

MEMOIRE

LE REDEPLOIEMENT TOURISTIQUE D'EVIAN LES BAINS : VERS UN TOURISME METROPOLITAIN

Marie-Eve FEREROL

Département de géographie
Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand

Résumé : Evian doit faire face, à l'orée des années 1990, à un double dilemme : comment intégrer le dynamisme lémanique sans pour autant perdre son indépendance ? Et comment sortir de la morosité qui caractérise son économie depuis les années 1970-80 ? La stratégie édilitaire s'est portée sur le tourisme de congrès. Les choix tactiques d'une politique de grands travaux et de communication à outrance ont porté leurs fruits. Evian est en passe de devenir une « station métropolitaine ». - **Mots-clés :** petite ville, station thermale, tourisme urbain, tourisme de congrès, patrimoine.

Abstract: Evian found itself confronted at the beginning of the 90's with a dual dilemma: how to benefit from the vibrancy of the Lake Geneva area without losing its independence from Geneva and Lausanne? How to put an end to the slump that has characterised its economy since the 70's and 80's? The strategic choice of the town has been to promote business tourism. Tactical choices involving major public works and an almost excessive communications policy have produced the desired results. Evian is now a fledgling "metropolitan resort". - **Keywords:** small town, spa, urban tourism, conference tourism, inheritance.

« Evian les Bains ». Le nom de cette petite ville de 8000 habitants, lovée au bord du Léman, ne peut qu'interpeller tant son histoire est riche. Aristocrates, coloniaux, mondains fréquentent cette station thermale, mais la seconde guerre mondiale sonne la fin des réjouissances. La clientèle fortunée déserte Evian. Favorisés par la nouvelle conception du thermalisme en 1947, les touristes populaires remplacent les "people" de l'époque. Malheureusement, les retombées financières n'ont rien à voir avec celles de la période précédente. Le temps de quelques mois, Evian

revient pourtant sur le devant de la scène, lors des négociations précédant les Accords d'Evian (1962). Elle le doit, déjà, à sa proximité avec la Suisse et à son importante capacité d'accueil.

Cette éclaircie n'est que de courte durée. Evian continue de sombrer dans la morosité : curistes en perpétuelle régression, dégradation du tissu commercial, fermeture des hôtels. Seule l'activité d'embouteillage de l'eau qui a fait son succès, explose dans les années 70-80, mais cela ne suffit pas pour réanimer la ville. Cette morosité est symptomatique de la plupart des stations thermales françaises. Certaines, cependant, vont trouver des solutions pour retrouver une seconde jeunesse. Evian appartient à cette catégorie.

Située sur la rive sud du Lac Léman, Evian tend de plus en plus à affirmer son appartenance à la métropole lémanique, s'étalant de Genève à Montreux. Elle souhaite s'y intégrer en jouant la complémentarité avec les autres villes du Léman et en développant une originalité propre à elle. La solution ? Le tourisme métropolitain.

Les éléments du réveil de la « Belle Endormie »

Des acteurs publics et privés entrepreneurs

Le réveil d'Evian concorde avec un changement de municipalité en 1995. La période antérieure s'assimilait en effet à une période de frictions, néfastes pour sortir de la morosité. La municipalité d'alors entretenait par exemple des rapports tendus avec la société "capitaliste" qui faisait sa fortune (les eaux d'Evian) et son président, M. Riboud. La nouvelle équipe éditiale sait mobiliser les acteurs publics et privés autour d'un objectif : le développement pérenne de la ville grâce à un redéploiement touristique tout au long de l'année. Cela va donner lieu à une requalification urbaine sans précédent, dont l'intérêt est triple : création d'équipements supports au tourisme souhaité, amélioration du cadre de vie et politique de communication. Plus concrètement, le maire d'Evian pense que les politiques doivent montrer le chemin et « *que pour une ville touristique, l'important est que la commune paie les infrastructures. Les privés font le reste* » (Francina, in Gannaz, 2005).

Très dynamique et forte du soutien de la mairie, qui avait par ailleurs chargé un cabinet consultant d'établir un diagnostic du tissu commercial,

la Fédération des Acteurs Economiques (commerçants, hôteliers, artisans, professions libérales...) a engagé une série de rénovations des équipements commerciaux et s'est inscrite dans une démarche de qualité. A l'image des commerçants, les hôteliers se sont remis en question. Or, dans les années 70, cet état d'esprit n'était pas de mise (Sceau, 1974). Utilisant un fond financé par la taxe de séjour, ils ont récemment remis à niveau leur structure. Certains ont pris le pas de la politique du maire en se dotant de salles pour les séminaires, mais beaucoup sont freinés par leur petite capacité, notamment les 3 étoiles.

