

Franc fort: gesticulations politiques et poudre aux yeux



Ainsi le Conseil fédéral a décidé d'un paquet de mesures urgentes pour atténuer les effets de la surévaluation exagérée de notre monnaie. Quelle déception! Tout d'abord, le paquet a rétréci au lavage, passant de 2 milliards à 870 millions (-57%) en deux semaines. Ensuite, les mesures proposées ne sont pas de nature conjoncturelle avec effet immédiat. On pourrait même dire que ce ne sont pas des mesures, mais de la gesticulation politique ou de la poudre jetée aux yeux des acteurs économiques et des citoyens.

Les 500 millions en faveur du chômage partiel sont uniquement un effet d'annonce qui signale qu'un financement de l'augmentation des indemnités à verser est assuré. Mais cette assurance devrait de toute manière fournir ces prestations. Les 212,5 millions pour les transferts de technologie et l'innovation auront des effets... dans quelques années. Quant à prêter 100 millions à la Société suisse de Crédit Hôtelier, cela revient à mettre un emplâtre sur une jambe de bois à l'heure où les hôteliers réfléchissent au licenciement de collaborateurs et non à des projets de rénovation ou de construction. Cette somme ne sera pas utilisée ou alors uniquement à moyen

ou long terme pour une amélioration des structures d'hébergement. Les 10 millions en faveur de l'exportation de produits agricoles transformés profiteront vraisemblablement surtout à nos grandes multinationales du chocolat. Enfin 46,5 millions pour le ferroutage et les trains régionaux amélioreront les comptes des entreprises de transports sans booster leur activité.

Pour le tourisme et l'hôtellerie, circulez, il n'y a rien à voir! Les mesures conjoncturelles urgentes seront dans le second paquet en fin d'année et elles sont bien timides. Le financement de Suisse Tourisme, organisation nationale de promotion de la Suisse – pays de vacances – passerait de 195 à 203 millions pour 4 ans, soit 4% de hausse. Le programme Innotour, destiné à favoriser l'innovation et la coopération en matière touristique, reçoit un million de plus par année, soit 24 millions sur 4 ans. Le Conseil Fédéral fait dans l'homéopathie plutôt que dans le remède de cheval. Espérons, avec Dominique de Buman, conseiller national et président de la Fédération Suisse du Tourisme, que le parlement saura, lors de sa session de septembre, empoigner la problématique de l'urgence d'une promotion plus massive de notre pays et accorder à Suisse Tourisme et à Innotour les moyens nécessaires.

La bonne nouvelle est venue de la Banque Nationale (BNS) qui veut maintenir, avec fermeté et énergie, le cours de l'euro à Fr. 1.20. Même si ce taux est relativement bas et ne correspond pas aux pouvoirs d'achat respectifs, la tâche sera difficile, coûteuse et risquée, notamment sur le plan de l'inflation telle que la Suisse l'a connue dans les années huitante après le même genre de manœuvre. Souhaitons à la BNS d'arriver à imposer la crédibilité de sa politique, un peu de chance, et surtout le redressement financier et économique des pays de la zone euro.

Une crise est l'occasion pour tous les acteurs économiques d'améliorer leurs structures pour y faire face et profiter de la prochaine embellie. Le rôle de l'Etat est d'améliorer les conditions – cadre. Le Conseil fédéral serait bien inspiré d'accélérer la réforme de la TVA, soit en accordant à l'hôtellerie et à la restauration le même taux réduit de 2,5% qu'aux produits alimentaires, tel que proposé par une initiative populaire, soit en instaurant un taux unique aux alentours de 5%. Ce serait un signal fort avec une efficacité bien plus grande que les effets de manche de fin août-début septembre.

Philippe Thuner,
Président d'Hôtellerie romande

Pages 4-5



Pages 6-7



Pages 10-11



Nicolas Schorderet,

directeur de l'Office des vins vaudois (OVV)

« DONNER LA POSSIBILITÉ AU PERSONNEL DE SE FORMER GRATUITEMENT AUX VINS VAUDOIS »

Les vins suisses et les vins vaudois en particulier affrontent une situation difficile avec la hausse vertigineuse du franc. Les vins suisses ne sont pas concurrents entre eux mais complémentaires. Les vins indigènes se voient confrontés au marketing agressif de produits étrangers. L'importation de vin représente 63% de tous les vins consommés en Suisse. La production helvétique ne représente que les 37% restants. Dans l'autre sens, les viticulteurs helvétiques exportent moins de 1,5% de leur production (2009). Qui plus est, partout dans le monde, la consommation de vin par tête est en diminution, même s'il y a davantage de consommateurs qui se mettent aux produits de la vigne. En Suisse comme en Europe, la consommation est en diminution, notamment à cause du 0,5% applicable aux conducteurs.

Dans une situation où l'on boit de moins en moins, il faut arriver à imaginer de nouvelles solutions pour récupérer des parts de marché face aux vins étrangers. Or, la bataille est inéquitable: nos voisins produisent et exportent sur le marché helvétique des vins très bon marché avec la double aide des pays producteurs et de l'Union européenne. Les vigneron vaudois ne bénéficient pas de ce coup de pouce: la promotion est assurée par les propriétaires de vigne et les producteurs. Que faire face à l'arrivée de vins d'outre-mer comme un chardonnay du Chili vendu à 4 francs la bouteille? Cela rend la lutte très inégale autour de nos tonneaux et dans nos caves.

Pour que les amoureux du vin « consomment vaudois », il faudrait développer davantage l'offre œnotouristique pour faire découvrir notre vignoble aux étrangers de passage et en profiter pour « consommer local ». Il faut que les touristes qui viennent chez nous soient attirés par nos vins, notre vignoble et nos produits du terroir et non pas qu'ils découvrent que les Vaudois font du vin... au moment de leur départ!

En termes de gastronomie, Vaud est le canton le plus étoilé de Suisse. Le vin vaudois a donc la chance de pouvoir se profiler dans des établissements de renom internationaux afin que les fins gastronomes puissent découvrir nos produits de proximité, associés à des recettes de chez nous ou d'ailleurs et concoctées par de grands chefs. L'OVV veut permettre aux restaurateurs de découvrir que le Pays de Vaud produit nombre de vins s'accordant sans complexe avec les plats d'un menu de l'entrée au dessert. Les vins vaudois, ce sont bien évidemment nos chasselas, mais également une multitude d'autres vins blancs, de magnifiques rouges, rosés, liquoreux et mousseux que nous mettons en avant au travers du *Guide de la sélection des vins vaudois* (voir page 16).

Contrairement à l'adage du « Y en a point comme nous », les restaurateurs ont parfois peur de décevoir leurs clients parce qu'ils n'ont pas confiance en des vins qu'ils ne connaissent malheureusement pas assez. Au Mondial du merlot de l'an passé, c'est pourtant bien un vin vaudois de La Côte qui a remporté la palme! Plus de 63 cépages sont utilisés sur le canton de Vaud pour les AOC. Dans le but de combler cette lacune, l'OVV a mis sur pied des cours d'initiation à la dégustation. Ces cours donnent la possibilité au personnel de se procurer les connaissances de base pour pouvoir conseiller les clients avec les termes appropriés et les servir dans les règles de l'art. Il faut que les serveurs et serveuses aient la possibilité de parler des vins, d'apprendre à les déguster pour pouvoir les comprendre et partager leurs spé-



cificités. On peut difficilement vendre un produit que l'on ne connaît pas ou mal. La majorité du personnel de service ne déguste pas les vins qui figurent sur la carte de l'établissement dans lequel il travaille. Ces cours sont mis sur pied depuis le début de l'année pour tout le domaine de la restauration et de l'hôtellerie, principalement dans le canton de Vaud, en Suisse romande et également en Suisse allemande dès l'an prochain. Ces cours sont donnés gratuitement dans les établissements qui en font la demande pour que les participants puissent apprendre le vin dans leur environnement avec leurs outils de travail. Le personnel qui suit ces cours reçoit une attestation qui peut être mise en valeur dans un CV. Le vin est lié à la culture, à l'histoire et à l'identité d'une région, autant de facteurs qu'il convient de mettre en avant au niveau de la formation.

Nicolas Schorderet

Sommaire

3	Les conséquences du franc fort
4-5	Les nouveaux touristes chinois
6-7	Lausanne Palace, « l'hôtel de l'année »
8-9	La cuisine la plus haute du monde
10-11	Les soucis de l'hôtellerie de montagne
12	Actualité vaudoise
13	Vallée de Joux, vallée des loisirs
14-15	Expo au Beau-Rivage Palace
16	En bref – Agenda

Impressum

Infôtellerie Suisse romande: Magazine trimestriel d'informations touristiques et économiques de l'Association Romande des Hôteliers.

