

«EXPO.02 TIENT VRAIMENT LA ROUTE»

Rainer Müller, directeur marketing de la manifestation, est très satisfait par les réactions des visiteurs. Et il ne doute pas que la fréquentation va continuer à s'améliorer.

«**P**our nous, à la direction marketing, l'indicateur le plus important est la satisfaction des visiteurs. Nous avons maintenant réalisé plus de 4000 interviews sur les sites et l'on peut dire que la satisfaction est très élevée. Les 90% des personnes interrogées se disent satisfaites ou très satisfaites de leur visite. Et autant disent qu'ils vont recommander l'Expo à des tiers, à des amis. Donc, en ce qui concerne les visiteurs, Expo.02 tient vraiment la route.

La fréquentation? Depuis deux semaines, un changement significatif s'est produit.

D'une moyenne de 53 000 visiteurs par jour, nous sommes passés à plus de 60 000! Dans ce genre de grandes manifestations, la fréquentation la plus forte est d'ailleurs toujours enregistrée vers la fin.

Ce qui me semble le plus intéressant, c'est que chaque arteplage fonctionne un peu comme une petite ville où l'on trouve de tout: des expositions, des divertissements, des clubs avec de la musique, un paysage magnifique et une architecture très moderne. Je connais aussi des gens de la région qui se retrouvent régulièrement le soir sur les arteplages parce qu'ils en apprécient l'atmosphère.

Qu'est-ce que l'Expo apporte à la Suisse? Je constate surtout que l'ambiance parmi les visiteurs est extraordinaire. Chacun fait preuve d'une grande ouverture d'esprit. C'est peut-être l'un des grands succès de la manifestation: elle permet à la population suisse, par le biais des expositions, de s'intéresser à des sujets qui ne font pas forcément partie de son quotidien. Et chacun est prêt à se laisser toucher par ce qu'il rencontre, par ce qu'il découvre.

Propos recueillis par Pierrette Rey



EN DEUX MOTS

Rainer Müller, 42 ans, est originaire de Thurgovie, canton où il habite aujourd'hui, après avoir longtemps vécu dans l'Oberland zurichois. Il est entré à l'Expo en 1998 comme responsable du marke-

ting des visiteurs. En 2000, il est devenu directeur marketing, rejoignant ainsi la direction générale. Ce père de deux garçons était auparavant responsable de la communication à Suisse Tourisme. *pry*

Vous ferez bien la navette

«Was für eine schöne Stadt es issh...» A la même heure, nous nous en étions mis plein le regard. Des images en boucle. Par centaines. Des images éclatées. Des villes, des maisons, des rues. Des passants. Il y avait eu ensuite, plus haut, ce grand cirque. Dans le luxe de la guerre. Son élégance. Une violence de classe. Guerroyer du temps de Charles le Téméraire, de la belle histoire: mais en peinture! Parce qu'alors, c'est là qu'on porte beau, que le sang versé est sublimé dans l'esthétique du combat, que la guerre, en somme, est un conte qu'on pourrait croire de rêve... Nous nous sommes rencontrés au bas des escaliers. Juste avant que de sortir du Monolithe. Deux dames d'âge. De Zurich. Belles dans les découvertes qu'elles font. Nous parlons encore dans le bateau-navette qui nous ramène à Morat. «Mais quelle belle ville», disent-elles. «Un musée.» Dans le même, l'autre. A découvert.



Jean-Dominique Humbert, rédacteur en chef adjoint.

PHOTOS BRUNO KELLERBERGER