

# Quentin Delohen

## Lausanne Palace

**Après plus de vingt ans d'expérience dans l'hospitalité en Suisse, Quentin Delohen a récemment pris la direction du Lausanne Palace. Interview.**

-/ After more than 20 years in the Swiss hospitality industry, Quentin Delohen recently took over as General Manager of Lausanne Palace. Interview.

Propos recueillis par Linda Cohen

**Comment définiriez-vous le mot «palace» en 2024 ?**

«Le mot palace incarne selon moi des valeurs telles que l'accessibilité, l'ouverture, l'interaction, la vie, la joie, l'émerveillement et la convivialité. Un palace doit être un espace accueillant et inclusif, où chaque visiteur doit se sentir à l'aise et se laisser surprendre. L'expérience doit dépasser les attentes et créer des souvenirs marquants, offrant un moment hors du temps et inoubliable.»

Dans cet environnement, notre mission est de provoquer l'émerveillement et d'apporter une touche de magie qui rompt avec la vie quotidienne. Un palace, c'est un lieu où chaque détail est pensé pour créer une atmosphère qui inspire et enchante.»

**Quel lien entretenez-vous avec la ville de Lausanne ?**

«Le groupe Sandoz Foundation Hotels est étroitement lié à la ville de Lausanne, à travers ses différents établissements: Lausanne Palace, Beau-Rivage Palace, Château d'Ouchy et l'Hôtel Angleterre. Acteur majeur de l'hôtellerie locale, nous mettons plus de 400 chambres à disposition et employons près de 600 collaborateurs.»

La communication et les échanges avec la ville se font en continu. Nous participons notamment à la nouvelle orientation touristique de Lausanne, qui table désormais sur le tourisme de loisirs et la gastronomie.

Dans ce contexte, le Lausanne Palace joue un rôle crucial avec son restaurant étoilé Michelin, sa brasserie, son café et ses autres points de vente.

**Comment a commencé votre histoire avec le Lausanne Palace ?**

«Mon histoire avec le Lausanne Palace a commencé en 1997, lorsque je suis arrivé à l'École Hôtelière de Lausanne. À l'époque, ce fleuron illuminait déjà Lausanne de sa majesté. Nous admirions cet établissement avec nos yeux d'étudiants. Le diriger aujourd'hui est donc un véritable accomplissement.

Cet été a été une phase d'observation ; désormais, l'heure est à l'action. Il n'est jamais simple de reprendre la direction d'un établissement chargé d'histoire, mais c'est un défi passionnant. Ma mission est de préserver son identité tout en faisant preuve de pragmatisme. C'est le début d'une formidable aventure.»

**How would you define the word "palace" in 2024?**

"To me, the word 'palace' embodies values like accessibility, openness, interaction, life, joy, wonder, and conviviality. A palace should be an inviting, inclusive space where every visitor feels at ease and open to being surprised. The experience should exceed expectations, creating lasting memories and offering a moment that feels timeless and unforgettable.

In this environment, our mission is to evoke wonder and add a touch of magic that breaks with the ordinary. A palace is a place where every detail is crafted to create an atmosphere that inspires and enchants."

**What is your connection with the city of Lausanne?**

"The Sandoz Foundation Hotels group is closely tied to Lausanne through its various establishments: Lausanne Palace, Beau-Rivage Palace, Château d'Ouchy, and Hôtel Angleterre. As a major player in the local hospitality scene, we provide over 400 rooms and employ close to 600 people.

Communication and exchange with the city are ongoing. We are actively involved in Lausanne's new tourism direction, which is now focusing on leisure and gastronomy. Within this framework, Lausanne Palace plays a vital role with its Michelin-starred restaurant, brasserie, café and other selling points."

**How did your journey with Lausanne Palace begin?**

"My story with Lausanne Palace started in 1997 when I arrived at the École Hôtelière de Lausanne. Even then, this landmark hotel shone brightly over Lausanne. We admired it with the eyes of young students. Leading it now is truly an achievement.

This past summer was a period of observation; now it is time to act. Taking the reins of an establishment with such a rich history is never easy, but it's a thrilling challenge. My mission is to preserve its identity while being pragmatic. This is the beginning of an exciting journey."

