

26.11.2009 - 14:00 Uhr

Hotel Finance Forum 2009: le défi de la formation des prix

Zurich/Berne (ots) -

Le 6e Hotel Finance Forum s'est tenu aujourd'hui à Zurich sous le thème «Stratégie et formation des prix en période économique difficile». La thématique complexe a été traitée sous les angles théorique et pratique par des intervenants renommés, devant près de 250 représentants de l'hôtellerie et de la finance. Le forum a été mis sur pied par la Société Suisse de Crédit Hôtelier et hotelleriesuisse.

Dans le cadre de leur accord de coopération, la Société Suisse de Crédit Hôtelier (SCH) a conduit aujourd'hui, pour la première fois conjointement avec hotelleriesuisse, le 6e Hotel Finance Forum à Zurich. Le thème de cette année «Stratégie et formation des prix en période économique difficile» ne répond pas seulement aux besoins que crée la problématique conjoncturelle actuelle, a relevé Ulrich Immler, président de la SCH, dans son allocution de bienvenue. «Il vise aussi à présenter des approches stratégiques, afin d'influencer positivement et de renforcer à long terme la compétitivité des établissements et de l'industrie hôtelière dans son ensemble» a-t-il ajouté. Le vif intérêt de l'hôtellerie et de la finance en témoigne : la formation des prix constitue un défi que l'on ne peut relever qu'avec beaucoup de savoir-faire et de doigté. «Le prix est une question sensible - tout particulièrement en période de demande hésitante» a souligné Guglielmo L. Brentel, président d'hotelleriesuisse, dans son allocution. En fait, la crise économique exige des efforts supplémentaires de la part des établissements: le recul des chiffres des réservations ont poussé bon nombre d'hôteliers à revoir leur formation des prix.

Conditions cadres exigeantes

Une formation des prix habile contribue de manière déterminante à la rentabilité d'un hôtel. Les conditions cadres pour ce faire sont néanmoins exigeantes : la marge de manoeuvre de l'entreprise est limitée par des charges de personnel et des coûts de marchandises élevés d'une part, et par la concurrence des prix internationale d'autre part. De plus, la situation économique défavorable a entraîné une baisse de la demande, ce qui intensifie encore la guerre des prix. Dans son exposé, Martin Emch, CEO de Turicum Management SA, a insisté sur les retombées négatives des baisses de prix générales et indifférenciées. Le dumping stimule certes à court terme la demande et il accroît le taux d'occupation, mais au final il dessert la rentabilité et la souplesse requise pour augmenter les prix à un niveau raisonnable en période de relance.

Intégrer le point de vue du client et créer des plus-values

La formation des prix classique est axée sur les coûts et le marché. Aujourd'hui, de nouveaux systèmes de prix apparaissent. Ils créent la base pour avoir un taux d'occupation régulier, même en cas de forte fluctuation de la demande. Ce yield management, que les compagnies aériennes pratiquent depuis longtemps, offre une flexibilisation des prix et est aussi de plus en plus souvent appliqué dans la branche hôtelière. Dans le cadre du forum, le professeur Thomas Bieger, directeur de l'Institut pour le service public et le tourisme de l'Université de St-Gall, a attiré l'attention sur la sensibilité des hôtes devant les prix et a plaidé pour une formation des prix orientée vers la clientèle, qui tienne

compte de la valeur de la prestation du point de vue du client tout en étant rentable pour l'hôtelier. Andreas Züllig, directeur de l'Hôtel Schweizerhof à Lenzerheide, a expliqué dans son exposé que la rentabilité pouvait être atteinte non seulement par une formation des prix bien pensée, mais aussi par la création de plus-values pour l'hôte. Ses propos rejoignaient l'exhortation de Guglielmo L. Brentel de figurer constamment l'offre et la qualité: «Aussi longtemps que notre offre sera à la hauteur, l'hôte sera prêt à payer un prix raisonnable.»

Les exposés du professeur Thomas Bieger, de Martin Emch et d'Andreas Züllig ainsi que leurs résumés sont disponibles sous www.hotelleriesuisse.ch, dans la rubrique «Media Corner».

Contact:

hotelleriesuisse
Nora Fehr
responsable de la Communication
Tél.: +41/31/370'42'80
Mobile: +41/79/310'48'32
E-Mail: kommunikation@hotelleriesuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004113/100594493> abgerufen werden.