

L'hôtellerie est rassurée malgré les aléas du marché

MANOTEL. *Les réservations se font de plus en plus au dernier moment. Ce qui offre peu de prévisibilité.*

PIERRE-HENRI BADEL

En dépit d'un contexte économique général morose, une inflation déguisée et un franc suisse à haut niveau, le groupe Manotel a réalisé un chiffre d'affaires de 56,9 millions de francs en 2011, contre 56,6 en 2010, soit le plus bel exercice depuis l'année record de 2008, marquée par des salons d'envergure sur la place de Genève. Et cela en dépit du fait que le ramadan est tombé dans une mauvaise période, ce qui a privé l'hôtellerie suisse d'un afflux de clients arabes. Il est dévolu à part égale par le groupe Final Holding du financier dubaïote Omar Daniel et, depuis fin 2006, par le Fonds immobilier JER Partner de l'Américain Joseph E. Robert junior, brusquement décedé en décembre 2011. Une prise de participation qui, à l'époque, avait valorisé le groupe à hauteur de 200 millions de francs.



PAUL MULLER. «La conjoncture actuelle nous sourit.»

sez semblables à ceux de 2011», avoue-t-il encore. L'hôtellerie est pourtant confrontée aux aléas du marché. Les réservations se font toujours à plus court terme et en matière de gestion, la visibilité est toujours plus restreinte. Et la part des réservations faites sur internet est en constante progression, avec des commissions qui ont plutôt tendance à grimper, ce qui devient le deuxième poste du budget derrière les salaires. Les hôteliers auraient donc tout intérêt à se regrouper pour déployer une stratégie commune en terme de prix et de rabais. Contrairement aux compagnies aériennes qui remplissent les avions avec des prix bas quand les clients réservent à l'avance, dans l'hôtellerie, c'est l'inverse, qui pousse les clients à réserver au dernier moment, après avoir comparé toutes les promotions que l'on trouve sur Internet. «C'est à nous de nous adapter à cette situation» souligne Paul Muller. Il faut pourtant constamment procéder à des renouvelations pour rester au goût du jour. Les investissements de ses clients en vue de réa-

ments consentis par le groupe se sont élevée à 100 millions de francs depuis l'année 2000. La stratégie du groupe Manotel est de positionner chacun de ses hôtels avec une très forte identité. L'Epsom était le dernier à ne pas s'inscrire encore réellement dans cette stratégie d'identification.

Cette année, ce sera au tour de l'hôtel Epsom de vivre une profonde cure de jouvence. Avec un investissement de l'ordre de 14 millions de francs, il devrait malheureusement fermer pour cause de travaux entre juin et mi-octobre de cette année, laissant une partie des 75 employés de l'hôtel sur le carreau durant cette période. Certains seront repris dans le cadre de mises temporaires dans les cinq autres hôtels du groupe, mais Paul Muller admet qu'il y aura inégalement des licenciements ponctuels durant les travaux. «C'est en 2002 qu'il avait subi un lifting pour le dernière fois» admet Paul Muller.

Le développement de cette chaîne locale vers l'extérieur n'est pas si aisée que cela. Elle entend s'étendre en priorité dans les villes et les opportunités d'acquisition dans le périmètre urbain ne sont pas nombreuses. Ceux qui ont placé leur argent dans les hôtels obtiennent un meilleur rendement que s'ils le placent à la banque.

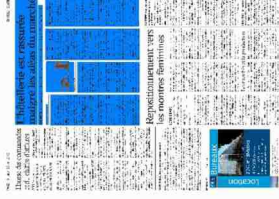
Par soucis de respect de l'environnement, le groupe s'est engagé dans une campagne de sensibilisation de ses clients en vue de réa-

Date: 26.04.2012

L'AGEFI

L'Agefi
1002 Lausanne
021/ 331 41 41
www.agefi.com

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 10000
Parution: 5x/semaine



N° de thème: 571.212
N° d'abonnement: 1083336
Page: 8
Surface: 30620 mm²

liser des économies sur les frais de blanchisserie. Et elle reverse ces économies au WWF pour envoyer des stagiaires et volontaires pour aider l'organisation dans des travaux de protection de la nature, en particulierement à Madagascar. Cette année, le chèque atteignait quelque 27.000 francs. Sur quatre ans, le montant a avoisiné les 90.000 francs pour la bonne cause.