Au sein des acteurs privés, ressort le rôle incontestable de la Société d'Exploitation des Activités Touristiques (SEAT), appartenant au groupe agro-alimentaire mondialement connu : *Danone*. La SEAT gère ici deux 4 étoiles, les thermes, le golf et son centre d'entraînement, le Casino (théâtre et restaurants inclus). Partant, sans la SEAT, Evian ne serait rien. D'une part, la commune perdrait ses éléments de prestige et d'autre part, ses recettes totales seraient grevées de 4 millions d'euros (11% des recettes 2006). Au total, le chiffre d'affaire (CA) de la SEAT qui avoisine les 60 millions d'euros se partage ainsi : 51% pour les hôtels, 35% pour le Casino, 8% pour l'activité "thermes et spa" et 6% pour le golf.

Le rôle de *Danone* se remarque aussi dans la promotion de la ville. Depuis 2003, sous l'impulsion de *Danone Eaux Asie*, des journalistes chinois, taiwanais, et quelques Tours-Operators, sont reçus à Evian pour découvrir l'usine d'embouteillage et bien évidemment la ville.

Dorénavant, le climat est serein entre la SEAT et la mairie. Toutes deux suivent la même ligne de développement : faire d'Evian une ville source de jeunesse, cadre idyllique pour la politique de communication de ce grand groupe.

Un urbanisme supplétif de la politique touristique

Dès son arrivée à la mairie, la nouvelle municipalité entame une série de grands travaux urbains, s'inscrivant dans la ligne de pensée de P. de Montbrison, ex-directeur de l'Agence Française d'Ingénierie Touristique : « *Il faut faire le maximum d'efforts sur la requalification urbaine parce que c'est le levier d'entraînement le plus fort et c'est au*

travers de cette requalification urbaine que vous allez redonner confiance et redonner vie à votre station » (de Montbrison, 2004).



Fig. 1 : Le nouveau siège social de Danone, face au lac.

Partiellement incendié dans les années 1980, l'ancien établissement thermal se meurt en front de lac. En 1996, la mairie le rachète à la SAEME. Mais qu'en faire ? Un inventaire des problèmes de la ville constitue le prélude à la réflexion : la bibliothèque est mal équipée ; l'ancien établissement thermal, très cher au cœur des habitants, ne peut pas demeurer une friche thermique ; l'obsolète Palais des Fêtes de 1957 est le lieu de concurrence entre spectacles locaux et congrès. Après quatre années de tergiversations, il est enfin décidé de convertir l'ancien établissement en une structure résolvant les trois problèmes cités précédemment. Inauguré en février 2007, le Palais Lumière (nom du nouvel équipement) répond ainsi à trois besoins : doter la ville d'une médiathèque, développer un espace congrès et proposer une salle

d'expositions, ceci recouvrant deux problématiques qui sont l'ouverture vers l'extérieur et la dimension locale.



Fig. 2 : Le funiculaire d'Evian, dit "la Patache", classé monument historique en 1984.

La réhabilitation du bâtiment à l'identique, conforme aux normes des Monuments Historiques, la démarche Haute Qualité Environnementale, la recherche d'un confort acoustique et visuel ont coûté la bagatelle de 26 millions d'euros, presque entièrement financés par la mairie, les subventions n'atteignant pas les 100'000 €. Nonobstant, cet effort financier vient d'être récompensé en 2007 par le Grand Prix National de l'ingénierie touristique, décerné par l'ODIT (Observation, Développement et Ingénierie Touristique).

De par sa très belle architecture (deux ailes, un hall central surmonté d'un dôme sur tour carrée) et de par sa façade vernissée aux couleurs douces (jaune et blanche), le Palais Lumière attire incontestablement le

regard, devenant un point de repère en front de lac. En outre, il valorise l'image de la collectivité qu'il représente. Comme dans d'autres villes de congrès (Christofle, 1999), l'implantation d'un tel équipement en centre-ville engendre la rénovation des quartiers adjacents. L'arrière du Palais Lumière va ainsi subir un lifting. D'une manière plus générale, la politique d'urbanisme actuelle intègre la dimension touristique du centre-ville. Pour ce faire a été lancé l'aménagement « à l'italienne » de la place Ch. de Gaulle. Cette place de 3000 m² va créer un cœur de ville et servira de lien transversal entre le front de lac où s'entassent les touristes et la rue commerçante davantage délaissée. Ce lien sera amplifié avec la piétonisation de plusieurs rues. Dans un cadre plus large, cette démarche va connecter trois espaces touristiques : le lac, la rue commerçante et le quartier historique des Sources du XIXe siècle.



