

A l'origine d'un «repaire de terroiristes»

Récemment rebaptisé Everness, l'hôtel de Chavannes-de-Bogis affine son identité. Le directeur Christoph Zen Ruffinen mise aujourd'hui sur son caractère de Resort.



Christoph Zen Ruffinen dans le lobby-bar de l'hôtel qui a été agrandi et accueille aussi des places de coworking.

Bild: Laetitia Grandjean

Il règne une douce ambiance de fin de vacances dans le vaste jardin qui fait face au lac Léman et aux Alpes. Piscine, transats disséminés sur la pelouse, filet de volley et châteaux gonflables pour les enfants. «C'est ainsi que nous avons pu sauver notre été. Nous avons tout misé sur les familles. Un segment qui n'existait pratiquement pas avant», partage Christoph Zen Ruffinen, directeur de l'Everness Hôtel & Resort, à Chavannes-de-Bogis, depuis 2012. Récemment rénové, l'établissement de 171 chambres est passé 4 étoiles à la fin 2019. Il a aussi retravaillé son identité et son positionnement.

Situé à 15 kilomètres de Genève, l'ancien Hôtel Best Western (affiliation dont il s'affranchira à fin 2020) a toujours profité de cette proximité citadine, tout en offrant un cadre verdoyant et paisible pour les représentants des ONG, missions diplomatiques, entreprises et fédérations sportives internationales. Avec ses 15 salles de conférences, la clientèle de congrès et séminaires représentait jusqu'ici la majorité de ses hôtes. Mais l'établissement a dû apprendre à se diversifier.

Développer d'autres créneaux autre que le segment business

Cette réflexion a débuté il y a quelques années déjà, dès 2016. «La généralisation des OTA nous a fait du tort. Nous sommes sortis du radar de Genève, qui devenait en outre la proie à un développement hôtelier excessif. Il fallait trouver une solution pour regagner le volume perdu», explique Christoph Zen Ruffinen. Diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne, le professionnel a notamment travaillé pour Accor avant de diriger durant 18 ans deux établissements du groupe Manotel, à Genève, les hôtels Epsom (devenu N'vY) et Auteuil. Une expérience qui fait de lui un fin connaisseur de ce marché très concurrentiel. Avec son adjoint Michaël Garnier, ils en concluent qu'«il faut faire évoluer le mix de clientèle». Une orientation qui prend tout son sens en cette année de pandémie.

Car si l'été fut finalement réussi, grâce aux familles suisses et européennes et à l'engagement de ses équipes, les mois prochains s'annoncent critiques. «En automne, notre taux d'occupation est habituellement de 85%. A ce jour, les réservations pour septembre, octobre et novembre sont faibles, de l'ordre de 20% à 30%. Nous sommes très vigilants au suivi de notre trésorerie que la crise rendrait critique si elle devait perdurer», confie Christoph Zen Ruffinen qui préside aussi la section d'HotellerieSuisse de la Côte.

«L'objectif consiste à mieux capitaliser sur la diversification de la clientèle. Intégrer la notion de Resort était un bon choix, c'est dans cette direction que nous devons poursuivre. Faire en sorte que notre situation en campagne devienne un vrai atout.» Créatif dans ses loisirs - il est passionné de photographie argentique et tailleur de pierres précieuses et fines - Christoph Zen Ruffinen l'est tout autant lorsqu'il s'agit d'imaginer des concepts. Il fourmille d'idées pour faire de ce gros porteur un lieu de villégiature, aussi durant les mois d'automne et d'hiver. Le premier projet consiste à transformer l'amphithéâtre de 300 places en patinoire. Il rêve aussi d'une piscine semi-couverte qui permettrait d'agrandir le spa et de vendre plus de forfaits. Des pistes qui devront d'abord obtenir l'aval de son conseil d'administration.

21 millions investis depuis 2008

Depuis sa construction en 1983, l'hôtel a beaucoup évolué, rajoutant peu à peu salles de réunions, courts de tennis, fitness, wellness, piscine extérieure. Depuis 2008, 21 millions ont été investis, dont six millions depuis fin 2017 pour rénover la façade (qui sera terminée en octobre) et les espaces en commun. «J'ai convaincu les propriétaires de refaire cette façade qui ne reflétait pas le niveau de nos prestations.» D'un même élan, ce sont des travaux d'envergure qui sont réalisés. Le lobby est agrandi et transformé en espace de coworking. «Il fallait sortir du classique, se donner une identité.»

Au restaurant, les origines valaisannes de Christoph Zen Ruffinen l'ont motivé à développer un concept bistronomique de terroir, qui ne propose que des vins suisses. Sur son site web, l'hôtel invite à découvrir un «repaire de terroiristes». «Tous les deux mois, nous valorisons une région viticole et des cépages autochtones». Ses choix sont parfois guidés par les conseils de son ami Jean-Marc Amez-Droz, ancien directeur de Swiss Wine Promotion. «Si je pouvais jouer le rôle de sommelier, je le ferais avec plaisir!» Et on le croit sur parole. Car Christoph Zen Ruffinen fait partie de ces hôteliers qui ont embrassé la profession pour le contact avec les hôtes. «C'est mon côté convivial et extraverti qui me confronte à toutes sortes de personnes. Et la plus belle chose qu'offre ce métier: il n'y a pas deux jours qui se ressemblent. Car je hais la monotonie!» Et que désire le dynamique directeur pour ses hôtes? «Qu'ils aient de belles histoires à raconter à leur retour!»

[everness.ch \(https://everness.ch/fr/\)](https://everness.ch/fr/)



Laetitia Grandjean

Publiert am Donnerstag, 03. September 2020