

Secteur hôtelier et développement durable : mariage possible ?

Et pour quelles attentes de la clientèle...



Le développement durable est une tarte à la crème qu'on nous ressort à tout bout de champ. Mais attention, c'est aussi une préoccupation de société stratégique et majeure... qui nous concerne tous. Y compris quand nous voyageons, quand nous consommons, quand nous nous divertissons.

D'où cette attention de plus en plus prégnante dans un tas de grands groupes hôteliers pour respecter, autant que faire se peut, les préceptes d'un engagement - avec des mesures concrètes - en faveur des générations futures...

Durable pour aujourd'hui comme pour demain...

Dès 1987, il y a donc près de trente ans, l'ONU - via la Commission mondiale sur l'environnement et le développement - expliquait que le développement durable devait non seulement répondre aux besoins des générations du présent... mais sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Au fil des ans, d'autres notions se sont ajoutées, notamment la dimension sociétale qui apporte une connotation plus large encore faisant du développement durable « Un mode de développement des activités humaines qui prend en compte le respect de l'environnement et des populations pour le bien-être de tous, aujourd'hui et demain ». On notera donc que, ce faisant, les défis ne concernent plus uniquement les générations de demain... mais aussi celles d'aujourd'hui.

Une stratégie dictée par la croissance

Mais revenons-en au secteur hôtelier... Et interrogeons-nous sur le besoin, et plus encore sur la manière de 'faire' dans le durable. Dans certains grands groupes, c'est par exemple le cas chez Accor, le développement durable est depuis longtemps un sujet concret et opérationnel. On y joue sur la réduction de la consommation d'eau et/ou d'énergie, on s'appuie sur les évolutions techniques en termes de standards de construction et/ou de rénovation, en intégrant entre autres des panneaux so-

” Dans certains grands groupes, c'est par exemple le cas chez Accor, le développement durable est depuis longtemps un sujet concret et opérationnel. ”

laire... Il y en a en fait pour tous les goûts, tous les budgets. Toutes les approches aussi, puisque certains agissent davantage sur l'axe sociétal en privilégiant plutôt la lutte contre le tourisme sexuel impliquant des enfants au travers de campagnes de sensibilisation de leurs clients. Bel engagement s'il en est, ces actions sont quand même toujours dictées, ne nous méprenons pas, par une stratégie économique qui entend quand même créer valeur et croissance.

Et qu'en pense le client ?

Les grands groupes, ce n'est pas une surprise, parlent d'ailleurs davantage *durable* quand cette valeur rencontre leurs objectifs de développement globaux. D'après une enquête réalisée dans des hôtels de différentes gammes dans 6 grands pays (Allemagne, Australie, Brésil, Chine, France et Royaume-Uni), il semble que 8 clients sur 10 seraient toutefois aujourd'hui sensibles au concept durable. Or, quand on sait que la sélection a été établie de façon rigoureuse pour permettre des comparaisons entre des contrées de cultures et de niveaux économiques différents - dont certains subissent par ailleurs déjà certains effets des changements climatiques (comme l'Australie) - il semble indéniable que la sensibilité mondiale des clients de l'hôtellerie vis-à-vis du dévelop-

pement durable ne soit pas feinte. Au-delà des cultures, des genres, des motifs de séjours ou des gammes d'hôtels, ce concept serait même devenu proprement incontournable.

Conscientisation...

À tel point qu'en dépit des différences géographiques, culturelles ou économiques, une convergence mondiale surprenante sera en passe de se généraliser s'agissant des attentes des clients autour des quatre sujets principaux que sont l'eau, l'énergie, les déchets et la protection de l'enfance. Pour l'hôtellerie, l'engagement sur des sujets concrets et quotidiens touchant le développement durable ne se discute même plus, alors que la protection de l'enfance fait désormais partie des conscientisations normales, le tourisme sexuel impliquant les enfants étant unanimement condamné et stigmatisé.

L'inconfort ne colle plus aux basques du durable !

Il découle de tout ceci que les clients se reconnaissent comme un maillon essentiel de la chaîne du développement durable. Pour un voyageur sur trois, les citoyens sont mêmes les premiers responsables en la matière. Les clients de l'hôtellerie se déclarent donc prêts à agir et à faire évoluer leurs comportements. Et de leur côté, les hôteliers y consacrent aussi énergie et argent. Normal, ce concept encore quasiment inconnu il y a 20 ans intervient aujourd'hui de manière significative - pour un client sur deux ! - au moment de choisir un hôtel. On est donc loin, sur le sujet, de l'inconfort qui a un temps collé aux basques du mot durable. En 2016, près de sept clients sur dix n'attendent aucune baisse de confort en optant pour un établissement qui joue cette carte. Il



” Aujourd’hui, le rôle des hôteliers consiste à trouver les moyens d’aller plus loin, pour construire une hôtellerie toujours plus responsable, sans reporter la contrainte sur le client ”

faut avouer que la connaissance du sujet est très largement installée, même si l’on observe encore quelques disparités liées au genre, à l’âge et aux gammes d’hôtellerie fréquentées. Les clients se sentent au cœur du besoin d’action parce qu’intégrant, dans leurs choix et leurs exigences vis-à-vis de l’hôtellerie, des critères relatifs au développement durable.

