



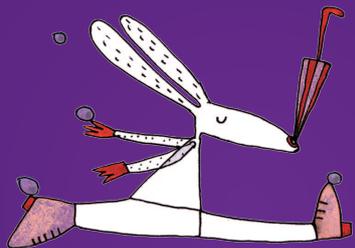
RAPPORT SUR LE BIEN COMMUN

HÔTEL BALANCE



« IL NE SUFFIT PAS DE SAVOIR , NOUS DEVONS AUSSI VOULOIR ;
IL NE SUFFIT PAS DE VOULOIR , NOUS DEVONS AUSSI FAIRE . »

Johann Wolfgang von Goethe



balance is everything.

www.vegetarisches-hotel.ch
info@vegetarisches-hotel.ch

RAPPORT SUR LE BIEN COMMUN 2015



SOMMAIRE

1. Préambule
2. L'entreprise
3. Audit / Notre propre évaluation
4. Description des critères
 - A Ethique de la gestion de l'approvisionnement
 - B Ethique de la gestion financière
 - C Qualité des places de travail et égalité
 - D Ethique de la vente
 - E Sens et effets sur la société de nos produits/services
5. Conclusions et perspectives

PRÉAMBULE

En réalité, nous n'avions que peu de chances de survivre sur le plan économique.

Le tourisme dans notre vallée a eu son heure de gloire au début du 20e siècle, puis a vécu deux rebonds au lendemain des deux guerres mondiales. Depuis lors le nombre de visiteurs a inexorablement chuté. Ces 30 dernières années seulement, les nuitées ont baissé de près de 150'000 à seulement 75'000 actuellement. Or, durant la même période, l'Hôtel Balance a grandi lentement mais régulièrement.

Depuis plus de 30 ans, l'orientation claire et conséquente de notre offre vers du 100% bio et végétarien ne cesse de susciter un engouement croissant.

Nous sommes convaincus que ces deux critères resteront importants à l'avenir et que d'autres approches nouvelles se développeront également. A notre avis, „l'économie du bien commun“ intègre le mieux et de manière la plus englobante possible ces approches. Nous attendons beaucoup de notre démarche visant à intégrer ce système de valeurs du bilan du bien commun à notre entreprise.

Gandhi a défini ainsi les 7 péchés sociaux modernes de l'humanité:

- *Richesse sans travail.*
- *Education sans caractère.*
- *Jouissance sans conscience.*
- *Science sans humanité.*
- *Commerce sans morale.*
- *Religion sans sacrifice.*
- *Politique dénuée de principes*

Nous voulons maintenir des places de travail sûres et stables à long terme, et surtout qui soient porteuses de sens.

Nos hôtes doivent jouir pleinement de leur séjour à l'Hôtel Balance et avec bonne conscience, car ce que nous leur offrons est sain et respectueux de l'environnement.

Nous sommes conscients que notre coin de paradis n'est pas une île. C'est pour cela que nous attachons de l'importance à la transmission du savoir en lien avec l'alimentation, l'environnement et la spiritualité. Dans cette optique, notre établissement de séminaires et de cours s'y prête admirablement.

L'Hôtel Balance fait des bénéfices. La manière dont nous les réalisons et ce à quoi ils servent et comment ils sont réinvestis doit être transparent.

Nous estimons que nous apportons une contribution substantielle au bien-être de la région, même si nous ne sommes pas directement impliqués dans la politique. A travers notre engagement actif, nous voulons être des précurseurs du tourisme doux et de l'économie du bien commun.

L'ENTREPRISE

La vénérable bâtisse qui abrite notre hôtel a été construite en 1897 et nous l'exploitons en tant qu'hôteliers depuis 1984. Cela fait donc plus de 30 ans.

C'est un réel défi d'entretenir un vieux bâtiment avec respect et dans l'esprit du lieu, plutôt que de le démolir pour le reconstruire à neuf. Chacune de nos 23 chambres d'hôtes a son histoire à raconter. Elles ont été rénovées avec amour et en douceur au fil des années, dans le souci constant de conserver leur âme mais en les adaptant néanmoins à un niveau de confort suffisant pour répondre aux exigences de notre clientèle actuelle. Dans toutes les chambres, nous avons sauvegardé des parties de l'ancienne structure en bois datant du bâtiment d'origine. Il n'est pas aisé d'intégrer dans une telle bâtisse les meilleurs standards en termes d'efficacité énergétique, mais nous aimons vivre notre réalité quotidienne en respectant l'ancien. Nous préférons récupérer ce qui peut l'être et l'optimiser plutôt que de simplement le jeter; c'est cela notre définition de la durabilité.

