

Maturité professionnelle artisanale

Travail interdisciplinaire orienté projet

Un hôtel pour écologistes



Rausis Joséphine
Dessimoz Françoise

Année 2012-2013

Table des matières

1. INTRODUCTION	3
1.1) CHOIX DU SUJET	3
1.2) BRANCHES RETENUES	4
1.3) PLAN DU PROJET	5
2. L'ÉCOLOGIE	6
2.1) L'ÉCOLOGIE EN MATIÈRE D'HOTELLERIE	6
2.2) STATISTIQUES D'HOTELS TRAITANT DE L'ÉCOLOGIE	9
2.3) AVANTAGES ET INCONVENIENTS	15
3. ÉCONOMIE ET DROIT	16
3.1) LES EXIGENCES À REMPLIR POUR L'OBTENTION D'UN LABEL DE QUALITÉ	16
3.2) LES DIFFÉRENTS LABELS ÉCOLOGIQUES	17
3.3) LE MARCHÉ	20
3.4) LES ACTIONS À METTRE EN PLACE DANS LES DIFFÉRENTS DÉPARTEMENTS	20
3.5) LES PRESTATIONS ÉCOLOGIQUES À DISPOSITION DES CLIENTS	22
3.6) LES COÛTS ENGENDRÉS POUR L'OBTENTION D'UN LABEL	25
4. INFORMATION ET COMMUNICATION	26
4.1) HOTEL ÉCOLOGIQUE, HOTEL BAS DE GAMME ?	26
4.2) SONDAGE	28
4.3) LA CLIENTÈLE DE L'ÉTABLISSEMENT	33
4.4) LE MARKETING MIX	35
5. CONCLUSION	39
6. BILAN PERSONNEL	41
6.1) BILAN DE FRANÇOISE	41
6.2) BILAN DE JOSEPHINE	42
6.3) BILAN DU GROUPE	43
7. SOURCES UTILISÉES	44

1. Introduction

1.1) Choix du sujet

Pour notre travail interdisciplinaire centré projet, nous avons choisi de nous orienter vers un sujet pour lequel nos connaissances étaient minimales. Ainsi, notre but était de les approfondir. Nous sommes donc partis vers l'écologie en hôtellerie. L'hôtellerie, un domaine que nous connaissons déjà et l'écologie un domaine que nous souhaitons découvrir tout au long de ce travail de groupe.

L'écologie, un sujet et une problématique mis en avant de nos jours, qui est devenu un fait divers du quotidien.

Premièrement, nous avons décidé de concevoir un hôtel écologique sur la base de constructions et d'isolations tels que le bois, la pierre ou encore la terre cuite, tout en fournissant de l'énergie par des panneaux solaires. Nous voulions nous intéresser aux rendements de l'établissement ainsi que les coûts investis lors de la construction et pour une certaine période définie.

Après maintes réflexions, nous avons finalement choisis de porter notre attention sur la clientèle cible à attirer dans ce domaine important qu'est l'hôtellerie. Une autre partie sera traitée dans le cas des prestations et services à offrir aux clients et les coûts engendrés.

Dans un deuxième temps, nous allons nous pencher sur l'aspect marketing, ce qui englobe les quatre thèmes principaux que sont : le prix, le lieu, la publicité et la concurrence.

Nous avons également tenu compte du fait que l'écologie étant un sujet d'actualité très prenant, cela peut donc intéresser et renseigner de plus amples personnes à ce thème.

Nous espérons en développant ce thème, obtenir de plus amples connaissances sur le sujet qu'est l'écologie et approfondir nos connaissances dans l'hôtellerie, domaine dans lequel nous avons effectués notre apprentissage.



1.2) Branches retenues

Pour la partie **économie et droit**, nous allons dans un premier temps, nous concentrer sur les exigences à remplir pour pouvoir obtenir un label de qualité. Ces exigences sont souvent les mêmes ou se ressemblent et donc il serait intéressant de les énumérer. Ensuite, les différents labels de qualité au niveau de l'écologie seront traités pour passer au marché à concurrencer. Le type de marché choisi sera très important pour la suite des recherches de notre document. Par la suite, la gestion de manière écologique des différents départements de l'hôtel prendra une grande place dans cette branche. Les prestations et services écologiques fournis dans cet hôtel seront aussi développés. Les coûts engendrés seront également traités dans ce chapitre, afin de connaître le rendement des investissements de biens, services et prestations.

En ce qui concerne la partie **information et communication**, Nous allons nous pencher sur la qualité de l'hôtel, sa prestation en comparaison avec d'autres sortes d'hôtels. Un sondage va compléter nos recherches et va également nous aider à mieux cibler les attentes des clients quant aux prestations attendues dans un hôtel et aux critères de réservation de celui-ci. Nous nous intéresserons aussi à créer un logo, un nom et une brochure pour l'hôtel. Cette partie traitera donc du marketing et de la publicité à fournir pour attirer le plus de clients possible.

Finalement, le marketing mixte va terminer notre sujet avec le prix engendré, la publicité à fournir, le meilleur lieu à choisir et la concurrence à rivaliser.



1.3) Plan du projet



Pour ce projet, le but principal étant d'approfondir nos connaissances, nous allons faire un maximum de recherches sur l'écologie seule pour ensuite l'intégrer dans le domaine de l'hôtellerie.

L'intégrer, qui signifie principalement dans les services et prestations de l'hôtel, notre but n'étant pas de créer un hôtel dans sa conception écologique. Celui-ci sera reconnu pour avoir des prestations écologiques qui nous l'espérons nous apportera un maximum de clients. Nous visons une clientèle en particulier qui est déjà écologiste elle-même à la base.

Par la suite, nous aimerions bien que des clients divers dans leur manière de penser "écologique" fassent partis de notre "cardex" clients. Cela peut également être très intéressant d'avoir plusieurs catégories d'âges, différentes nationalités, et différentes raisons de voyages. Les raisons de voyages étant idéalement des hommes d'affaires, des familles, des jeunes couples, des couples plus âgés ou des clients individuels. Plus les clients ont une raison différente de voyager, plus cela nous intéressera au niveau statistique, de comparer qui fait le plus attention à l'écologie à l'intérieur d'un hôtel.

Les statistiques de notre sondage vont être aussi intéressantes à découvrir. Il est très enrichissant, pour nous, qui avons fait un apprentissage dans l'hôtellerie de découvrir pour une fois, vraiment l'avis du client en complément de notre point de vu, fait par l'expérience acquise durant deux années d'apprentissage. Le but de notre sondage, étant bien évidemment de cibler les différentes catégories de personnes (les moins de vingt ans, les personnes se situant entre vingt et trente ans, celle entre trente et cinquante et les plus âgées au dessus de cinquante ans) pour nous faire une meilleure idée de l'attente de chacun. Logiquement, une personne de vingt ans n'aura pas les mêmes désirs qu'une de quarante.

2. L'écologie

2.1) L'écologie en matière d'hôtellerie

De nos jours, l'écologie prend de l'ampleur dans nos vies quotidiennes et ce sujet fait de plus en plus débattre quand à notre façon d'être écologique. De plus en plus de faits divers parlent de l'écologie au XXIème siècle, et souvent des domaines différents. Que ce soit au niveau de préserver la planète, l'environnement qui nous entoure ou de penser à nos descendants dans quelques années, nombreuses sont les possibilités pour que chacun y mette son grain de sel et devienne écologique à son tour. Dans le domaine de l'hôtellerie, il y a de maintes façons d'être écologique.

L'écologie dans la construction hôtelière

Premièrement, il y a possibilité de construire l'établissement avec des matériaux recyclés ou qui ne sont pas nocifs pour l'environnement. Ceci favorisera la récupération de produits qui auront sûrement été jetés par la suite et démontrera que nous nous soucions du futur. Suivant le matériau choisi, celui-là pourra également faire le charme de l'établissement par sa couleur naturelle ou son aspect recyclé. Il y en a d'ailleurs une multitude de nos jours.

L'écologie dans la gestion des déchets lors de la construction

Deuxièmement, la gestion des déchets lors de la construction de l'établissement sera très importante. Des containers seront mis à disposition sur place pour sensibiliser les ouvriers et aussi les mettre en garde pour de futurs chantiers.

L'écologie dans la gestion des déchets à l'exploitation

La gestion des déchets est également importante à l'intérieur de l'établissement avec différentes poubelles pour le pet, le verre, le papiers, l'alu, les piles, le carton, et ainsi de suite. Cela rend attentif les clients de l'établissement, car ce concept de tri des déchets n'existe naturellement pas dans tous les hôtels. Généralement, le fait de voir ce genre de système, mettra plus facilement notre conscience en garde. Une étude a été justement faite à ce sujet par ACCOR (groupe français, premier opérateur hôtelier mondial présent dans nonante pays). Nous allons d'ailleurs en parler plus précisément dans la suite de ce travail car cette chaîne d'hôtels a fait énormément de démarches pour la préservation de l'environnement et pour l'instauration des systèmes écologiques dans ses établissements partout sur la planète.

L'écologie et les sources d'énergie

Troisièmement, le fonctionnement d'énergie sera choisi bien spécifiquement. Il sera préférable d'opter pour des sources d'énergie renouvelables comme les éoliennes, si bien sûr il est autorisé d'en placer une ou plusieurs. Les panneaux solaires pourront être utilisés pour recouvrir le toit, ce qui diminuera la consommation d'énergie et qui augmentera la renouvelable.

L'écologie et la consommation d'eau

En parallèle, l'eau utilisée pour arroser les jardins en été, les fleurs et pour les toilettes, peut être récupérée de la pluie. Ceci engendre moins de coûts et préserve la planète en apport en eau potable.

Dans le cas d'une éventuelle piscine d'extérieure, celle-ci peut être alimentée par une source d'eau naturelle qui protège l'environnement et l'apport en énergie.

L'écologie et la reconnaissance

Il est bien entendu que si seulement quelques hôtels se mettent à ce système d'écologie, cela aura peu de conséquence sur l'environnement.

Une reconnaissance, par récompense des hôtels qui auront eu le courage de ce label de qualité mettrait en développement ce système écologique. Il serait très intéressant de faire une étude sur la motivation des employeurs pour un nouveau système plus écologique.

L'écologie et l'éclairage

Ensuite, cela peut s'avérer intéressant de se pencher sur le problème des éclairages.

La lumière englobe de grands coûts dans le domaine de l'hôtellerie autant à l'extérieur de l'établissement, qu'à l'intérieur.

Opter pour des ampoules à basse consommation qui ferait économiser quelques 80 CHF en une année par exemple, en ayant une luminosité toute autant bonne, serait donc la bonne solution.

Dans un deuxième temps, avoir des interrupteurs pour allumer et éteindre la lumière, n'est pas le meilleur moyen d'économiser. Les lumières fonctionnant aux détecteurs de mouvements sont souvent beaucoup plus économiques et donc à la fois écologiques. Car on le sait bien, nombreuses sont les personnes qui oublient de fermer la lumière après leur passage aux toilettes ou simplement dans leur chambre d'hôtel.

Pour l'extérieur de l'hôtel, il y a de nombreuses possibilités, mais les éclairages avec détecteurs de mouvements sont intéressants. Généralement, ceci est bien connu, on a toujours tendance à faire plus attention à ce genre de petites habitudes chez soi, plutôt qu'à l'extérieur ou tout simplement dans un hôtel, avouons-le.

