôtel Beau-Site à Chemin-Dessus: les dessins de Caty Rousis», *Le Confédéré*, 32 (vendredi 25 avril 1986), 3.
- «Hôtel Beau-Site: journée portes ouvertes», *Le confédéré*, 30 (mardi 23 avril 1985), 3.
- «Hôtel-pension Beau-Site: il y a septante-cinq ans l'Hôtel Beau-Site a été construit», *Le Confédéré*, 42 (vendredi 3 juin 1988), 7.
- «Expo photo à l'hôtel Beau-Site», *Le Confédéré*, 81 (vendredi 4 novembre 1988), 3.
- «Chemin-Dessus sur Martigny: Hôtel-pension Beau-Site», *Journées européennes du patrimoine, Monuments, sites et archéologie de l'État du Valais*, 14 septembre 2008.
- «Beau-Site Chemin SA», *Feuille officielle suisse du commerce*, 47 (9 mars 2010), 22.
- «Un hôtel valaisan récompensé», *Le Confédéré*, 57 (vendredi 9 août 1991), 3.
- www.bellatola.ch
- www.chemin.ch
- www.grandhotelrasses.ch
- www.ofenhorn.ch

Nous remercions sincèrement les propriétaires et les gérants rencontrés pour cette étude pour leur accueil attentionné et pour le temps mis à disposition. Dans l'ordre alphabétique des noms des hôtels:

- Mme Anne-Sophie Cosandey, Auberge des 4 Vents, à Granges-Paccot;
- Mme Isabelle Brzegowy, Mme Amélie Vandewalle, M. Thomas Droscher, M. David Casaretto de l'hôtel-pension Beau-Site, à Chemin-Dessus;
- Mme Anne Françoise et M. Claude Buchs-Favre, Grand Hôtel Bella Tola & St-Luc, à Saint-Luc;
- Mme Maya et M. Christof Steiner, Kurhaus Bergün;
- Mme Jacqueline Rossé et M. Hanspeter Berchtold, Hôtel Ofenhorn, à Binn, ainsi que M. Andreas Weissen;
- M. Jean-Philippe Scalbert, Grand Hôtel des Rasses;
- Mme Eveline Bühler, hôtel Von Bergen, à La Sagne.