Vous en jugerez lors de la visite de notre hôtel. Les planchers en bois, tout comme les murs et les plafonds, témoignent de leur passé. Le mobilier ancestral a été soigneusement restauré. Aucune chambre n'est équipée d'un téléviseur, par contre nous vous accueillerons avec enthousiasme et vous disposerez de toute notre attention durant votre séjour. Des groupes et des hôtes individuels nous visitent depuis des années parce qu'ils adorent ce lieu et son ambiance. Nous proposons des nouveautés chaque année car cela correspond aussi à notre philosophie de choyer notre hôtel et de lui adjoindre les équipements les plus modernes. La restauration que nous proposons à nos hôtes est exclusivement végétarienne. Nous vous garantissons des produits issus uniquement de l'agriculture biologique et provenant autant que possible de la région.

Chaque repas vous transmettra sa vitalité et votre corps se rechargera d'énergie et de force.

Notre domaine englobe désormais quatre bâtiments dont nous avons sauvegardé le cachet. En son centre se situe le bassin de baignade naturel destiné à nos hôtes. C'est l'œuvre de la nature qui le régénère plutôt que le chlore et les pompes à eau. Le jardin est à la fois notre havre de repos, une place de jeux pour les enfants des visiteurs et le fournisseur d'herbes aromatiques qui agrémenteront nos succulents mets. Le bâtiment principal compte 23 chambres, l'ancien „château d'eau“ abrite 5 appartements et le passage des anciennes conduites forcées a été transformé en deux espaces pour dormir, particulièrement appréciés par les enfants. Enfin, le tunnel d'accès de 160 m sert de frigo et d'entrepôt. Les toits sont équipés de panneaux photovoltaïques et fournissent l'entier du bâtiment avec de l'électricité. Le chauffage provient toute l'année d'une pompe à chaleur. Nous vivons dans une maison du village qui accueille également nos collaboratrices et collaborateurs en saison. Enfin, une petite maisonnette est louée comme appartement, réparti sur trois niveaux.

30 années d'expérience de gestion hôtelière nous imprègnent: nous vivons en harmonie avec village, la nature et nos hôtes. Le bien-être de ces derniers, de nos voisins et de nos collaboratrices et collaborateurs va de pair avec notre notion d'ÊTRE. 30 années d'expériences signifient aussi 30 années d'énergie de méditation présente dans les murs. „Balance“ n'est pas simplement le nom d'un hôtel, mais correspond à notre mode de vie, en accord avec tout ce qui EST.

APERÇU DE LA NOTATION DES POINTS

INDICATEUR	MAX. POINTS	2015 (NOTRE ÉVALUATION)	POINTS	2015 (ÉVALUATION DES AUDITEURS)	POINTS
A1	90	80 %	72	80 %	72
B1	30	70 %	21	80 %	24
C1	90	50 %	45	60 %	54
C2	50	60 %	30	60 %	30
C3	30	90 %	27	90 %	27
C4	60	90 %	54	90 %	54
C5	90	20 %	18	30 %	27
D1	50	70 %	35	60 %	30
D2	70	60 %	42	70 %	49
D3	90	80 %	72	80 %	72
D4	30	50 %	15	60 %	18
D5	30	70 %	21	80 %	24
E1	90	60 %	63	70 %	63
E2	40	50 %	20	40 %	16
E3	70	60 %	42	60 %	42
E4	60	60 %	36	60 %	36
E5	30	30 %	9	20 %	6
TOTAL	1000	62 % 622 points	622	64 % 644 points	644

