

Les hôtels genevois milieu de gamme?

«Moquettes sales, odeurs rances, matelas défoncés»

Le géographe Bertrand Lévy a mené une enquête sur le tourisme à Genève: la ville vit très bien de son tourisme d'affaires, mais elle peine à attirer les visiteurs qui ne fréquentent pas les établissements de luxe

Isabelle Cerboneschi

Pourquoi est-il si difficile de faire rester les touristes à Genève le week-end, malgré de nombreuses offres forfaitaires? Pourquoi seulement 30% des visiteurs viennent dans la Cité de Calvin pour le plaisir, et 70% pour affaires? Comment se fait-il que les deux et trois-étoiles genevois soient dans un piteux état? Il aura fallu deux ans à Bertrand Lévy, maître d'enseignement et de recherche au département de géographie de la faculté des sciences économiques et sociales de l'Université de Genève, pour mener à bien son enquête sur «le tourisme à Genève». Un projet soutenu financièrement par le Fonds national suisse de la recherche scientifique.

L'ouvrage qui en résulte, et qui vient de paraître, ne se lit pas d'une traite, mais par tronçons. Selon que l'on s'intéresse à la Genève racontée à travers les écrits, les sondages, ou les témoignages de ses hôtes. Ou encore à la partie la plus parlante, et qui réserve le plus de (mauvaises) surprises: le compte rendu des visites d'hôtels par trois enquêteurs. Pendant deux ans, ils ont visité de manière impromptue et anonyme 25% du parc hôtelier genevois, des une-étoile aux cinq-étoiles. «Nous demandions de visiter une chambre double et une single en repérage pour un collègue universitaire. Cela nous arrive d'ailleurs très souvent pour loger des collègues, et l'offre est toujours insuffisante et décevante», souligne Bertrand Lévy. Le résultat? Si les une-étoile – dont les enquêteurs n'attendaient pas grand-chose – ne les déçoivent pas et si cinq étoiles brillent au firmament de l'hôtellerie de luxe, les deux et trois-étoiles sont généralement d'une médiocrité affligeante.

– Le Temps: Qui vous a commandé cette enquête?

– Bertrand Lévy: Personne: c'était un sujet libre. Mais notre en-

quête répond à un besoin des opérateurs touristiques. Nous savions que l'hôtellerie genevoise stagnait, et même était en léger déclin depuis trente ans, depuis la crise du pétrole. Avant 1973, le nombre des nuitées était supérieur à celui d'aujourd'hui. Nous avons voulu savoir le pourquoi cette situation, alors que les villes européennes ont connu une croissance du tourisme, qui va parfois du simple au double. Au classement des villes européennes, Genève est au 36e rang avec 1,9 million de nuitées, loin derrière Birmingham (19e) ou Manchester (29e)! Dans la majorité des villes européennes, le tourisme d'agrément a évolué parallèlement au tourisme d'affaires. Mais Genève a perdu son tourisme d'agrément.

– Ça se comprend lorsqu'on lit votre enquête sur les hôtels deux et trois-étoiles. Vous attendiez-vous à découvrir des lieux aussi navrants?

– Non, franchement pas. Nous avons été très étonnés par la saleté, la poussière, les moquettes sales, les odeurs de rance qui prennent à la gorge, les matelas défoncés, l'état d'insalubrité parfois, d'hôtels qui se disent des trois-étoiles et qui font payer la chambre plus de 100 francs. Surtout dans une ville qui a une réputation d'hygiène comme Genève. On n'a pas envie d'y passer ses vacances! Pourtant, il suffirait parfois de pas grand-chose: ratraicher la chambre, changer la moquette. Certains exemples très réussis de petits hôtels bien restaurés à Lausanne par exemple ou dans d'autres villes suisses prouvent que l'on n'a pas besoin de demander des crédits pharaoniques, comme on nous l'a rétorqué, pour pouvoir rendre un hôtel plus agréable.

– Ce ne serait donc pas une question d'argent mais une question de motivation?

– Les établissements genevois profitent d'une clientèle captive: celle

des congrès, des foires, des salons... Ces clients n'ont pas le choix: ils remplissent les hôtels, et les lois de la concurrence ne peuvent plus jouer. La proportion du tourisme d'affaires à Genève est de 70%, et seulement 30% pour le tourisme d'agrément. Dans la plupart des villes européennes, les pourcentages s'équilibrent. A Berlin, c'est même le contraire. Cette clientèle n'a aucune bonne raison de passer le week-end à Genève. Or c'est là l'un des principaux enjeux de l'hôtellerie aujourd'hui: convaincre un client de prolonger un voyage d'affaires par un séjour d'agrément.