Fig. 3 : Le Palais Lumière rénové à l'identique et inauguré en février 2007.

La gestion des héritages du passé par le service urbanisme des stations thermales est beaucoup plus difficile qu'ailleurs, tant le patrimoine revêt une charge sentimentale et économique. Entretenu, il peut devenir « *un vecteur de développement touristique* » (de Montbrison, 2004). Et la mairie d'Evian l'a bien compris. Profitant de l'engouement actuel pour le patrimoine, la commune a donc commencé par la réhabilitation à l'identique de l'ancien établissement thermal. Dans le même esprit de préservation, M. Francina et son équipe ont remis sur rail en 2002 le funiculaire stoppé en 1969. Inséré dans le système de transport, il fait de nouveau le plaisir des Evianais et des touristes. Enfin, dans quelques mois, la SAEME fermera son usine de la gare de style art déco et délocalisera ses bureaux du centre-ville en front de lac. Une série de négociations va donc s'entrouvrir pour réfléchir à la mise en valeur de ce patrimoine industriel et thermal.



Fig. 4 : La place Charles de Gaulle en chantier. En arrière-plan, le lac.

Tous les efforts pour requalifier les éléments patrimoniaux vont être parachevés fin 2007 par la réalisation du Plan Lumière. Ce plan consiste d'une part à revoir l'éclairage public de manière cohérente et plus économe sur tout le réseau viaire en passant à des sources lumineuses mieux adaptées en fonction des lieux et de leur usage. D'autre part, il repose sur la mise en lumière et la valorisation du patrimoine architectural, bâti ou paysager.

Une notoriété sans cesse consolidée et améliorée

« *Langoureuse, sensuelle* », tels sont les mots du directeur de l'urbanisme pour décrire Evian. Cette personnification à outrance se retrouve désormais matérialisée par le nouveau logo de la ville, davantage en cohérence avec la politique de la municipalité : faire oublier l'image désuète d'une station thermale. Depuis 2000, Evian s'identifie donc par une femme, nue, dont la couleur bleue et la chevelure pendante rappellent l'eau qui coule, le tout surmontant le slogan « La ville d'Evian, la beauté naturelle ». L'intérêt ici est d'accrocher les femmes, jeunes, clientèle potentielle de la remise en forme, et d'insister sur le cadre idyllique de la ville.

Profitant de son cadre et renouant avec sa tradition de ville internationale, Evian a hébergé en 2003 le G8. L'enclavement relatif a permis de contenir les manifestants et de faire que cette réunion se déroule sans souci. Cette bonne organisation a été relayée par des milliers de journalistes nationaux et internationaux. Le G8 a de ce fait été une très bonne opération, gratuite, de communication. Il a conforté d'une part la notoriété internationale de la ville et lui a permis d'autre part de prendre de la distance avec la marque d'eau minérale. L'écho du bon déroulement du G8 a entraîné ensuite un 2^{ème} grand rendez-vous. Ainsi, en 2005, le *Royal* servait encore de cadre au G5 des Ministres de l'intérieur européens, d'où de nouvelles retombées médiatiques. Certes, ce n'était qu'un congrès parmi d'autres, mais les journées parlementaires de l'UMP qui se sont également déroulées à Evian en 2005, ont aussi eu des conséquences positives, se résumant en l'accueil de journalistes et surtout de particuliers : quelques 400 parlementaires accompagnés de

leurs épouses, militants, soit environ 2000 personnes, jouant le rôle, à leur retour chez eux, de vecteurs de communication.

Ville de rencontres politiques, Evian est également une ville de rencontres sportives. Sponsorisé par des entreprises de luxe (*IBM, Rolex, Lacoste...*), l'Open de golf a ainsi généré en 2006 12,4 millions de dollars de retombées médias (+22,5% /2005). Pour cet événement, la communication de *Danone* se résume en quatre points, en accord avec la philosophie de la ville : « *féminité, challenge, excellence, cadre naturel exceptionnel* » (Dossier de presse, 2007).

Politique de grands travaux, politique de communication performante sont les principaux supports au développement touristique. Evian veut susciter de l'intérêt auprès du public, des investisseurs, et montrer qu'elle œuvre activement à sa mutation de station vieillotte en ville moderne. Mais cette image ne suffit pas pour intégrer le dynamisme lémanique, encore faut-il qu'elle développe un tourisme métropolitain.

