

Chemin de fer

GoldenPass réhabilite MOB, la marque qui a fait son succès

La société renoue avec l'acronyme que réclament les indigènes. Pour mieux exploiter son gros potentiel local de développement

Claude Béda

«Nous pouvons encore augmenter notre clientèle nationale de l'ordre de 30%», estime Georges Oberson, directeur de GoldenPass. Très présente sur les marchés étrangers, notamment asiatiques, la compagnie ferroviaire veut repartir à la conquête des Suisses, en particulier des Romands. Et, dans ce but, elle entend réhabiliter la marque MOB (Montreux Oberland bernois), du nom de son train qui transporte près de 6 millions de voyageurs chaque année. «Cette ancienne dénomination nous est d'ailleurs réclamée depuis plusieurs années par nombre de nos clients suisses, romands et allemands», ajoute Georges Oberson.

Selon une étude commandée par l'entreprise montreuissienne

«Selon nos calculs, nous pouvons encore augmenter de 30% notre clientèle nationale»



Georges Oberson
Directeur de GoldenPass

en 2014 à l'Ecole hôtelière de Lausanne, la marque GoldenPass bénéficie en effet d'un taux de notoriété spontanée relativement faible par rapport à d'autres offres de loisirs régionales (*lire ci-contre*). Ce qui signifie que l'entreprise bénéficie encore d'un intéressant potentiel de développement sur le marché indigène. «Nous avons déjà pu nous en apercevoir cette année», explique Georges Oberson. Grâce à des offres ciblées en Suisse allemande, nous avons pu augmenter le nombre de nos clients nationaux de l'ordre de 30%. Et cela sans voir baisser des parts de marché dans d'autres segments.»

Après un premier bilan de l'année 2015, il apparaît déjà que ce

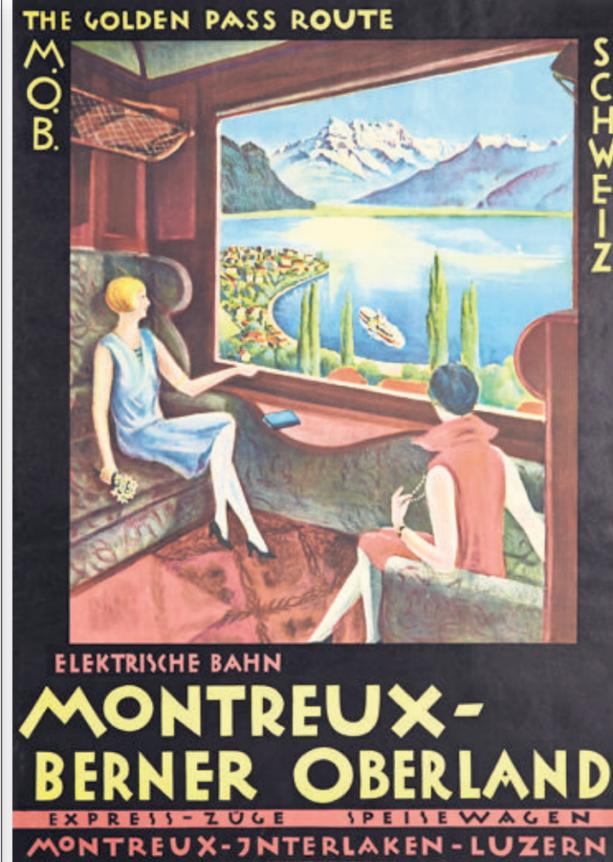


La marque MOB avait été abandonnée il y a quinze ans au profit de GoldenPass pour attirer la clientèle étrangère. DR

recentage sur le marché national a permis à la compagnie ferroviaire d'égaliser le record absolu de fréquentation de 2014. Cela malgré une mauvaise conjoncture européenne, des touristes étrangers frileux et, surtout, le franc fort. GoldenPass entend dès lors renforcer cette stratégie payante par une meilleure communication à l'échelle régionale. «Cela est d'autant plus opportun que plus

de 80% de notre clientèle provient encore de l'étranger», glisse Georges Oberson.

