

Une belle reconnaissance pour la librairie Padi

ORBE La séance de dédicace de l'auteur fribourgeois Laurent Eltschinger, ce samedi à la librairie Padi, pour son deuxième polar, bénéficie d'un soutien financier dans le cadre du projet national LIBER.

TEXTES: KÉVIN RAMIREZ

«C'est exceptionnel d'avoir été choisie», s'exclame Mélinna David. La gérante de la librairie Padi, à Orbe, se réjouit de la nouvelle qu'elle vient d'apprendre: la séance de dédicace de Laurent Eltschinger, prévue ce samedi 9 avril chez Padi, dans le cadre de la sortie de *Sur le plancher des vaches*, son nouveau roman policier (*lire encadré*), fait l'objet d'un soutien financier s'inscrivant dans le projet national LIBER. Porté par les associations suisses impliquées dans le marché du livre et soutenu par une multitude d'acteurs, allant des cantons aux communes en passant par des structures culturelles, comme les fondations en faveur de la culture suisse Pro Helvetia et ProLitteris, ce projet a pour but la promotion de la littérature suisse.

Concrètement, le projet LIBER prévoit de soutenir quarante manifestations sur le sol helvétique, réparties équitablement entre des auteurs et des traducteurs suisses. «Cela permet de prendre en charge des frais qui ne sont jamais couverts habituellement», confie Mélinna David. La librairie pense notamment à ceux de déplacement des auteurs et traducteurs, et elle se félicite que les librai-

ries touchent également une partie du montant pour l'organisation des événements sélectionnés.

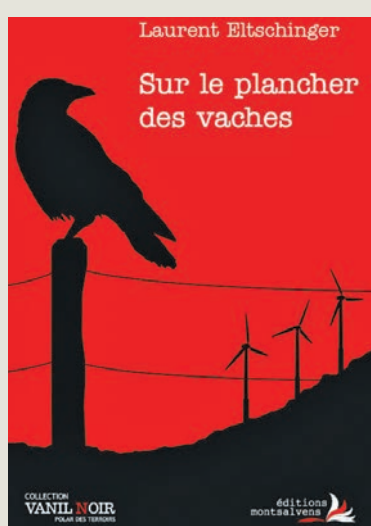
Initialement, ce projet est né en automne 2021, par le biais d'un financement participatif: chaque citoyen pouvait acquérir des bons à prix préférentiel à faire valoir dans la plupart des librairies suisses. Si l'opération a bien fonctionné, LIBER a ensuite souhaité encourager plus spécifiquement les auteurs et traducteurs suisses, d'où cet appui financier à une sélection d'événements nationaux.

«L'idée est de promouvoir les différents acteurs suisses du livre, comme les auteurs, les éditeurs et les librairies», précise Mélinna David, ravie et honorée d'avoir été retenue, au vu de la quantité d'acteurs pouvant postuler.

Séance de dédicace, samedi 9 avril, librairie Padi, à Orbe (10h-12h).



La gérante Mélinna David (à dr.) et sa collaboratrice Amélie Deslarzes attendent impatiemment la venue de Laurent Eltschinger. PADI



Regard sur la paysannerie

Si le premier polar de Laurent Eltschinger, *Le combat des Vierges*, concernait une enquête policière empli de mysticisme dans sa région natale, ce deuxième volume consacré à l'inspecteur JiBé se veut plus proche de la terre.

Avec *Sur le plancher des vaches*, le lecteur est entraîné dans le monde agricole, d'où est originaire l'auteur, avec la mort suspecte de trois vaches d'un vieux paysan fribourgeois. Parallèlement, un village neuchâtelois voit le décès de trois de ses habitants en une dizaine de jours, et des liens s'établiront petit à petit entre les deux affaires.

C'est l'occasion, pour l'écrivain, de mettre en parallèle l'agriculture traditionnelle et moderne, au regard des considérations écologiques, qui sont le fil rouge de ce polar. Car, pour l'auteur, ses histoires doivent permettre de questionner certains aspects de notre société.

Sur le plancher des vaches, sorti en novembre 2021 aux éditions Montsalvens, a été imprimé par Artgraphic Cavin, à Grandson.