L'écologie et encore

Ensuite, il y a aussi d'autres possibilités d'être écologique, en plus petit format. Effectivement, les petites stratégies dans les chambres, dans les salles de bains, ou dans les lieux communs de l'hôtel, ou pour les déplacements des clients en ville.

En chambre, il est possible d'utiliser du papier recyclable pour les informations en chambre à disposition des clients, et celui pour écrire des lettres aussi.

Au niveau de l'éclairage, utiliser une carte (généralement la clé électronique) qui est l'interrupteur général d'électricité pour toute la chambre. En ce qui concerne les emballages, ils seront recyclés.

Pour la salle de bain, il y a ce concept de laisser son linge en hauteur, ce qui signifie que celui-ci ne sera pas lavé, et inversement si il se trouve au sol, celui-ci sera pris en charge par le département housekeeping de l'hôtel.

Pour les prestations de déplacements des clients, ceux-ci pourront se déplacer en vélos qui seront mis à disposition devant l'hôtel.

Mais le but n'étant pas de donner tous les détails maintenant, car ces prestations et services seront présentés de manière plus détaillés pas la suite.

Il y a donc un grand nombre de possibilités pour devenir écologique en matière d'hôtellerie. Nous allons principalement développer le dernier sujet qui est en relation avec les prestations et services écologiques. Ceci touche plus particulièrement le client et nous intéresse aussi puisque pendant deux ans, nous avons eu la chance de pratiquer ce métier et d'y avoir contact quotidiennement. Nous avons déjà un minimum de connaissances en ce qui concerne ce domaine et la manière dont les clients réagissent à ce système, qui est peu à peu entrevus dans les hôtels avec lesquels nous avons travaillé.



2.2) Statistiques d'hôtels traitant de l'écologie

En matière d'écologie, l'hôtellerie suisse est à la traîne comme le signale très bien le système d'hôtellerie Suisse. D'après leurs statistiques, il existe près de six mille hôtels dans toute la Suisse dont seulement une vingtaine d'entre eux ont le label de qualité pour la protection de l'environnement.

En ce qui concerne les statistiques chez nos voisins français, celles-ci sont plus fructueuses qu'ici. Mais c'est en Asie qu'un grand nombre d'hôtels sont déjà écologiques, comme en Thaïlande où ceux-ci sont réputés pour l'être dès leur construction, dans le choix des matériaux et pour leur élimination des déchets.

En moyenne, d'après des statistiques faites par hôtelleriesuisse, les hôtels de notre pays dépensent trop d'énergie. Notamment dans le domaine du chauffage où ils dépenseraient près de 20% de plus que ce qui est prévu par les normes helvétiques et 45% du courant électrique.

Nous avons donc un gros progrès à faire au niveau de l'écologie pour les hébergements en Suisse.

L'écologie et un exemple mondial

Pour mieux nous rendre compte des progrès à faire dans ce domaine, nous avons choisi une chaîne hôtelière qui est assez avancée en ce qui concerne le développement durable et l'écologie dans les hôtels appartenant à leurs marques. ACCOR se fixe des objectifs chaque année à atteindre et a développé ou participé jusqu'à aujourd'hui à trois programmes pour le développement durable. Ceci, nous a donc paru intelligent d'étudier de plus près ce qu'ACCOR a réellement fait au niveau de ces marques et hôtels.



En quelques mots, ACCOR représente treize chaînes hôtelières, dont les principales sont celles-ci :

- Sofitel, la plus prestigieuse qui englobe les hôtels de luxe du groupe
- Pullman, une marque qui fait parler d'elle pour les voyageurs d'affaire
- Mei Jue, enseigne haut de gamme d'ACCOR en Chine
- MGallery, collection d'hôtels haut de gammes reconnus par leur charme et décoration
- Novotel, marque d'hôtellerie milieu de gamme, spécialisé dans les offres familiales avec leur offre Family&Novotel
- Suite Novotel, propose principalement des suites avec de nouveaux services
- Mercure/Grand Mercure, aujourd'hui troisième enseigne hôtelière mondiale sur le milieu de gamme
- Adagio, appartements avec des services particuliers
- Ibis, une offre d'hôtellerie économique au niveau du prix
 - o Ibis Styles (remplacent All Seasons) marque économique pour toute sorte de clientèle
 - o Ibis Budget (remplacent Etap Hotel ou Hotel F1) marque très économique avec des services limités
- Motel 6, chaîne de Motel économique en Amérique du Nord
- Studio 6, chaîne économique, plus particulièrement pour des séjours de longues durées



Programmes retenus

En ce qui concerne les programmes, **le premier** auquel ACCOR a pris part est le "PLANT FOR THE PLANET". C'est à la base une campagne pour un milliard d'arbres. Le groupe a plus particulièrement incité les clients d'ACCOR à conserver leurs serviettes de bain plus d'une nuit. Ceci engendre le fait que cinq serviettes utilisées = un arbre planté.

Les résultats de Accor fin 2011 démontrent que le système a plutôt bien fonctionné. Plus de 2 millions d'arbres ont été financés, l'engagement de ce système a été mis en place dans plus de 1400 hôtels du groupe.

Le deuxième programme s'appelle " EARTH GUEST ". Il a été fondé en 2006 pour associer les initiatives du groupe en ce qui concerne les responsabilités de sociétés et environnementale pour les collaborateurs, les clients et les communautés qui sont en lien avec les activités d'ACCOR. Le programme se structure sur deux chantiers, dont un qui se nomme ECO et s'occupe principalement d'économiser les ressources en eau et en énergie, de mieux trier et valoriser les déchets ainsi que préserver la biodiversité.



Le troisième programme " PLANET21 ", lancé en avril 2012 s'occupe du développement durable. Il est suivi du chiffre vingt-et-un car le groupe s'est fixé vingt-et-un engagements en faveur du développement durable. Ces engagements seront à atteindre dans tous les hôtels d'ici 2015. Un exemple d'un objectif à tenir jusqu'à 2015, est de réduire la consommation d'eau et d'énergie de 10 à 15% dans tous les établissements des 90 pays respectifs ou encore d'arriver à une présence de 80% de plats équilibrés dans les hôtels. Ce qui, nous trouvons, est une très bonne initiative de nos jours.

Ce programme s'est basé sur sept piliers pour définir ses objectifs à atteindre jusqu'à 2015.

- **La santé** Leurs objectifs :
 - Garantir des intérieurs sains (85 %)
 - Promouvoir une alimentation responsable (80 %)
 - Prévenir les maladies (95 %)

- **La nature** Leurs objectifs :
 - Réduire les consommations d'eau (-15 %)
 - Développer le recyclage des déchets (85 %)
 - Préserver la biodiversité (60 %)

- **Le carbone** Leurs objectifs :
 - Réduire les consommations d'énergie (-5,5 %)
 - Réduire les émissions de CO2 (-10 %)
 - Développer les énergies renouvelables (panneaux solaires, photovoltaïques, etc) (10 %)

- **L'innovation** Leurs objectifs :
 - Favoriser l'éco-conception (progrès continu ayant pour but le respect de l'environnement à chaque étape de vie d'un produit) (40 %)
 - Faire progresser le bâtiment durable (21 hôtels)
 - Introduire des offres technologiques durables (20 %)

- **Le local** Leurs objectifs :
 - Protéger l'enfance contre les abus (70 %)
 - Développer les filières d'achats responsables (70 %)
 - Préserver les écosystèmes (garants de la vie et de la diversité des espèces végétales et animales) (100%)

- **Les emplois** Leurs objectifs :
 - Faire progresser les collaborateurs du groupe (75 %)
 - Faire de la diversité une richesse (35 %)
 - Améliorer la qualité de vie professionnelle (100 %)

- **Le dialogue** Leurs objectifs :
 - Conduire les affaires avec transparence (avec 6 indices)
 - Engager les hôtels franchisés et mangés (40 %)
 - Partager la démarche avec les fournisseurs (100 %)



Un premier pointage de statistiques a été effectué en 2011, ce qui démontre ainsi :

En ce qui concerne la  Santé


- 68 % des hôtels Accor utilisent des produits écolabellisés
- 62 % des hôtels mettent en avant des plats équilibrés
- 77 % des hôtels organisent des formations de prévention pour le personnel

En ce qui concerne la  Nature


- moins 12 % de consommations d'énergie entre 2006 et 2010 dans les hôtels de la filiale
- 64 % des hôtels recyclent leurs déchets
- 34 % des hôtels participent au projet de reforestation Plant for the planet

En ce qui concerne le  Carbone


- moins 5,5 % de consommations d'énergie entre 2006 et 2010 dans les hôtels filiales
- 4 % des hôtels utilisent des énergies renouvelables, ce qui est équivalent à 169 hôtels

En ce qui concerne l'  Innovation


- 13 % des hôtels intègrent au moins trois éléments écologiques dans leurs chambres

En ce qui concerne le  Local

- 49 % des hôtels s'engagent pour la protection de l'enfance
- 51 % des hôtels achètent et mettent en avant des produits issus de leurs pays d'implantation
- 68 % des hôtels bannissent les produits de la mer menacés dans leurs menus
-

En ce qui concerne l'  Emploi

- 75 % des directeurs d'hôtels sont issus de la promotion interne
- 21 % des directeurs d'hôtels sont des femmes
- 71 pays organisent des enquêtes d'opinion auprès de leurs collaborateurs une fois tous les deux ans

En ce qui concerne le  Dialogue

- Accor est présent dans les 4 indices responsables reconnus au niveau mondial
- 25 % des hôtels sont certifiés ISO 14001 ou EarthCheck (labels de qualités)
- 45 % des contrats d'achats respectent la Charte Achats 21 d'Accor



En conclusion, Accor n'a pas totalement atteint ses objectifs mais ce n'est pas le principal. Ce qui est important dans ce genre d'étude, c'est que ceci fait évoluer l'ensemble du groupe. Tous les efforts fournis rapportent forcément un minimum de satisfaction au niveau de l'écologie qui aura déjà progresser, au niveau des établissement du groupe, au niveau de la publicité pour les clients, au niveau des employeurs qui peuvent plus facilement avoir des labels de qualités, bref, ceci ne peut que être bénéfique.

Les efforts déjà commencés, ne peuvent que encourager les employeurs à continuer sur le même chemin pour que les statistiques soient encore meilleures les années suivantes.

Ce qu'il faut également savoir, c'est que ce genre d'étude est la première qui mondialement relate l'impact environnemental d'un groupe hôtelier international sur l'ensemble du cycle de vie de son activité, et ce sur plusieurs critères bien précis.

Statistiques tirées du site suivant

<http://www.accor.com/fr/developpement-durable/les-7-piliers-de-planet-21.html>

2.3) Avantages et inconvénients

Les avantages se mettre à l'écologie en matière d'hôtels sont sûrement plus nombreux que les inconvénients.

Les avantages

Les avantages principaux sont les suivants :

- Une diminution des coûts dans la gestion des déchets
- Des économies dans la consommation d'énergie et d'eau
- Une meilleure image de l'entreprise auprès des autorités et des clients
- Un avantage compétitif pour le client ou le consommateur envers une entreprise qui n'aurait pas cette analyse environnementale
- L'obtention d'une reconnaissance ou d'un label de qualité et d'environnement
- Une contribution si petite soit elle à la sauvegarde de la nature

Les avantages d'avoir des certifications comme celle ci sont souvent très bénéfiques pour une entreprise.