Le renouveau marketing de l'entreprise a donc passé par la réalisation d'un nouveau logo MOB et d'une nouvelle charte identitaire, actuellement sous presse, et qui diffusera son contenu en trois langues auprès des partenaires de GoldenPass. «Avec ce logo, nous voulons mettre en



Devant le Montreux Jazz

● Réalisée auprès de 674 Vaudois, Genevois, Fribourgeois et Bas-Valaisans, l'enquête de l'Ecole hôtelière de Lausanne révèle que le taux de notoriété spontanée de la marque MOB est supérieur à celui du Montreux Jazz Festival. Dans le classement établi par l'institut vaudois, c'est la marque Aquaparc, au Bouveret, qui est la plus connue des attractions touristiques régionales, devant, dans l'ordre,

avant l'histoire de notre entreprise. Cette marque forte a fait le succès de notre compagnie dans toute la Suisse. Nous renouons avec nos racines.»

Pour l'heure, les premiers logos MOB sont visibles dans la gare dernier cri de Château-d'Œx fraîchement rénovée ainsi que sur le nouvel horaire de la compagnie. Et le coût global de ce changement identitaire ne devrait pas

être trop onéreux, à entendre Georges Oberson: «Si nous avions remplacé les visuels des trains et des uniformes en une seule fois, cela nous aurait coûté cher. Mais comme les remplacements s'effectueront progressivement ces prochaines années, leur coût restera dans nos budgets annuels.»

Un slogan tout prêt

Dans le cadre de l'étude de l'Ecole hôtelière de Lausanne, GoldenPass avait aussi voulu connaître les autres freins qui privent la compagnie de certains voyageurs. C'est une autre bonne nouvelle pour elle: le plus grand nombre de clients potentiels n'ont pas voyagé sur les lignes GoldenPass «parce qu'ils n'y ont pas pensé». C'est là le motif de «renoncement» le plus important, loin devant la préférence au voyage en voiture, la «cherté des billets» et l'éloignement du réseau GoldenPass (surtout pour les Genevois). Ça tombe bien: pour convaincre cette clientèle distraite, il y a déjà un slogan tout prêt qui a passé dans le langage courant des fidèles de la ligne: «Prenez le MOB!»

Le nouveau logo



Les premiers logos MOB sont visibles dans la gare dernier cri de Château-d'Œx ainsi que sur le nouvel horaire de la compagnie. Ce changement identitaire sur les infrastructures, les trains et les uniformes se fera progressivement. DR

Monthey Causes du feu identifiées

Les causes de l'incendie qui s'est produit le 9 septembre dans une fosse de stockage du site chimique (24 heures du 10 septembre) ont été identifiées. Le sinistre, qui a été très rapidement maîtrisé, a été provoqué par la formation et la fuite de gaz sous pression, contenu dans un réservoir de déchets. Des mesures correctives ont été étudiées et sont mises en œuvre afin de s'assurer qu'un tel événement ne se reproduira pas. Les nuisances olfactives qui ont incommodé la population étaient sans danger, tant sur le plan sanitaire qu'au niveau environnemental. **C.BO.**

Brevet des armaillis, 16^e du nom

Les Paccots Demain se tiendra la 16^e édition du Brevet des armaillis, traditionnelle course de raquettes familiale entre le Moléson et Les Paccots. Inscriptions: 20 fr. par adulte (enfants: 5 fr. et 7 fr.). www.brevetdesarmaillis.ch, 021 948 84 56 ou sur place le jour de la course. **K.D.M.**

Du saxophone aux Planches

Montreux Le saxophoniste mexicain Gerry Lopez se produira ce soir à 20 h à l'ancienne poste des Planches. Il sera accompagné par Josselin Perrier à la batterie et Pedroj Martinez à la basse. Entrée libre. **C.BO.**