Nouvelle offensive lancée outre-Sarine

NORD VAUDOIS - BROYE - VALLÉE La section locale de l'hôtellerie romande fait les yeux doux, jusqu'au 17 avril, à la clientèle suisse-alsacienne par le biais d'une campagne qu'elle renouvellera à la fin de l'été avec un volet gastronomie/cénotourisme.

La Suisse alsacienne pèse lourd dans la balance des finances de l'hôtellerie romande. Alors que nous leur renvoyons peu l'ascenseur, les clients d'outre-Sarine sont traditionnellement nombreux dans nos contrées, à la grande satisfaction des membres de la section Nord vaudois, Broye et Vallée de Joux de l'Association romande des hôteliers (association régionale d'HôtellerieSuisse). Lesquels, insatiables, veulent davantage encore les aiguiller dans la bonne direction, par le biais d'une campagne lancée le 4 avril en gare de Zurich, Winterthur et Saint-Gall.

Pierre-André Michoud, en tant que membre du trio composant le comité de la section, mais aussi que propriétaire de l'Hôtel du Théâtre à Yverdon, vous devez apprécier ce petit faible que les Suisses

alsaciens ont pour la Romandie...

Oui, et ce n'est pas récent. Notre Région des 3 Lacs a toujours accueilli beaucoup de Suisses alsaciens. La Route 5 de la Suisse à Vélo a été l'une des toutes premières à être créées. Il faut aussi dire que nous avons toujours mis un point d'honneur à accueillir nos «cousins» alsaciens, par exemple en parlant l'allemand ou le suisse-allemand dès l'accueil à la réception, voire dans les mails ou sur les sites internet.

En période Covid, et avec la fermeture des frontières, la venue de ces «cousins», comme vous les appelez, vous a permis de sauver les meubles. Ressentez-vous un changement depuis que la pandémie a fléchi?

Avec la réouverture des frontières, et après deux ans de Covid, les Suisses désirent à nouveau partir en vacances pour des destinations lointaines et exotiques. Beaucoup ont aussi un budget élevé pour prévoir des vacances conséquentes à l'étranger. La clientèle alsacienne nous sera toujours fidèle mais assurément moins que ces deux derniers étés.

Pourquoi, dès lors, avoir encore besoin de lancer de telles campagnes à l'intention d'une clientèle acquise à votre cause?

À fin 2019, avant le Covid, nous avons eu la bonne idée de prévoir une campagne de communication en Suisse alsacienne en 2020, afin de rappeler notre destination (Yverdon-les-Bains région); bien nous en a pris. En 2021, nous avons à nouveau été présents et nous avons décidé



Les trois membres du comité de la section Nord vaudois, Broye et vallée de Joux de l'Association romande des hôteliers, Pierre-André Michoud, Françoise Guilloud et Patrice Bez (de g. à dr.) sont déterminés à promouvoir leur devise «la vraie expérience 4 Saisons» et à démontrer que la région est pleinement axée «plages» et «VTT sur chemins carrossables».

de remettre la compresse pour 2022 en ajoutant la campagne d'affiches dans les gares et en sortant le motto «la vraie expérience 4 Saisons». Il est capital de rester présent sur ce marché même après le Covid.

A l'heure de lancer cette campagne en deux phases, vous évoquez une période morose...

Après le Covid, voilà le conflit en Ukraine... Cela engendre une morosité ambiante au niveau des voyages et du business qui n'est pas saine pour nos établissements et le moral de nos collaboratrices et collaborateurs. Tout ceci n'est pas rassurant pour la marche des affaires... Personnellement, j'ai déjà traversé pas mal de crises depuis 1994, mais il est toujours difficile de faire avec.

A long terme, comment voyez-vous la situation?

Pour la clientèle «business», ça redémarre heureusement, quoiqu'avec le conflit en Ukraine et la parité de l'Euro, c'est à nouveau un peu difficile. Pour la clientèle «loisirs», il est important de ne pas dépendre que des cyclistes et marcheurs; il faut absolument que notre région se positionne sur d'autres éléments porteurs (truffes, thermalisme, sports, événements réguliers, etc.) Depuis fin 2019, nous collaborons avec Gretz Communication et l'ADNV (qui œuvrent déjà ensemble), mettant nos forces financières dans un pot commun pour être plus percutants, à raison de plus de deux tiers pour les hôteliers et d'un pour l'ADNV. • P.W.