- Ces normes garantissent des produits et services fiables et de bonne qualité
- Une réduction des coûts importante va se faire sentir dans le bilan de l'entreprise
- Cette certification est aussi une reconnaissance internationale qui peut avoir des avantages concurrentiels
- C'est en effet une base avec laquelle l'amélioration pourra continuer tout au long de la vie de l'entreprise
- Ces normes essaient de réduire les différents effets négatifs que l'entreprise pourrait produire sur l'environnement.

Les inconvénients

Les inconvénients sont assez mineurs, toutefois, ils peuvent être résumés par :

- Un investissement financier de base plus ou moins important
- La création de documents de suivis pour les différents services
- Une gestion administrative plus grande et contraignante



3. Economie et droit

3.1) Les exigences à remplir pour l'obtention d'un label de qualité

Pour la détention d'un label de qualité, il faut acquérir certaines exigences. Nous avons trouvé intéressant de relever les obligations que le label de qualité IBEX FAIRSTAY demande dans le domaine de l'écologie. Il faut savoir, que ceci n'est qu'une partie du test soumis aux établissements. Il existe donc cinq domaines dans lesquels les critères sont ainsi écrits. Les domaines sont les suivants : la gestion, l'écologie, l'ancrage régional et transports, l'aspect social et les finances et l'économie.

En matière d'écologie

- Nous relevons et analysons nos consommations d'énergie
- Nous déclarons sur notre carte l'origine de nos produits
- Nous achetons des grands emballages
- La part des produits préparés («convenience food») s'élève au maximum à 20%.
- Nous n'utilisons que du papier recyclé dans les sanitaires
- Les déchets des chambres des clients sont éliminés de façon triée
- Nous utilisons des pommeaux de douche économiques (limitateurs de débit)
- Nous instruisons/informons nos collaborateurs en cuisine régulièrement en ce qui concerne les économies d'énergie possibles en cuisine
- Notre bâtiment a été assaini énergétiquement au cours des 5 dernières années (ou une analyse a montré qu'il n'y avait pas lieu de procéder à un tel assainissement)
- Nous utilisons des matériaux naturels pour la décoration et/ou les textiles

Texte tiré du site suivant

<http://ibexfairstay.ch/hp1468/Test-succint.htm>

Nous pouvons donc constater que dans le domaine de l'hôtellerie, souvent, les mêmes sujets reviennent au jour. La consommation d'énergie, les produits de la région, les emballages et le tri des déchets, le recyclage des matériaux et autres, l'économie de certains produits, les informations à faire suivre aux collaborateurs, et ainsi de suite.

3.2) Les différents labels écologiques

Pour pouvoir acquérir différents labels de qualités en matière d'écologie ou de développement durable, il faut dès le départ posséder des normes qui deviennent des certifications par la suite.

Les avantages d'avoir des certifications comme celle ci sont souvent très bénéfiques pour une entreprise.

- Ces normes garantissent des produits et services fiables et de bonne qualité
- Une réduction des coûts importante va se faire sentir dans le bilan de l'entreprise
- Cette certification est aussi une reconnaissance internationale qui peut avoir des avantages concurrentiels
- C'est en effet une base avec laquelle l'amélioration pourra continuer tout au long de la vie de l'entreprise
- Ces normes essaient de réduire les différents effets négatifs que l'entreprise pourrait produire sur l'environnement

Ces certifications, il en existe deux. La première se nomme ISO9001. Elle est internationale, déjà en fonction dans plus de 800'000 entreprises dans 162 pays. Sa principale fonction est d'aider les entreprises de tout type quelles soient et de toutes tailles en ce qui concerne le << management de la qualité >>. Cette qualité passe par les exigences de la clientèle, par le suivi des conditions règlementaires applicables, l'amélioration de la satisfaction des clients et l'optimisation des performances pour atteindre tous ces objectifs.



La deuxième norme se nomme ISO14001. Elle gère principalement tout ce qui est du << management de l'environnement >>. Elle n'a pas d'exigences particulières mais organise un cadre que les entreprises peuvent mettre en œuvre dans le but d'avoir un système plus efficace. Une fois mise en place, ISO14001 a plusieurs avantages sur l'impact environnemental. Notamment les coûts de la gestion des déchets qui diminuent, la consommation d'énergie et de matériaux avec lesquels l'entreprise peut économiser. Naturellement, l'image de l'entreprise sera meilleure aux yeux de tous.

Pour maintenant parler des labels, il en existe une multitude. Dans le but de distinguer des produits qui respectent plus l'environnement que d'autres, ceux-ci sont délivrés à des entreprises. Les critères sont principalement l'aptitude d'utiliser des produits et fournir une réduction de leur impact environnemental tout au long du cycle de leur vie.

Le premier se nomme Eco-label et atteste la conformité des produits et/ou services aux exigences précisées. Il est valable pour toute l'Europe. Il défend principalement la nécessité d'une information fiable sur la qualité écologique des produits et services. Par la suite, il laisse libre choix aux entreprises de faire eux-mêmes des efforts à leur rythme en matière de protection de l'environnement. Ils peuvent également le transmettre à travers des produits ou activités de services labellisés.

Pour le secteur de l'hébergement, les critères d'Eco-label ont le but principal de maîtriser les incidences de l'environnement des trois phases de cycle de vie du service. Ces trois phases sont les suivantes : Achats, fourniture du service, déchets. En particulier, leurs objectifs étant de :



- Limiter la consommation d'énergie
- Limiter la consommation d'eau
- Limiter la production des déchets
- Favoriser les ressources renouvelables et substances moins dangereuses pour l'environnement
- Promouvoir la communication et l'éducation dans le domaine de l'environnement

Il faut savoir qu'un établissement hôtelier en Valais a détenu ce label en 2006, l'hôtel FERIEEN ART RESORT UND SPA cinq étoiles à Saas-Fee. En relation avec cet hôtel, Joséphine a eu la chance d'y travailler pour une certaine période.

Le second se nomme Ibex fairstay (autrefois appelé Steinbock) qui est seulement valable en Suisse. La philosophie de ce label est surtout la combinaison avec l'écolabel de l'UE et le programme qualité de Suisse tourisme qui n'égalent sûrement aucun autre dans le monde. Les établissements qui se verraient être labellisés IBEX FAIRSTAY, doivent remplir cinq conditions bien strictes au niveau du développement durable, telles que :

- La gestion
- Les finances et l'économie
- L'écologie
- Les collaborateurs et l'aspect social
- L'ancrage régional et culturel



Selon la satisfaction, les établissements obtiennent le niveau bronze, silver, gold et platine. Remarqué qu'il faut déjà être un hôtel d'une qualité presque irréprochable pour obtenir le niveau bronze.

En effectuant des recherches, nous avons remarqué que ce label de platine a aussi été dédié à l'hôtel FERIEN ART RESORT UND SPA cinq étoiles à Saas-Fee.



La clef verte est un label de gestion environnementale pour les hébergements de type touristiques. Il est utilisé dans le monde entier et a déjà été décerné auprès de 550 établissements. Les principaux thèmes traités dans ce label sont pour commencer naturellement l'environnement en général, la gestion de l'eau, la gestion de l'énergie, la gestion des déchets, l'aménagement du terrain pour les campings en général.

En suisse, les établissements qui ont ce label sont tous situés en Valais :

- Le Maya Guesthouse, à Nax
- Chambre d'hôtes de charme, à Vex
- Trois chalets d'hôtes, Le six blanc, le rogneux et le barbey situés à Commeire

Il existe aussi une chaîne hôtelière, maintenant dite spécialisée dans les hôtels bios. Elle s'occupe principalement de la nourriture saine et surtout 100 % biologique. Les membres de cette chaîne, ont des tâches à remplir chaque année. Ils sont contrôlés régulièrement. En suisse, seulement cinq hôtels font partis de la chaîne. À Graubünden, l'hôtel Ucliva, à Neuchâtel, le caf-hôtel L'aubier, l'éco-hôtel L'aubier, à St-Gallen l'hôtel Schloss Wartegg et enfin en Valais l'hôtel balance.



3.3) Le marché

Ayant déjà formulé la situation dans certains chapitres auparavant, le marché de l'hôtellerie en Suisse est déjà bien développé. En revanche, en ce qui concerne l'écologie en hôtellerie, ce marché-ci est bien entendu encore à la traîne. En ayant constaté que seulement une vingtaine d'hôtels en Suisse possèdent le label de qualité pour la protection de l'environnement, ceci est un nombre très petit et la Suisse a encore de grands progrès à faire à ce niveau là.

Avec ces informations, nous pouvons donc en déduire que le marché de l'établissement pour écologistes sera presque un monopole. En effet, à notre connaissance, très peu d'établissements envisagent pour l'instant de se lancer dans l'écologie pour le développement durable et ceci en fonction des coûts élevés engendrés.

3.4) Les actions à mettre en place dans les différents départements

Pour rejoindre à l'écologie de manière structurée, il faut savoir mettre en place des normes dans chaque département de l'hôtel, et ceci pour le bien général de l'établissement.

Les généralités

Dans le domaine de l'eau

- Installer des compteurs d'eau dans chaque département
- Installer des chasses d'eau économiques aux toilettes
- Eviter de laisser couler les robinets inutilement

Dans le domaine de l'énergie

- Installer des compteurs dans chaque département pour suivre la consommation d'électricité
- Utiliser des ampoules économiques qui consomment en général 82 % de W (Watts) en moins
- Installer des éclairages avec déclencheurs automatiques dans les endroits de passage (Parking, couloir des étages, toilettes)
- Utiliser des panneaux solaires dans différents domaines
- À la place d'utiliser des portes coulissantes ou tournantes, utiliser des portes normales fonctionnelles
- Installer des fenêtres à double vitrage et les protéger du soleil, ce qui réduit les besoins de climatisation

Dans le domaine des déchets

- Mettre en place un système avec les tris des déchets qu'on peut trouver dans l'établissement

- Les déchets alimentaires en trois catégories
 - Le pain
 - La nourriture en général *
 - Le reste

* Il faut savoir que beaucoup d'établissements en Suisse travaillent avec les paysans qui élèvent des animaux et qui souvent sont nourris par ces restes d'alimentations non-mangés ou non-utilisés en cuisine.

- Les cartons
- Les papiers
- Le plastique
- Le verre, le pet, l'aluminium, boîtes de conserves
- Les textiles
- Le bois

Toutes ces catégories de déchets touchent tous les départements de l'hôtel ce qui sous-entend la réception, le service, la cuisine, le housekeeping (comprenant les chambres, les étages, les locaux) et le SPA.

Il existe également des déchets un peu spéciaux qui ne se jettent pas ainsi dans une poubelle. Les principaux sont, les CD, les piles, les produits de nettoyage, les huiles en cuisine, les cartouches d'encres en réception.

