

Institut für Öffentliche Dienstleistungen
und Tourismus



Universität St.Gallen



Seilbahnen Schweiz
Remontées Mécaniques Suisses
Funivie Svizzere

Présentation du projet CTI

Nouveaux modèles de prix pour plus de valeur entreprise et de valeur client dans l'industrie des remontées mécaniques

**Pour le groupe de projet:
Prof. Dr. Christian Laesser**

Défis de l'industrie des remontées mécaniques



Les **problèmes principaux de l'industrie des remontées mécaniques** sont sur le plan mondial les suivants:

- grande pression d'investissement dans la qualité,
- augmentation des coûts de sécurité et environnementaux,
- augmentation des coûts d'acquisition des installations techniques du fait d'une consolidation croissante des fournisseurs.

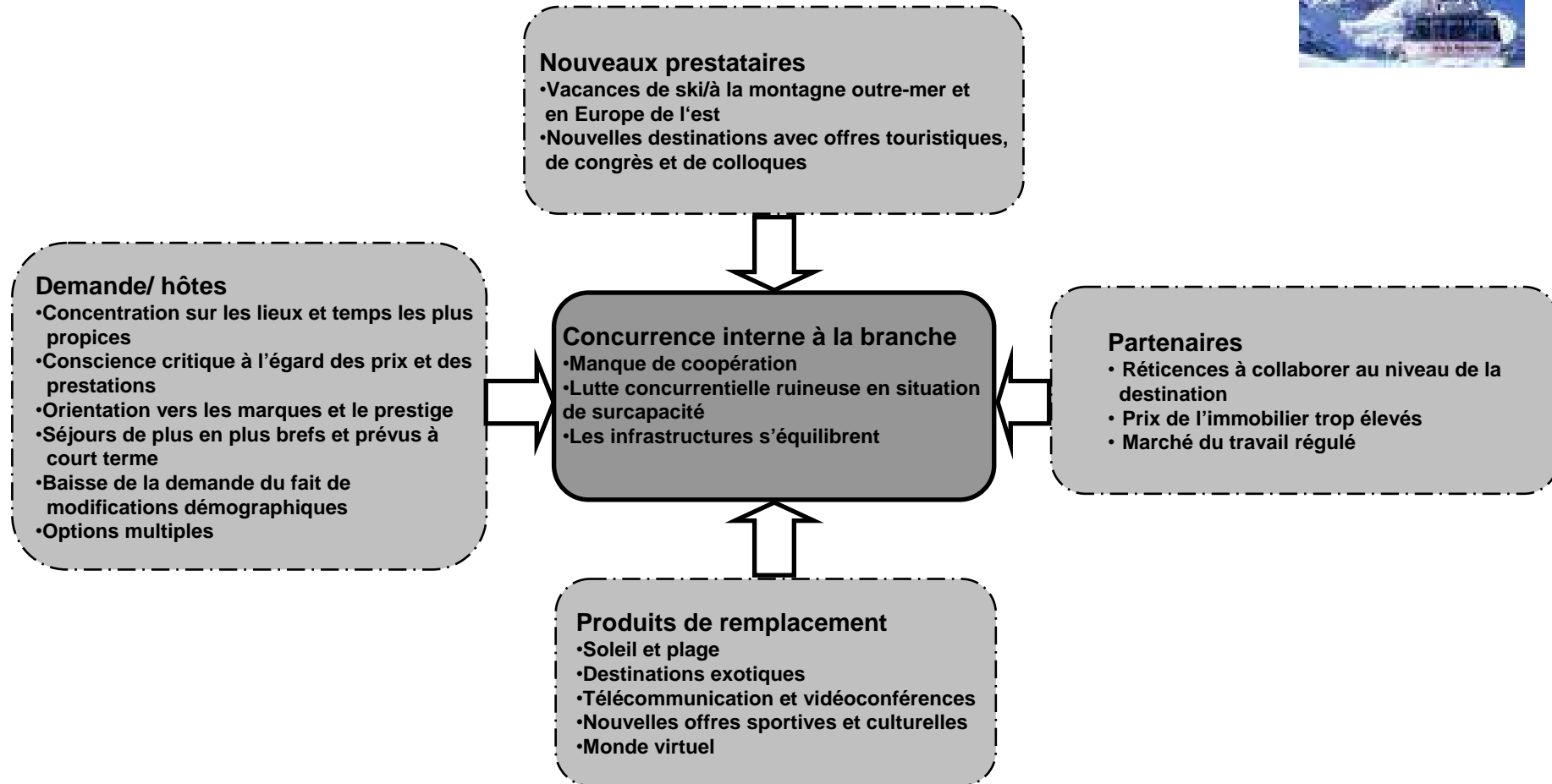
Défis de l'industrie des remontées mécaniques