Vevey Image par image sur le quai

A mi-chemin entre la photo et la vidéo, le «stop motion», ou «animation image par image» en français, s'invite à Vevey, ce 30 janvier. L'association Phasma et Biblio-Vevey proposent une série d'ateliers qui permettront à chacun de s'essayer à cette technique. Les créations saccadées des participants seront ensuite montées et projetées durant plusieurs semaines sur le quai veveysan. De 10 h à 12 h, atelier pour les 9-13 ans, de 13 h à 15 h pour les 14-17 ans et de 16 h à 18 h pour les adultes. Prix: 5 fr. Infos sur biblio.vevey.ch. **D.G.**

Vevey tient son premier Dîner Quizz

Le concept propose de réunir des jeunes autour d'une thématique et en présence de spécialistes. Pour cette première, les écrans sont sous la loupe

«#jelike les écr@ns». Pour «J'aime les écrans», mais en langage 2.0. Télévisions, ordinateurs, tablettes, smartphones: comment se prémunir et éviter les addictions aux écrans? Comment gérer mes identités virtuelles sur les réseaux sociaux? Ce sont quelques-unes des questions qu'abordera le premier Dîner Quizz de Vevey, vendredi prochain 22 janvier à 19 h au Théâ-

«Il reste douze places à prendre pour ce premier rendez-vous»

Thierry Chevalley
Animateur culturel

tre Le Reflet. Le concept, venu de France, a notamment fait ses preuves dans l'Ouest lausannois.

Quel est-il? Une cinquantaine de jeunes de 16 à 20 ans se retrouvent autour d'un repas dans un lieu atypique pour débattre d'un sujet. Plusieurs spécialistes de la

Nouveaux locaux à Aigle pour la Monneresse

La fondation installera son école et ses enseignants dans une construction nouvelle au chemin du Levant. Coût de l'opération: 7,4 millions. Ouverture prévue en février 2018

Sise à Aigle, mais active dans tout l'Est vaudois, la Fondation La Monneresse, institution privée reconnue d'intérêt public par le Canton, va prochainement pouvoir s'installer dans de nouveaux locaux. Ils seront situés au chemin du Levant 12, sur une parcelle communale.

La construction nouvelle permettra de regrouper l'école et l'enseignement de la Monneresse. Elle jouxtera l'actuel EMS La Résidence, dont la capacité sera doublée dans le futur (ce projet n'est pas encore soumis à enquête publique, contrairement à celui de la Monneresse - échéance au 7 février). Les deux entités seront au bénéfice de droits de superficie octroyés par la Ville d'Aigle.

La Fondation La Monneresse, dirigée par Louis Lamontagne, administre depuis 2001 le Centre logopédique et pédagogique de l'Est vaudois. Ce dernier a été créé en 1977 par Eline Roess avec l'appui des autorités locales et cantonales. «Sa mission est, d'une part, de proposer des services de psychologie, de psychomotricité et de logopédie en milieu scolaire; de l'autre, de prendre en charge des élèves - 63 aujourd'hui - qui ont principalement des troubles du langage et d'apprentissage. Actuellement scolarisés à la Planchette, ce sont eux qui intégreront le futur complexe avec l'encadrement de la fondation», détaille Louis Lamontagne.

La construction future, qui bénéficiera d'un préau et d'une aire de jeu en extérieur, se présente en un module de deux niveaux qui surmonteront un sous-sol. Il sera édifié après démolition du bâti existant et comprendra des salles de classe, des bureaux pour logopédistes et psychologues, des salles d'études, une autre polyvalente, un local de bricolage, des sanitaires, une cuisine, une cafétéria, etc. La parcelle est au bénéfice de 22 places de parc actuellement, trois nouvelles seront créées. A noter que l'entrée de l'école permettra de séparer la cour de récréation du jardin de l'EMS.

«Les travaux devraient commencer en août pour une ouverture agendée à février 2018», conclut le directeur de la fondation. Le coût global de la construction, qui figure dans le dossier d'enquête publique, est estimé à 7,4 millions de francs.

Christophe Boillat

www.monneresse.ch