htr hotel revue
N° 3 · 10 février 2022

CHOCOLAT SUISSE EN VITRINE

Une nuit aux effluves de chocolat

Après la suissitude et le vin, au tour du chocolat. L'hôtelier Eric Fassbind dédie deux hôtels à ce cliché helvétique, à Lausanne et Zurich.

LAETITIA GRANDJEAN

Un esprit joueur couplé à un désir de positionnement. L'hôtelier Eric Fassbind n'en est pas à son premier coup d'essai. Les hôtels thématiques semblent le séduire: à Lausanne et à Zurich, l'hôtelier a déjà créé deux hôtels dédiés à la suissitude, les Swiss Night Hotels, puis un Swiss Wine Hotel à Lausanne consacré aux vins suisses. Aujourd'hui, il mise sur un symbole suisse incontesté: le chocolat.

Après le succès du Swiss Chocolate Hotel à Zurich, ouvert en automne 2021, Eric Fassbind rénove actuellement le Lausanne Hotel (guesthouse) pour en faire un hôtel thématique sur le même modèle que son grand frère zurichois. Il prévoit de le rouvrir à la fin 2022. «Cela m'amuse oui, mais c'est aussi un moyen pour moi de gagner en visibilité. Un groupe comme le mien n'a pas une aura planétaire, il est difficile de régater avec l'hôtellerie de chaîne, alors autant personnaliser et titiller la curiosité», explique le directeur du groupe by Fassbind.

Le futur lobby du Swiss Chocolate Hotel, Lausanne, qui rouvrira fin 2022. A droite, l'esprit chocolaté de son homonyme zurichois, des couloirs à la réception. Hotels by Fassbind

Fèves de cacao au plafond, du chocolat à la réception

Le nouvel hôtel ne sent pas à proprement parler le cacao, mais en a la couleur. La priorité est donnée aux tons chauds et marron. Dans les chambres, la fève de cacao se déploie avec une fresque au plafond. Petit clin d'œil amusant: la table de nuit en bois laqué prend des allures de carrés de chocolat empilés. Dans la salle de bain, le carrelage noir et blanc évoque des tablettes bicolores. Dans les couloirs, on retrouve les portraits de chocolatiers célèbres. L'odeur de chocolat se matérialise à la réception, avec un kiosque à chocolats, valorisant les créations d'artisans locaux, et une petite fontaine de chocolat. «J'accepte la critique du kitsch, mais j'estime que l'on peut être plus caricatural dans un hôtel, sachant qu'on y passe une ou deux nuits. Mon but n'est toutefois pas de réaliser un musée, mais juste de raconter une histoire avant de s'endormir, comme on le fait pour les enfants.» Pour la rénovation et l'agrandissement de ses deux enseignes, Eric Fassbind s'est entouré de son épouse architecte Pascale Fassbind et du studio parisien Marc Hertrich & Nicolas Adnet qui signe l'agencement intérieur.

> «J'accepte la critique du kitsch, mais j'estime que l'on peut être plus caricatural dans un hôtel»
>
> **Eric Fassbind**
> Directeur des hôtels by Fassbind

«Ces deux hôtels consacrés au chocolat se situent dans la continuité des Hôtels Swiss Night, plus généralistes. Le chocolat suisse reste une image d'Epinal. Ce n'est peut-être pas le meilleur au monde, mais la Suisse a contribué à en faire un produit industriel, tout public.» Quoi qu'il en soit, le succès est au rendez-vous. «Depuis la réouverture cet automne, il fonctionne au-delà de mes espérances, avec un taux d'occupation assez proche de ce que nous connaissions avant la pandémie, de l'ordre de 50%», partage l'hôtelier. A en croire les commentaires sur les plateformes de réservation, le nouveau concept séduit surtout pour sa décoration, les petits chocolats à la réception et la fontaine de chocolat.

Le concept participe aussi à un renouvellement de la clientèle au sein de l'ancien Hôtel du Théâtre. «Changer de nom d'hôtel est toujours assez courageux. Théoriquement, ce n'est même pas trop conseillé. Nous avons peut-être perdu une part de clientèle francophone attachée au nom ‹du Théâtre› au profit d'une clientèle plus gourmande.»

Positionné dans la catégorie trois étoiles, l'hôtel zurichois est passé de 50 à 56 chambres. Le futur Swiss Chocolate Hotel de Lausanne sera également agrandi grâce à l'ouverture d'une façade sur la hauteur. Il passera de 53 à 64 chambres et de 2 à 3 étoiles. «Vouloir faire du très bon marché n'était pas une bonne idée, avoue Eric Fassbind. Nous revenons à ce que nous savons bien faire, c'est-à-dire une hôtellerie de milieu de gamme.» L'hôtelier a investi 5 à 6 millions dans son hôtel zurichois et prévoit 8 millions pour la transformation de son hôtel lausannois. Des investissements qu'il assume sans l'aide des banques, tient à préciser Eric Fassbind.