Editeur: Association Romande des Hôteliers, chemin de Boston 25, 1004 Lausanne, tél.: +41 21 617 72 56, fax: +41 21 617 72 27, e-mail: info@hotellerieromande.ch. Site internet: www.hotellerieromande.ch

Impression: PCL Presses Centrales SA, Renens

Rédacteur responsable: Olivier Grivat.

Ont collaboré à ce numéro: Philippe Thuner et Olivier Grivat.

Adresse de la rédaction: Olivier Grivat, journaliste RP, chemin de Leisis 5a, 1009 Pully, tél. +41 79 412 22 72, e-mail: olivier@grivat.ch.

Une TVA à 2,5% aiderait tous les hôteliers

A QUELQUES EXCEPTIONS PRÈS, LA BRANCHE HÔTELIÈRE SOUTIENT LE PROJET D'ABAISSEMENT TEMPORAIRE DE LA TVA À 2,5% EN 2012. ÉVALUÉ À 550 MILLIONS, LE MANQUE À GAGNER DE LA BERNE FÉDÉRALE NE PÈSE PAS SI LOURD FACE AUX DIFFICULTÉS RENCONTRÉES PAR LA BRANCHE TOURISTIQUE.

«La mesure est intéressante pour les cinq étoiles ou les grands établissements. Pour les autres, elle ne sert à rien», expose Philippe Guénat, fondateur d'Hôtels et Patrimoine à Vévenaz (GE) dans les colonnes du *Matin Dimanche*. Quelques jours avant, l'administrateur du petit groupe hôtelier (trois établissements à Morges, Genève, Lausanne et prochainement à Fribourg et Ecublens) a entonné le même refrain sur la Première à l'heure de *Forum*.

De quoi donner l'impression que la branche des hôteliers est divisée et qu'elle ne souhaite pas un abaissement de la TVA, même à titre provisoire. Or, rien n'est plus faux. Si Berne devait compter sur un manque à gagner de 540 à 550 millions de francs, quel serait le

gain pour l'hôtelier? Philippe Guénat effectue le calcul suivant: «Prenons l'exemple d'un hôtel représentatif du parc helvétique, soit une trentaine de chambres pour un chiffre d'affaires d'un million de francs. Avec un taux de 3,8%, il paiera 38 000 francs de TVA. Une taxe à 2,5% ramène la facture à 25 000 francs, soit un gain de 13 000 francs. Avec ça, on ne fait pas grand-chose, on n'investit pas, on n'engage pas du personnel et surtout, pour le client, ça ne fait aucune différence...»

Un gain nettement supérieur

Du côté des partis politiques, le PLR n'est pas chaud pour une baisse temporaire de la TVA considéré comme «un taux d'exception». Il préférerait voir s'imposer à terme un taux unique. L'UDC en revanche y est acquis, Christophe Blocher propose même d'aller plus loin avec un taux de 1%.

La Fédération suisse du tourisme (FST), qui a fait écho aux propositions de GastroSuisse et d'Hôtellerie suisse, élabore ses propres calculs. Son raisonnement est le suivant: la plupart des hôteliers sont aussi des restaurateurs. Avec le taux actuel de la TVA applicable à la restauration qui est de 8%, un taux de 2,5% représente une nette diffé-

rence: 5,5% de taxes en moins sur le menu, c'est autant d'économies à répercuter dans le verre et dans l'assiette. La baisse freinerait les mauvais effets du franc pour le touriste européen, qui n'a plus envie de déguster la soupe à la grimace. Certes, l'abaissement de la TVA n'est pas la panacée. Bien d'autres mesures devraient être prises pour faciliter la vie à l'hôtelier (moins de paperasse, moins de taxes de toutes sortes, moins de contraintes administratives, etc.): «C'est l'enfer, et le problème n'est pas à Berne, mais dans les cantons et les communes», relève à juste titre le fondateur d'Hôtels et Patrimoine.

La BNS arrive à point nommé avec son euro bloqué à Fr. 1.20, mais il faudra voir si la politique de la «planche à billets» n'entraîne pas une inflation incontrôlable. Comme le disent les hôteliers à l'heure de négocier les prix 2012 (pages 10-11), la difficulté actuelle est de ne pas savoir sur quel pied danser. La «barre à 1.20» n'est peut-être pas suffisante, mais elle permet de «voir venir». De TVA qui pourrait se traduire par Tout Va Augmenter, en arriverait-on à TVB, comme Tout Va Baisser? Et surtout Tout Va Bien? On peut toujours rêver

O. G.

Des étoiles...

aux banques Raiffeisen

Grâce au 3^e groupe bancaire de Suisse, le tourisme vaudois a gagné 45 000 nuitées. Par l'intermédiaire de son opération «Vaud et Genève à moitié prix», qui s'est déroulée sur une année – de mai 2010 à avril 2011 –, ce sont près de 50 000 sociétaires du groupe Raiffeisen qui ont profité des charmes de l'Arc lémanique, dont bon nombre venus d'outre-Sarine. L'offre donnait droit à une nuit à moitié prix dans l'un des hôtels partenaires, avec des rabais de 50% sur les billets CFF et CGN. Genève a pour sa part gagné 7 000 nuitées par cette opération promotionnelle qualifiée de «gagnant-gagnant». L'OTV estime qu'il aurait fallu investir 4,5 millions de francs pour le même résultat.

... et des casseroles

aux gâche-métier

Seulement «3 ou 4 personnes» prévient une pancarte sur les tables de la «Walliserkanne», au cœur de Zermatt (photo ci-contre). Il n'y a que quelques rares personnes assises en ce mois d'août sur la terrasse et le restaurateur devrait être content d'accueillir deux personnes à une table prévue pour quatre! Drôle d'accueil et drôle de façon de faire tinter le tiroir-caisse dans une station qui a enregistré une baisse de 5%: «A Zermatt, les hôteliers souffrent de la cherté du franc», assurent les médias au même moment. Et si l'on commençait par dire à ses hôtes: «Bienvenue à notre table, même si vous n'êtes que seul ou en couple!»

Zermatt, l'exemple à ne pas suivre: une table seulement pour 3 ou 4 personnes!



Les touristes chinois sont les nouveaux Japonais

LES VISITES DES TOURISTES CHINOIS (Y COMPRIS HONG KONG) ONT AUGMENTÉ DE 33,5% LE SEMESTRE PASSÉ AVEC PLUS DE 260 000 NUITÉES ATTEINTES. LE SEUIL DU DEMI-MILLION DE NUITÉES EN UN AN POURRAIT ÊTRE FRANCHI POUR LA PREMIÈRE FOIS. SELON SUISSE-TOURISME, LA CHINE DEVIENDRAIT LE PREMIER MARCHÉ ASIATIQUE DEVANT LE JAPON.

Pour le calendrier chinois, 2011 est l'Année du lapin. Mais ce pourrait être aussi l'Année du pigeon voyageur ! Jamais les Chinois n'ont autant voyagé. Leurs destinations européennes préférées sont Paris, Londres, Francfort, Rome et Milan. Et bientôt Zurich et Genève ? Partout où l'on peut faire du shopping, le hobby préféré du Chinois post-Mao : « Passer du temps à se prélasser dans un palace n'est pas leur tasse de thé. Ils veulent voyager utile et rapporter des objets du luxe à la maison. Ils préféreront acheter Vuitton ou Hermès que voyager en business-class et loger en 5 étoiles. Ils mangent parce qu'ils ont faim et non pour la cuisine gastronomique », résume M^{me} Wei Ching. Cette consultante originaire de Shanghai, établie en Suisse depuis 23 ans, possède la double nationalité suisse et chinoise. Son bureau lausannois H&W travaille notamment pour l'Office du tourisme vaudois (OTV).

Bon nombre de touristes chinois en Suisse sont encore invités par leur entreprise et il y a peu de touristes individuels, assure cette spécialiste du marché chinois. Leur envie de voyage est restreinte par le problème des visas délivrés au compte-gouttes par les consulats helvétiques. Et de citer un cas récent : cinq clients de la Bank of China, à Genève désiraient se rendre dans une clinique lémanique pour y suivre des traitements. Ils ont dû se rendre personnellement dans un consulat suisse éloigné de plusieurs milliers de kilomètre de leur domicile pour apprendre qu'ils devaient prendre rendez-vous pour une interview. On leur demande de produire beaucoup de documents, dont une attestation bancaire certifiant qu'ils détiennent 50 000 euros sur leur compte. Pour le visa Schengen, le touriste chinois doit rester plus longtemps dans sa destination européenne qu'en Suisse. Et si c'est un groupe de plus de 5 personnes, il doit passer par une agence et engager un guide. Mais les choses pourraient changer : « Il y a tellement de demande que les agences exigent

un mois d'attente. Pour l'instant, 80% des Chinois ne restent qu'une ou deux nuits en Suisse ».