- Commander les produits en fonction des besoins de l'hôtel et non à l'avance
- Utiliser des produits rechargeables et non des produits jetables
- Commander des produits avec le moins d'emballages possible ainsi que les moins polluants

Dans le domaine des achats

- Eviter d'acheter des produits jetables
- Pour les WC, remplacer les serviettes pour s'essuyer les mains à un séchoir automatique
- Acheter en général des piles rechargeables et non avec contenance de mercure
- Acheter des produits locaux, ainsi le coût de transport des marchandises sera minime

Dans le domaine de la gestion

- Organiser de manière claire l'endroit de stockage des livraisons
- Respecter la règle du first in, first out (Quand la marchandise est livrée la première, c'est celle-ci qui va sortir en premier du stockage pour être utilisée)
- Faire attention de ranger tout de suite les produits plus fragiles dans leurs endroits prévus
(Exemple : tout de suite mettre les surgelés au congélateur)

Dans le domaine du bruit

- Mettre en garde les clients qu'à partir de 22heures, le bruit doit être minime
- Installer le plus de murs isolants possible
- Faire les tâches bruyantes pendant la journée
- Sensibiliser le personnel quant aux nuisances sonores*

* On le sait bien, le personnel d'un hôtel commence souvent très tôt le matin et finit de travailler souvent tard le soir. Sensibiliser son personnel dès le départ sur les nuisances qu'il pourrait y avoir est une bonne chose, plus vite les habitudes sont prises, plus vite les habitudes restent. Ceci est partout pareil, que ce soit sur le lieu de travail ou ailleurs.

Il est ainsi important de sensibiliser le personnel à toujours être attentif à ces gestes.

3.5) Les prestations écologiques à disposition des clients

Les clients ont eux aussi besoin de ressentir la sensation d'être dans un concept hôtelier écologique. Il est bien joli de vouloir le construire de manière écologique, faire que des concepts d'énergie, d'eau, de pollution, et autres soient mis en place au sein de l'hôtel, mais le client ne se rendra pas forcément compte de tous les efforts fournis par les personnes à la base de ce concept. Souvent, l'écologie passe par des endroits qui ne sont pas visibles ou pas percevables à l'œil du client pendant son séjour. Avec des prestations ou des services écologiques, le client aura une vision plus verte de l'établissement et fera peut-être plus attention à sa manière d'agir quant à son espace personnel que sera sa chambre pour son séjour. Un bon exemple pour lui est le tri des déchets. Souvent, des statistiques révèlent que la clientèle jette dans le plus des 80 % des cas toutes sortes de déchets dans la même poubelle.

Le but donc, des prestations et services écologiques est de sensibiliser le plus de clients possible durant leurs séjours. Ces clients pourront ainsi sensibiliser leurs enfants pour leur apprendre les bonnes habitudes dès leur plus jeune âge.

Le but second est bien sûr de préserver notre planète. L'environnement qui nous entoure, on le sait est très touché et ceci est une bonne initiative d'instaurer ces services dans un hôtel.

Le troisième but est d'avoir une bonne image et une bonne réputation de l'hôtel et qu'un maximum de personnes veulent vouloir y passer la nuit. Cet hôtel peut également y attirer les écologistes du pays qui peuvent faire de la bonne publicité.

C'est ainsi que parmi les prestations et services pour les clients, nous avons choisis plusieurs options :

- Des vélos électriques à disposition des clients seront fixes devant l'établissement pour les inciter le plus possible à user de transports qui ne polluent pas l'environnement et qu'une ballade à vélo est des fois plus sympathique que commander le taxi pour aller en ville.
- Des voitures électriques à disposition des clients pourraient être sympathiques. Il existe déjà ce système en Valais, là où ce sont deux villages entiers dans lesquels aucune voiture normale n'y est admise. Ces deux stations touristiques sont Zermatt et Saas-Fee, là où les touristiques apprécient d'autant plus venir passer leurs vacances. Il n'y a rien de plus agréable que de n'avoir aucun bruit lorsqu'on est en vacances, m'avait dit un touriste une fois, à Zermatt.



Ici l'exemple d'une voiture électrique de l'hôtel EUROPA à Saas-Fee

- En ce qui concerne les chambres et salles de bains de l'établissement
 - En chambre, il serait intéressant d'avoir la même réflexion déjà effectuée chez ACCOR, pour le lavage des draps de lit et linges de la salle de bain. Mettre une carte d'information en chambre pour expliquer comment fonctionne le système à la clientèle serait judicieux.
 - Dans la salle de bain, les doseurs sont plus écologiques, plus économiques et plus pratiques pour les clients. Les doseurs de savon, de produits de douche, de shampoing et ainsi de suite sont mieux, car les petites bouteilles mises normalement à disposition des clients, sont très petites et les clients les vident très facilement. Ainsi, avec des produits plus grand, ils dureront plus longtemps, et le client pourra doser à sa manière.

- Pour le domaine des lieux publics
 - Mettre en place des poubelles avec des tris en évidence pour sensibiliser la clientèle
- Pour le domaine du restaurant et du bar
 - Mettre des plats bios en avant
 - Insister sur le fait que l'origine de la nourriture vient le plus possible de la région
 - Faire des promotions sur les boissons typiques régionales ou fédérales
 - À la place d'éclairage à la lampe, utiliser des bougies qui est tout autant agréable pour les clients, ce qui ajoute une touche de romantisme
- Pour le domaine du SPA
 - Utiliser des huiles essentielles pour les massages qui sont de produits biologiques
 - Proposer des prestations tels que des massages à l'extérieur de manière totalement naturelle, dans la nature
 - Utiliser une source naturelle pour une éventuelle piscine en extérieur

Il existe donc beaucoup de possibilité de sensibiliser la clientèle aux prestations écologiques de l'hôtel. Celles-ci vont être très importantes dans notre cas, ce qui va nous l'espérons, attirer le plus de clientèle possible. Il est important de ne pas se faire qu'une sorte de clientèle car la réputation d'un hôtel va très vite en matière de bouches à oreilles. Souvent les personnes d'une tranche d'âges vont se faire une idée si l'établissement est plutôt pour jeunes, pour couples, pour familles ou pour personnes âgées. Mais ce n'est justement pas le but de notre concept. Nous allons parler de la clientèle de l'établissement dans le chapitre suivant où nos idées seront un peu plus claires et développées de manières plus élaborées.



3.6) Les coûts engendrés pour l'obtention d'un label



Le calcul économique d'un complexe touristique s'étant certifié "écologique" présente un bilan positif.

Le résultat dépendra des bonifications spécifiques de chaque élément retenu dans le système.

Dans le cadre de la consommation d'énergie, l'exemple commenté ci dessus des hôtels Accor laisse un bénéfice commenté de plus de 12% sur 4 années d'exploitation.

Il est certain d'une manière ou d'une autre, que l'investissement de base est assez élevé et coûte relativement cher. Il n'est pas toujours évident d'avoir l'argent pour le faire ou simplement la motivation de fermer un établissement, qui ne rapporterait rien pour une période donnée.

Faut-il encore savoir si cela sera rentable sur le long terme ? Ce qui est sûr, c'est que fermer un hôtel pour réaliser de grands travaux, sur une période donnée est un grand sacrifice auprès des propriétaires ainsi que des employés. Les employeurs devront payer leurs employés. Sachant qu'aucun revenu ne rentrera dans les comptes de l'entreprise, cela peut être dangereux, surtout si l'entreprise n'a pas suffisamment d'apport de côté. Les employés se retrouvent sans travail du jour au lendemain.

Mais il est vrai, qu'une étude de probabilité serait forte intéressante, déjà rien qu'au niveau des statistiques, pour savoir combien d'établissements seront prêts à fermer leurs portes pour devenir plus "verte" et obtenir un label de qualité.



4. Information et communication

4.1) Hôtel écologique, hôtel bas de gamme ?

Un Hôtel qui répond aux normes environnementales Suisse en rapport de construction, aménagement, tri, et approvisionnement, se catégorise sous une gamme verte. Un établissement hôtelier mettant tout en œuvre pour maintenir l'environnement et pour promouvoir l'économie et l'écologie au personnel est un établissement d'avenir. En effet, depuis quelques années maintenant la sauvegarde de la planète est un sujet quotidien. Mais avant d'être un sujet de discussion ce thème devrait être une pratique quotidienne par ses actes. Sur le grand nombre de la population mondiale qui se chiffre à 6'973'738'433 d'habitants. Si chacun se rend compte de la gravité de la dégradation de notre lieu de vie qu'est la planète, les actes seraient grands. Mais qu'est ce qu'un grand acte par rapport à notre consommation sans fin qui épuiserait toutes les réserves de la nature avant la fin du demi-siècle. Admirer ce qu'il nous reste et peut être la seule chose qui peut nous pousser à modifier notre mode de vie sans limite.

Voilà pourquoi l'hôtellerie montre l'exemple en construisant de manière à respecter au mieux le cycle naturel de la nature. L'accent est mis en particulier sur le choix des matériaux de construction puis s'en suit la production d'énergie, le tri des déchets, l'utilisation de l'eau de pluie et maints autres bien faits.

Un hôtel écologique est perçu comme un hôtel proposant des services de qualité médiocre et surtout offrant un cadre digne d'un motel ou pire encore, le cadre d'une cabane. De ce fait, « l'hôtellerie verte » doit viser le haut standing afin d'attirer la clientèle exigeante des Palaces et des « Relais&Châteaux ». Pour cela, le design doit être mis en avant, le confort doit être présent et la qualité d'un tout doit être unifié pour créer un hôtel haut de gamme concurrençant ses voisins 5* supérieurs.

Critères de classification selon « Hotelleriesuisse » pour les hôtels hauts-standing

- Réception ouverte 24/24h, personnel multilingue
- Portier ou voiturier
- Concierge, grooms, bagagistes
- Hall de réception avec fauteuils et service de boissons
- Accueil personnalisé avec fleurs ou cadeau en chambre
- Minibar, service de boissons et de restauration en chambre 24/24h
- Articles de soins corporels en conditionnement individuel
- Ordinateur avec accès internet dans la chambre
- Coffre-fort en chambre
- Service de repassage dans l'heure, service de cirage des chaussures
- Service de buanderie
- Service turndown le soir
- Mystery Guesting

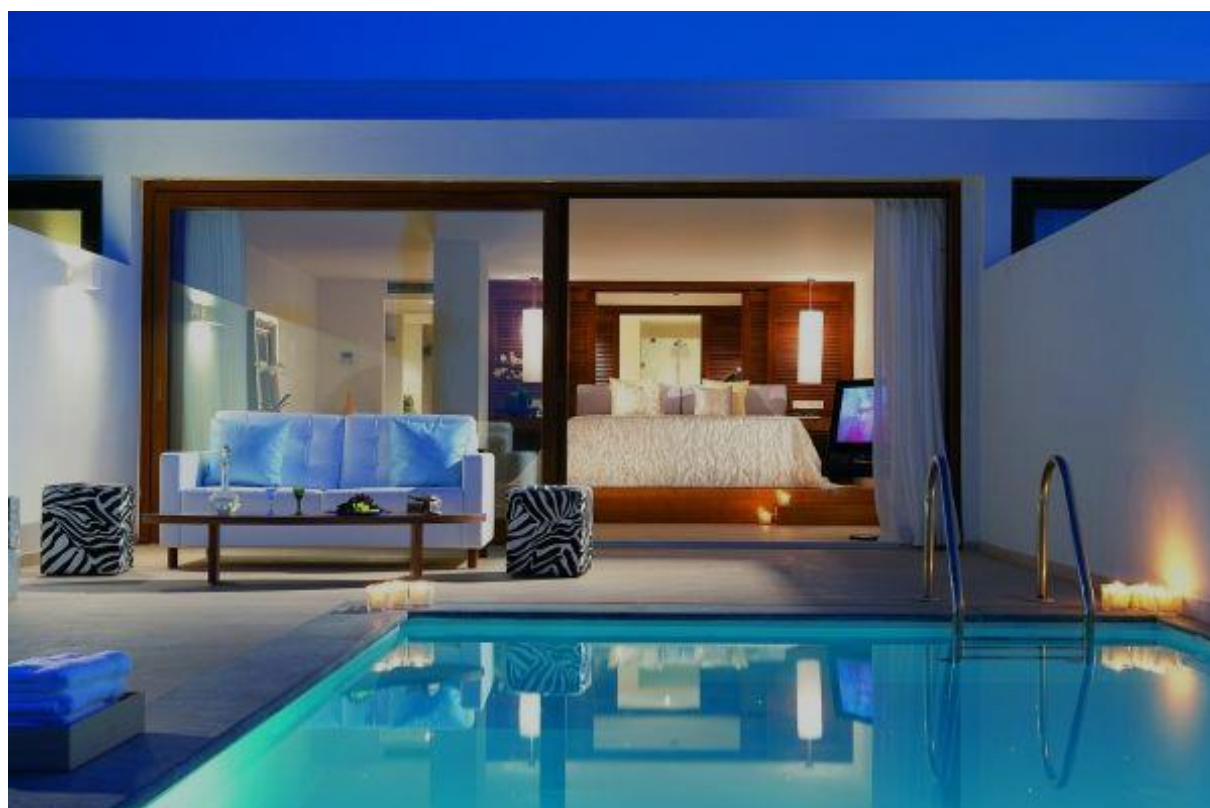
Voici les critères basiques de classification exigés par l'association mère de l'Hôtellerie en Suisse qu'est « Hôtellerie Suisse ».

