

# Economie

Le Matin Dimanche | 19 juillet 2015

**Grèce** Le plan de sauvetage est-il viable? Un historien et un politologue expriment leurs doutes **22-23**



## Montreux Riviera lance trois actions chocs pour contrer le franc fort

**Tourisme** Les hôteliers de Montreux et de Vevey lancent aujourd'hui des actions chocs (nuit à 1 franc, nuitées gratuites, tarifs à 50%) pour inciter les Suisses à rester dans leur pays.

Elisabeth Eckert  
elisabeth.eckert@lematindimanche.ch

**A** première vue, la splendeur de la Riviera entre lac, montagnes et vignobles devrait immuniser cette région contre toute déconvenue. Lorsqu'on débouche en train ou de l'autoroute de la Gruyère, qu'on ait fait le trajet une ou mille fois, la beauté du lac Léman, des Alpes plongeant dans les eaux bleues et les vignes de Lavaux saisit même le voyageur le plus blasé.

Et pourtant. De Villeneuve à Lutry en passant par Montreux et Vevey, la cherté du franc suisse face à l'euro ou au rouble laisse déjà des traces cruelles. «On souffre, c'est incontestable, nous confie ainsi Estelle Mayer, présidente de la Société des hôteliers Montreux-Vevey (SHMV) et propriétaire de deux hôtels, dont une *guest-house* aux prix très raisonnables. En ce qui me concerne, j'ai dû baisser mes tarifs, de 15 à 20% immédiatement après la décision de la Banque nationale suisse de supprimer le taux plancher de 1 fr. 20 pour 1 euro.»

### Grosse pression sur les prix

En clair, l'hôtelière a pris sur elle et sur ses marges l'appréciation brutale du franc. «Plus personne ne réserve une chambre sans négocier son prix», ajoute-t-elle. Son confrère Nicolas Ming, directeur de l'Astra Hôtel à Vevey, approuve: «Le nombre de nuitées est, pour l'heure, resté stable au premier semestre 2015. Mais ce sont les prix qui baissent et, surtout, les clients restent moins longtemps, ce qui entraîne également une pression sur les marges.» La clientèle allemande, française, italienne mais aussi russe suite à l'effondrement du rouble en décembre dernier est en net recul sur les bords du Léman. «Et pour ne rien arranger, déplore Christoph Sturny, directeur de Montreux-Vevey Tourisme, les Suisses, riches du franc fort, délaissent leur pays pour profiter d'offres défiant toute concurrence à l'étranger.»

C'est ce que l'on pourrait appeler le double effet «Kiss Cool», provoqué par la BNS le 15 janvier dernier. Moins de touristes européens - qui représentent 33% de la clientèle sur la Riviera -, mais également moins d'Helvètes, Alémaniques avant tout, qui, avec 37,4%, représentent le marché prioritaire de la région. Après quelques mois



De g. à dr., Grégoire Chappuis (Montreux-Vevey Tourisme), Estelle Mayer (présidente de la Société des hôteliers Montreux-Vevey-Riviera), Christoph Sturny (directeur de Montreux-Vevey Tourisme) et Nicolas Ming (vice-président de la SHMV). Yvain Geneva

**«La clientèle européenne est en net recul. Et les Suisses délaissent le pays pour des offres attractives à l'étranger»**

Estelle Mayer, présidente de la Société des hôteliers Montreux-Vevey

d'observation, les hôteliers membres de la SHMV et de Montreux-Vevey Tourisme ont donc décidé de passer à l'action. Et l'opération choc, qui débute aujourd'hui, passe inéluctablement par des offres spectaculaires sur les prix, destinées à la clientèle suisse. Certes, les initiateurs de cette offensive, baptisée humoristiquement BNS, pour «Bonne Nuit Suisse», refusent catégoriquement les mots «bradage» ou «manque à gagner».