Un tiers du budget pour le shopping

Devenus les champions incontestés des voyages organisés et du shopping de luxe, les Chinois consacrent un tiers de leur budget à leurs achats : « J'ai vu l'un de mes clients acheter une montre à 160 000 francs, raconte le directeur d'un cinq étoiles vaudois. Le lendemain il est retourné en acheter une autre à la bijouterie. » Le Chinois est un client idéal qui n'achète pas seulement pour lui, mais aussi pour ses connaissances. Mais il y a un « hic » pour les vendeurs de Blancpain, Bréguet et autre Rolex, les magasins de Hongkong sont hors-taxes (35% de taxes en Chine) et deviennent plus avantageux que ceux de la Bahnhofstrasse ou de St-François. Le yuan ou renminbi (RMB ou « monnaie du peuple » avec ses billets qui portent toujours la figure du Grand Timonier) a évolué à la baisse, parallèlement au dollar et à l'euro. Pour M^{me} Wei Ching, le déclic s'est produit il y a trois ans avec l'essor fulgurant de l'économie chinoise : « Sur 1,3 milliard d'habitants, la Chine peut bien compter des dizaines de milliers de ressortissants très fortunés. Et cela ne se voit pas à leur habillement. Beaucoup d'entre eux sont des paysans qui ont fait fortune dans l'immobilier ou l'industrie », remarque M^{me} Wei Ching. Elle cite le cas d'une très grosse fortune chinoise venue récemment en Suisse qui a réussi dans la production de poulet et qui emploie aujourd'hui 15 000 personnes : « Il vit dans un petit village mais pourrait tout s'acheter. Cela n'a rien changé à sa manière de vivre, contrairement à sa fille qui est plus évoluée ». Les milliardaires ont beau rouler carrosse, il leur arrive encore parfois de cracher par terre.

Montres et montagnes suisses

L'impressionnante croissance économique de la Chine fait surgir la classe moyenne la plus nombreuse de la planète. Pour la première fois dans l'histoire, 400 millions de Chinois avec un revenu moyen de 15 000 euros par an épargnent dans le but d'aller voir ce qu'il y a derrière la Grande muraille. Pour leur premier voyage, sept Chinois sur dix choisissent d'aller jeter un œil sur d'autres pays d'Asie, mais seuls 30 à 40% optent pour le Vieux Continent. La politique d'ouverture de Pékin facilite les conditions de voyage à ses cols blancs en échange de leur soutien politique implicite. Ce sont des Chinois de 30 à 45 ans, riches, urbains et diplômés, habitués à un

niveau de vie élevé, résume une enquête du « Monde ».

Dix jours, c'est la durée moyenne annuelle des vacances du Chinois. Pas question de rester des semaines en Suisse, juste une incursion rapide pour faire une razzia sur les montres et photographier la cime du Titlis. Avec la Jungfrau – une montagne que l'on peut aisément traduire en mandarin –, le sommet des Alpes uranaises est leur site de prédilection pour des raisons historiques : « Cela fait 20 ans que les offices de tourisme travaillent à la promotion de cette région



en Chine. Ils en récoltent les fruits, ce n'est pas encore le cas de Zermatt ou de la Suisse romande», commente M^{me} Wei Ching qui pense que les nouvelles générations vont être plus curieuses. Le calme et la propreté sont parmi les principaux atouts de la Suisse, même si les touristes chinois vont trouver le temps long au bout de quelques jours: «Il faut sans cesse leur proposer un but de promenade, la visite d'un musée ou une excursion en téléphérique ou en bateau.» Concernant les goûts et les dégoûts des Chinois, la phobie du chiffre 4 – la prononciation correspond au mot «mort» – n'est plus à l'ordre du jour, assure la consultante. Mais si l'hôtelier peut donner une chambre avec le chiffre 8 – signe de prospérité – il lui fera plaisir: «Les Chinois ont une nette prédilection pour les grands halls d'hôtel, l'espace dans les chambres et le style baroque. Le style épuré des nouveaux hôtels-bou-

tiques ne leur plaît pas trop. Il ne faut pas oublier la bouilloire pour chauffer de l'eau dans la chambre. Ils aiment bien les petits-déjeuners américains avec du salé et du chaud, ainsi que le service attentif et rapide. Contrairement aux palaces chinois où travaille un personnel abondant, le service en Suisse est plus lent. Mais si le sourire est là, ils seront ravis.» L'atout d'un palace comme le Beau-Rivage à Lausanne est d'avoir accueilli le président Hu Jintao lors du G20 d'Evian, en 2003, et d'avoir en la personne de M^{me} Irmgard Müller, une directrice qui a appris le mandarin pour pouvoir leur souhaiter la bienvenue.

100 millions de Chinois en 2020

La Chine est sur le point de devenir le deuxième marché mondial pour les agences de voyages et supplantera les Etats-Unis dans quelques années. La hausse des revenus et

l'envie de voyager sont telles que très bientôt 25 millions de Chinois partiront faire du tourisme pour la première fois de leur existence et cela dans les dix prochaines années. Et 100 millions de touristes chinois sont attendus à travers le monde en 2020 contre 5,5 millions actuellement, assure une récente enquête du «Figaro». Le tourisme chinois en Europe et en Suisse n'est certainement pas une flambée éphémère...

Olivier Grivat

Les touristes chinois ont été nombreux cet été à découvrir les alpages helvétiques, comme ici à Bettmeralp, dans le Haut-Valais.

(Photo Suisse Tourisme/Andy Mettler)



Le Lausanne Palace & Spa, hôtel de

APRÈS LE BEAU-RIVAGE PALACE EN 2006, UN DEUXIÈME PALACE VAUDOIS OBTIENT LA PLUS HAUTE RÉCOMPENSE HÔTELIÈRE DU GRAND GUIDE ROUGE HELVÉTIQUE: « C'EST UN TRAVAIL D'ÉQUIPE QUI HONORE LA CORDÉE FORMÉE DU CHEF DE CUISINE EDGARD BOVIER ET DE TOUS MES COLLABORATEURS », A REMERCIÉ LE DIRECTEUR DU LAUSANNE PALACE, JEAN-JACQUES GAUER, À L'HEURE DE LA DISTRIBUTION DES LAURIERS.



Le chef d'origine valaisanne Edgard Bovier qui dirige les différentes brigades du Lausanne Palace.

« Ni Zurich, ni Bâle, ni Berne ont reçu pour l'heure la plus haute distinction étoilée du guide GaultMillau Suisse et voilà que deux palaces vaudois reçoivent la couronne suprême à quelques années d'intervalle », a commenté Urs Heller, le rédacteur en chef du guide basé à Zurich.

Dans le grand hall du « 5 étoiles de St-François », il y a là les grands chefs romands, de Frédy Girardet à Carlo Crisci en passant par Roland Pierroz et bien sur Edgard Bovier, le maître-queue de la Table d'Edgard. On y croise ses confrères concurrents comme François Dussart, le patron du « palace d'en bas » et Michael Smithuis, le directeur du Montreux Palace, ainsi que tout ce qui compte dans la presse gastronomique, des hommes politiques et de culture, les amis proches du directeur arrivé en 1996 à Lausanne juste après avoir quitté le Schweizerhof familial: Alain Delamuraz, Igor Ustinov, Olivier Ausoni, Jean Baumberger, etc.

De père alémanique et d'une mère neuchâteloise élevée à Menton où ses parents exploitaient un hôtel proche de l'Italie, le patron du LP, âgé de 58 ans, parle toutes les langues, y compris celle du cœur: « J'ai

toujours compté en français et avec un fort attachement pour le Léman », confie-t-il en s'efforçant de renvoyer les compliments à son chef exécutif: « Edgard Bovier a réussi le pari de rendre notre restauration plus attrayante. » La récompense vient à point pour celui qui cède la présidence des Leading Hotels of the World après 20 ans de service. Hôtelier avec un grand H comme hospitalier et comme humain? « Je traite les autres exactement comme j'aimerais que l'on me traite. » Hôtelier-né, tombé très jeune dans la marmite, JJG a étudié au prestigieux collège du Rosey, à Rolle, avant de suivre l'Ecole hôtelière de Lausanne.