Hotelleriesuisse est le centre de compétence de ce domaine important de notre pays. L'association des entrepreneurs défend les intérêts des hôtels à vocation nationale et internationale.

Depuis 1882, hotelleriesuisse incarne avec ses 2975 membres, dont 2050 hôtels, une économie de l'hôtellerie et de l'hébergement axée sur la qualité et tournée vers l'avenir. Un avenir qui se doit d'être du côté de la sauvegarde de la planète.

Les établissements classés par hotelleriesuisse représentent 65% des lits d'hôtels en Suisse et génèrent 77% des nuitées. La classification suisse des hôtels, la défense des intérêts politico-économiques ainsi que la formation initiale et continue, comptent au nombre des tâches centrales de l'association. Hotelleriesuisse est présente dans toutes les régions linguistiques du pays et emploie quelques cent collaborateurs.

Leur Vision principale est " l'hôtellerie suisse est le cœur performant du tourisme dans notre pays".



4.2) Sondage

Objectifs de notre sondage

Notre sondage a pour but de mieux de rendre compte quelle est la vision écologique d'un certain nombre de personnes et de tranches d'âges différentes bien délimitées. Ceci nous permettra d'abord de nous faire une idée sur la norme de prix que certaines personnes sont prêtes à dépenser pour passer la nuit.

Il nous montrera également par quels critères la réservation d'un hôtel s'effectue. Au niveau écologique en Suisse, il est également très intéressant de voir quels sortes de transports ces clients privilégient.

D'un côté, les transports en commun qui serait effectivement plus écologique que la voiture qui consommerait plus d'énergie. Cette statistique va également nous permettre de constater quelles prestations les clients font le plus attention dans un hôtel en général et quels services sont les plus appréciés.

Pour ce qui concerne les deux dernières questions, c'est une simple statistique qui nous permet d'évaluer combien de personnes font vraiment attention à l'écologie et de le constater par tranche d'âge est également très intéressant.

Dans les grandes lignes, ceci va nous permettre de mieux imaginer l'écologie à travers nos clients potentiels et donc de planifier comment vont se présenter nos prestations et services pour notre établissement.

Réalisation du sondage

Pour notre sondage, nous avons essayé de le faire de manière correcte et qu'il ressemble le plus possible à la réalité. Nous avons donc choisi de traiter quatre catégories de tranches d'âges différentes.

Les catégories

- les personnes de moins de vingt ans
- les personnes de vingt à trente ans
- les personnes de trente à cinquante ans
- les personnes de plus de cinquante ans

Notre sondage représentatif est fait sur cent personnes. Nous avons choisi de prendre vingt-cinq personnes par catégorie ce qui est plus représentatif que de choisir plus de personnes d'une telle catégorie. Dans deux catégories, nous avons pris douze hommes et treize femmes et dans les deux autres, treize hommes et douze femmes. Nous pensons que cela pouvait être plus significatif d'avoir 50% de sexe masculins et 50% de sexe féminins.

Les résultats du sondage

Les critères pour la réservation d'une chambre d'un hôtel

D'après le graphique ci-dessous, la colonne est représentée en personnes.

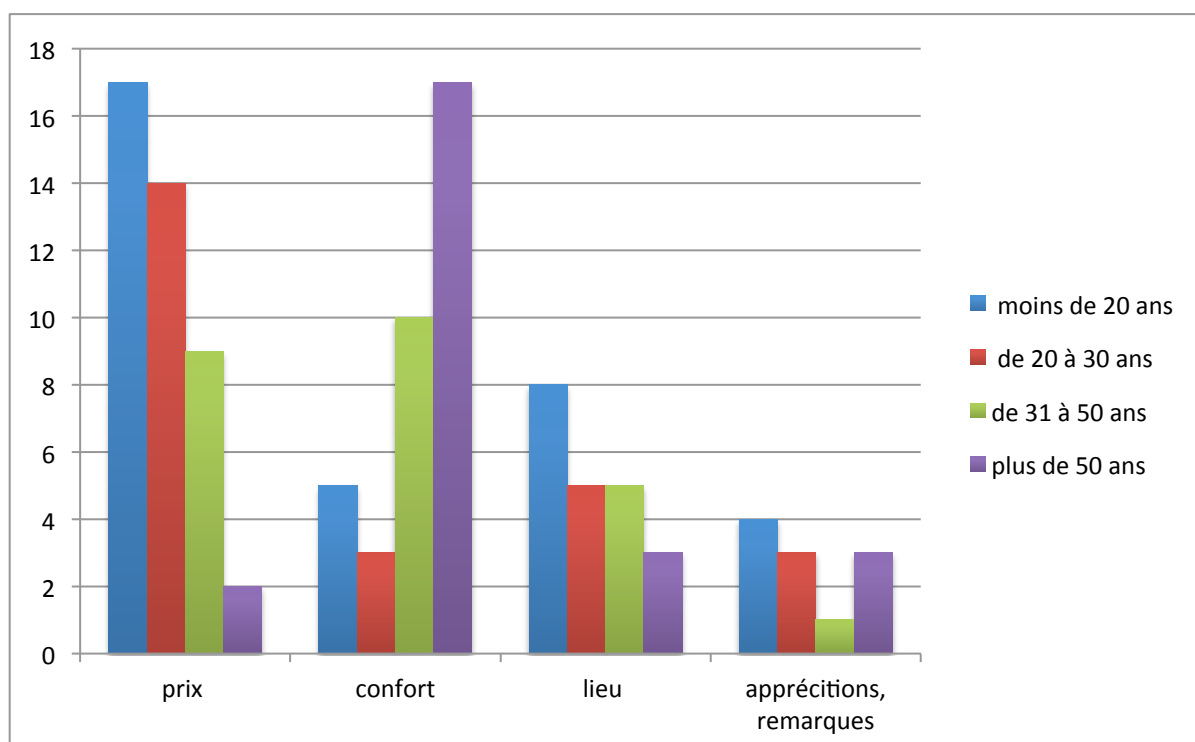
D'après la question : **Quel est votre premier critère pour la réservation de chambre(s) d'un hôtel**, voici les résultats :

Nous constatons dans un premier temps que les jeunes de moins de vingt ans sont très sensibles au prix et que cette sensibilisation décroît en fonction de l'âge. Très peu de personnes âgées de plus de cinquante ans font attention au prix en premier lieu.

Pour le confort, la tendance s'inverse. Les personnes plus âgées font plus attention au confort de l'établissement les personnes entre trente et cinquante ans restent stables dans leurs réponses, tandis que les jeunes de moins de vingt ans et la catégorie en dessus font beaucoup moins attention à ce genre de choses.

En ce qui concerne le lieu, ceci a tendance à rester équilibré avec une petite hausse d'intérêt pour les moins de vingt ans.

Pour les remarques et appréciations à lire sur la toile, nous pouvons constater que très peu de personnes font attention à ce genre de choses même si il serait parfois judicieux de regarder ces commentaires.



Le prix déboursé par personne et par nuit

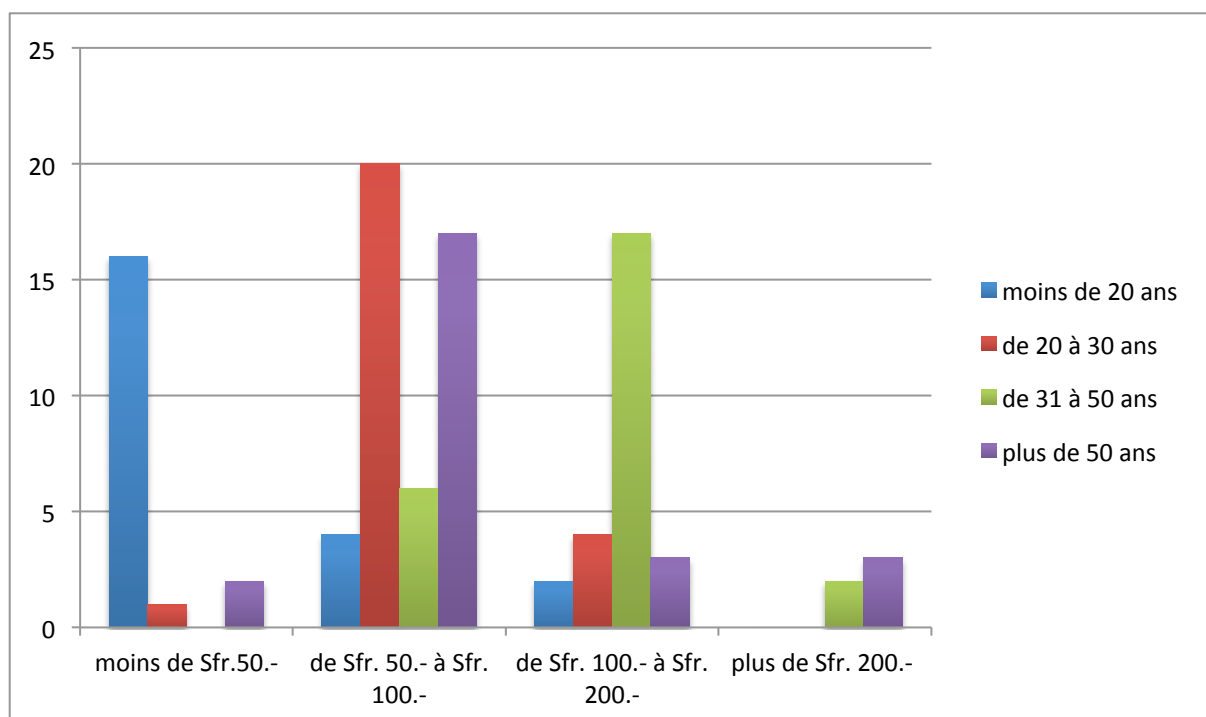
La question pour ce graphique était la suivante : **Quelle est votre norme de prix dépensée pour vos vacances par nuit, par personne ?**

Les résultats confirment ce que nous disait le premier graphique en ce qui concerne les jeunes de moins de vingt ans. La majorité est prête à payer moins de CHF 50.- par personne pour une nuit dans une chambre d'hôtel.