La relance par le tourisme haut de gamme

Jouant sur la notoriété internationale de la ville, la municipalité décide en 1995 de lancer un redéploiement touristique. Le tourisme de prestige va ainsi être le fer de lance de cette politique, se déclinant principalement en tourisme de congrès et culturel, activités typiques des grandes métropoles. Ce choix est donc plutôt osé pour une petite ville de 8000 habitants, d'autant plus que ce secteur n'est pas aisé à impulser (Christofle, 1999). Mais le directeur de l'urbanisme l'affirme clairement : la destinée d'Evian se conjugue avec celle de la métropole lémanique ; elle se doit d'être « *une station métropolitaine* » (Durand, 2005).

Le positionnement sur le tourisme de congrès

En 1957, Evian se dote d'un Palais des Congrès. Si le tourisme d'affaire apparaît prometteur à ses débuts (90 jours d'occupation et 58000 nuitées en 1966), il périclité rapidement (36 jours d'occupation et 5500 nuitées en 1972). L'échec incombe à deux facteurs : l'éloignement de la ville des grandes métropoles du fait de voies de communication

médiocres et une hôtellerie incapable de recevoir de grands congrès (Sceau, 1974).

Le choix de revenir au tourisme de congrès dans les années 2000 pour relancer l'activité économique, n'a pas été pris à la légère et s'est appuyé sur une étude de faisabilité. Evian a, semble-t-il, parié sur le bon segment, répondant dorénavant pleinement à deux critères sur trois quant à l'élection d'un lieu de congrès. La ville, située dans un écrin magnifique, mise tout d'abord sur l'aspect patrimonial de son architecture, vestiges des fastes du thermalisme. Les congressistes ont besoin de se dépayser ; or qui mieux qu'une station thermale ou balnéaire offre un décor original ? Ensuite, les infrastructures d'accueil sont modernes, destinées à accueillir des congrès de taille moyenne (200-400 personnes). D'une part, le Palais Lumière dispose d'un auditorium de 277 places, surélevé d'un balcon de 106 places, 8 salles de séminaires, des bureaux, etc. Cet équipement est épaulé par les infrastructures des 4 étoiles. D'autre part, la ville dispose d'une importante capacité d'accueil dont les vaisseaux-amiraux sont : *le Hilton* (173 chambres), *le Royal* (154), *l'Ermitage* (91) et *la Verniaz* (34), tous en 4 étoiles. Evian peut uniquement pâtir de son relatif enclavement à cause du mauvais calibrage de la RN5. L'aéroport de Cointrin à 60 km est certes un atout, mais il faut 1h30 pour l'atteindre !

Le rayonnement culturel

Bénéficiant déjà d'une image culturelle en Suisse (POS, 2000), Evian ambitionne de devenir le complément de la Fondation Gianadda de Martigny, des musées lausannois et genevois. Son offre culturelle repose ainsi sur deux éléments : son festival de musique et surtout l'organisation de grandes expositions au Palais Lumière.

Le premier se déroule dans la Grange au Lac, propriété de la SEAT. Inaugurée en 1993, cette grange savoyarde ou datcha russe selon les sensibilités de chacun, accueille chaque année un festival de musique classique dans un auditorium de 1200 places. Bien que déclinant ces dernières années, ce festival reste encore très réputé en Suisse. Les expositions se tiennent quant à elles au Palais Lumière, renfermant un espace de 800 m², destiné à cet effet. En accord avec la beauté du site, la mairie souhaite recevoir des expositions de grande qualité. Preuve en est

celle de cet été, qui a regroupé 100 tableaux du Musée national de St-Pétersbourg, ou celle prévue pour une rétrospective des œuvres de Rodin en 2009. Le thème des expositions témoigne ainsi de la volonté de rechercher une clientèle internationale. Les premières expositions se sont soldées par des succès : 15294 personnes pour l'exposition estivale 2007.

Comme l'a montré S. Christofle pour le Corum à Montpellier, pour qu'un équipement de l'envergure d'un centre de congrès, d'expositions, tel le Palais Lumière, soit entériné par la population, il faut qu'elle se l'approprie. Une médiathèque a donc été créée au sein même de ce Palais, complétant ainsi l'offre culturelle.

La gestion des héritages

Les difficultés de la remise en forme

Après la seconde guerre mondiale, Evian n'échappe pas au destin des stations thermales. Crise conjoncturelle, crise structurelle, expliquent la chute progressive des curistes. En 1974, rien n'est entrepris pour sauver l'activité thermale déjà mal en point (Sceau, 1974). Il faut attendre 1984 pour qu'Evian innove en proposant des cures « maman-bébé » dans un nouvel établissement neuf. Actuellement, on compte 953 curistes et 10'530 personnes attirées par la remise en forme.