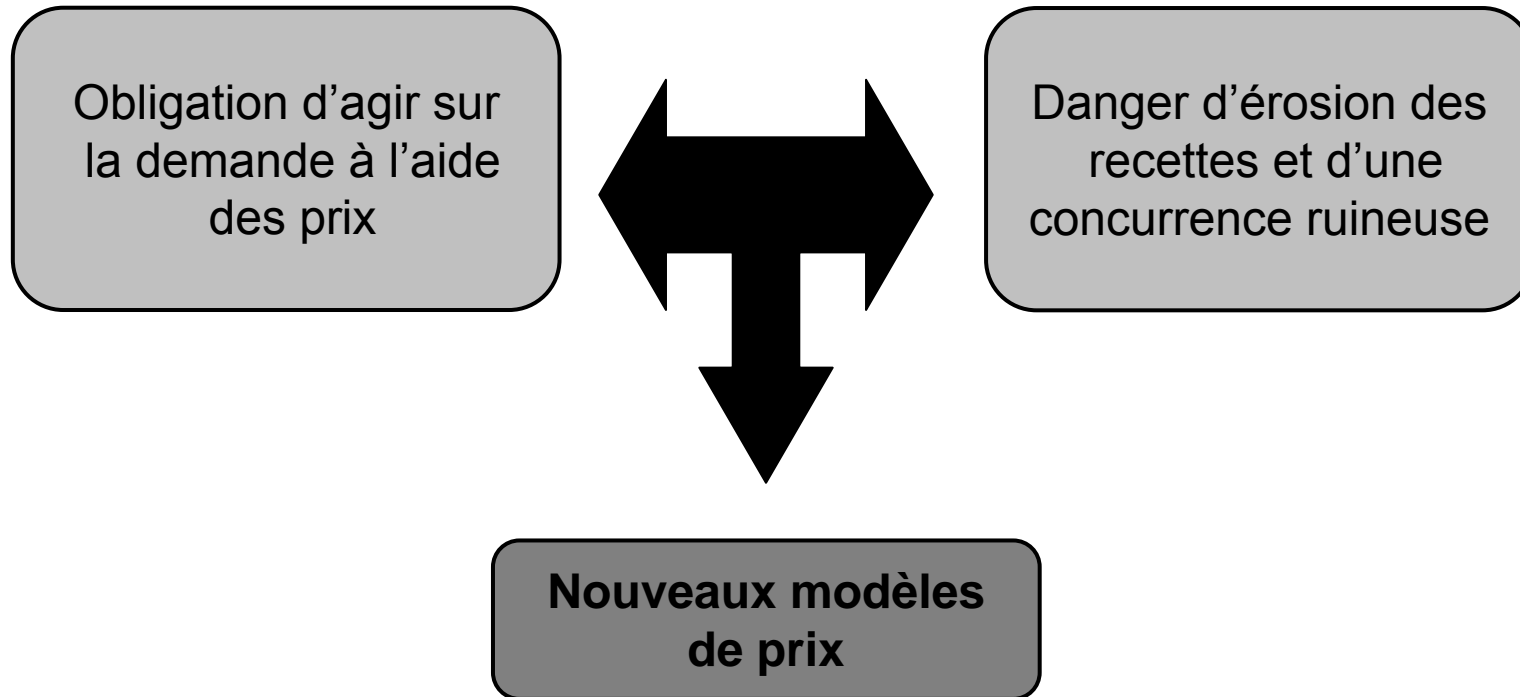
En **Suisse**, l'industrie des remontées mécaniques est en particulier confrontée à:

- une demande et une utilisation des capacités qui varie fortement
- de fortes surcapacités
- des destinations faibles dans plusieurs régions
- une concurrence internationale subventionnée, et
- une très forte pression sur les prix qui s'exerce surtout sur les domaines de ski de petite taille et de taille moyenne.

