

Touristes chinois à Genève: «Genève est propre et il y a des montres partout»

LE RECIT | Pour récompenser leur excellent travail, 1200 vendeurs chinois ont été invités par leur société à découvrir la ville. Ce voyage est le résultat d'innombrables tractations. Histoire d'un séjour aussi exceptionnel que démesuré.

Vous les avez sans doute croisés, ces jours, dans la Vieille-Ville. Encadrés par leurs guides vêtus de bleu ciel, 1200 touristes chinois ont débarqué à Genève. Visite éclair de six jours et cinq nuits. Un voyage dit «de motivation», entièrement offert par leur société, **Amway China**, afin de récompenser ces as de la vente directe pour leurs excellentes prestations. Un séjour exceptionnel, ponctué par **une soirée de gala colossale**, fruit d'innombrables tractations.

La bataille a commencé en octobre 2008

Une véritable bataille qui a débuté il y a un an et demi! «Les premiers contacts ont eu lieu en octobre 2008, confirme-t-elle. Chaque année, cette société offre à ses meilleurs vendeurs un voyage à l'étranger. Nous étions en concurrence avec Lausanne et Zurich.» Le canevas est toujours le même. Un jour de congrès, le reste pour les loisirs. C'est pour cette raison que la première visite des dirigeants d'Amway a été pour Palexpo, en décembre 2008. Histoire d'être sûr de pouvoir réunir dans une même salle les 600 vendeurs et, pour chacun, l'accompagnant de son choix.

«Ces gens-là sont extrêmement exigeants, ils veulent tout voir, tout tester», confie Anja Loetscher. Après Palexpo, donc, cap sur les hôtels. Des cinq-étoiles uniquement. Cinq ont été retenus, après de minutieuses visites, photos à l'appui.

«Ils sont revenus maintes fois à Genève et dans ses environs, car ils choisissent eux-mêmes les excursions offertes à leurs vendeurs. Nous les avons accompagnés partout», précise Anja Loetscher. Elle s'est donc déplacée à Chamonix, à Yvoire, mais aussi à Gruyères, Annecy, Montreux... Il est vrai que la firme chinoise, qui paie tout, y met le prix: environ 10 000 francs par invité. Faites le calcul, on parle ici d'une enveloppe de 12 millions! La bataille a aussi fait rage lors du choix de la société chargée de tout organiser sur place. «Ils en sélectionnent plusieurs et les mettent en compétition. J'étais bombardée de téléphones, chacune réservait les mêmes excursions aux mêmes dates!»

Et puis il y a eu l'histoire des drapeaux chinois sur le pont du Mont-Blanc. «La Ville a mis six mois pour se décider, au début c'était non», relève Anja Loetscher. Des maires de différentes communes se sont pourtant élevés, non sans raison, contre ce privilège accordé, somme toute, à un événement organisé par une société privée.

Ils ont tout photographié, tout testé, tout goûté et finalement tout choisi!

C'est en juin 2009 que la bonne nouvelle est tombée: Genève était choisie, au détriment de Lausanne et Zurich. Ce qui a fait pencher la balance? Mystère. Mais les responsables chinois n'en ont pas pour autant stoppé leurs visites. Notamment pour choisir les cars et limousines chargés de véhiculer leurs invités. «Ils les ont même photographiés sous toutes les coutures», confie Anja Loetscher.

Et puis est venu l'épineux choix des restaurants et des cadeaux offerts aux vendeurs. Un par jour! Chacun a reçu un couteau suisse, une cloche tout droit descendue de Zermatt, un set chapeau-écharpe, et surtout une boîte de chocolats. Ceux de l'artisan carougeois Philippe Pascoët. Qui raconte: «Le premier rendez-vous, c'était en novembre à La Mère Royaume, où ils testaient aussi les plats. Nous étions plusieurs. J'avais amené un assortiment composé de chocolats grands crus, d'autres parfumés au thé au jasmin, enfin des pralinés feuilletine. J'ai été choisi sans doute parce que mes chocolats étaient agrémentés du logo de leur société.»

Malin, Philippe Pascoët ne savait pas, alors, dans quoi il s'engageait: «Ils sont revenus plusieurs fois, changeant d'idée concernant les deux étages de chocolats, une fois le logo figurant sur le second, puis sur le premier. Après, ils ont opté pour la feuilletine dessus. Et puis ils ont tenu à fabriquer eux-mêmes les bandeaux fermant mes boîtes. Regardez, ils recouvrent totalement le nom de ma boutique!» Le chocolatier raconte qu'à La Mère Royaume, les dirigeants d'Amway ont testé, juste après le chocolat (!), les plateaux de fruits de mer. «Le chef avait rajouté trois crevettes par rapport à leur première visite. Ils n'ont pas apprécié, parce que ça ne correspondait pas aux photos qu'ils avaient prises alors. Ça a fait toute une histoire!»

Le restaurant a tout de même été retenu. Tout comme Lipp. Et La Broche. Son gérant, Philippe Berzane, raconte: «Ils sont venus au moins dix fois! Ils ont voulu goûter quatre ou cinq entrées, autant de plats principaux et de desserts. Ils sont restés quinze minutes, pas plus, et ont tout pris en photo!» Le restaurateur a aussi dû s'assurer contre «les risques sur nos produits, les pandémies, les infections...» La Broche a néanmoins eu sa part du riche gâteau chinois. Tout comme la petite ville d'Yvoire, où les châtelains ont ouvert pour la première fois le parc de leur demeure.

Mais le grand gagnant est MCI. L'organisateur d'événements a gagné, de haute lutte car tous les mandats sont soumis à concurrence, le droit de mettre sur pied la gigantesque soirée de gala. Elle s'est tenue sur les 15 000 m² de la halle 1 de Palexpo, mercredi soir. «Même si nous sommes habitués aux grandes productions, c'était grandiose», confie Jean-Luc Favre, coordinateur artistique.

Nous ne saurons pas le prix de ce spectacle, mais Olivier Croset, directeur général de l'entreprise chargée de la coordination technique, nous glisse: «Il y a longtemps que je n'avais pas vu un budget aussi colossal pour une seule soirée de quatre heures!» Durant lesquels les invités en ont pris plein les mirettes. Pas moins de 250 artistes venus de Hongkong, d'Australie, du Canada, d'Allemagne, d'Orlando (USA)... Et des groupes folkloriques suisses: jodleurs, Guggenmusik du Carnaval de Bâle, lanceurs de drapeaux, joueurs de cor des Alpes... Le tout dans un décor somptueux, agrémenté par des écrans géants disposés sur 200 m de circonférence!

Soirée de la démesure, comme tout ce voyage? Séjour inoubliable en tout cas pour ces Chinois, que Genève Tourisme couve du regard. Car d'un point de vue économique, ce marché-là est incontestablement celui de demain. Même si pour le remporter, il n'était peut-être pas nécessaire de pavoiser le pont du Mont-Blanc aux couleurs rouges de l'Empire du Milieu.