Gare à la contradiction !

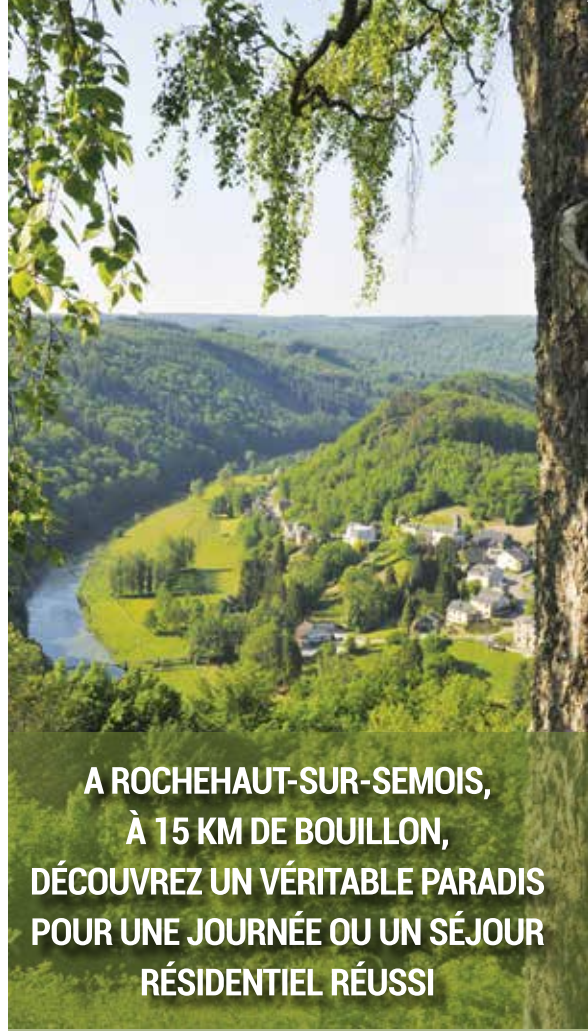
Cependant, ces déclarations sont à manier avec prudence, car les clients de l’hôtellerie sont encore aux prises avec leurs contradictions. C’est l’expérience de tout hôtelier : la tentation de l’abondance et de l’insouciance est forte à l’hôtel. Aujourd’hui, le rôle des hôteliers consiste à trouver les moyens d’aller plus loin, pour construire une hôtellerie toujours plus responsable, sans reporter la contrainte sur le client, et en lui donnant le choix de s’impliquer ou non. En 1962, Motel 6 a révolutionné l’hôtellerie économique américaine avec sa chambre à 6 dollars, garantissant confort et propreté. En 2010, c’est grâce au développement durable que la chaîne a pu être à nouveau pionnière sur son segment, en obtenant la certification environnementale LEED.

Motel 6 démontre ainsi qu’il est possible de construire un bâtiment écologique sans remettre en cause sa performance financière.

On peut manger un éléphant... à condition de le faire par petits bouts !

Dans l’industrie hôtelière comme dans l’industrie classique, le défi repose sur la différenciation, créatrice de valeur, de préférence et de fidélisation. C’est ce rôle que joue le développement durable de manière croissante. Appliqué à l’hôtellerie, il permet de mieux maîtriser et d’anticiper les coûts croissants des ressources naturelles et les réglementations toujours plus exigeantes. Le développement durable n’est pas seulement un contributeur à la bonne gestion des hôtels, c’est aussi un vecteur d’enrichissement de la valeur. Cette démarche encourage l’innovation et engendre un meilleur service au client : petit déjeuner bio, alimentation équilibrée, séminaires responsables, renforcement de l’engagement et de la motivation des collaborateurs... Encore faut-il communiquer sur le sujet et l’expliquer aux clients. Et c’est là, en l’occurrence, que le bât blesse sûrement encore puisque notre territoire est toujours peuplé de petits hôtels qui peinent souvent à faire passer le message...

 Plus d’infos : Comptoir hôtelier du Luxembourg belge
Yannick Noiret - Tél.: 061 29 30 55



A ROCHEHAUT-SUR-SEMOIS,
À 15 KM DE BOUILLON,
DÉCOUVREZ UN VÉRITABLE PARADIS
POUR UNE JOURNÉE OU UN SÉJOUR
RÉSIDENTIEL RÉUSSI



AUBERGE
DE LA
FERME

HÔTEL

RESTAURANT GASTRONOMIQUE

TAVERNE DU TERROIR

BOUTIQUE ARDENNAISE

SALLES DE SÉMINAIRES

PARC ANIMALIER • AGRI-MUSÉE

Auberge de la Ferme S.A. - Famille Boreux
Rue de la Cense, 12
B 6830 Rochehaut sur Semois (Bouillon)
Tél. +32(0)61 / 46 10 00
secretariat@aubergedelaferme.com

www.aubergedelaferme.com