arbido

2014/3 Kulturerbe der Wirtschaft – kollektives Gedächtnis - Patrimoine culturel économique – mémoire collective

Lüthi-Graf Evelyne, directrice des Archives Hôtelières Suisses (AHS)

Borrelli Graziella, co-directrice AHS

Archiviste aujourd'hui? Le challenge de l'économie comme nouvelle dynamique du patrimoine hôtelier!

Le monde des hôtels... un rêve. Mais savez-vous que les hôteliers sont de pauvres employés au service de leurs hôtes 24 heures sur 24? Vous pensez que le directeur d'un palace 5 étoiles est millionnaire car la suite royale coûte 10 000 CHF la nuit? Que nenni! Il doit faire des prouesses pour tenter d'économiser des bouts de chandelle, alors que ses hôtes dilapident à tout vent.
Alors quand vous tentez de vendre vos services d'archiviste à un hôtelier, il faut avoir de bons arguments, qui rapportent à très court terme, car sinon vous pouvez oublier. Pour financer votre beau projet de sauvegarde d'archives, vous vous tournez donc vers des institutions patrimoniales pour trouver des fonds en espèces sonnantes et trébuchantes, avec l'argument, oh combien valable, de la perte d'un patrimoine unique qui a façonné la Suisse et sans lequel il n'y aurait pas de touristes, donc pas de recettes dérivant de l'industrie des souvenirs ou des services. Malheureusement, forts de cette réputation de Crésus, on vous répond que les hôteliers n'ont qu'à payer eux-mêmes! Sans réaliser que l'on ne tue pas la vache qui donne du lait ... C'est la quadrature du cercle!

Les AHS sont une fondation à but non lucratif née en 2008 de la volonté d'un architecte spécialiste des bâtiments hôteliers, d'une archiviste atypique et d'une société des hôteliers consciente de son devoir de mémoire. Tous trois ayant à un moment eu conscience de la perte inéluctable d'un patrimoine essentiel à l'histoire, mais aussi, même surtout, à l'économie de la Suisse. Après six ans passés à définir une politique d'acquisition et à construire des archives virtuelles, les AHS sont passées à l'offensive.

En diversifiant leurs activités, en liant les projets les uns aux autres, les AHS parviennent aujourd'hui à autofinancer 30% de leur activité, ceci grâce à de gros projets d'archivage comme celui de l'Ecole Hôtelière de Lausanne. Non sans être hebdomadairement confrontées à des choix à faire: s'investir à fonds perdu dans le sauvetage d'archives et devoir rogner sur les heures d'un projet de longue haleine ou rechercher de nouvelles ressources en sacrifiant des projets chronophages? Grand écart qui demande une très grande flexibilité, tant géographique que temporelle, une réflexion et une remise en question constante des modèles acquis, un engagement quasi sacerdotal et un brin d'imagination! Le tout sans jamais perdre de vue la mission principale de la fondation: sauvegarder le précieux patrimoine hôtelier.

Du point de vue du concept: un modèle professionnel flexible

Peter Witschi, membre de la fondation des AHS de sa création à 2013, s'exprime ainsi dans le rapport annuel 2013: «Du point de vue conceptionnel, les directives [de la politique d'acquisition] s'inspirent du modèle d'évaluation élaboré par la Minnesota Historical Society (MHS) pour les archives d'entreprise. Une méta-analyse permet de délimiter le champ d'action au niveau macro, ce qui simplifie l'évaluation de la constitution concrète de fonds au niveau micro.
Le profil de documentation permet de déterminer les domaines géographique, thématique et temporel. La fondation tient compte des régions touristiques les plus importantes de Suisse romande, de Suisse alémanique et du Tessin. Sa priorité est la sauvegarde des fonds d'archives représentatifs de toutes les branches principales de l'hôtellerie (palaces, cabanes de montagne, hôtels, auberges de village). L'accent est placé sur les fonds d'archives fermés des hôtels qui couvrent aussi bien une longue période que différents aspects (architecture, management, segment clientèle, personnel, finances, gastronomie, infrastructure de soutien). La fondation garantit la constitution de fonds authentiques qui englobent toute l'histoire de l'hôtel, de ses débuts à aujourd'hui.
Lors de l'acquisition d'archives, de documentation et d'objets, la fondation n'agit pas toute seule, mais tient compte du matériel déjà sauvegardé ailleurs. La collaboration avec les Archives publiques, les services de documentation consacrés à un thème particulier, les musées et les institutions de formation revêt une énorme importance.»