58 points au GaultMillau...

« Pour avoir droit au chapitre, il faut au moins 15 points au GaultMillau, or les différentes brigades du Lausanne Palace que dirige le Valaisan Bovier totalisent 58 points », poursuit Urs Heller en commentant le choix du guide suisse pour 2011. « Le sens de l'accueil ne se cantonne pas seulement aux normes que l'on s'attend à trouver dans un 5-étoiles. En plus, il se révèle particulièrement avenant et chaleureux. Quant à la cuisine, elle offre



Le prix a été remis le 5 septembre à Jean-Jacques Gauer, directeur général, et Edgard Bovier, le chef exécutif du Lausanne Palace, par le responsable de GaultMillau Suisse, Urs Heller et le D' Haake, Bucherer Montres SA et sponsor du titre.

l'année 2011 du GaultMillau

une diversité unique. De la grande gastronomie aux sushis, en passant par les plats de brasserie et les fruits de mer, la prestation est exceptionnelle, car les 70 cuisiniers s'acquittent de leur tâche avec brio.»

Le bien-être se décline dès l'aube, avec un riche buffet de petit-déjeuner, et jusque tard dans la nuit, dans les divers bars bercés par les voix enchanteresses de chanteuses live. «Ici, la Belle Epoque revit», conclut Urs Heller qui poursuit: «GaultMillau oblige, aucun établissement ne saurait devenir notre "Hôtel de l'année" sans se prévaloir d'un chef d'exception. Au Lausanne-Palace & Spa, cet homme s'appelle Edgard Bovier». A 56 ans, ce sympathique chef valaisan s'active dans les cuisines des palaces depuis quarante ans. Il dispense son riche savoir-faire aux jeunes cuisiniers qui travaillent avec lui et il collectionne plus de points qu'aucun autre chef... 58 en tout, si l'on additionne les scores de tous les restaurants qu'il supervise! Cœur gastronomique de la maison, La Table d'Edgard (17 points) propose, sous la surveillance personnelle du chef, une cuisine légère à consonance méditerranéenne: «Les recettes varient, mais je reste fidèle à mes

produits fétiches: le rouget, le loup de mer, les fleurs de courgette, les tomates et l'huile d'olive», explique le chef. Les convives attablés ici peuvent suivre l'évolution de la brigade de cuisine à travers une vitre, ou depuis la «Chief's table» qui domine la cuisine comme une loge. Le Lausanne-Palace abrite trois autres restaurants que sont Le Côté Jardin (14 points), La Brasserie du Grand-Chêne («Une enclave parisienne au cœur de Lausanne», comme la décrit Jean-Jacques Gauer) et le Palace Sushi Zen. Deux autres restaurants lausannois bénéficient de l'inspiration d'Edgard Bovier: La Grappa (14 points) – ex-Grappe d'Or – et Le Château d'Ouchy (13 points), racheté cette année à la Loterie Romande, qui l'avait acquis dans l'espoir d'en faire son casino.

Près de 60 millions investis

Le succès du Lausanne-Palace & Spa est le résultat d'une rencontre entre Ute Funke, la propriétaire originaire de la Rhur allemande où son père a fait fortune dans le monde de la presse et qui a repris l'établissement en 1996, et Jean-Jacques Gauer d'autre part. Depuis près de quinze ans, ils échafaudent

ensemble des projets pour les réaliser sans faire trop de bruit. Depuis son rachat quelque 60 millions de francs ont été investis dans la rénovation des 146 chambres et des 30 suites aménagées avec goût, qui associent vue sur le lac et confort dernier cri. L'une des plus belles suites de l'hôtel porte par ailleurs le nom de Coco Chanel, la fameuse styliste l'ayant habitée. Elle est dotée d'un dressing particulièrement élégant...

Autre investissement d'importance: le CBE Concept Spa, dont la directrice est Emeline Gauer, l'épouse de Jean-Jacques, d'origine à la fois Valaisanne – son grand-père était le grand Alexandre Seiler qui a «fait» Zermatt – et Brésilienne par sa mère. Sur 2100 m² dédiés au bien-être, à la revitalisation et à la beauté, cet espace offre une atmosphère relaxante où sont prodigués des soins ayurvédiques traditionnels: «Pour nous et pour nos collaborateurs, c'est une magnifique reconnaissance, se réjouit Jean-Jacques Gauer. Mais c'est aussi un encouragement à continuer à mettre au service de notre clientèle tout notre enthousiasme, avec constance et engagement personnel».

(CP/OG)



La façade du «Palace de St-François», comme l'appellent parfois les Lausannois.

Une cuisine suisse dans le plus haut

« AT.MOSPHERE » EST LE NOM DU « PLUS HAUT RESTAURANT DU MONDE ». IL EST SITUÉ AU 122^e ÉTAGE DE LA BURJ KHALIFA, DONT LA FLÈCHE CULMINE À 825 M AU CŒUR DE LA CAPITALE ÉCONOMIQUE DES ÉMIRATS ARABES UNIS. C'EST UNE ENTREPRISE ROMANDE, BASÉE SUR LES BORDS DU LÉMAN AVEC UNE USINE À RAS AL KAIMAH (RAK), QUI A FABRIQUÉ ET AMÉNAGÉ SES CUISINES VERTIGINEUSES.



Jérôme Hofer, le CEO de Ginox.

On y monte – ou plutôt on y est propulsé – par un ascenseur ultrarapide jusqu'à 442 m de hauteur (1350 pieds). On s'arrête en douceur au 123^e étage de la Burj Khalifa – un étage en dessous de la plate-forme panoramique ouverte aux visiteurs – et un majestueux escalier conduit dans l'ancre luxueuse du restaurant « At.mosphere ». Le regard plonge sur une mer de bâtiments au design ultra-moderne, mais qui paraissent bien petits vus d'en-haut. Dirigé par le chef néo-zélandais Dwayne Cheer, qui cumule une bonne douzaine d'années d'expériences dans des établissements étoilés Michelin, le restaurant peut accueillir jusqu'à 210 gastronomes au sein de l'Hôtel Armani. C'est dans ses cuisines vertigineuses que l'entreprise vaudoise Ginox, basée à Chailly-sur-Montreux, a installé des aménagements de cuisine sortis tout droit de sa nouvelle usine de Ras Al Kaimah, à 100 km de Dubaï.

Une usine suisse dans les Emirats

A l'origine Ginox est une entreprise suisse plus que centenaire, installée depuis 1875

à Montreux. Elle s'appelait Giovanna, mais ses propriétaires ont décidé, dans les années 2005, de passer au cap industriel: « La commune de Montreux nous avait bloqués sur le développement de site que nous avons vendu, explique Jérôme Hofer, le CEO et propriétaire de l'entreprise Ginox. La première option, c'était d'arrêter la fabrication, car on ne savait pas à quel moment on pouvait reconstruire l'usine en Suisse ou produire ailleurs. C'est là que nous nous sommes orientés vers les Emirats arabes unis (EAU) par l'intermédiaire du Dr Khater Massaad, un ancien élève de l'EPFL, un Suisse d'origine libanaise qui est le conseiller de l'émir de Ras Al Kaimah et que nous avons rencontré par l'intermédiaire des hôteliers lausannois Jean-Jacques Gauer et Christian Marich. Nous y avons construit une usine de 3000 m² qui emploie quelque 70 personnes avec des machines high-tech venues d'Allemagne: découpage au laser, pliage informatisé, etc. C'est une filiale du groupe Giovanna Holding. Elle travaille pour les pays du Golfe (Dubaï, Abu Dhabi, Arabie saoudite, Qatar, Oman, etc.) et pour le marché indien, dont l'hôtellerie s'est beaucoup développée ces dernières années et où tout le matériel spécifique doit être importé.

– Avez-vous songé à délocaliser l'usine de Montreux pour construire celle de Ras Al Kaimah ?

– Pas du tout. C'est exactement le même matériel que nous avons installé dans l'usine de Chailly-sur-Montreux, terminée en février dernier. Cette usine nous sert de vitrine de l'excellence industrielle dans la fabrication de cuisine. Elle est due au bureau d'architecture lausannois Concept Consult de David Linford, qui est aussi l'artisan des usines Nespresso d'Orbe et d'Avenches. Nos clients n'auraient pas compris que nous fabriquions en Chine. Nous comptons parmi nos clients les plus grands chefs de Suisse: Philippe Rochat, dont nous allons transformer les



cuisines en vue de son passage de témoin à Benoît Violier, Philippe Chevrier, Edgar Bovier, Anne-Sophie Pic, etc. Nous sommes en train d'aménager les nouvelles cuisines de l'Ecole hôtelière, de Bobst, de l'Uni de Cergy-Pontoise en région parisienne, sans oublier tous nos clients régionaux. Nos clients se nomment Philip Morris, Nestlé, Pictet, Rolex, DSR, etc.