Encore aujourd'hui, le thermalisme évienais souffre à l'instar de certaines stations thermales d'un manque de crédibilité et paradoxalement de la concurrence de l'embouteillage. D'autre part, la SEAT ne souhaite guère investir dans cette activité déficitaire. De plus, elle refuse toute confusion d'image entre l'eau source de jeunesse et l'eau pour gens malades et âgés. En l'occurrence et en réponse à la désaffection de la clientèle pour les soins « maman-bébé », elle n'a pas hésité à délocaliser, il y a un an, ce produit dans son hôtel *Royal*. Trois raisons sous-tendent cette décision : les cures « maman-bébé » vont dorénavant se dérouler en dehors de la structure thermale, se détachant ainsi du thermalisme pur qui a une mauvaise image en France ; cette délocalisation au *Royal* permet également de rentabiliser les équipements de l'hôtel et de soulager ainsi les finances des thermes (les coûts d'exploitation étant supérieurs au volume réalisé) ; enfin, les clients aisés de l'hôtel sont davantage susceptibles d'utiliser ces soins que les

"simples" touristes fréquentant le centre-ville. Au final, ce produit se destine aujourd'hui beaucoup plus à une clientèle haut de gamme car du fait de la délocalisation au *Royal*, son prix a considérablement augmenté (cadre plus majestueux, soins plus élaborés, accueil des bébés à l'espace kids du resort).

Quelle sera donc l'évolution de l'activité thermale en général à Evian ? La mairie n'ose pas se prononcer de peur que ce cadeau empoisonné ne lui échoit. Elle espère simplement une entente entre le *Hilton* et la SEAT, cette dernière mettant à la disposition du premier ses équipements. Une telle solution est-elle réaliste, étant donné que le Hilton a ouvert son propre espace de remise en forme, *le Buddha Bar Spa* (première mondiale pour le groupe Georges V) ? D'autres avancent l'idée d'un centre thermoludique. Là encore, on peut émettre des doutes sur la réussite. Evian n'est qu'à 40 km de Lavey, un des principaux leaders en Suisse en ce domaine. Comment lutter contre un bon produit, qui a, en outre, sa clientèle évianaise attirée ?

Casino et golf, deux équipements de prestige

Evian ne serait pas Evian sans son Casino. Malgré l'ouverture de tels établissements en Suisse en 2003, la clientèle helvète locale n'a pas déserté Evian ; elle représente encore 50% des clients et 90% des étrangers. Parmi ces étrangers, se retrouvent aussi les Italiens et des ressortissants du Moyen-Orient, en vacances, logés dans les palaces, dans leur résidence secondaire ou venus pour affaires en Suisse. Pendant l'été, ces touristes particuliers constituent ainsi 5% de la clientèle totale.

Globalement, depuis 2000, le Casino comptabilise 1 million d'entrées/an et se classe 20^e sur 193 au niveau national en terme de produit brut. C'est une bonne performance pour une ville de cette taille, enclavée, et avec une petite zone d'attraction (isochrone maximum d'1h de voiture).

La forte attractivité résulte de l'équipement : intronisées en 1988 et fournissant 90% du CA, les machines à sous sont aujourd'hui au nombre de 287. Parallèlement coexistent 9 tables de jeux. Même si le Casino s'est démocratisé, elles sont réservées à une clientèle aisée, qui vient surtout en été : les entrées des jeux de table équivalent à 3,8% du total

des entrées en juillet, août, septembre. A l'opposé, en hiver, elles n'en représentent que 0,8% par mois.

Enfin, Evian dispose également d'un golf de 18 trous, créé en 1904 et entièrement réaménagé en 1990. 8200 membres du club s'y adonnent régulièrement, dont 30% de Suisses. En juillet, cet équipement est sous les feux de la rampe avec le Master, 2^{ème} tournoi féminin international. Organisé depuis 1994, il ne cesse de monter en puissance. Cette manifestation a ainsi drainé en 2006, 53'000 visiteurs.

Un tourisme de résidences secondaires

Nous incluons le tourisme de résidences secondaires dans les héritages car il a toujours existé à Evian. Et les pionniers en la matière sont incontestablement les Suisses à la fin du siècle dernier, convoitant le plateau des Mateirons et les bords de lac.

1100 résidences secondaires ont été recensées dans la ville, soit près de 25% des logements (RGP, 1999). Evian se rapproche donc du seuil séparant les espaces de vie et les espaces de transition entre lieux de vie permanents et lieux touristiques (MIT, 2000). Le dépouillement de la matrice cadastrale permet de cibler l'origine des propriétaires. Si l'on tient compte de l'adresse du propriétaire, on remarque une forte présence locale (la Hte-Savoie = 64% des propriétaires). Rhône-Alpes (68%) arrive loin devant la 2^{ème} région émettrice : Paris avec 8,7%. Les étrangers représentent quant à eux 11% des propriétaires, soit un chiffre faible pour une ville transfrontalière ! Sans surprise, les plus attirés sont les Suisses (3,7% des propriétaires, soit 1/3 des étrangers). Ils dépassent les Britanniques (12% des étrangers) et les Néerlandais (7,5%). Cependant, cette présence éparse des Suisses peut interpeller. Pour eux, Evian semblerait plutôt une ville de loisirs que de résidence.

