



Montreux est devenue une ville touristique en se réorientant vers les congrès et l'événementiel.

Maude Rion

Tête chercheuse du tourisme

Le monde académique vient à la rescousse de l'actualité. Géraldine Sauthier a trouvé des parallèles d'antan mêlant «pouvoir local et tourisme» à Montreux.

ALEXANDRE CALDARA

Une thèse universitaire en études du tourisme peut permettre des réflexions très actuelles. Quand Géraldine Sauthier rédigeait «Pouvoir local et tourisme: jeux politiques à Finhaut, Montreux et Zermatt de 1850 à nos jours», elle ne pensait pas immédiatement aux nouveaux investissements sollicités par le centre de congrès 2m2c, à Montreux (htr du 19 octobre).

Mais après la défense de sa thèse en 2015 à l'Université de Lausanne et sa publication l'année suivante aux éditions Alphil, elle reçoit une invitation du Rotary Club de Crans-Montana, la station où elle vit, puis récemment de Promove, promotion économique de la Riviera-Lavaux.

Elle explique: «En prenant du recul, je me suis rendu compte

que les investissements actuellement discutés pour le centre de congrès, se situaient dans la complète continuité du développement touristique de l'après-guerre.»

«Un écosystème avec plusieurs pôles»

Dès 1945 Montreux évolue peu à peu vers une ville touristique en se réorientant vers les congrès et en développant des événements comme le septembre musical, puis le Montreux Jazz Festival et le Marché de Noël. Elle poursuit: «Entre 1945 et 1970, les partenariats publics-privés, notamment entre la Municipalité, les hôteliers et l'Office du tourisme, se renforcent et aboutissent à la création de la Maison des congrès.» Rémy Crégut, directeur du 2m2c décrit: «Un écosystème avec plusieurs pôles et des chaînes interdépendantes. Le succès de chacun des membres de la chaîne est lié à la santé des autres», dans une vidéo réalisée par Promove. Géraldine Sauthier adhère totalement à l'image. Un modèle qui fonctionne grâce à une égale représentation de chacun.

«Une sortie réussie du tourisme de loisirs»

Selon l'auteure, la période jusqu'aux années 1970 reste la plus positive et dynamique pour le tourisme et l'hôtellerie. Montreux a ensuite traversé une crise entre 1970 et 2000, période durant la-

quelle les deux-tiers des hôtels cessent leur activité, puis les années 2000 illustrent une nouvelle logique du fonctionnement avec une montée en force du secteur immobilier jusqu'à la crise financière.

Une capacité à générer sans cesse des nouveaux modèles

Pour Géraldine Sauthier le cas de Montreux illustre: «Une sortie

réussie du tourisme de loisirs au sens strict, passe par une urbanisation et une diversification des formes de présence.» Ceci grâce à une industrie de l'accueil tournée aussi vers l'événementiel, le résidentiel, les cliniques et les écoles internationales. Cette capacité des acteurs locaux à générer sans cesse des idées et des nouveaux modèles permet à Montreux de conserver une dynamique «positi-

ve, renforcée par le fait que les autorités politiques ont toujours eu conscience de l'importance du tourisme en y apportant de tout temps un soutien fort.»

Une situation similaire règne à Zermatt: «Où depuis le début du tourisme d'hiver, la bourgeoisie et la commune ont investi dans les remontées mécaniques.» En outre, à Zermatt, la plupart des éta-



Bernard Schmid

«Ses réflexions ont nourri notre forum.»

Directeur de Promove, promotion économique de la Riviera

Pourquoi avoir invité Géraldine Sauthier, une personne venant du milieu académique, lors de votre petit-déjeuner de l'économie?

Son travail de doctorat amène des éléments pertinents sur les enjeux du développement économique de notre région, il permet de comprendre un cheminement décisionnel. Il est porté par un regard neutre puisque l'auteure vient du Valais. Elle démontre que le cadre, le paysage ne suffisent pas, le contexte politique reste central et porter des projets visionnaires reste de la responsabilité de tous les acteurs. Les réflexions de sa recherche ont nourri la réflexion participative de notre forum économique la semaine dernière.

Quelle place réserve la promotion économique que vous dirigez à l'économie de l'accueil?

On peut en parler comme un de nos deux piliers. L'autre étant l'activité industrielle et administrative classique, avec par exemple le siège de Nestlé et une importante unité de production biotechnologique de Merck, à Vevey. L'économie de l'accueil incarne ce souci qualitatif propre à la Suisse. Notre région cosmopolite qui compte plus de 140 nationalités et des communautés étrangères bien intégrées offre un terrain idéal pour l'accueil. De nombreuses personnes venues travailler dans ces grandes sociétés, par exemple, se plaisent et restent sur la Riviera. L'économie de l'accueil brille par son dynamisme avec une forte reprise des nuitées ces deux dernières années, des investissements importants consentis par certains acteurs historiques et l'ouverture d'un nouvel hôtel d'envergure, Le Modern Times.

locales et ont échappé aux grands groupes internationaux. Cette conservation locale du développement par les gens du coin permet de garantir une vision à long terme. Au contraire d'autres stations qui, en se tournant vers le modèle des résidences secondai-



«Les autorités politiques ont eu conscience de l'importance du tourisme.»

Géraldine Sauthier
Docteure en études du tourisme

res et donc en perdant la propriété des terrains, ont opté pour le profit immédiat. Depuis plus d'un siècle, Montreux sent «ce qui se passe, ce que les touristes veulent et sait se repositionner».

Un savant mélange d'activité contribue à l'équilibre touristique

A contrario une station comme Finhaut a parfois manqué de réactivité, à l'exemple des années 1930: «Les autorités ne comprennent pas le développement de la voiture et réinvestissent massivement dans le rail.» Aujourd'hui elle salue l'idée de Finhaut de relancer un tourisme lié au cyclisme, notamment à travers la vitrine du Tour de France: «Par contre il reste un grand problème d'infrastructures d'accueil à résoudre.» La route du succès vers un équilibre touristique reste un savant mélange d'activités.

Les méthodes de la chercheuse pourrait peut-être inspirer ces acteurs: «Je plonge simplement dans les procès-verbaux, les articles de presse sans aucun a priori.»

Le travail de Géraldine Sauthier insiste sur l'importance des partenariats publics-privés... Que pouvez-vous en dire?

C'est essentiel. D'ailleurs, Promove l'incarne à travers une excellente collaboration et le soutien conjoint des communes de la région et de près de 300 entreprises privées. Je peux aussi citer le Chaplin's World qui a bénéficié de fonds cantonaux et privés.

La marque unique du Montreux Jazz Festival a-t-elle un grand impact sur la région?

Oui. Mais je parlerais, par extension, de la notoriété de la marque Montreux Riviera relayée par l'ensemble des acteurs culturels. Tous ces événements par leur multiplication et l'élargissement de leur périodicité nourrissent la marque et se nourrissent d'elle. aca

La CCNT: Application gratuite désormais disponible!

La version pense-bête mobile de la convention collective nationale de travail. Bonne pour tous dans l'hôtellerie et restauration.

Pour iOS, Android et Windows Phone!

Logos: HOTEL & GASTRO UNION, syna, UNIA, SCA, GASTRO SUISSE, hotelleriesuisse

Banque de données hôtelières
www.swisshoteldata.ch

Le guide de l'hôtellerie suisse le plus complet qui soit

Logos: hotelleriesuisse

ANNONCE

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70