La catégorie des vingt à trente ans opte pour une classe supérieure avec un confort peut-être un peu plus élevé avec une majorité de personnes qui payent entre CHF 50.- et CHF 100.- pour leurs vacances. On constate aussi que les personnes les plus âgées souhaitent débourser le même prix.

Pour les personnes entre trente et cinquante ans, elles optent aussi pour une gamme d'hôtels peut-être supérieure en payant généralement entre CHF 100.- et CHF 200.- par personne par nuit.

Pour la dernière catégorie, nous constatons que très peu de personnes seraient prêtes à mettre ce tarif mis à part quelques-unes dans les deux dernières catégories.



Les critères importants à l'intérieur d'un hôtel

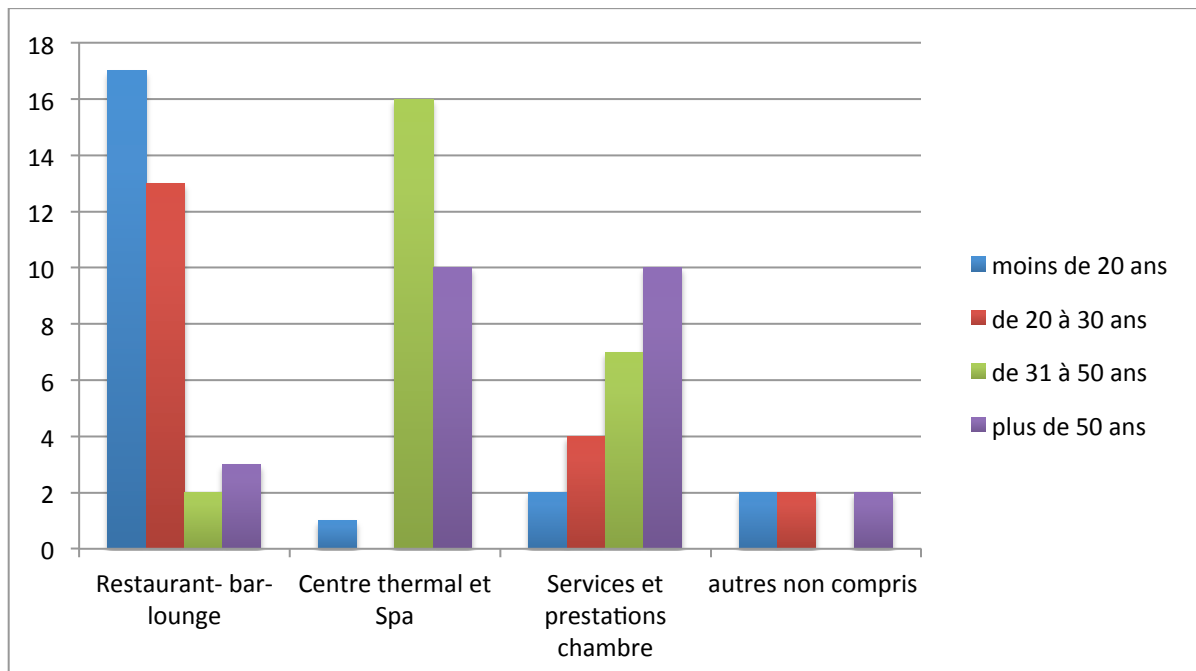
Quels sont les critères auxquels vous apportez le plus d'attention à l'intérieur d'un hôtel, était la troisième question de notre sondage.

Dans ce cas, nous observons que la majorité des plus jeunes sont intéressés par les bars, lounges et restaurants, tandis que le critère qui a obtenu le plus de voix auprès des trente à cinquante ans, est le centre thermal ou SPA après les services et prestations en chambre.

En ce qui concerne les autres, les remarques principales qui sont revenues sont tout de même intéressantes à relever.

- La propreté
- Le wifi
- La nourriture

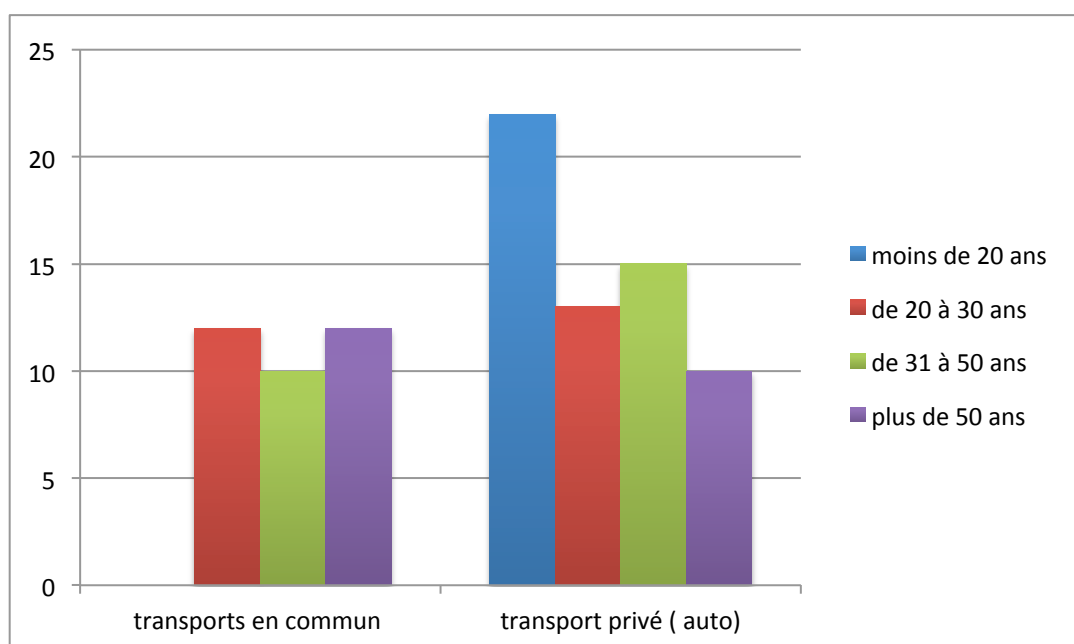
Ces quatre remarques sont revenues deux fois chacune dans toutes catégories confondues.



Le choix des transports favorisé pour se rendre dans un hôtel en Suisse

La question posée demandait aux intéressés : **quels transports ceux-ci favoriseraient pour se déplacer dans un hôtel situé en Suisse.**

Les jeunes de moins de 20 ans ont été clairs et ne prendraient en aucun cas les transports en commun. Tandis que pour les autres catégories, les deux sont plus au moins équitables, et ont tendance à être partagés sur le sujet.



Pour l'avant dernière question, d'après les réponses, les catégories qui font le plus attention au développement durable sont les personnes entre trente et cinquante ans et celles de plus de cinquante ans.

Les deux catégories plus jeunes portent un peu moins d'attention au développement durable dans des établissements hôteliers.

Pour la dernière question, ce sont les mêmes constatations que la précédente. Les jeunes n'apporte pas une grande importance que des établissements de type hôteliers fassent du développement durable, mais quelques-uns d'entre eux, ont quand même mis des remarques. Des remarques du type que même si ils n'y portaient pas une grande importance, ils trouvaient cela intéressant pour l'environnement, que des entreprises se souciaient de ce problème qui fait tant parler au quotidien.

4.3) La clientèle de l'établissement

Le succès d'une entreprise dépend de son aptitude à répondre aux besoins du client ou dans notre cas de ses hôtes.

Dans le domaine de l'hôtellerie de nos pays voisins que sont la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni, le développement durable est désormais une notion à laquelle la clientèle est considérablement sensibilisée, contrairement à la Suisse. Les associations de l'hôtellerie Suisse n'attachent pas d'importance majeure à l'écologie. Les dégâts ne sont pas assez visibles comme en Australie, où les effets du changement climatique se font remarquer. Les seuls efforts sont au niveau de la consommation alimentaire. En effet, la promotion pour l'alimentation suisse se fait ressentir.

Comment attirer une clientèle à la « green attitude » alors que la Suisse n'a pas cette conduite. Se cache-t-il des citoyens de la gauche qui prennent exemple sur nos pays voisins ? Où la Suisse restera-t-elle une extrémiste de la droite jusqu'au grondement de la Terre.

Afin de traiter de la clientèle de l'établissement, il est important de signaler que cet hôtel s'adresse en particulier à des personnes étant déjà des écologistes dans l'âme et dans le comportement.

Cependant, notre but est également d'attirer madame et monsieur tout le monde. Ces personnes qui ne vivent pas écologiquement mais qui ont tout de même assimilé les gestes simples de la vie de tous les jours. Tels que le tri des déchets ménagers tout comme le papier, le verre, le carton et qui se prêtent même certaine fois au compostage. Ces personnes qui font également attention à éteindre la lumière quand son utilité n'est pas primordiale, ne laissent pas couler l'eau inutilement et n'aèrent pas une pièce le chauffage allumé. Tous ces petits gestes sont le début d'une conversion en écologiste.

Et bien heureusement, l'écologie s'accorde merveilleusement bien avec l'économie, ce qui plaît bien évidemment à madame et monsieur tout le monde.

Clients attendus

Suite aux informations résultantes de notre sondage, le segment de client se déclarant comme étant sensibles au concept de développement durable en hôtellerie sont les gammes de personnes de 30 à 50 ans et plus, se rendant à l'hôtel pour la détente.

De plus, les hommes prêtent plus attention au développement durable et y font leur part dans la vie du quotidien bien plus que les femmes.

Clients recherchés

Le bon fonctionnement de la planète est entre les mains des jeunes. Ils doivent montrer l'exemple et surtout maintenir notre Terre dans toute sa splendeur afin de pouvoir la donner en héritage à leurs descendants.

Pour un avenir écologique, nous nous engagerons à sensibiliser les jeunes de 18 à 30 ans. Cette gamme de personnes prête attention aux bars de l'hôtel et au restaurant, à la situation proche des commodités des alentours. Cette gamme de personnes est très attentive également au prix de la chambre.

Pour attirer la clientèle de notre établissement, nous mettrons donc en avant les spécificités de l'hôtel autant dans sa situation que dans ses commodités alentours. Adaptés nos prix en fonction de leur pouvoir d'achat.

Après un séjour dans un hôtel écologique, les hôtes prennent de plus en plus le temps de lire les étiquettes d'articles, et restent souvent attentifs aux labels écologiques officielles inscrites sur les produits en magasin. La « green attitude » est en route.



4.4) Le marketing mix

Le marketing place la clientèle au centre de toutes les démarches de l'entreprise.

La stratégie de marketing permet de définir, après diagnostic interne et externe de l'entreprise, un plan de marché optimal, soit l'utilisation parfaite des instruments de Marketing que sont les quatre « P », soit :

PRODUIT	PRIX	PLACE	PROMOTION
Que proposer ?	Choix du prix ?	Où ?	Comment ?
<ul style="list-style-type: none"> ○ Ambiance ○ Hôtel écologique 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Saisons ○ 1/1'000^{ème} 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Internet ○ Hôtel 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Publicité ○ Bouche à oreille

Le Produit

Services hôteliers

En hôtellerie et restauration, il est essentiel de se distinguer nettement de la concurrence. Les hôtels et les restaurant se voient par centaine par lieu bien délimité.