Un système «à la carte» permet d'analyser chaque fonds dans son contexte, décide de la pertinence du fonds, de sa provenance, de sa valeur générale pour la recherche ou pour l'économie. Le meilleur exemple est celui de la SGH, la Société Suisse de Crédit Hôtelier, dont le fonds est déposé par les AHS au SWA à Bâle*.

Une politique d’acquisition qui est cependant tributaire autant des collaborations que des hasards de l’histoire hôtelière actuelle: à la faveur d’une recherche historique locale, une collaboration devient possible avec un hôtel dont les archives étaient inaccessibles depuis 15 ans. Ou la remise d’un hôtel par la dernière génération de propriétaires permet le sauvetage de son mobilier ancien. Et ceci exactement au même moment, à une semaine de Noël!

Ce qui nous rappelle les aventures et les conseils de notre collègue fondatrice du CERARE en France, Florence Ott, qui invoquait la loi de Murphy et le choix cornélien: intervenir immédiatement ou perdre les archives...

Du point de vue financier: la recherche de l’équilibre

Deux modèles se sont avérés réalisables à moyen terme: des projets d’envergure financés par des aides étatiques et des mandats ponctuels participant au modèle de politique d’acquisition.
Cette recette nous semble l’avenir de notre profession. En effet, on n’accorde de valeur qu’à ce qui a un prix. Notre know how a une valeur marchande indéniable, une valeur ajoutée serait le terme exact, si nous savons nous adapter au «client».
D’un côté, nos institutions culturelles et touristiques ont besoin de racines, d’un contexte, d’informations qui permettent de comprendre l’évolution du flux des voyageurs, tout ce qui a fait que notre pays vit encore aujourd’hui en partie de cette «industrie». Un exemple: pour commémorer les 150 ans du tourisme hivernal en Suisse, ce ne sont pas moins d’une dizaine de spécialistes, dont des archivistes, qui ont été contactés pour documenter ce qui nous semble en 2014 une évidence: en 1864, les habitants de St-Moritz ont réussi à faire venir des touristes depuis l’Angleterre en plein hiver, par -15°, à 1800 mètres d’altitude, et à une journée de voyage depuis Bâle! Et de prendre conscience de l’esprit pionnier d’un canton qui a vu deux fois des JO et qui a manqué le tiercé de peu! Ces recherches sont financées par divers canaux liés au tourisme, aux universités, à l’économie et aboutissent à une vaste opération marketing profitable à tout un canton.

D’un autre côté, au vu de la concurrence qui se fait sévère, les établissements hôteliers luttent pour se différencier, ressentent un nouveau besoin d’authenticité, veulent des preuves et ne se contentent plus d’informations tirées d’ouvrages souvent obsolètes. Certains sont prêts à payer le prix de recherches qui, une fois faites, leur permettent une mise en valeur différente de la traditionnelle campagne de publicité, à laquelle plus aucun journaliste ne prête attention, car noyée dans la masse des créations graphiques!
Trois exemples récents: une brasserie centenaire qui retrouve sa place entre une gare et une confrérie des vignerons, et un petit hôtel qui se positionne différemment grâce à la découverte d’un court séjour de Wagner en ses murs. Ou ce palace 5 étoiles qui se sert de ses propres archives dans tous les supports publicitaires et presque toutes ses actions de relations publiques, car il a investi dans le classement, le conditionnement et l’inventaire de ses archives, du papier au mobilier, en passant par sa vaisselle ancienne! C’est d’ailleurs le seul hôtel en Suisse qui a construit un local d’archives sécurisé au coeur de son bâtiment, afin de garder sur place son précieux patrimoine dans les meilleures conditions.

Financièrement, l’idéal est quand l’hôtel peut investir dans du travail professionnel d’archivage, conscient d’un retour sur investissement à court terme. Dans le cas de remise, faillite, vente, cessation d’activité ou en cas de manque de moyens, ce sont les deniers publics qui sont engagés, au travers des projets comme celui d’Innotour «Inventaires, mise à jour et mise en ligne des archives hôtelières», qui vise à recenser les fonds hôteliers encore disponibles dans les établissements hôteliers suisses, à les inventorier selon ISAD(G) et à préparer la mise en ligne publique dès 2016 au travers du site des AHS et du Portail Archives en Suisse. Les conditions de mise en ligne étant discutées individuellement, dans le respect de la LPDP ou d’autres lois et règlements régissant les archives ou les droits d’images.