MATRIX 4.1 DE L'ÉCONOMIE DU BIEN COMMUN

Traduction française – Version du 09.08.13

VALEURS PARTIES PRENANTES	Dignité humaine	Coopération et Solidarité	Durabilité écologique	Justice sociale	Co-création démocratique & transparence
A) Fournisseurs	A1: Achats responsables Tenir compte des risques sociaux et environnementaux lors de l'achat de biens et services, considérer la performance éthique des fournisseurs et partenaires commerciaux				
	80% 72				
B) Investisseurs	B1: Gestion financière responsable Prendre en considération des aspects écologiques et sociaux lors du choix des services financiers, opter pour des investissements et financements favorisant le bien commun				
	80% 24				
C) Personnel, incluant les propriétaires	C1: Qualité de l'emploi Organisation structurelle et culturelle du travail orientée bien-être. Politique d'emploi et rémunération équitables. Promouvoir santé physique et mentale, cadre de travail participatif, équilibre vie-travail, horaires flexibles; égalité et diversité.	C2: Répartition équitable du travail Réduction des heures supplémentaires, renoncement aux contrats à prix forfaitaire, diminution des heures de travail standardisés, contribution à l'embauche de chômeurs.	C3: Promotion de comportements écologiques Incitation à un style de vie durables auprès des employés (mobilité, alimentation, etc.), activités de sensibilisation et de formation, management écologique.	C4: Distribution équitable du revenu Ecart minime des salaires (nets) dans l'entreprise, seuil minimum et plafond maximum des revenus.	C5: Transparence et co-décision Transparence totale des décisions, participation consensuelle des collaborateurs aux décisions stratégiques, à l'élection des cadres dirigeants, transfert du capital aux collaborateurs (ex: gestion sociocratique).
	60% 54	60% 30	90% 27	90% 54	30% 27
D) Clients / Produits / Services / Partenaires commerciaux	D1: Ethique dans la relation clientèle Gestion éthique de l'entreprise vis-à-vis de sa clientèle, co-détermination dans le développement de produits, haute qualité du service, visibilité élevée du produit, marketing responsable.	D2: Coopération avec les partenaires commerciaux Diffusion d'information et de savoir-faire, prêt de personnel, co-gestion des commandes; prêts sans intérêt, participation dans le cadre du marketing collaboratif et de la gestion de crise.	D3: Ecoconception des produits et prestations Offre de produits et de prestations à standards écologiques élevés; programmes de sensibilisation, prise en compte de critères écologiques dans le choix des groupes cible parmi la clientèle.	D4: Socio-conception des produits et prestations Information / produits / services pour les groupes de clients défavorisés. Favoriser les structures économiques, ergonomiques, etc., produits adaptés aux groupes vulnérables.	D5: Augmentation des normes écologiques et sociales de la branche, statut de leader exemplaire, coopération inter-entreprises pour le développement de normes plus élevées.
	60% 30	70% 49	80% 72	60% 18	80% 24
E) Environnement sociétal : Région, collectivité publique, solidarité avec les générations présentes et futures, les animaux et les plantes	E1: Impact sociétal des produits et prestations Les produits répondent aux besoins élémentaires, sont utiles au développement de l'individu, de la communauté et de la planète, et sont cohérents avec des styles de vie durables.	E2: Engagement envers la communauté Soutiens divers au moyen de ressources financières, de biens et services, de moyens logistiques, de temps, de savoir-faire, de compétences, de réseaux et d'influence.	E3: Réduction de l'impact environnemental Réduction des risques environnementaux au niveau de la durabilité: gestion des ressources, énergie et climat, émissions et rejets polluants, déchets, etc.	E4: Répartition des revenus d'intérêt général Réduction ou abolition de dividendes à des personnes externes, distribution de ceux-ci aux collaborateurs/trices, augmenter les fonds propres, investir dans des projets socio-écologiques.	E5: Transparence publique et collaboration, Rapport de développement durable ou de «Bien commun», participation des parties prenantes de la société civile régionale.
	70% 63	40% 16	60% 42	60% 36	20% 06
Critères négatifs	Non-respect des normes fondamentales et autres conventions de l'OIT, des droits de l'homme, de l'enfant, des populations, etc. 0 Produits non respectueux de la dignité humaine, par ex. les armes, le nucléaire, l'alimentation génétiquement modifiée, etc. 0 Acquisition ou coopération avec des entreprises qui violent les droits humains 0	OPA hostile 0 Brevets de blocage 0 Dumping 0	Pollution illégale 0 Violation des normes écologiques (ex: valeurs limites) 0 Obsolescence programmée (cycle de vie court) 0	Non respect du droit du travail de l'entreprise 0 Réduction des effectifs et délocalisation pour maximiser les profits 0 Contourner l'obligation fiscale 0 Dividendes surévalués pour les sociétés offshore 0	Non-divulgence des actionnaires et des filiales 0 Interdiction d'avoir un comité d'entreprise 0 Non-transparence des soutiens financiers aux lobbys / Enregistrement comme lobby de l'UE 0 Diffusion des revenus excessifs 0

Cette attestation confirme l'audit du rapport sur le bien commun.
Cet audit se réfère à la matrix 4.1. Vous trouverez des informations plus détaillées sur la matrix, les indicateurs et le système de l'audit sur le site www.gemeinwohl-oekonomie.org.