Mais l'effort tarifaire est de poids. Qu'on en juge. La première opération concernera tous les clients suisses qui séjourneront entre Villeneuve et Lutry (aux portes de Lausanne) entre le 1er août et le 31 octobre. Pour deux nuits passées dans un hôtel - que cela soit un trois-étoiles ou un palace - les hôte-

liers en offre une troisième pour... 1 franc. Suivra une deuxième vague, qui courra du 1er novembre au 2 janvier 2016, où les hôtes pourront emmener leurs amis ou leur famille, qui ne paieront que la moitié du tarif officiel. Enfin, une troisième opération allant du 31 décembre au 29 février prochains et intitulée «Rendez-vous dans un an, gratuitement!» verra les clients de deux nuits se voir offrir, l'année d'après et à la même période, deux nuits sans bourse déliée.

Attirer puis fidéliser une clientèle helvétique de loisirs, en proposant même en haute saison des prix concurrentiels à ceux pratiqués en Europe: «Tel est notre but», affirme Christoph Sturny, afin de compenser partiellement la défection des Européens et

des Russes (-31,7% en six mois). «Heureusement, nous disposons d'une clientèle extrêmement diversifiée, avec des Nord-Américains pour qui le nom Montreux signifie beaucoup, des ressortissants du Golfe qui cumulent tradition et douceur du climat lémanique, des Chinois en tour-operator, mais qui passent en coup de vent, et l'arrivée récente, en pleine croissance, de touristes du Sud-Est asiatique.» Cette diversification amortit le choc. Mais le marché suisse - qui constitue le socle de la Riviera - affiche, et depuis 2013 déjà, une lente baisse, de 5,4% il y a deux ans et de 1,2% en 2014.

### Pas d'opération choc à Genève

Et c'est là un vrai motif d'inquiétude aussi bien structurel que conjoncturel. Qu'en pense-t-on dès lors au bout du lac, à Genève, qui joue souvent le rôle d'aimant pour la région? La Cité de Calvin compte-t-elle, elle aussi, casser ses prix? Philippe Vignon, directeur de Genève Tourisme, rejette l'idée. «Notre expérience nous montre que des opérations chocs s'appliquent essentiellement à un tourisme de loisirs et de proximité, explique-t-il. Ces pratiques sont donc difficilement applicables dans le cas de Genève, où le tourisme d'affaires représente 80% des nuitées hôtelières.» De plus, il s'avère que la clientèle de loisirs provient majoritairement des Etats-Unis et des pays du Golfe, moins sensibles aux prix.

Mais le franc fort est loin de rendre Philippe Vignon euphorique. «Nous observons un recul des nuitées de 3,7% entre janvier et avril, tout comme une pression sur les prix à l'instar du reste de la Suisse», nous révèle-t-il. Car, bien que fidèle à la destination de congrès qu'est Genève, il s'avère que le renchérissement de la devise helvétique frappe particulièrement les organisations internationales, dont les délégués reçoivent des dédommagements journaliers en euros ou en dollars. De même, les multinationales ont clairement limité le nombre de visiteurs ou reportent des conférences. Selon Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme, le franc fort a déjà fait perdre 7% de nuitées en Suisse, particulièrement en montagne.

Les acteurs de la troisième branche économique suisse en appellent donc aujourd'hui à Berne. «Nous soutenons toute initiative permettant de soulager notre industrie souffrant spécialement en ce moment», s'exclame en chœur le patron de l'Astra Hôtel de Vevey, Nicolas Ming, et le directeur de Genève Tourisme, Philippe Vignon. ■

Publicité

ACTUELLEMENT DANS TON KIOSQUE

COLLECTION

A la découverte du CORPS HUMAIN

EXPLORE SES SECRETS EN T'AMUSANT

ACTUELLEMENT LE N° 11 FR. 11.90 SEULEMENT!

DÉCOUVRE UN UNIVERS FASCINANT!

DÈS LE 24 JUILLET LE N° 12 FR. 11.90