Du point de vue du marketing: une usine à idées!

Notre collègue Gilbert Coutaz évoque un «modèle économique à géométrie variable»: «L’expertise doit être proportionnée aux réalités documentaires et financières. Elle ne doit pas être formulée hors contexte.». Là aussi c’est la nature et l’ampleur du fonds qui dictent la profondeur du travail. Si le client n’a que peu de moyens ou ne saisit pas très bien l’avantage du travail d’archivage, un inventaire sommaire pour une somme modique ou forfaitaire vaut mieux que le rêve d’un inventaire à la pièce qui vire au cauchemar!

Dans la pratique, quand on a l’habitude de ces fonds spécifiques, il est assez facile de trouver rapidement un joker: un prospectus avec un détail mobilier encore actuel, une étiquette de bagage utilisable comme nouveau logo, un client célèbre dans la liste des hôtes, un menu centenaire à servir à une fête, un objet emblématique ou un plan utile à la rénovation.

Une autre recette miracle est celle qui lie l’hôtellerie à notre économie. Les hôtels avaient des «suppliers» locaux: la porcelaine de Langenthal, l’argenterie Béard, les verres de la fabrique de Hergiswil, les chaises et tables de Horgen Glarus, le tableware des filatures Schwob. Les touristes emportaient également des «souvenirs»: sculpture de Brienz, montres, chocolats, boîtes à musique.
Ces entreprises fournisseurs existent toujours et représentent le savoir-faire suisse encore aujourd’hui. Créer le lien entre les hôtels et nos industries grâce aux archives, c’est réactiver une collaboration qui a fait ses preuves. Combien de témoins nous croisons chaque semaine: catalogue de 1902 qui identifie une chaise ramassée dans une cave d’hôtel, registre d’échantillons d’une imprimerie qui donne la date et le nom de l’artiste qui a créé le prospectus d’un célèbre hôtel, liste des hôtels ayant demandé des serviettes à leur logo entre 1910 et 1954. La dernière découverte étant la liste des revendeurs des verres de Hergiswil qui remonte à 1852!

Une journaliste écrivait récemment à notre propos: «le passé a de l’avenir». Facile à dire ... facile à faire: à nous de le prouver!
www.hotelarchiv.ch info@hotelarchiv.ch

Evelyne Lüthi-Graf

Evelyne Lu?thi-Graf fut archiviste de la ville de Montreux pendant 22 ans, est maintenant directrice d’Archives Ho?telie?res Suisses.

Graziella Borrelli

Graziella Borrelli, auparavant collaboratrice des Archives fe?de?rales, travaille aujourd’hui pour Archives Ho?telie?res Suisses et la commune de Berthoud.

Abstract

Deutsch

Unsere Arbeit zeichnet sich aus durch ein ständiges Balancieren zwischen der Rettung gefährdeter Bestände und der Beschaffung finanzieller Ressourcen, um so mehr, als sich Hotelarchiv Schweiz im privatwirtschaftlichen Bereich bewegt. ArchivarInnen heute müssen ihr Knowhow «verkaufen», denn sie generieren mit ihrer Arbeit einen Mehrwert für die Gesellschaft im Bereich der Überlieferungsbildung und einen Marketingvorteil für die hiesige Wirtschaft. Nur was kostet, hat einen Wert, weshalb wir als gangbaren Weg die Kombination zweier Finanzierungsmodelle vorschlagen: Sind bei den Hoteliers Mittel vorhanden, argumentieren wir mit einem kurzfristigen return on investment, kann doch durch die Ordnung, Erschliessung und Inwertsetzung des Archivguts ein unmittelbarer Wert für die Instandhaltung und Vermarktung des Hotels geschaffen werden. Sind keine Mittel vorhanden, binden wir die Sicherung des Archivguts in ein übergeordnetes Projekt ein, das mittels öffentlicher Gelder und/oder privater Gönner finanziert wird. Dadurch verschafft Hotelarchiv Schweiz der Vergangenheit eine Zukunft.