Evaluation valable jusqu'au 30.06.2017

Total du bilan 644

DESCRIPTION DES CRITÈRES

A ÉTHIQUE DE LA GESTION DE L'APPROVISIONNEMENT

Prise en compte des aspects régionaux, écologiques et sociaux ou d'alternatives plus élaborées (pertinence : élevée)

En tant qu'hôtel bio, nous estimons qu'il est de notre responsabilité de nous fournir en aliments issus exclusivement de l'agriculture biologique et, autant que possible, de la région. Nous disposons de la certification BIO-Hôtels et avons l'habitude de rendre transparent l'ensemble de nos achats.

Le classeur blanc qui se trouve dans notre bibliothèque énumère tous nos fournisseurs d'aliments et peut être consulté par tout un chacun. Ce classeur contient également les certificats de contrôle de nos audits. Nos hôtes ont donc l'opportunité en tout temps de vérifier d'où proviennent les aliments que nous leur servons.

Les réparations et les travaux d'entretien de notre ancien bâtiment sont effectués par des entreprises du cru, qu'il s'agisse du menuisier du village, de l'agriculteur ou d'un maître d'état. Nous sommes profondément attachés à notre village et saisissons chaque opportunité pour renforcer ce lien en faisant intervenir des professionnels pour les réparations.

Notre courant provient du fournisseur d'électricité régional SEIC qui nous approvisionne à 100% avec du courant écologique. Environ la moitié de la consommation totale d'électricité (28.000 kwh) est produite par nos propres panneaux solaires (14.000 kwh) installés sur deux de nos bâtiments.

Notre vieille installation de chauffage à mazout constitue un poste encore important, mais nous sommes sur la bonne voie pour la remplacer d'ici à 2016 par un chauffage à bois.

B ÉTHIQUE DE LA GESTION FINANCIÈRE

Institutionnalisation (pertinence : moyenne)

L'usage de moyens financiers dans un but porteur de sens nous tient à cœur. Lors de notre recherche d'un partenaire bancaire, nous avons choisi la Banque Alternative Suisse, il y a de cela de nombreuses années.

Certes, nous travaillons également avec d'autres banques, mais uniquement pour le trafic des paiements (La Poste, BCV, Raiffeisen). La raison de cet éventail s'explique par la structure de notre clientèle (de nombreux Suisses ont un compte à la Poste) et par la possibilité d'effectuer des versements en espèces au guichet de notre banque locale à Salvan (Raiffeisen). Mais notre établissement partenaire pour les affaires bancaires, en particulier les financements, est de manière consciente la Banque Alternative Suisse <http://www.bas.ch/>. En son temps, nous étions conquis par l'objectif de transparence recherché par la banque: nos crédits, mais aussi ceux de tous les autres preneurs de crédit figurent dans leur rapport de gestion. Le rapport de leur organe de contrôle d'éthique (en allemand seulement) peut être téléchargé ici (Ethikbericht: http://www.abs.ch/de/ueber-die-abs/die-abs-aktuell/ethikbericht/?eID=tx_damdownloadcenter&action=downloadFile&file=1306).

Il ressort du bilan de notre dernier bouclage que notre financement est assuré à hauteur de 52% par la Banque Alternative Suisse et de 45% par nos fonds propres. Dans le passé nous financions nos investissements également à travers des prêts de clients et d'hôtes (prêts à long terme, exempts d'intérêt). Les nombreux remboursements ont réduit ces prêts à un pourcentage résiduel actuel de l'ordre de 3% du bilan. Il existe un haut degré de confiance entre nos bailleurs de fonds et nous-mêmes. Nous y attachons beaucoup d'importance en particulier lorsqu'il s'agit d'argent.