– Quels sont les principaux avantages des Emirats arabes unis ?

– C'est un marché très compétitif où les prix sont de 20 à 25% plus bas qu'en Suisse. A RAK, nous sommes locataires de notre usine avec un partenariat (à 51%) de la société du cheikh Saoud bin Saqr. C'est un sponsor industriel qui nous fournit les services de visas pour nos collaborateurs, les licences industrielles, l'électricité, etc. Le grand port commercial reste celui de Dubaï, qui est toujours axé sur le tourisme et la finance, tandis que l'émirat de RAK, où notre entreprise est située, est plutôt basé sur l'industrie.



L'usine Ginox de Chailly.

(Photo Michel Bovay)

t restaurant du monde à Dubaï

Aujourd'hui, Dubaï traverse une sérieuse crise et nous enregistrons moins de commandes locales, mais il en va différemment d'Abu Dhabi, l'émirat voisin en plein développement grâce à ses revenus pétroliers. J'ai connu Dubaï comme un immense chantier; maintenant cette phase est en partie terminée et l'on passe aujourd'hui à la deuxième phase de travaux: le marché de remplacement après le grand boom commencé il y a 15 ans à une époque où les choses allaient trop vite. A RAK, nous jouissons quand même d'une sorte de «swiss-

made» avec des échanges très importants avec la société-mère basée en Suisse. Le savoir-faire vient de chez nous. La direction de la production est suisse, le savoir faire est suisse, tout comme le respect des délais, etc. Grâce à notre position géographique au Moyen-Orient, nous gagnons quatre à six semaines pour le transport des conteneurs entre l'Europe et l'Asie. L'Inde est presque la porte à côté et ce pays n'a quasiment pas de fabricants dans la branche. Tout y est importé. On peut donc livrer beaucoup plus rapidement.

– Quel est le rapport de force entre l'usine de Montreux et celle des Emirats ?

– Le chiffre d'affaires du groupe est celui d'une grosse PME familiale. A Ras Al Kaimah, nous réalisons plus de 5 millions de francs dans une monnaie locale «scotchée» au dollar. Financièrement c'est un peu plus difficile, mais c'est intéressant de passer d'une PME romande active en Suisse à une PME internationale, avec tout ce que cela comporte d'expériences et d'ouverture d'esprit. C'est vraiment un pari extraordinaire.

Propos recueillis par Olivier Grivat

La plus haute tour du monde

Avec ses 828 m, la Burj Khalifa est la plus haute tour du monde. Construite à Dubaï, elle accueille un hôtel de luxe Armani (175 chambres et suites, 5 restaurants), des appartements de prestige et des bureaux. Bâtie au cœur du nouveau quartier Downtown, la Burj Khalifa a été inaugurée en janvier 2010. Ce gratte-ciel gigantesque comporte 160 étages habitables. Nouveau symbole de démesure de Dubaï, elle se distingue par sa flèche gigantesque. Visible à 95 km à la ronde, le bâtiment est fait de béton, d'aluminium, de verre et de barres de fer. Les travaux ont commencé en 2004 et duré cinq ans. Au plus fort de sa construction, 12 000 ouvriers, venus essentiellement d'Asie (Inde, Pakistan, Bangladesh, etc.), ont travaillé sur le chantier sous la direction du maître de l'ouvrage, la compagnie sud-coréenne Samsung. Le design de Burj Khalifa est signé par le cabinet américain SOM (Skidmore, Owings

et Merrill). Le 17 janvier 2009, le sommet de la Burj Khalifa est achevé. Elle atteint sa hauteur définitive à 828 m, une altitude telle qu'entre la base et le sommet, la différence de température est de plus de 8 degrés, avec les répercussions imaginables sur le calcul des superstructures.

Inauguré le 4 janvier 2010 avec spectacle pyrotechnique, son et lumière, le bâtiment le plus haut jamais construit par l'Homme a changé de nom le jour même. Il s'appelle désormais Burj Khalifa – et non Burj Dubaï –, en hommage au cheikh des Emirats arabes unis, Khalifa bin Zayed d'Abu Dhabi, qui a refinancé à raison de 10 milliards de US dollars les projets mégalomanes de son voisin, le cheikh de Dubaï, Mohammed ben Rachid Al Maktoum.

A elles seules, les fondations ont nécessité 45 000 m³ de béton reposant sur 192 piles enfoncées à 50 m dans le sol. Le poids total d'aluminium employé dans la construc-

tion correspond à cinq avions gros-porteurs Airbus A380. Pour accéder à ses 160 étages, il a fallu installer 57 ascenseurs, dont certains à double pont et dont les plus rapides atteignent les 10 m/seconde, soit 36 km/h.

Un festival de records

La Burj Khalifa collectionne un nombre de records impressionnants. Outre le fait d'être le plus haut bâtiment du monde, c'est le gratte-ciel avec l'étage occupé le plus haut du monde au 160^e étage de la tour et avec la plus haute terrasse panoramique à 452 m (au 124^e étage). Il abrite aussi la plus haute piscine, discothèque et mosquée au monde: aux 76^e, 144^e et 158^e étage.

Mais déjà pointe la surenchère: le prince Al-Walid, qui a acheté la chaîne Swissôtel en 2006, caresse le projet d'une tour de 1 km de haut à Djeddah, la capitale économique d'Arabie saoudite...

O.G.



La cuisine de l'«At-mosphere».

et Merrill). Selon son concepteur principal Adrian Smith, elle représente «l'unique lumière dans le désert». Pour l'imaginer, il s'est inspiré d'une plante uniquement cultivée à Dubaï et en Inde: le Hymenocallis. Une fleur à 1,5 milliard de dollars!

Sa hauteur finale est restée longtemps secrète. Le 21 juillet 2007, elle arrache le titre de plus haut gratte-ciel du monde à 828 m, en dépassant de près de 300 m la tour Taipei 101, à Taïwan, du haut de ses 555 m.



Avec ses 828 m de haut, la Burj (tour en arabe) Khalifa est de loin le plus haut bâtiment jamais construit.

« Avec une baisse de 20%, l'hôtellerie de montagne traverse un mauvais

NOUVEAU VICE-PRÉSIDENT DES HÔTELIERS ROMANDS ET PATRON DE L'HÔTEL LES SOURCES AUX DIABLERETS, PATRICK GROBÉTY, 51 ANS, ANALYSE LES CAUSES DES DIFFICULTÉS CONJONCTURELLES DE L'HÔTELLERIE DE MONTAGNE: « IL FAUDRAIT SURTOUT QUE LES MONNAIES CESSENT LEUR YOYO ! »



– L'hôtellerie de montagne rencontre davantage de difficultés que les hôtels de ville, car elle ne bénéficie pas du tourisme d'affaires. Surtout depuis le mois de juillet où le franc a pris l'ascenseur, ou disons le téléphérique !

– Il est sûr que tous les hôtels de montagne sont en baisse, avec quelques variantes, notamment pour ceux qui avaient déjà réalisé un mauvais été, l'an passé. Nous avons tous un créneau de groupes: s'ils viennent de Suisse, c'est tant mieux, c'est une clientèle assez régulière. S'ils viennent de l'étranger, c'est plus problématique. Si nous avons des autocaristes qui sont ceux qui liment le plus les prix, cela commence à poser problème. Cette année, s'ils n'ont pas rempli leurs autocars, ils vont demander de renégocier les prix ou ils vont peut-être annuler le séjour prévu. Par chance, une bonne partie de ma clientèle est suisse durant l'été, notamment des groupes d'EMS, du 3^e âge et de handicapés physiques. Nous avons aussi des séminaires, avec les universités de Lausanne, Genève et Fribourg et des entreprises qui organisent parallèlement des activités sportives (montagne, randonnée, etc.).

– Peut-on chiffrer la baisse des nuitées survenue cet été aux Diablerets ?

– Pour la saison d'été qui va de juin à octobre, la station va enregistrer une diminution de 20% des nuitées. Cela ne va pas sans nous causer du souci.

– Comment pouvez-vous réagir ?