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

«L'Écailler a rouvert ses portes en cette fin d'année. Mentionnons aussi l'arrivée de notre nouveau chef exécutif, Guillaume Soares, ancien du Beau-Rivage Palace, qui apporte également un vent de nouveauté à notre offre culinaire. De plus, de nombreux événements sont prévus à la Table de Frank et Sarah Pelux, qui préparent des collaborations "à quatre mains" réservant de belles surprises pour le premier trimestre 2025: le 23 janvier 2025 avec Fabien Ferré, le plus jeune Chef 3 étoiles, Chef de La Table du Castellet, ainsi que le 4 février 2025 avec Adrien Véquaud, Chef 1 étoile de La Passagère du mythique Hôtel Belles Rives à Juan-les-Pins.

Nous travaillons aussi sur des projets de fond liés aux rénovations de l'établissement, en veillant à préserver l'authenticité du lieu.

En collaboration avec la marque Cinq Mondes, nous avons introduit de nouveaux produits et protocoles au sein de notre spa pour offrir une expérience bien-être encore plus enrichissante.

Enfin, nous avons développé un axe autour du mouvement et de la nutrition avec des programmes de remise en forme encadrés par notre expert sportif, Sadio Sankhare.

Notre objectif est également de renforcer le lien entre notre établissement et la clientèle locale, en rendant nos offres attractives et accessibles.»

Comment se distinguer du Beau-Rivage Palace, l'alter ego du Lausanne Palace ?

« Nous faisons avancer les choses à l'échelle du groupe, chacun possède une identité distincte. Le Beau-Rivage Palace au bord du lac est orienté vers le tourisme de loisirs avec des séjours plus longs, tandis que le Lausanne Palace, situé au cœur de la ville, affiche une identité plus corporate et urbaine. Il n'y a donc pas de concurrence entre eux, mais plutôt une complémentarité avec deux produits bien distincts.

Leur point commun réside dans l'âme même du concept de palace, avec des clientèles différentes : le Beau-Rivage Palace attire une clientèle individuelle plus internationale, tandis que le Lausanne Palace s'adresse davantage à une clientèle locale. Cette diversité de cibles renforce la position du groupe.

Lieu emblématique de la ville, le Lausanne Palace vibre, depuis plus d'un siècle, au rythme de la vie lausannoise. C'est pour cela, que nous faisons en sorte, chaque jour, d'être à la hauteur de l'attachement et de la confiance dont nos fidèles clients nous témoignent.»

What projects are you currently working on?

"L'Écailler has reopened at the end of this year. We have also welcomed a new executive chef, Guillaume Soares, formerly of Beau-Rivage Palace, who brings fresh ideas to our culinary offerings. We have many exciting events planned at La Table, where Frank and Sarah Pelux are preparing "four-hands" collaborations that promise delightful surprises in early 2025: on January 23 with Fabien Ferré, the youngest 3-star chef from La Table du Castellet, and on February 4 with Adrien Véquaud, 1-star chef at La Passagère in the iconic Hôtel Belles Rives in Juan-les-Pins.

We are also working on foundational projects related to the hotel's renovations, ensuring that we maintain its authenticity.

In partnership with Cinq Mondes, we have introduced new products and protocols at our spa to offer an even richer wellness experience.

Additionally, we have developed a focus on movement and nutrition, with fitness programs led by our sports expert, Sadio Sankhare.

We aim to strengthen the bond between our hotel and the local community, making our offerings both appealing and accessible."

How do you distinguish Lausanne Palace from Beau-Rivage Palace, its counterpart?

"While Lausanne Palace and Beau-Rivage Palace belong to the same group, each has its own distinct identity. Beau-Rivage Palace by the lake caters more to leisure tourism with longer stays, whereas Lausanne Palace, located in the city center, has a more corporate, urban feel.

There is no competition between them, but rather a complementarity, with two very different offerings.

Their common ground lies in the essence of the palace concept, yet they attract different clientele: Beau-Rivage Palace appeals to a more

international individual clientele, while Lausanne Palace serves a primarily local audience. This diverse targeting strengthens the group's position.

A landmark of the city, the Lausanne Palace has been pulsating with the rhythm of life in Lausanne for over a century. This is why we strive every day to live up to the attachment and trust our loyal clients show us."

**«Le Lausanne Palace est un élément incontournable de la ville et de la vie lausannoise. Notre motivation première doit être la fierté des Lausannois pour leur palace.»**