C Qualité des places de travail et égalité

Au sein de notre petite entreprise familiale la part essentielle de la formation que nous pouvons offrir consiste à transmettre le savoir-faire des „anciens“ aux „jeunes“. Nous formons régulièrement de jeunes gens puis les libérons pour leur propre parcours de vie. Parfois cela est douloureux, car nous avons développé un lien personnel et parce que du savoir-faire acquis nous quitte.

Nous appliquons strictement les prescriptions de la convention collective de travail pour l'hôtellerie-restauration. Le syndicat vérifie d'ailleurs régulièrement la CCNT.

Par chance, nous n'avons eu aucun accident professionnel durant les trente dernières années!

Nos collaboratrices et collaborateurs peuvent bénéficier de notre propre offre en soins corporels et autres prestations (méditation, yoga, etc.).

Notre mission est de favoriser l'équilibre de nos hôtes. Cela vaut également pour notre personnel et pour nous-mêmes. En tant que propriétaires nous devons peu à peu songer à la remise de notre établissement. Nous avons toujours informé notre équipe de manière ouverte. L'hôtellerie n'est pas une affaire, mais un art de vivre en lien avec d'autres personnes. Celui ou celle qui s'y plaît s'enrichit au contact de beaucoup de gens. Celui ou celle qui n'a pas cet état d'esprit vivra sa vie d'hôtelier dans un stress permanent. Notre hôtel porte le nom de « Balance » parce que nous avons trouvé la balance pour nous-mêmes et pour les personnes que nous employons. Une grande attention et une sensibilité aigüe pour ce qui constitue notre propre être est un élément facilitateur, voire indispensable, pour maintenir la balance entre projet de vie et projet professionnel.

L'écart salarial au sein de notre établissement est de 1:1,34. Compte tenu du contexte de travail parfois difficile dans la branche hôtelière (parfois des longues journées de travail et des exigences fluctuantes selon les saisons), il nous importe d'avoir notre personnel en grande estime et de prévoir la compensation des heures de manière responsable.

Nous sommes très attachés à un contact ouvert avec nos collaboratrices et collaborateurs et sommes transparents en ce qui concerne la marche de l'exploitation. La situation financière n'est pas un secret non plus et peut être connue en tout temps, car nous considérons qu'elle représente le point de départ et le résultat de notre engagement commun. Nous estimons que cela fait partie de notre responsabilité commune pour le bon fonctionnement de l'entreprise que chaque personne salariée puisse savoir où nous en sommes.

D ÉTHIQUE DE LA VENTE

Tous nos hôtes ont en tout temps libre accès à l'ensemble de nos bons de livraison et peuvent ainsi vérifier notre comportement éthique en matière de marketing et de ventes. Nous communiquons régulièrement lors de conférences à ce sujet.

Au sein de l'association BIO-Hôtels nous encourageons l'échange de personnel, de recettes de cuisine ou d'autres informations d'exploitation (groupes EXPER).

En avril 2014, l'association BIO-Hôtels comptait 92 membres. Les hôtels ne se considèrent pas comme des concurrents mais comme des ambassadeurs d'un même segment de clientèle. Nous y avons adhéré pour échanger et faire part de nos expériences entre pairs. D'un point de vue pratique cela se passe notamment via Intranet (pour les échanges entre les hôteliers membres) et Extranet (pour donner des informations à tout un chacun). Les informations transmises couvrent de nombreux domaines : des chiffres d'exploitation, des astuces et des conseils, ou encore des bonnes pratiques concernant, par exemple, les aspects techniques, l'alimentation, les transports ou la gestion.

Produits/Services en comparaison écologique avec la concurrence, resp. options alternatives de même utilité (pertinence : élevée)

L'ensemble de notre offre est optimisé du point de vue écologique – repas bio – 100% végétariens et à 75% d'origine régionale (voir certification BIO-Hôtels, Audit/Contrôle Bio-Suisse et ecoHotel certification voir E3).

Dans la branche économique du tourisme notre hôtel bio se situe certainement au sommet de la pyramide pour ce qui concerne les aspects écologiques de notre offre et de nos produits. Au sein du secteur restreint des hôtels bio nous sommes très bien classés en comparaison aux autres membres.