– Il va falloir continuer de se battre, trouver de nouvelles idées, améliorer nos créneaux... Mais le problème immédiat est de trouver des liquidités: est-ce que l'on tourne encore? Est-ce qu'on va pouvoir maintenir l'entreprise à flot? Pour une entreprise familiale comme la nôtre – c'est mon père qui a construit l'hôtel avec l'aide d'amis dans les années 80 et j'y travaille avec mon épouse –, les banques ont changé de politique: aujourd'hui, ils ne prêtent plus ou le font à des taux supérieurs à 4%. L'hôtellerie est un métier à risque, cela ajoute 1%; nous sommes en montagne, c'est 1% supplémentaire ! Nous cumulons tous les désavantages. Au lieu de nous aider, on nous presse sur la tête. Aujourd'hui, quand on a un problème, on doit aller voir le banquier à Lausanne. Du temps de mon père, il prenait son téléphone pour appeler la succursale régionale et c'était réglé en trois minutes ! Aux Diablerets, il n'y a plus que trois grands hôtels (50 chambres et plus): l'Eurotel, le Chamois et Les Sources. L'Hôtel des Diablerets (60 chambres) a fermé en juin pour être transformé en PPE.

– C'est bon pour vous. C'est un concurrent de moins ?

– Pas du tout. Le monde appelle le monde et un hôtel fermé ne m'amènera pas plus de clients. Le Chamois, un 3 étoiles comme le mien, a été fermé pendant deux ans. Cela ne m'a pas amené plus de monde. Ces établissements sont pleins quand nous le sommes également. Ils ont les mêmes soucis que nous durant l'entre-saison. Un hôtel qui ferme n'est pas bon pour la station. Si Les Diablerets comptait 10 000 lits d'hôtels, 60 lits de moins pourraient profiter aux autres, mais une station comme la nôtre devrait atteindre les 1000 lits d'hôtels minimum pour assurer son essor. Les Alpes vaudoises tournent à moins de 40% de taux d'occupation sur l'année, c'est trop bas.

– Les résultats de cet été sont-ils dus davantage à l'euro ou au mauvais temps de juillet ?

– Le principal problème est celui de la conjoncture européenne. Le tourisme a aussi baissé chez nos voisins européens et cela n'est pas à cause de l'euro. La consommation a diminué de façon générale. Le problème de l'euro n'a rien arrangé. Et, bien sûr, le mauvais temps est survenu au plus mauvais moment... C'était le bouquet ! Cette conjoncture estivale survient après un hiver où les gens croyaient que Les Diablerets manquait de neige, alors qu'on

skiait sur 80% du domaine. Cela nous fait maintenant deux saisons d'affilée maussades. Il n'en faudrait pas une troisième ! Evidemment les chaînes qui n'ont pas les mêmes charges financières n'affrontent pas les mêmes difficultés. Elles peuvent appliquer la théorie des vases communicants. Ce n'est pas notre cas. Notre principal souci est que l'on ne sait pas sur quel pied danser par rapport aux évolutions de l'euro, du dollar ou de la livre. Aujourd'hui, nos clients européens discutent les contrats de 2012 et nous demandent de baisser nos prix ou de les garantir en euros.

– Vous entrez en matière ? Tout sauf une chambre vide ?

– Effectivement. Autant garantir un cours même plus bas de 20%, au moins le client viendra, même s'il ne se rend pas compte qu'il bénéficie d'un rabais de 20%. Nous négocions déjà les contrats de l'été prochain avec des «tours-operators» de France et d'Angleterre, qui nous demandent de baisser nos prix, alors même que nous ne les avons pas augmentés depuis trois ans. Les grandes agences ont souvent une année de retard sur le cours des monnaies, car ils ont accumulé des réserves.

– Cela donne un euro à combien ?

– A Fr 1.20... On essaie de voir comment les clients réagissent à ce taux. Mais j'ai eu récemment affaire à des randonneurs français qui hésitent à venir en Suisse à cause de la hausse du franc.

– Pouvez-vous compter comme d'autres sur l'arrivée des Chinois ou des Indiens ?

– On les a déjà dans une certaine mesure, surtout des groupes et des familles. En ce qui concerne la promotion, c'est l'incertitude sur le cours des monnaies qui rend les solutions ardues. Si au moins on avait un cours stable, on pourrait travailler avec ce taux. Mais on ne peut pas garantir nos prix. Cette incertitude face aux prix du marché nous rend la vie dure. Le cours de l'euro sur nos tickets de restaurant varie tellement que j'ai dû le changer à la main, cet été ! Un jour, nous étions à la parité absolue: 1 franc, 1 €. L'hiver prochain, une partie de la clientèle ne pourra pas supporter une hausse de 20 ou 30%. Or, nous ne pouvons pas bouger nos prix: au 1^{er} janvier 2012, l'entrée en vigueur de la nouvelle CCNT va nous imposer des hausses de charge: le 13^e salaire applicable dès le 1^{er} jour de travail et un salaire de base qui va passer de Frs 3880.– à 4100 pour les

rie été »

employés avec un CFC. Avec 13 employés en saison, c'est un supplément non négligeable.

– Et la baisse souhaitée de la TVA pour l'hôtellerie-restauration ?

– Toute baisse est profitable pour rester compétitifs par rapport à l'euro et abaisser nos charges. Faire passer la TVA de 8% à



Patrick Grobéty, le patron de l'hôtel Les Sources aux Diablerets



pour effectuer le forage, cela nécessite de nombreuses études d'impact, sans compter les oppositions. On a l'impression que cela n'avance pas. Mais il faut rester optimiste et essayer d'avancer. Eviter les querelles de clocher. On est concurrents, mais aussi collègues. On n'est pas là pour « piquer » des clients à Villars ou à Leysin. Prenons-les d'abord aux Autrichiens ou aux Français ! Soyons solidaires entre voisins !

**Propos recueillis par
Olivier Grivat**

La station des Alpes vaudoises a connu une saison d'été doublement pénalisée par le mauvais temps et l'euro.

L'Hôtel des Diablerets transformé en appartements

2,5% est loin d'être négligeable. Une baisse de 6%, c'est intéressant.

– Le bilan de l'hôtellerie de montagne est sombre. Est-ce une grippe ou un cancer ?

– Les soucis sont incontestables et il ne faudrait pas que la situation perdure. La publicité de Suisse-Tourisme nous est utile. Elle est bonne et bien ciblée, mais cela ne fait pas monter l'euro. Le jour où nous aurons un prix fixe, on pourra négocier avec nos clients. Se couvrir en euros ? Il faudra le faire à grande échelle avec les organismes faitiers. Si l'Etat travaillait aussi à un rythme plus rapide, cela améliorerait les choses. Aux Diablerets, nous avons affaire à un problème de télécabine et à une étude de bains thermaux qui améliorerait notre offre en cas de mauvais temps. Mais tout prend un temps infini. Il faudrait un investissement d'un million de francs



Une « lune » d'hélium dans le ciel de Saint-Prex

L'EPFL A CONÇU UN PROJET ARCHITECTURAL SPECTACULAIRE DESTINÉ À ACCUEILLIR LE PUBLIC ET LES ARTISTES DU ST PREX CLASSICS. LA SCÈNE ET LES GRADINS, QUI FORMENT UN VASTE ENSEMBLE DE BOIS TRAVERSANT LA PORTE DE L'HORLOGE, POURRONT ÊTRE RECOUVERTS PAR UN HÉMISPÈRE FLOTTANT DE 25 MÈTRES DE DIAMÈTRE. SA PORTÉE TOURISTIQUE DÉPASSERA LE SEUL CADRE DE CE FESTIVAL.

Ao, le dieu des nuages de la mythologie polynésienne, fera jouer l'ombre et la lumière dans le ciel de Saint-Prex. Car « Ao », c'est aussi le nom de code du projet architectural réalisé au sein de l'Atelier de la conception de l'espace (ALICE) de l'EPFL à l'invitation du festival culturel St Prex Classics. Sous la conduite de Dieter Dietz, directeur d'ALICE, et avec la collaboration de plusieurs étudiants bachelor de la section, les architectes Sibylle Kössler et Sara Formery ont dessiné un espace de concerts et de danse entièrement démontable, taillé sur mesure pour épouser les formes de la Place et de la Tour de l'Horloge, porte d'entrée vers le bourg médiéval de Saint-Prex. « Ao » a été présenté à la presse pour l'ouverture de la 6^e édition du St Prex Classics. « Nous avons imaginé un espace qui met en valeur le bourg



médiéval, qui transforme la Grand-Rue en un foyer convivial et animé, tout en offrant aux artistes et au public du festival un lieu de concert confortable et de grande qualité. Nous voulions aussi que ce projet jouisse d'une forte visibilité, sans toutefois toucher à la substance des anciens bâtiments », résume Dieter Dietz.

