

Communiqué de presse

Les restaurateurs énervés : Feldschlösschen augmente le prix de la canette de bière

Comme Feldschlösschen l'annonce aujourd'hui, le prix de sa bière augmentera en mai 2012 d'en moyenne 4,4 %. « Cette politique des prix est difficilement compréhensible » dit Klaus Künzli, président central de GastroSuisse. Le prix de la bière est aujourd'hui déjà trop élevé pour la restauration et devrait donc plutôt baisser. Cette politique des prix inopportune de Feldschlösschen énerve la branche.

Feldschlösschen profite aussi de ce cycle de hausse des prix pour augmenter le prix de la bière. Ceci ne lèse pas seulement le simple citoyen, qui doit déboursier plus pour pouvoir savourer, dans son bistrot préféré, après une longue journée de travail sa canette bien méritée; cette hausse des prix significative affecte aussi fortement les petits et moyens établissements de l'hôtellerie-restauration. Feldschlösschen est appelée à revenir sur une augmentation des prix aussi massive.

« Ce dernier cycle de hausse des prix est difficilement compréhensible », estime Klaus Künzli, président central de GastroSuisse. « Le moment est en effet très mal choisi », constate-t-il. La cherté du franc fait souffrir l'hôtellerie-restauration. La branche se bat avec acharnement pour des prix équitables, et entre autres pour que les gains de change soient reportés sur le prix de la bière importée. Comme le montre l'initiative réussie de l'Association des Cafetiers du canton de Bâle-Ville, les importations parallèles sont un sujet d'actualité.

L'hôtellerie-restauration paye aujourd'hui déjà des prix surfaits. Les prix d'achat de la liste officielle pour les restaurateurs sont souvent plus hauts que les prix de vente de la même bière dans le commerce de détail. Sur la base de ces prix excessifs, la bière indigène devrait donc être meilleur marché pour l'hôtellerie-restauration. Une politique des prix inopportune contrarie la branche, et pousse encore plus l'hôtellerie-restauration à envisager des alternatives.

Feldschlösschen justifie son augmentation de prix par des frais de transport en hausse, et surtout par des efforts de marketing dans sa lutte contre les bières d'importation qualitativement parfaites. L'hôtellerie-restauration est également exposée à une pression de la concurrence toujours plus forte, elle peut toutefois difficilement reporter ces adaptations de prix sur les clients. L'hôtellerie-restauration n'est pas prête à « casquer » pour les coûteuses mesures de marketing de cette entreprise, ce sont là les propres affaires de Feldschlösschen.

GastroSuisse est la Fédération de l'hôtellerie-restauration en Suisse. Quelque 20 000 membres (quelque 3000 hôtels) organisés en 26 sections cantonales et 4 groupements sectoriels, sont affiliés à la plus grande association patronale de l'hôtellerie-restauration.

Zurich, le 31 janvier 2012

En cas de question :

GastroSuisse, Bernhard Kuster. Dr oec. publ., Marketing et Communication,
Téléphone 044 377 53 53, communication@gastrosuisse.ch