Dans tout les cas, il est essentiel de rechercher une idée originale pour se démarquer et attirer l'attention d'un futur client potentiel. Cette distinction s'obtient aussi bien par un élément du décor que par une recette culinaire inédite ou une prestation inhabituelle.

Les établissements hôteliers écologiques en Suisse sont extrêmement rares voir inexistants. Ce projet sera donc une nouveauté.

Dans notre cas, nous proposerons un établissement Hôtelier écologique pour écologistes. L'innovation attire surtout quand elle est bienfaisante pour la planète. Cette tendance écologique est essentielle en hôtellerie afin d'être et de rester en bonne cote pour les clients.

Nous avons qu'une seule chance de faire une première bonne impression. Voilà pourquoi l'accueil en hôtellerie est primordial. Un bel accueil nous démarque déjà de la concurrence et met le client à l'aise. Un client qui se sent détendu comme à la maison est un client gagné.

« Le client est le gagne-pain de l'entreprise ».

Les Prix

Comment le client choisi-t-il un établissement avec la diversité qui s'offrent à lui ?

Manger Bio, rouler écolo coûtent plus cher que la norme. En effet, en hôtellerie également les coûts de construction sont plus élevés d'environ 10 à 20 %, cela due aux matériaux protecteurs de la nature. L'investissement est conséquent mais la rentabilité est appréciable.

La liberté des prix est désormais un principe général en hôtellerie. Mais la concurrence influence nos prix et établit également l'équilibre entre l'offre et la demande de nos clients. Le prix se détermine en fonction des coûts de production et des productions de services. Il faut tenir compte de la demande afin de déterminer précisément ce que notre client est prêt à déboursier. En Hôtellerie, un client ne consomme pas que le produit de la nuitée mais tout ce qui s'y rattache. Là entre en scène la vente.

Afin d'attirer le plus de client que possible et de le fidéliser par la suite, il est important de fixer les prix en fonction de ces trois critères, soit :

- Fixer les prix selon le prix de production
- Fixer les prix au prorata selon le pouvoir de la clientèle
- Fixer les prix selon la concurrence

Différents tarifs

Dans notre secteur, la période et les segments de marché obligent l'hôtelier à adapter ses prix.

- La période : haute ou basse saison
- Segment de marché : groupes, individuels, entreprises.

Le niveau des prix en hôtellerie est lié au nombre d'étoiles et à la règle du 1/1'000^{ème}. Pour fixer le prix minimum par de la chambre, l'industrie hôtelière applique cette règle qui doit être égal au 1/1'000ème du prix de construction de la chambre. Mais cette règle n'est plus vraiment d'actualité due à ce besoin d'appartenance des clients qui sont prêts à déboursier des sommes faramineuses pour se mettre en avant et se démarquer du reste de la clientèle de l'hôtel.

Notons tout de même que le prix de vente exorbitant d'une chambre doit refléter le service et doit être justifiable.

La Place

Quel est le lieu idéal pour attirer l'attention du plus grand nombre de futur client potentiel ?

Le choix du réseau et des canaux de distribution est la force de la vente.

L'immense popularité dont jouit internet en tant que canal d'information et de réservation sur le marché hôtelier se fait ressentir. Internet est désormais le canal de réservation principal. Il est devenu incontournable dans la réservation, en effet de nos jours le client est à la recherche du meilleur produit au meilleur prix. Et internet lui offre la possibilité d'effectuer facilement des comparatifs très rapides grâce aux commentaires des clients, à la situation idéal de l'hôtel, à ses services.

Booking.com est le système de réservation en ligne le plus répandu dans le domaine de l'hôtellerie parmi tant d'autres tels que, les plus courants « eBookers », « Venere », « hotels.com », « LastMinute »

Avantages et inconvénients des canaux de réservations en ligne

Avantages

- Toutes informations pour le client (images, situation, détails chambre)
- Réceptionniste à disposition pour le client à l'hôtel

Inconvénients

- gestion des contingents en ligne
- commissions
- mauvais commentaire, mauvaise cote

Afin d'effectuer une réservation, de moins en moins sont les clients qui contactent l'hôtel téléphoniquement. Internet est devenu le moyen le plus simple et le plus apprécié par les clients. Les e-mails sont également très estimés par les hôtes grâce à leurs sécurités pour preuve écrite en cas de litige. Vis-versa pour les hôteliers.

L'appel téléphonique reste le moyen de réservation pour les personnes plus âgées qui n'ont pas d'outils internet, mais également pour les personnes qui favorisent le contact humain. Aussi sont les personnes qui râlent au téléphone pour bénéficier d'un tarifs à leur convenance.

Une contestation vocale est mieux assimilée par l'hôtelier qu'une contestation écrite.

La Promotion

Comment se faire connaître du grand public ? Comment vendre un produit ?

Cette technique de communication, qu'est la promotion, dont l'objectif est de stimuler les ventes de notre produit, que sont nos services hôteliers, sur une durée déterminée en fonction de nos offres et des saisons. Afin d'attirer une gamme de clients en fonction du produit mis en avant.

La politique de communication :

- Choix du type de publicité
- relations publiques

La « green attitude » est une différenciation qui attire les clients adeptes de nouvelles expériences. Une bonne image permet de réaliser un bon chiffre d'affaire. On élabore des stratégies de marketing liées à la préservation de l'environnement, afin de satisfaire la demande des consommateurs sensibles à la santé de la nature. C'est également une technique de vente qui fidélise, du moins qui tente de fidéliser, les clients face à la concurrence.

La stratégie marketing

Elle tient compte de trois paramètres :

- Les besoins de la clientèle
- Les atouts de l'entreprise
- Les performances de la concurrence

Par rapport à sa stratégie elle établit ensuite des objectifs en matière de produits du marché. Les objectifs en matière de marché concernent :

- Les segments du marché
- La répartition du marché
- Le volume du marché
- Le potentiel du marché
- La position sur les différents marchés

L'hôtelier doit savoir proposer des « offres flash » au meilleur prix et au bon moment afin d'attirer des clients.

Un client satisfait est notre meilleur atout publicitaire.

Le Marketing c'est tout simplement satisfaire un besoin avec le moins d'efforts et un bénéfice optimal.

5. Conclusion

Depuis notre plus tendre enfance, l'apprentissage des manières s'est appris grâce à une personne qui montra l'exemple. Nous fonctionnons comme ceci. Les manières s'apprennent par effet de miroir. Les erreurs sont des expériences personnelles qui une fois produites ne se refont plus et nous permettent de nous améliorer.

Alors qu'en est-il de la planète ? Nous la détruisons, ceci est une erreur. Nous nous en apercevons par expérience mais n'agissons pas. Où se cache l'amélioration de toutes les mauvaises expériences ? Tout s'abîme et tout s'entretient, mais vu la dégradation de la planète est-ce que tout se répare vraiment ?

La planète accueille tout le monde. Le monde accueille tout individu et tout individu abîme ou respecte son lieu de vie. C'est là que nous reconnaissons un écologiste.

Un hôtel écologique est un hôtel citoyen de la planète et un écologiste est un citoyen respectueux de son lieu de vie.

A la suite des résultats de notre sondage, nous avons pu observer que chaque citoyen est prêt à faire des démarches dans le but d'améliorer l'environnement.

Chacun a une part d'écologistes en lui car, tout simplement, personne ne souhaite détruire la planète. Mais au contraire désire la protéger.

Alors la responsabilité en vient à l'Etat, de mettre en place des lois strictes pour une nature libre.

Prenons l'exemple de Fribourg et Lausanne où les sacs à ordures sont extrêmement coûteux contrairement au canton du Valais. Plus de Sfr.12.- de différence pour les 10 sacs. Etant toutes deux originaires du Valais et ayant emménagé dans le Canton de Fribourg nous nous sommes de suite mis au tri des déchets grâce et à cause de ce prix important.

Citons également Sion, la capitale du Valais, la commune a mis en place un système de vélos gratuits à la gare, en vieille ville et près d'un cadre polyvalent pour sportifs en dehors de la ville. Ce dispositif permet à tout le monde de favoriser le vélo aux transports en communs de la ville.

Les grandes entreprises tels que Migros et Coop proposent de plus en plus de produits suisses. GENERATION M de Migros promet de réduire de 10% la charge environnementale globale des emballages des 250 produits les plus vendus d'ici 2013 et s'engage à un grand nombre de promesse concrète pour la génération de demain.

Il serait donc judicieux de la part de l'Etat de prendre plus au sérieux ce problème, de promouvoir l'idée de l'écologie au peuple pour un avenir meilleur.

Pour conclure, ce travail fort intéressant, mais important dans sa recherche nous a permis d'imaginer et de concevoir un hôtel pour écologistes. Il est certain que les tâches principales pour devenir un hôtel pour écologistes devront être reconnues et labellisées.

Les différents labels existant se ressemblent mais n'ont pas chacun la même portée vis à vis du client. La quantité d'éléments mis en route pour certifier un hôtel est importante et nécessite de grands investissements. Le temps nécessaire est aussi primordial et le personnel hôtelier doit être impliqué afin qu'il puisse apporter cette plus value aux clients écologiques.

La statistique peu élevée d'hôtel en suisse permet de croire qu'un développement de ces hôtels sera d'actualité très prochainement. Toutefois, les coûts engendrés ne permettront pas d'aller très vite dans ces investissements.

La prise de conscience de l'écologie par le grand public permettra de déboursier plus pour se diriger vers ces hôtels qui ont un avenir assuré. Ce domaine qu'est l'écologie a été très intéressant à développer et à suivre tout au long de ce travail. Nous avons appris beaucoup de nouvelles choses en matière d'écologie en hôtellerie et tout ceci est un plus.

Ce travail interdisciplinaire nous permettra comme employé de la branche de le mettre en valeur lors de nos études prochaines, à savoir l'école hôtelière de Lausanne.



6. Bilan personnel

6.1) Bilan de Françoise

Tout au long de ce travail en groupe, j'ai appris à mieux écouter les autres, soit dans le cas de ce TIP, à mieux prendre en considération les remarques de ma collaboratrice Joséphine Rausis. Il est vrai qu'il m'est préférable d'exécuter des travaux en individuel. Je développe mes idées, réalise les démarches tels que bon me semble. Et en effet, les goûts et les couleurs de certains ne plaisent pas à tout le monde. De ce fait, les travaux en groupe obligent à être plus ouvert d'esprit, à accepter le désaccord de son collaborateur sur certains points comme pour mon exemple lors la rédaction de l'introduction. Savoir adapter et modifier nos propos par rapport à la vision de l'autre. J'ai appris à gérer de légers conflits qui sont survenu lors de phase de stress durant les travaux. La parole et l'écoute sont les deux valeurs qui ont permis un bon déroulement du TIP tout au long de l'exécution de celui-ci.

Je conclurais donc avec ce premier point en citant que les compétences travaillées et développées durant ce TIP ont été l'écoute, l'ouverture d'esprit et la capacité à travailler en groupe.

La durée à la préparation du TIP paraissait tellement longue. La date de clôture paraissait tellement lointaine que j'ai pris mon temps au départ. Ce qui m'a coûté un peu de retard lors de la rédaction. Je me suis beaucoup intéressée au thème de l'écologie, j'ai fait des recherches sur l'écologie en hôtellerie afin d'approfondir mes connaissances sur cette thématique actuelle, mais qui ne touche pas spécialement l'hôtellerie surtout pas en Suisse.