Si nous regardons maintenant le lieu de naissance des propriétaires, il s'avère que le poids des Suisses s'effondre au sein des étrangers : seulement 17%. Ressortent ici les riches arabes du Golfe résidents dans la Confédération : Iran (2,77% des propriétaires étrangers et déjà présents dans les années 70), Egypte (2,45%), Liban (2,03%), Arabie Saoudite (1,39%). Nous retrouvons là une tradition évianaise, qui s'explique notamment par la proximité de la Suisse, pays neutre et appréciée pour ses banquiers discrets...

Quelquefois, les résidences secondaires s'identifient à des bateaux ! Petite ville, Evian n'en est pas moins aussi l'un des principaux ports du Léman. Offrant 850 anneaux, son port accueille 53 Suisses soit 7,7% des plaisanciers, mais 58% des étrangers détenant un bateau. En ce qui concerne les nuitées, elles sont effectuées à 95% par les Suisses, notamment le week-end. Cette attractivité s'explique par les insuffisances dans les infrastructures portuaires côté suisse et peut donc être remise en question à tout moment.

Délaissant le pur tourisme de santé encore pourtant à l'origine de 30% des nuitées, Evian s'oriente dorénavant vers le tourisme au sens large. Elle affiche clairement son ambition en terme de congrès en appartenant au groupement "France Congrès", réunissant une cinquantaine de villes et dont le vice-président est son premier magistrat. Si Evian concrétise son projet, les retombées économiques seront non négligeables. En effet, le tourisme d'affaire rapporte trois fois plus que le tourisme d'agrément.

Bilan, nécessités, perspectives

Même si 10 ans ont passé depuis la mise en œuvre de la relance, dresser un bilan de la politique touristique s'avère difficile. En effet, en liaison avec leur ampleur, les premiers projets viennent tout juste de se concrétiser et d'autres continuent.

Le renouvellement de la capacité d'accueil

Touché par le regain d'optimisme, le secteur de l'hébergement explose de nouveau à Evian. Dans les années 60, l'hôtellerie était en recul. « *De 1980 à 1999, le nombre d'hôtels s'est réduit de près de la moitié (39 à 21) avec une diminution corollaire du nombre de chambres (1105 à 758).* » (POS, 2000). Cette période oubliée, voici le renouveau. L'ouverture en 2006 du *Hilton* symbolise la renaissance touristique d'Evian. La décision du groupe qui recherchait un site de réputation mondiale, montre que le maire a gagné son pari : Evian rayonne mondialement avec une image rajeunie. Avec cet établissement, la capacité d'accueil se renforce en terme quantitatif et surtout qualitatif. Et dans les mois prochains, deux autres 3 étoiles vont voir le jour : un *Mona*

Lisa (50 chambres) et peut-être un *Relais & Châteaux* (45 chambres), tous deux résultant de la réhabilitation d'anciens hôtels.

Un hébergement inexistant jusqu'alors fait également son apparition : les résidences de tourisme, dont la première ouverte en 2005. Au nombre de deux, elles rassemblent 200 locations, chiffre qui va s'amplifier avec l'implantation de deux autres dans les mois à venir. Ce type d'hébergement, moins contraignant que l'hôtel, répond aux attentes actuelles de la clientèle.

Viennent compléter les hôtels et les résidences de tourisme, deux établissements collectifs de 820 lits, 130 meublés, 1100 résidences secondaires, soit une capacité totale de 8420 lits. Cette capacité totale s'est améliorée quantitativement : uniquement 7820 en 2000, et qualitativement : doublement des chambres en 4 étoiles. Parallèlement ont disparu près du tiers des meublés, soulignant un changement de clientèle.

Au final, l'offre est assez diversifiée, même si le haut de gamme est privilégié. On a là une simple adaptation de l'offre à la demande.

A la recherche de la clientèle perdue

Une fréquentation des sites mitigée

Tirer un bilan de la fréquentation est hasardeux, tant les statistiques affichent des résultats contradictoires. Si les touristes ne passent pas tous par l'OT, ils sont quand même 96'030 à avoir demandé des renseignements en 2005, soit une augmentation de 8% par rapport à 1998. D'autres chiffres attestent de la vitalité du tourisme. Le plus éloquent est la progression des nuitées totales qui passent de 216'000 en 1998 à 350'000 en 2006.