Le petit chocolat inspiré de la compagnie Swiss

Eric Fassbind ne compte pas exploiter davantage la thématique du chocolat en termes touristiques. Il a certes cherché initialement le contact avec Home of Chocolate de Lindt, mais avoue n'avoir pas obtenu de réponse très claire. Sans regret. «Je ne crois pas trop aux packages. Je ne suis pas un tour-opérateur. Mon but consiste à vendre une bonne nuit de sommeil et un bon petit déjeuner avant tout.»

Dans les Swiss Chocolate Hotels, le client sera remercié pour sa visite avec un petit chocolat offert au moment du check-out. «C'est pour moi un petit clin d'œil au chocolat que la compagnie Swiss distribue à la sortie de l'avion.» L'hôtelier a mandaté la chocolaterie Frey afin de personnaliser ce petit chocolat. Estampillé du nom de l'hôtel, il reprend les dimensions rectangulaires du petit chocolat de Swiss. Et devrait laisser un petit goût de reviens-y.

byfassbind.com

Chronique

Le tourisme, maître des horloges

Jean Pierre Pastori

Journaliste et écrivain, Jean Pierre Pastori est l'ancien directeur du château de Chillon et président de la Fondation Béjart Ballet Lausanne.

La Suisse pays des banques, du chocolat et des montres… Telle est l'image caricaturale que l'on s'est longtemps faite, à l'étranger, de notre pays. Depuis les scandales qui ont entaché leur réputation, les banques, les grandes banques du moins, ne sont plus un atout pour la promotion touristique… Reste le chocolat, encore que celui qui se vend à l'étranger est rarement produit en Suisse… et les montres. Le tourisme helvétique exploite-t-il suffisamment le filon que constitue l'horlogerie? Ce secteur industriel qui, en termes de valeur, occupe plus de 50% du marché horloger mondial se prévaut de marques prestigieuses: Rolex, Omega, Longines, Patek Philippe, Audemars Piguet, pour ne citer qu'elles.

Comme en témoigne le nombre de magazines spécialisés, les amateurs de montres sont nombreux, avec un pouvoir d'achat élevé. Pourquoi ne pas les inciter à venir en Suisse visiter les nombreux musées horlogers, voire les manufactures elles-mêmes. N'y a-t-il pas là un créneau touristique à explorer? Certains amateurs se présentent d'ailleurs sans y être invités… On leur interdit l'entrée. Ils passent par la fenêtre! Ainsi, un fan de montres de luxe marseillais a réussi à faire main basse sur le prototype de celle de Schwarzenegger dans Terminator 3, ainsi que sur une soixantaine de modèles d'exposition du Musée Audemars Piguet, au Brassus. Durant les trois années de prison auxquelles il vient d'être condamné, il aura tout le loisir de méditer sur la pente dangereuse à quoi peut mener la passion des montres…

Le Musée Atelier Audemars Piguet au Brassus, inauguré en juin 2020. Ambroise Tezenas

Heureusement, la quasi-totalité des visiteurs des musées horlogers ne viennent que pour admirer la beauté et la technicité des précieux garde-temps. La Suisse romande peut s'enorgueillir d'une brochette de lieux d'exposition: le Musée international d'horlogerie, à La Chaux-de-Fonds; le Musée d'horlogerie du Locle; l'Espace horloger de la Vallée de Joux, au Sentier; le Musée Atelier Audemars Piguet, au Brassus; le Musée Longines, à Saint-Imier; l'Espace paysan horloger, au Boéchet; la Maison Vacheron Constantin du Quai de l'Ile, à Genève; le Patek Philippe Museum, à Genève encore; sans oublier les collections d'horlogerie du Musée d'art et d'histoire, à Genève toujours.

Suisse Tourisme et les différents offices cantonaux du tourisme sont loin de négliger le potentiel horloger. Pour s'en convaincre, il suffit de consulter leurs différents sites pour découvrir les visites guidées des manufactures Zenith, Corum, Alpina et Frederique Constant; les visites guidées «Genève berceau de la haute horlogerie»; le Sentier à thème de Saint-Imier; les initiations à l'assemblage d'un mouvement mécanique, entre autres choses. Une offre riche et variée existe. Ce dont on ne peut que se réjouir. Mais la connaît-on vraiment? N'y aurait-il pas lieu de la valoriser davantage, notamment dans le cadre de la promotion touristique à l'étranger? Et ne serait-il pas opportun de mettre en place un circuit transcantonal, de Genève à Saint-Imier, en passant par la Vallée de Joux et La Chaux-de-Fonds, par exemple? Le Swiss made se vend dans le monde entier, que la montre soit produite à Bienne ou au Sentier. Peut-être les différents musées devraient-ils se coordonner et penser moins local et plus global.

La chronique Tourisme du cahier français cède la plume à **Marie-Françoise Perruchoud-Massy, Pierre Starobinski, Thomas Steiner** et **Jean Pierre Pastori.**