A la suite de ces maintes recherches sur les deux domaines, les connaissances étaient présentes mais pas rédigées. J'ai donc du transcrire sur ordinateur tous les résumés inscrits sur papier. Dans les dernières semaines, je me suis fixée des objectifs de recherche et de rédaction à intervalle régulier en fonction du travail scolaire. Le délai s'est rapidement restreint. De ce fait, les semaines finales ont été chargées par rapport au commencement.

En souhaitant traiter l'écologie qui est une thématique actuelle et l'hôtellerie étant un sujet qui me passionne. J'ai rencontrée quelques problèmes d'informations sur les normes écologiques suisses. L'écologie est un point problématique de nos jours, les grandes associations en parlent mais l'Etat Suisse ne s'y intéresse que très peu. De ce fait, il est difficile de trouver des renseignements sur ses normes écologiques suisses. Sachant que l'écologie n'est pas une pensée primordiale pour la population et en particulier due à l'Etat qui ne fait que très peu voir aucune propagande pour le développement durable. Les suites résultant de recherches internet sur l'écologie en hôtellerie suisse sont excessivement minimales. Les sujets principaux suisses de l'écologie touchent à des thèmes tels que l'agriculture, l'alimentation, le tri des déchets et les automobiles. Des articles de journaux citent la Suisse comme étant « à la traîne au niveau écologique en hôtelier ! » Le manque d'informations sur les 2 sujets combinés a été un problème pour la composition du TIP.

6.2) Bilan de Joséphine

Lors de ce travail, j'ai appris à mieux travailler en groupe. Il n'est pas facile de s'adapter au début, car on ne peut pas s'entendre sur tous les choix. Ce travail m'a justement permis de développer mon écoute vis-à-vis de Françoise. J'ai appris à avancer au rythme d'une autre personne et faire en conséquence de la vitesse de travail de chacune. J'ai également appris à aller vers les gens pour notre sondage. Il a d'ailleurs été très intéressant de constater ces résultats. Pour la réalisation du travail complet, je me suis moi-même rendue compte que celui-ci m'a permis de me concentrer plus longuement sur des travaux et que cela m'a aidé pour des évaluations en classe. Cela m'a ainsi permis de me rendre compte, que le domaine de l'hôtellerie m'intéresse davantage et de confirmer mon inscription future à l'école hôtelière de Lausanne.

En ce qui concerne la gestion du temps, celle-ci a été très difficile. Le délai paraît long, mais finalement, on se rend compte trop tard que l'année scolaire passe très vite et qu'il fallait peut-être prendre cela plus rapidement au sérieux. J'aurai peut-être du plus travailler et rédiger ce TIP quand le temps me le permettait. Je pense d'ailleurs que beaucoup d'étudiants auparavant ont pensé comme nous, que les mois défilent très rapidement.

Ma première difficulté a été principalement le temps et son délai comme je viens de l'expliquer. Ma deuxième difficulté rencontrée a été les recherches sur internet. Pour notre thème qu'est l'hôtellerie, je me suis rendue compte que l'hôtellerie suisse ne favorise pas tellement l'écologie de nos jours. Il a parfois été très complexe de trouver des informations à ce sujet. Au niveau de l'écologie, il y a aussi beaucoup à discuter mais très peu dans le domaine de l'hôtellerie. C'est pourquoi, nous avons dû étendre nos recherches et même poser des questions sur ce sujet, à des personnes travaillant et ayant expérimenté cette branche pendant des années.

Nous n'avions pas vraiment de rôle, il n'y avait pas vraiment de meneuse dans le groupe. Nous avons simplement partagé le travail pour voir clairement ce qui reste à faire et ne pas les effectuer à double. Ce travail, m'a permis aussi de mieux gérer la gestion du temps. J'ai remarqué combien il m'en fallait pour rédiger quelques pages, ce qui m'a permis de m'y prendre plus à l'avance pour ce que je devais écrire. Ceci m'a aussi aidé pour le reste des branches en classe. Je fais maintenant mes résumés de cours à l'ordinateur, ce qui est plus pratique et plus rapide qu'à la main.

Nous avons eu quelques conflits dans le groupe. Il y a forcément quelques points sur lesquels nous ne sommes pas d'accord. Chaque personne travaille à son rythme et je pense personnellement, que ce travail devrait s'effectuer seul. Le fait que cela soit un travail de groupe, c'est un bon concept, mais de choisir la personne avec laquelle on va le faire tout au début de l'année n'est pas l'idéal. Il faudrait pouvoir le choisir plus tard ou avoir le choix de travailler seul. Même si nous sommes de très bonnes copines et nous connaissons depuis quelques années maintenant, ce travail de maturité m'a également permis de me rendre compte que ce n'est pas le fait de connaître la personne qui va me faire écrire un bon travail, mais de savoir discuter, être attentive à l'autre personne et ses attentes.

Je conclurais d'une manière positive en gardant que les bons points. D'une manière générale, cela m'a permis d'apprendre un maximum d'informations sur l'écologie et d'avantage pour la branche de l'hôtellerie.

6.3) Bilan du groupe

Nos points forts ont été de retirer tout de suite l'information principale dans nos recherches sur la toile. Nous avons eu de la facilité à reconnaître rapidement ce qui était important et ce qui ne l'était pas, donc à faire la part des choses. Ayant toutes les deux fait un apprentissage dans l'hôtellerie pendant trois ans, nos connaissances étaient bonnes.

Pour un prochain travail, nous pensons toutes les deux que nous devrions nous y mettre plus rapidement. Celui-ci demande sacrifices et recherches conséquentes. Dans un deuxième temps, il est également possible de favoriser la rédaction d'un agenda afin de fixer des tâches à exécuter dans un ordre précis. Ceci permettrait une organisation beaucoup plus optimale.

Ce qui a perturbé peut-être la démarche, c'est que la relation entre l'hôtellerie et l'écologie est minime dans un pays comme la Suisse, et nous avons pu constater qu'il y a encore beaucoup de progrès à effectuer à ce niveau là. Nous avons également vu que l'écologie en matière d'hôtellerie est largement plus développée dans d'autres pays et que son fonctionnement a été très difficile à trouver. Nous avons du effectuer beaucoup de recherches pour arriver à des résultats concluants. Effectivement, tout n'a pas été simple durant ce travail, mais nous sommes ravies d'avoir pu l'expérimenter et encore plus dans un domaine qui nous passionne autant l'une que l'autre, ce domaine qu'est l'hôtellerie. Nous sommes également satisfaites d'avoir appris énormément de choses qui nous serviront nous l'espérons, pour nos futures études.



7. Sources utilisées

Internet

<http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/service-distribution/actu/0202210630985-le-panama-affiche-sa-biodiversite-dans-un-musee-signé-franck-ghery-352337.php>

<http://www.voyagespurlaplanete.com/hotels-ecologiques-en-inde/>

http://www.accor.com/fileadmin/user_upload/Contenus_Accor/Developpement_Durable/pdf/FR/BP/FR_BP_ECO_100_hotels_Solaires.pdf

<http://www.economiesolidaire.com/2009/04/08/hotel-ecologique/>

<http://www.austria.info/fr/autriche-activites-nature/-1126328.html>

<http://www.accor.com/fr/developpement-durable/le-programme-planet-21/chiffres-cles.html>

<http://www.accor.com/fr/developpement-durable/nos-clients-et-planet-21.html>

<http://www.moody-certification.fr/certification-iso-9001.php>

http://www.swissinfo.ch/fre/dossiers/changement_climatique/rechauffement/Lhotellerie_se_soucie_peu_du_rechauffement.html?cid=1335550

<http://www.biohotels.info/fr/>

<http://m3.ithq.qc.ca/collection/00000139.pdf>

<http://ibexfairstay.ch/hp482/Certification.htm>

<http://www.accor.com/fr/finance/strategie-du-groupe.html>

<http://www.iso.org/iso/fr/home.htm>

<http://www.hotelleriesuisse.ch>

http://fr.wikipedia.org/wiki/Développement_durable

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Écologie>

<http://www.bio-marche.info/web/Europe/Autriche/Theresia/363/364/0/12821.html>

<http://www.hotelseconews.com/La-certification-EarthCherck-fait.html>

http://www.tourmag.com/Les-labels-hoteliers-ecologiques-un-passeport-pour-l-avenir_a36731.html

http://fr.wikipedia.org/wiki/Label_de_qualité

<http://www.vanat.ch/hotels-franchises.pdf>

<http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire-Marketing/A/1>

<http://www.scoop.it/t/distribution-hoteliere-et-ota>

<http://www.monde-economique.ch/marketing/>

<http://www.cleantechrepublic.com/>

<http://blog.bilodging-hotels.com>

<http://veilletourisme.ca/2006/08/14/la-nouvelle-image-de-la-clientele-de-luxe/>

Images

<http://www.ecobase21.net/Ampoules/PetitsGestesBonnesPratiques/Bonnespratiques.html>

<http://www.voyageur-responsable.com/2010/01/10-adresses-ecolo-chics-en-france/>

<http://blogdelorientation.com/2008/12/accor-lance-son-blog-des-metiers/>

<http://www.accor.com/fr/developpement-durable/le-programme-planet-21/chiffres-cles.html>

<http://www.accor.com/fr/developpement-durable/nos-clients-et-planet-21.html>

<http://vismavieensuisse.blogspot.ch/2012/11/saas-fee.html>

<http://www.lacub.fr/gestion-des-dechets/dechets-recyclables>

http://fr.123rf.com/photo_9981893_concept-de-la-terre-ampoule-avec-le-fond-bleu-la-texture-de-www-nasa-org.html

<http://www.latetedansleposte.com/2007/10/31/l'ecologie-media-compatible/>

<http://lesmareesdhelene.canalblog.com/archives/2012/09/25/25179334.html>

http://fr.123rf.com/photo_13711645_de-l-39-argent-dans-l-39-investissement-mains-concept-de.html

<http://www.bonjouridee.com/ideas?type=idea&cat=11>

<http://missnatation.centerblog.net/3761669-ecologie?ii=1>

<http://bondyvertdur.viabloga.com/news/verte-replique-au-pole-ecologique>

<http://www.frenchtouchtravel.com/articles-1/43-17-sejours-balneaires/>

<http://www.eptechnology.sitew.com/#Presentation.A>

http://fr.123rf.com/photo_5310218_table-avec-les-verres-vides-dans-le-restaurant-de-luxe.html

<http://www.mescoursespurlaplanete.com/Labels>

<http://www.frewitt.com/fr/shortcuts/profil-entreprise.html>

<http://www.youthhostel.ch/fr/a-propos-de-nous/durabilite/durabilite-ecologique>

<http://www.cc-surgeres.fr/tourisme/forum-environnement,1,1,492.php>

<http://www.frhpa.com/Cle-verte--34.html>

<http://www.bonvoyagepetsitting.com>

<http://www.groupesamserecrute.fr/fr/ressources-humaines/ouverture-diversite>

<http://energie.tdg.ch/article/la-poste-se-met-au-courant-vert-suisse>

Documents écrits

Documents de marketing, Stéphane Rudaz, apprentissage "Spécialiste en hôtellerie HGA"

Entreprises

Les forces motrices d'Orsières, usines électriques