E SENS ET EFFETS SUR LA SOCIÉTÉ DE NOS PRODUITS/SERVICES

Alimentation saine, calme, logement optimal en termes de santé, échanges et rencontres ...dans nos sociétés ces aspects deviennent presque un luxe alors qu'ils font plus que jamais partie de nos besoins fondamentaux!

Notre communication engagée veut favoriser une meilleure compréhension de ces thématiques.

Des personnes actives, heureuses et en bonne santé influencent énormément l'environnement. De nombreux hôtes nous témoignent qu'après un séjour à la Balance, ils retournent transformés à leur vie normale...plus ouverts, positifs, motivés, pleins de gratitude !

Nos hôtes expérimentent ce qu'ils peuvent faire dans leur quotidien : jardins aromatiques, achats, cuisine, comportement avec autrui, etc.

Par ailleurs, nous nous engageons à l'intérieur de notre branche d'activité à accroître la sensibilité pour une alimentation végétarienne et biologique et à tenir compte, autant que possible, de l'ensemble des éléments de la chaîne de production de valeur. Nous nous opposons activement à la surabondance de l'offre sportive au détriment de la nature. Nous nous engageons pour le maintien de la nature dans sa beauté et voulons faire en sorte qu'elle demeure à notre disposition à long terme afin de nous permettre

de nous ressourcer, de nous détendre et de nous ré-énergétiser.

L'engagement social et l'investissement culturel sont difficilement mesurables car ils reposent beaucoup sur l'idéalisme. Néanmoins, nous avons un sentiment du devoir accompli pour avoir participé de manière essentielle à la remise en état du chemin d'accès à la chute d'eau. Depuis son achèvement, plusieurs milliers de personnes ont parcouru et découvert ce cadre naturel grandiose.

Chaque été le moulin historique moule notre farine biologique et cette activité ancestrale fascine en même temps les visiteurs.

Dans le cadre de la certification BIO-Hôtels, les indicateurs sont récoltés et publiés chaque année.

La notation écologique (ecoHotels certificat ci-dessus) ne tient pas encore compte de notre installation photovoltaïque et de notre pompe à chaleur. Cela est prévu pour l'année 2014.

Nous exploitons toutefois ces installations depuis plusieurs années.

En 2012 elles ont produit 14290 kwh/année et en 2013 11422 kwh/année, ce qui représente près de 50% de l'ensemble de notre besoin en électricité. Le courant n'est pas utilisé directement par nos soins, mais il est intégralement injecté dans le réseau du distributeur local d'électricité. Lors de journées ensoleillées, nous fournissons de l'électricité solaire à nos voisins et à nous-mêmes.

Bien que nous soyons bien classés en comparaison de la branche, nous entrevoyons un potentiel d'amélioration dans notre installation de chauffage au mazout.

Les travaux pour changer de système sont en cours. Une analyse de l'existant et des alternatives possibles a été effectuée (coût Fr. 7'000.). Il ressort de cette étude un besoin d'investissement de l'ordre de Fr.350'000! C'est un énorme montant pour notre entreprise.





CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

L'établissement d'un rapport sur le bien commun représente un travail conséquent. Néanmoins il en valait la peine à de nombreux égards. Nous ne sommes pas entièrement d'accord avec toutes les directives du manuel; par exemple, nous considérons plus important la satisfaction au travail et donc le sens du travail qu'une réduction du temps de travail sous quelque forme que ce soit. Mais les directives et les réflexions sous-jacentes nous ont à maintes reprises révélé des pistes sur ce que nous pourrions encore améliorer.

Nous avons ainsi pris diverses mesures en matière de formation du personnel et de renforcement du collectif.

Le remplacement de la vieille chaudière à mazout entrera bientôt dans sa phase concrète et, grâce au nouveau secteur d'activité de la société equiLibre sa, nous pouvons concrétiser la participation du personnel.

Nous sommes convaincu que l'économie du bien commun aura un impact nettement plus important dans le futur que ce ne fut le cas avec l'agriculture biologique il y a 30 ou 40 ans.

Dans cet esprit, nous considérons notre nouveau projet de construction comme un investissement pour le futur permettant de maintenir et de créer de nouvelles places de travail qui soient porteuses de sens et passionnantes.

Les Granges, juin 2015



CH-1922 Les Granges
téléphone ++41 (0)27 761 15 22
fax ++41 (0)27 761 15 88
www.vegetarisches-hotel.ch
info@vegetarisches-hotel.ch