A contrario, certains éléments auraient tendance à souligner une fébrilité de l'activité touristique. Mais cela n'est peut-être que conjoncturel car ils concernent les sites couverts (Hall d'exposition *Evian*, l'usine d'embouteillage), soit des sites dépendant de la météo.

Malgré tout, le directeur de l'OT est satisfait de la saison 2006, surtout dans le cadre de la Hte-Savoie qui subit depuis deux ans une érosion de la fréquentation et dans le contexte de ville en chantier qui qualifiait *Evian*.

Un allongement de la saison

La municipalité a réussi à concrétiser ses projets. Les congrès ont en effet rendu l'activité touristique pérenne, ce que montre l'ouverture à l'année des hôtels, des commerces et autres équipements.

La plupart des hôtels ouvrent donc désormais à l'année ; mais les 2 et 4 étoiles sont ceux qui se targuent en 2006 de la fréquentation la plus satisfaisante. En fait, les grands bénéficiaires sont les 4 étoiles. Remplaçant les hôtes illustres, les cadres supérieurs peuplent ces établissements, le temps d'une semaine ou d'un week-end d'oxygénation. Seul *le Hilton* connaît en ce début d'année des déboires. Les touristes aisés préféreraient-ils le charme discret du *Royal* et son fonctionnement en *resort* ? Mais plus que la clientèle individuelle, c'est surtout la clientèle d'affaire qui permet d'afficher de bons taux d'occupation dans ces établissements.

La greffe réussie du tourisme de congrès

Grâce à une politique performante de communication et de marketing, le tourisme de congrès a bien pris à Evian. Si en 1995, il représentait 7,5% de la clientèle, en 2006 c'est 15%, avec comme objectif du directeur de l'Office de le faire passer à 25% dans les 5 années à venir. Du côté du *Royal Resort*, la clientèle d'affaire constitue 40% du total des nuitées. Les restaurants du Casino profitent eux aussi de cette manne ; les banquets payants liés aux congrès ont donné 5501 couverts en 2006.

L'effectif des congressistes, dont le séjour dure en moyenne deux jours, est variable, de 200 à 300 personnes, soit des congrès moyens. Ensuite, l'accueil d'entreprises prestigieuses telles *Sanofi* ou encore *Nestlé*, *UBS*, au *Royal*, montre qu'Evian peut rivaliser avec des villes de congrès plus renommées. Nonobstant, le recrutement est encore trop national. En attestent ces statistiques du *Royal*. Au niveau des sociétés, 44% des organisateurs de séminaires sont français, 31% suisses. Mais dans un futur proche, l'OT comme les 4 étoiles espèrent capter le marché d'affaire russe, profitant de l'existence d'un vol direct Moscou-Genève et du désir des Russes de rechercher une image de luxe à la française.

Une clientèle étrangère recherchée

Encore faible en valeur relative (20% des nuitées), la clientèle étrangère est primordiale pour Evian afin d'accroître sa notoriété et pour l'argent qu'elle génère. En effet, cette clientèle appartient plutôt aux catégories les plus aisées : riches Arabes du Golfe, nouveaux milliardaires russes ou plus modestement voisins suisses.

Les demandes étrangères à l'OT montrent que la provenance des touristes est essentiellement locale : 45% des demandes sont en effet suisses. Viennent ensuite le Bénélux (19%), l'Allemagne (14%) et la Grande Bretagne (11%). Le reste de l'Europe égale 9% et les USA 2%. Mais ces statistiques ne reflètent pas l'entière réalité car beaucoup de nationalités ne transitent pas par l'OT. Le *Royal* reçoit ainsi 45% de Français et 55% d'étrangers se répartissant entre l'Europe 38%, le Moyen Orient 7%, l'Amérique du nord 3% et le reste du monde dont la Russie. Le CIS accueille également beaucoup d'étrangers, presque la moitié de sa clientèle ! Les nationalités les plus représentées sont les Suisses (3439 nuitées), devançant largement les Italiens (1229 nuitées) et les Anglais (1060).

Un tourisme trop discriminatoire ?

En fait, il ressort nettement qu'Evian oriente son positionnement sur le haut de gamme ou du moins en direction des CSP supérieures. Pourtant, véhiculer une image trop haut de gamme peut effrayer le simple touriste. Certains acteurs en sont conscients et reprochent à l'OT de ne mettre en avant dans les salons que cette image de luxe et de ville pour congrès. Le directeur de l'Office s'en défend : « *On développe une image haut de gamme mais cela ne contrarie en rien la mixité de clientèle.* »

Il est vrai qu'Evian reçoit aussi bien des touristes huppés que des clients "moyenne gamme", mais il est frappant de voir que ces deux clientèles se côtoient rarement. Les touristes du *Resort* restent en effet intentionnellement cloîtrés sur le plateau, loin de l'agitation du centre-ville. Seuls les touristes étrangers (ressortissants du Moyen Orient) n'hésitent pas à y descendre pour fréquenter les commerces et les restaurants pour mieux apprécier l'art de vivre français.