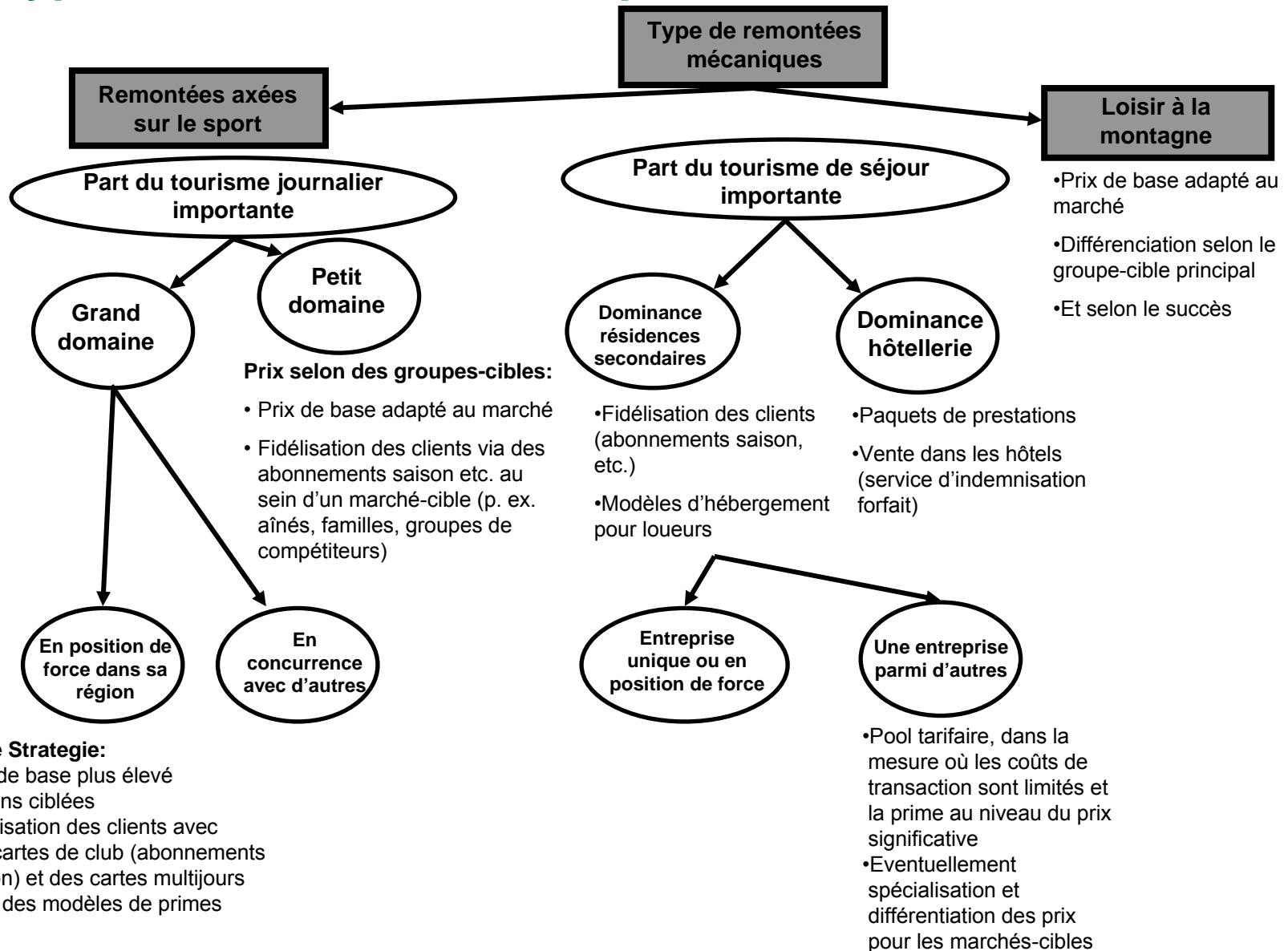
Situation de la concurrence destinations suisses



Le dilemme des prix



Dimensions possibles pour différencier les prix selon le type de remontées mécaniques



Objectifs et résultats: vue d'ensemble

Connaissance et réflexion

1) Connaissances sur le comportement des clients

- Acquisition empirique et scientifique de données sur le comportement de décision des clients de domaines pour sports de neige (skieurs, snowboarders, etc.)
- Connaissances approfondies sur l'élasticité de la demande des clients en particulier dans le contexte de différents types de remontées et de différents groupes de clients

2) Alternatives et modèles de solution

- Développement de nouveaux modèles de prix, adaptés aux données précises du contexte
- Développement d'une grille de décision
- Développement de systèmes de mise en pratique (contrats types, formation, billetterie)

pour l'économie

- Augmentation de l'activité et du rendement sur les domaines de sports d'hiver
- Augmentation de la création de valeur de l'ensemble de la branche
- Adaptation des prestations sur la base des connaissances acquises et en particulier du comportement des clients lors de leur prise de décision