Un dôme flottant pour se protéger de la pluie

La base du dispositif, entièrement en bois, s'inspire du célèbre théâtre d'Epidaure

(Grèce, IV^e ou III^e siècle av. JC) : il en reproduit la courbure des gradins, installés face à la Tour de l'Horloge. Jusqu'à 700 personnes pourront s'y asseoir, 500 lorsque la scène – modulaire – sera dimensionnée pour accueillir de grands ensembles instrumentaux ou des chorégraphies.

Si la façade médiévale comprenant la Tour de l'Horloge reste l'une des pièces maîtresses du nouvel ensemble, l'élément le plus spectaculaire se trouvera toutefois au-dessus. Un vaste hémisphère d'hélium de 25 mètres de diamètre, visible loin à la ronde, flottera à l'aplomb de « l'arène » et du village. Son enveloppe de polyamide, blanche, pourra être illuminée de l'intérieur ou servir de support de projection. En cas de mauvais temps, ce ballon pourra être abaissé pour recouvrir entièrement la scène et les gradins, formant ainsi un dôme. Une membrane transparente tirée sur le pourtour transformera alors la place en une salle de concert fermée, sans pour autant se couper des murs anciens.

« Ao » pourra être monté et démonté en moins d'une semaine. Seule une partie de l'équipement, dont le ballon, restera à Saint-Prex. Les structures formant la base des gradins et l'anneau technique seront loués chaque année à des entreprises spécialisées. La nouvelle structure devra pouvoir être prête pour l'édition 2012 du festival déjà. Ses promoteurs doivent pour cela réunir les fonds nécessaires, quelque 2 millions de francs, dans les plus brefs délais. (cp)

Nouveau directeur à la tête de Montreux Riviera

POUR SUCCÉDER À HARRY JOHN QUI A PRIS LE CHEMIN DES PATINOIRES DE HOCKEY-SUR-GLACE À ZÜRICH, LE COMITÉ DE DIRECTION DE MONTREUX-VEVEY TOURISME A DÉSIGNÉ CHRISTOPH STURNY POUR REPOURVOIR LE POSTE DE DIRECTEUR DE LA DESTINATION TOURISTIQUE MONTREUX RIVIERA.

Age de 37 ans, il est riche d'un parcours de plusieurs années (11 ans) au service du Musée Olympique de Lausanne. Son expérience professionnelle lui permet aujourd'hui de disposer des qualités essentielles en

matière de gestion de marques et de projets touristiques. Il possède en outre un sens développé du marketing et de la stratégie commerciale. Ses dispositions pour le management l'ont vu endosser des responsabilités de direction (Head of Promotion/Sales & Events).

Christoph Sturny est marié et père de deux fillettes.

Avant même la date officielle de sa prise de fonction au 1^{er} novembre 2011, Christoph Sturny sera associé à la définition des projets et des prises de décision les plus importantes pour l'avenir de la destination Montreux Riviera. Le Comité de direction de Montreux-Vevey Tourisme est convaincu que l'enthousiasme que sait manifester Christoph Sturny,



sa force de persuasion, son sens de l'écoute, son charisme naturel et ses compétences de management seront autant d'atouts entre ses mains pour relever avec détermination et succès les défis qui l'attendent à la tête de la destination Montreux Riviera. (cp)

Vallée de Joux, vallée des loisirs

DE JUIN À OCTOBRE, LES VACANCIERS DE LA VALLÉE DE JOUX ONT PU PROFITER DE LA CARTE VALPASS. UN PASSEPORT QUI DONNE ACCÈS LIBREMENT À DES INFRASTRUCTURES DÈS LA PREMIÈRE NUIT PASSÉE DANS L'UN DE SES ÉTABLISSEMENTS.

Grâce au ValPass, le sésame pour les activités à petit prix, les touristes ont pu profiter d'une vaste aire de loisirs: louer, à prix réduit, un vélo électrique et partir à la découverte des fermes horlogères. Ou après une balade au bord du lac, profiter de se rafraîchir et d'embarquer gratuitement à bord du Caprice II et, en fin de journée, regagner en bus son hôtel en toute tranquillité. Le lendemain, toujours en libre accès, le train vous emmène au Sentier, où vous pouvez à demi-prix, nager et passer un moment de détente en famille à la piscine couverte du Centre sportif.

Les cartes ValPass sont financées par l'encaissement de la taxe de séjour. Vallée de Joux Tourisme coordonne et finance, avec l'aide des hébergeurs, la promotion du produit. Ces prestations sont rendues possibles grâce au soutien des partenaires, des héber-

geurs, ainsi que des trois communes et de «Vallée de Joux Tourisme». Après de nombreuses discussions avec ses partenaires, il a été décidé de pérenniser le ValPass pour les trois prochaines années.

Nouveautés estivales

Cette année, les randonneurs ont pu profiter du tour du lac de Joux dans son entier. Il manquait en effet 1,3 km entre Les Bioux et L'Orient pour couvrir les 21 km de sentiers qui bordent le lac. Les familles et les sportifs peuvent dorénavant se balader en toute sécurité sur des passerelles en bois et admirer une réserve naturelle dotée d'une magnifique roselière abritant différentes espèces d'oiseaux protégés. Il aura fallu presque 10 ans pour voir le tour du lac de Joux entièrement accessible aux marcheurs et aux familles. Les réaménagements consentis portent leurs fruits, car depuis le début de l'été, de nombreux randonneurs profitent de cheminer tout autour du plus grand plan d'eau du massif jurassien.

Au printemps dernier, la piscine du Centre sportif de la vallée de Joux s'est dotée d'un appareil d'accès à l'eau pour les personnes à mobilité réduite (lift). Le Centre dispose aussi, en location, d'un vélo Handi-bike électrique, permettant aux personnes à mobilité

réduite de profiter des joies d'une balade en famille ou avec un accompagnateur. Les randonnées à vélo à travers la vallée de Joux deviennent ainsi accessibles à tous. Le slowUp en est également la preuve: Procap, partenaire national, s'engage depuis 2007 à rendre cette manifestation attractive et accessible aux personnes handicapées.

Le slowUp avec plus de 35 000 participants

Le dimanche 3 juillet, le 8^e slowUp de la vallée de Joux a réuni une participation record de 35 000 personnes, un véritable raz de marée humain durant lequel piétons, vélos ou encore personnes en rollers se sont rassemblés pour une journée gratuite axée sur la mobilité douce. Comme chaque année, tout le tour du lac a été fermé à la circulation pour pouvoir utiliser la route pour un tour du lac avec diverses animations tout au long du parcours de 23 km ainsi que plus de 50 stands qui permettent de se restaurer entre chaque village. La manifestation a été rendue possible grâce à la collaboration de la gendarmerie, d'une quinzaine de samaritains, de la Protection civile et des pompiers de la vallée de Joux. Entièrement financé par ses sponsors, le budget s'est élevé à plus de 150 000 francs. (cp)



Le SlowUp a connu cet été un record de participation avec plus de 35 000 personnes.

Le Beau-Rivage rend hommage au père des Emirats arabes

LE PÈRE-FONDATEUR DES EMIRATS ARABES UNIS ASSIS À BORD D'UN PÉDALO OU RAMANT DANS UNE BARQUE DU LÉMAN... DES PHOTOS INSO-LITES DU CHEIKH ZAYED ONT ÉTÉ DÉVOILÉES AU BEAU-RIVAGE PALACE EN PRÉSENCE DE L'EX-PRÉSIDENT PASCAL COUCHEPIN.



L'ex-conseiller fédéral Pascal Couchepin, la conseillère d'Etat vaudoise Jacqueline de Quattro et le cheikh Sultan bin Khalifa coupent le ruban.

Rien de tel pour sceller des traités d'amitié que de ressortir les images des temps héroïques... Venu en Suisse à la tête d'une délégation économique des Emirats arabes unis (EAU), le cheikh Sultan bin Khalifa al Nayan a inauguré à Lausanne une exposition de photos inédites de son grand-père,

le cheikh Zayed. Ce dernier a séjourné à plusieurs reprises au bord du Léman dans les années 1960-1970.

Prêtée par la fille de son photographe Noor Ali Rashid, une collection de 25 photos le montre dans des situations plutôt insolites pour celui qui est à l'origine du boom éco-

nomique du Golfe arabo-persique. On le voit jouant au mini-golf à Lausanne, se promener dans les jardins du Beau-Rivage, faire du pédalo avec ses fils devant le Château d'Ouchy ou actionner les rames d'une barque en bois... Ces images toutes simples contrastent avec l'énorme richesse créée à partir des années 70 par cet homme sans instruction mais non sans bon sens, qui a su transformer le désert et faire jaillir des sables les infrastructures nécessaires (écoles, routes, hôpitaux, ports, pipe-lines, etc.) assurées par les revenus de l'or noir.