Eu égard à ce phénomène, certains prônent l'installation de commerces de luxe en centre-ville. Leurs souhaits semblent toutefois guère défendables. La clientèle très aisée est-elle suffisante pour que ce type de commerce soit rentable ? La concurrence de Genève-Lausanne à l'éventail de boutiques plus large ne sera-t-elle pas un lourd handicap ? Evian doit-elle et peut-elle devenir la « Mégève lémanique » ? En tout cas, la question fait débat dans la commune et elle n'est pas encore tranchée.

Evian a réussi à rebondir grâce au tourisme. Ici l'activité est une nouvelle fois salvatrice parce qu'il subsistait un socle. En effet, le tourisme ne peut pas tout partout. Le tourisme de congrès, et plus généralement urbain, concourt à revitaliser la ville à l'année. Rechercher dans les années futures une nouvelle clientèle en réfléchissant à d'autres projets de développement touristique ne serait pas incongru. Pourquoi Evian n'afficherait-elle pas également une image de ville sportive qui n'altérerait en rien son positionnement "luxe et oxygénation", beaucoup d'éléments allant dans ce sens.

Conclusion générale

Au terme de cette étude, il convient de souligner le dynamisme édilitaire pour qu'Evian les bains ne devienne pas une simple banlieue-dortoir de Genève-Lausanne. Une politique cohérente de développement de grands équipements, d'étoffement de la capacité d'accueil, de préservation du cadre de vie, a contribué à faire de cette petite ville, une destination culturelle et de tourisme d'affaire, activité épaulant le tourisme traditionnel de santé, mal en point. Certes, il est encore trop tôt pour mesurer pleinement les retombées économiques de cette nouvelle branche, mais d'ores et déjà, elle a permis de rendre les activités de la ville permanentes. A l'échelle régionale, la compétition est rude par rapport à Lausanne, Montreux, Genève, déjà villes de congrès. Mais Evian a su maximiser ses atouts originaux par une politique audacieuse de mise en valeur de son patrimoine environnemental et architectural. Une « *identité territoriale* » existe à Evian et cela fait sa force.

Bibliographie

Ouvrages scientifiques

BOYER, M. (2005), *Le thermalisme dans le grand sud-est de la France*, PUG, Grenoble.

CHRISTOFLE, S. (1999), « Tourisme de congrès et politique urbaine de revitalisation. L'exemple du Corum de Montpellier », *Annales de Géographie*, n° 608, pp. 379-396.

DURAND, G. (2004), « Reconversion de l'ancien établissement thermal en centre culturel et de congrès », In *Actes du colloque 1ères Rencontres Nationales sur l'Architecture et le Patrimoine des Villes d'Eaux*, Vichy, publication de Thermauvergne, pp. 41-44.

DURAND, G. (2004), « Enjeux et problématique du développement durable du territoire de la ville d'Evian », *Rencontres transfrontalières*, Evian.

GANNAZ, L. (2005), « Evian à la recherche d'un équilibre », *Economie des Pays de Savoie*, n° d'août, pp. 17-30.

MIT. (2000), « La mise en tourisme des lieux : un outil de diagnostic », *Mappemonde*, n° 57, pp. 2-6.

De MONTBRISON, P. (2004), « Le patrimoine thermal, vecteur de développement touristique ». In *Actes du colloque 1ères Rencontres Nationales sur l'Architecture et le Patrimoine des Villes d'Eaux*, Vichy, publication de Thermauvergne, pp. 23-27.

SCEAU, R. (1974), « Evian, station thermale et touristique », *RGL*, vol 49, n° 1, pp. 51-75.

Autres sources

Cabinet PIVADIS (2005), « Evian : étude de renforcement de l'espace marchand ».

Dossier de Presse Evian Master 2007.

EMERY, A. (2005), « Evian - Urbanisme : Le grand ménage », *Le Point*, n°1728, pp. 202-210.

Les Evian Nouvelles de 2005 à 2007.

POS : Rapport de présentation du Plan d'occupation des sols, révision n°2, 2000.

RGP : Recensement général de la population, 1999.

Entretiens avec les acteurs publics et privés menés en juin et juillet 2007.

Les photos de cet article ont été réalisées par l'auteur en 2007.

Mefererol@wanadoo.fr