Méthode

- Analyse de documents (littérature, journaux spécialisés, etc.)
- Analyse empirique qualitative au moyen d'études de cas et d'exemples
- Analyse empirique quantitative vraisemblablement au moyen de la méthode des « Stated preferences » et d'une appréciation des choix sur la base des données collectées auprès des partenaires
- Travail conceptuel sur la base de l'analyse des documents et travail empirique
- Travail au sein de groupes d'études comprenant des représentants de la branche
- Comparaison avec d'autres branches du domaine des loisirs et du tourisme

Organisation



Partenaires du projet CTI

Jungfraubahnen AG



Télécabine Vercorin SA



Saas Fee Bergbahnen AG



Stanserhorn-Bahn



Säntis-Schwebebahn AG



Arosa Bergbahnen AG



GOTTHARD OBERALP ARENA



Luftseilbahn Reigoldswil-Wasserfallen



Gruyère Moléson GMV SA



Luftseilbahnen Fiesch-Eggishorn



Ticketcorner AG



Institut für Öffentliche Dienstleistungen
und Tourismus

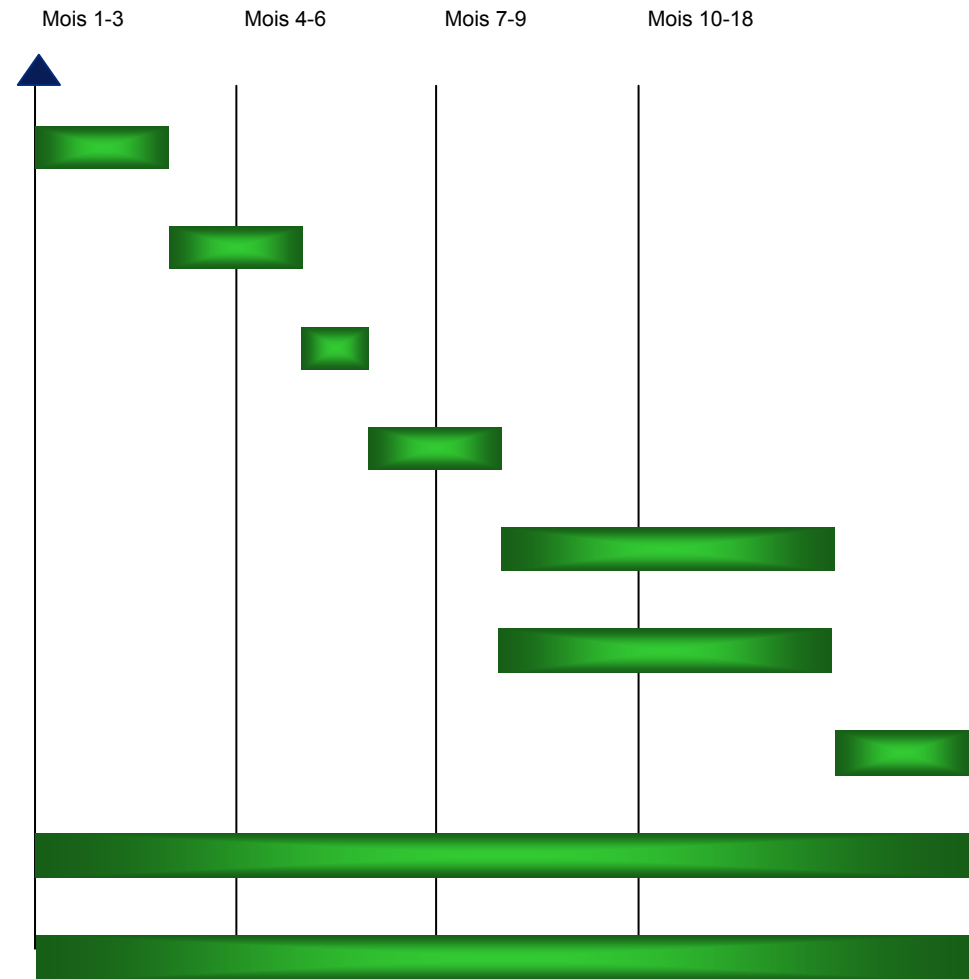


Universität St.Gallen

Déroulement temporel

Autorisation CTI

- 1 Etude préliminaire, benchmarking international
- 2 Analyse d'études de cas au sujet des nouveaux systèmes de prix
- 3 Elaboration de la recherche
- 4 Enquêtes empiriques et évaluation
- 5 Développement d'une grille de décision
- 5 Développement de systèmes de réalisation
- 6 Concrétisation des systèmes/des outils/du plan d'exploitation
- 7 Annonce et publicité
- 8 **Gestion du projet**



Vue d'ensemble, questions



Institut für Öffentliche Dienstleistungen
und Tourismus



Universität St.Gallen