Une Fédération d'émirats sur le modèle suisse

Personne ne sait sa date exacte de naissance faute de registre des naissances (entre 1908 et 1923 ?), mais une chose est sûre : le cheikh Zayed est mort en novembre 2004 à plus de 80 ans. Il possédait une résidence en France voisine, près d'Annemasse, et avait subi de nombreux traitements dans la région, notamment une greffe du rein. Il avait pris le pouvoir en 1966, suite à un coup d'Etat sans effusion de sang qui a renversé son frère. Il devint alors l'émir d'Abu Dhabi, puis en 1971 le président des Emirats arabes unis, un nouvel Etat groupant sept Etats fédéraux selon un régime comparable aux cantons suisses, mais sans présidence tournante : « Ce n'est



Le fondateur des Emirats arabes unis, le cheikh Zayed, et deux de ses enfants, devant le Château d'Ouchy



Le cheikh Sultan bin Khalifa, petit-fils du fondateur des Emirats arabes unis et fils du président actuel, devant la photo de son aïeul prise en Suisse dans les années 60.

pas un hasard si la Fédération des Emirats ressemble à notre système confédéral. Venu dans les années 60, le cheikh Zayed a eu tout loisir d'observer le système politique suisse», commente l'homme d'affaires Adel Michael. Ce Suisse d'origine égyptienne a monté une usine de fabrication de CD et DVD dans l'émirat de Ras-Al-Khaïmah, à 100 km au nord de Dubaï, destinée notamment aux fabricants japonais, et il s'apprête à construire une seconde usine de cellules et panneaux solaires à Abu Dhabi, l'émirat qui résiste le mieux à la crise grâce à son pétrole.

La Suisse défend ses atouts

A la mort du cheikh Zayed en 2004, c'est son fils Khalifa bin Zayed qui est devenu le président des Emirats arabes unis. Récemment, l'homme d'Abu Dhabi, a donné son nom au plus haut bâtiment du monde à Dubaï (825 m), la Burj Khalifa, rebaptisée le jour de son inauguration par celui qui prêtait secours à son «voisin», le cheikh Mohammed Al



Jeunes étudiantes d'Abu Dhabi venues inaugurer l'expo présentée à Lausanne.



Maktoum, tombé dans une mauvaise passe financière suite à ses projets pharaoniques.

A Lausanne, c'est le fils de l'actuel président des Emirats, Sultan bin Khalifa, aussi son conseiller personnel, qui a emmené la délégation économique visiter l'Ecole hôtelière de Lausanne, la haute école d'art graphique et de design de l'ECAL, le Centre de recherche de Nestlé, deux cliniques vaudoises et l'EPFL qui voudrait créer son premier campus « hors-les-murs » à Ras-Al-Khaïmah (abrégié RAK). Mais le projet traîne. Malgré la première pierre posée par Pascal Couchepin et le président de l'EPFL Patrick Aebischer en 2009, les bâtiments ne sont pas sortis de terre. Est-ce la crise économique qui a frappé Dubaï? Les nouvelles options prises par le cheikh Saoud bin Saqr de RAK, qui souhaite se séparer de son conseiller personnel, un ingénieur suisse d'origine chrétienne libanaise? « L'EPFL y a déjà des bureaux avec un directeur sur place, elle a commencé à enseigner et faire de la recherche avec des étudiants qui préparent leur thèse », rétorque le Dr Khater Massaad,

qui se présente encore comme le directeur de la RAK Investment Authority.

Malgré l'arrêt du projet de base pour Alinghi, d'îles solaires du CSEM à Neuchâtel et le ralentissement du projet de « ville zéro carbone » de Masdar-City à Abu Dhabi, il reste serein: « Où est la crise? Les Emirats continuent de produire 3 millions de barils par jour ».

L'automne dernier, une délégation économique suisse – emmenée déjà par Pascal Couchepin – avait été reçue à Abu Dhabi par le même cheikh Sultan bin Khalifa sous la houlette de l'ambassadeur de Suisse Wolfgang Amadeus Bruehlhart. A Lausanne, c'était l'heure du « match retour » pour les hommes d'affaires émiratis et une cohorte d'élégantes étudiantes invitées par le cheikh d'Abu Dhabi pour découvrir la Suisse et son climat très tempéré.

Olivier Grivat

Vins vaudois primés à Gstaad

C'est à Gstaad, dans le cadre des du Swiss Open de tennis, que l'Office des Vins Vaudois a choisi de remettre leur prix aux lauréats des 6 catégories de vins en concours. Cette sélection cantonale annuelle, organisée par l'OVV sous le patronage de l'Union Suisse des Œnologues (USOE), récompense les meilleurs vins du canton de Vaud afin d'encourager la production de crus de grande qualité et de favoriser leur promotion. Les vins doivent être produits sur le territoire vaudois et porter l'appellation d'origine contrôlée (AOC). De plus, le vigneron doit dévoiler le (ou les) cépage(s) utilisé(s) ainsi que les particularités de vinification et disposer d'un stock minimum de 1500 bouteilles. Un jury, composé de 80 spécialistes, a pro-

cedé aux dégustations sous la responsabilité d'un président qui a pour mission d'assurer l'anonymat absolu des vins soumis aux dégustateurs.

Dans la catégorie Chasselas, c'est le Dézaley Grand Cru Le Renard 2010 de Pinget Vins à Lutry qui l'a emporté. Dans les Blancs secs, le vainqueur est Le Fils du Soleil 2009, de Michel et Julien Neyroud à Chardonne, dans les Rosés, l'Œil-de-Perdrix 2010 de La Cave Vevey-Montreux, dans les Rouges l'assemblage Pierre-de-Lune Aigle Grand-Cru 2009 d'Emery à Aigle, dans les vins doux les Larmes de Licorne 2009 de Bolle & Cie à Morges et dans les vins mousseux le Château d'Allaman Grand Cru brut 2008 de Schenk SA à Rolle.



Premiers prix des six catégories: de g. à dr., Alain Emery (rouge), Jean-François Crausaz et Blaise Hermann (vins doux), Julien Neyroud (blanc sec), Michel Diserenz (chasselas), Raymond Girod (rosé) et Thierry Ciampi (mousseux) – Photo O. Grivat

La chasse aux sorcières en Pays de Vaud

Du 9 septembre et jusqu'au 24 juin 2012, la Fondation du château de Chillon mettra en lumière un aspect méconnu de l'histoire vaudoise: la chasse aux sorcières! Le Pays de Vaud a en effet connu une importante répression de la sorcellerie entre le XV^e et le XVII^e siècle. Durant cette période, on dénombra pas moins de 2000 condamnations à mort, avant tout par le feu, dont 60 à 70% de femmes. La célèbre forteresse fût un important lieu de détention de personnes soupçonnées de sorcellerie, en attente de leur procès ou en purgation de leur peine. A ce titre, elle constitue un cadre propice à une telle exposition. En partant des documents relatifs à Chillon, puis à la région, elle retrace par le texte et l'image un tableau de la folie ordinaire. Les visiteurs découvriront dans de nombreuses salles, dans les cours et les souterrains les supplices auxquels étaient soumises les malheureuses. Visite gratuite de l'exposition avec un guide en costume

d'époque, les dimanches à 15h15 en septembre et octobre 2011, puis en avril, mai et juin 2012. L'entrée reste payante.
www.chillon.ch.



P.P.
1000 LAUSANNE 1
Dépôt en nombre

Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique

1^{er} octobre

Désalpe de St-Cergue

1^{er} au 9 octobre

Le Bois qui chante à Château-d'Œx

4 au 9 octobre

Salon de la formation et des métiers, Palais de Beaulieu, Lausanne

16 au 20 octobre

31^e Semaine olympique

Musée olympique

29 octobre

Marché de la Truffe suisse, Bonvillars

30 octobre

Marathon de Lausanne

9 au 13 novembre

Montreux Ar Gallery (MAG)

12 au 20 novembre

Salon des Antiquaires

Palais de Beaulieu, Lausanne

20 novembre

La Crème des Palaces sous l'égide du Musée de l'Alimentarium à Vevey

2 au 24 décembre

Marché de Noël, Montreux

6 décembre

Cortège de la St-Nicolas, Payerne