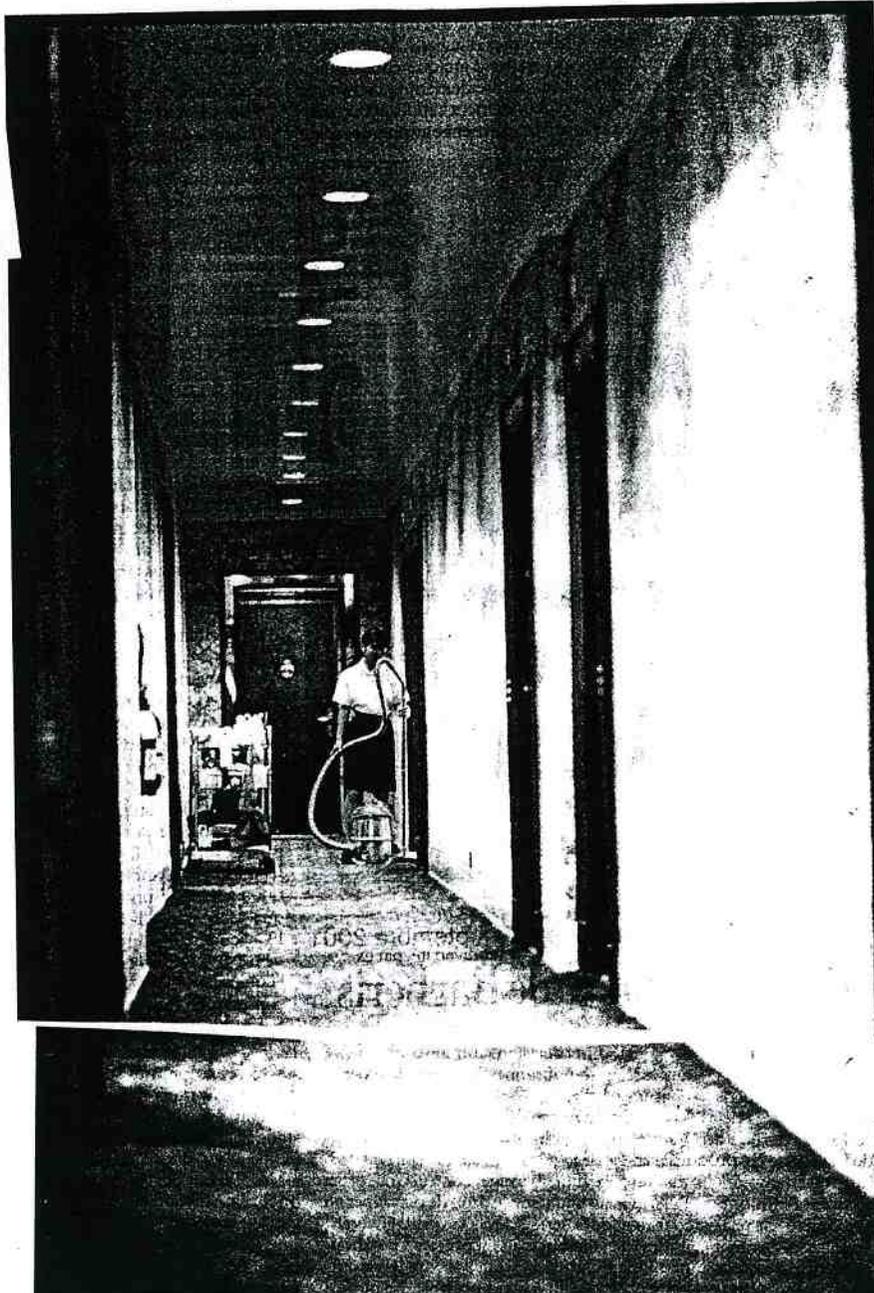
– Pourtant les hôtels proposent des offres forfaitaires pour les week-ends?

– Les deux choses qui attirent les touristes, ce sont les festivals d'art et les grandes expositions de peinture. Or à Genève, il n'y a ni les uns, ni les autres. Genève n'a pas de grand festival d'art, pas d'exposition prestigieuse comme on peut en voir à Martigny à la Fondation Gianadda. Une par an suffirait. Pourtant les espaces sont là; il est vrai que les musées ont peu de moyens, ce qui ne favorise pas les échanges avec les grandes collections internationales. Mais cela relève d'un manque de volonté politique. En comparaison, prenez Winterthur: la politique muséale y est dynamique et attire des gens de toute l'Europe.

– L'hôtellerie genevoise est-elle menacée?

– L'hôtellerie familiale est menacée à terme si elle ne se reprend pas. Les grandes chaînes étrangères – comme Accor – ont commencé à racheter des hôtels existants, à les rénover, ils en construisent de nouveaux. Ils ont très bien compris le potentiel de Genève.

LE TOURISME À GENÈVE, UNE GÉOGRAPHIE HUMAINE, Bertrand Lévy, Rafael Matos, Sven Raffestin, Ed. Métropolis, 2002.



Un trait caractéristique de l'hôtellerie genevoise est la prédominance des hôtels haut de gamme, qui présentent le taux d'occupation le plus haut.