

«Nous engagerons en priorité les PME de Vevey»

Fête des vigneron Directeur exécutif de la manifestation de 2019, Frédéric Hohl a tendu la main, mercredi, au gratin économique de la Riviera.



Frédéric Hohl a expliqué de manière «élégante mais non frontale» que la Fête des vigneron a besoin de compétences et de partenariats avec le tissu économique de Vevey et de la Riviera.

Image: CHANTAL DERVEY

«Contre 200 personnes en moyenne habituellement, nous sommes ce matin 270 pour plus de 300 inscrits! Nous avons même dû refuser du monde!» Comme l'a souligné Stéphane Krebs, président de Promove, devant un parterre d'entrepreneurs réunis sous l'égide de cet organisme de promotion économique de la région Riviera-Lavaux, le petit-déjeuner saisonnier a été pris d'assaut. La raison: l'allocution de Frédéric Hohl, directeur exécutif de la Fête des Vignerons. Cette manifestation – dont les retombées pour la région sont estimées à plus de 100 millions (*lire ci-contre*) – emploiera des sociétés et recherche des partenaires et sponsors. Dès lors, comment les entreprises de la Riviera vont-elles se positionner pour tirer profit de l'événement qui n'a lieu que quatre fois par siècle? «L'idée n'est pas d'exploiter la Fête, mais de se demander comment chacun peut se l'approprier et se mobiliser», souligne Stéphane Krebs.

A la grande satisfaction des entrepreneurs de la région, Frédéric Hohl a déclaré: «C'est la Fête des Veveysans. Pour tous nos besoins, nous allons essayer de trouver les compétences d'abord à Vevey, dans de petites ou grandes entreprises, puis élargir à la région ou plus loin si nous ne trouvons pas. Pour rappel, lors de l'édition de 1999, 67% de notre budget de 54 millions (*ndlr: soit 36 millions*) ont été dépensés en Suisse romande. Nous allons lancer prochainement les appels d'offres dans plusieurs domaines.» «Nous leur avons déjà transmis des listes commentées d'entreprises spécialisées dans certains domaines, dit Bernard Schmid, directeur de Promove. Nous avons à cœur que l'organisation s'intègre concrètement dans le tissu économique de la région.»

PUBLICITÉ

Par Stéphanie Arboit 01.03.2017

100 millions de retombées espérées

«Compte tenu des effets économiques indirects et induits, on peut admettre que la Fête des Vignerons aura irrigué de quelque 100 millions de francs la région veveysanne, soit près du double de ce qu'elle a coûté en organisation.» C'est l'une des affirmations d'un mémoire économique, rédigé après la manifestation de 1999 et sur mandat de la Confrérie des Vignerons, par la société Interconsulting, à Montreux, et HEC Lausanne.

A l'époque, 250 000 spectateurs s'étaient assis dans l'arène. Pour 2019, la Confrérie des Vignerons – organisatrice de la manifestation – en attend 350 000. En termes de visiteurs (se rendant à Vevey sans forcément assister au spectacle), 1 million de personnes sont espérées (environ 40 000 par jour, inclus 10 000 figurants et techniciens et 20 000 spectateurs). Selon un rapide calcul, les seules nuitées pourraient rapporter 20 millions (pour une occupation de 85% du parc hôtelier, comme pendant le Montreux Jazz Festival).

«L'idée n'est pas d'exploiter la Fête, mais de se demander comment chacun peut se l'approprier et se mobiliser»

Frédéric Hohl a expliqué aux convives réunis ce 1er mars à la salle del Castillo de Vevey que, pour les 6000 costumes sur mesure de figurants, la logistique (de la réalisation aux nettoyages) impliquait «toute une PME». Hormis cela, peu d'exemples concrets sur les besoins effectifs de la Fête. Les entrepreneurs présents interrogés ne s'en montrent pas déçus. «Il a besoin de tellement de choses qu'il parlerait sinon pendant deux heures! Mais l'important est d'avoir pris un premier contact pour une éventuelle future collaboration», estime Nicolas Brunner, associé et directeur marketing de Batiplus. «L'essentiel est que les petites structures gardent l'espoir d'y participer», souligne Laurent Weber, directeur de la société De Visu.

Directeur et fondateur de ICT Solutions & Services, Christophe Toluoso n'envisage pas de travailler à proprement parler pour la Fête: «En matière informatique, les besoins en billetterie seront sans aucun doute couverts par SecuTix, basée à Lausanne, qui s'occupe du Paléo et du dernier Euro de football.» Mais l'entrepreneur, qui rêve surtout de faire partie des figurants, envisage néanmoins un partenariat, «en achetant des billets pour mes clients, qu'il est bon parfois de remercier».

Appel du pied en douceur

«Notre projet est à la fois artistique et commercial. Il faut trouver un doux équilibre entre ces deux aspects», a déclaré Frédéric Hohl. Ses actes ont été en adéquation avec ces propos: sur les tables, point de dépliants ou de plaquettes de présentation du grand raout qui aura lieu en 2019. Derrière cette retenue dans la recherche de partenariats commerciaux, la volonté de ne pas porter ombrage au projet artistique en passant pour un «vendeur de cacahuètes». Bernard Schmid a d'ailleurs précisé: «Promove a demandé à Frédéric Hohl de s'exprimer sur l'aspect entrepreneurial de la Fête, et non l'inverse. Maintenant, que les PME n'hésitent pas à contacter l'organisation pour faire part de leurs compétences spécifiques!» Cette invite était aussi présente entre les lignes dans le discours de Frédéric Hohl.

Dès sa nomination, début 2015, Frédéric Hohl avait déclaré à *24 heures* qu'il voulait une fête «élégante». De même, son appel du pied aux entreprises de la région a été plutôt raffiné que frontal. «C'est délibéré, s'explique-t-il. Je leur ai ouvert la porte, puis je serai contacté ces prochains jours.» Les entrepreneurs lui remettant leur carte de visite à l'issue de son discours semblent lui donner raison.

(24 heures)

Créé: 01.03.2017, 22h10