

Plébiscité par ses sujets britanniques, Queen fait aussi recette sur la Riviera

» **MONTREUX**
Un récent sondage de la BBC a vu le groupe de Freddie Mercury précéder les Beatles et les Stones dans le cœur des Anglais. Dans la station, on mise à fond sur le patrimoine légué par Queen.

Ils étaient plus de 20 000 Anglais à empoigner leur téléphone pour répondre à un sondage de la radio BBC au début du mois de janvier. Trois heures plus tard, *they are the champions*: Queen était désigné «meilleur groupe britannique de tous les temps», devant les mythiques Beatles et Rolling Stones.

Une popularité qu'analyse, sur la Riviera, Dave Richards, l'ingénieur du son qui a côtoyé le groupe pendant une vingtaine d'années: «Il y a tout d'abord la longévité de leur carrière: Brian May et Roger Taylor sont toujours actifs aujourd'hui. Il y a aussi la comédie musicale en hommage au groupe qui cartonne dans le monde entier. Mais avant tout, Queen, c'est des chansons éternelles, dotées d'un son intemporel. Et de véritables hymnes, comme *We will rock you*, qu'on chante jusque dans les stades.»

«Ils trouvaient l'inspiration à Montreux»

Dave Richards le rappelle, dans les années 70 et 80, Fred-



DEVANT LA MYTHIQUE STATUE Norbert Muller et Peter Freestone sur les quais. Le patron du Bazar Suisse et l'assistant personnel de Freddie Mercury veillent à perpétuer le mythe. Avec succès: les fans affluent à Montreux et s'arrachent les articles dédiés aux interprètes de *We are the champions*.

die Mercury et ses musiciens adoraient Montreux, ses bars et ses discothèques. «Ils y trouvaient l'inspiration pour leurs disques. Ils ont notamment enregistré les albums *A kind of magic* et *Innuendo* au Mountain Studio, qu'ils avaient acheté.»

Et si le mythique studio d'enregistrement a fait les frais de la rénovation du casino, les fans continuent de rallier la station où la statue de Freddie Mercury, depuis 1996, trône sur les quais.

«L'engouement est incroyable, quotidien, raconte Norbert

Muller, patron du Bazar suisse qui commercialise des dizaines d'articles dédiés à Queen. Il y a des Anglais, des Italiens, des Japonais, des Russes. Un jour, j'ai rencontré des Américains. Ils m'ont avoué que c'était la première fois qu'ils prenaient l'avion. Et c'était

pour voir la statue à Montreux.»

Municipal de la culture, Laurent Wehrli est bien conscient de l'enthousiasme manifesté par les fans: «D'ailleurs la statue est mise en exergue sur tous les dépliants touristiques à destination du monde anglo-saxon.»

Pour répondre aux attentes, le Memorial Day commémore désormais au mois de septembre l'anniversaire de Freddie Mercury. Conférences, rencontres avec ceux qui ont côtoyé le groupe et concerts émaillent un week-end qui réunit chaque année entre 300 et 400 pèlerins venus du monde entier.

Un musée, mais pas tout de suite

A Montreux, T-shirts, statues miniatures, pins et porte-clés font recette. «On trouve le nom de la statue sur de nombreux articles. Il est important de faire de la publicité pour la ville», insiste Norbert Muller, qui précise que tous ses produits sont en vente exclusivement sur la Grand-rue: «On ne vend pas sur internet, de façon à faire venir les fans à Montreux.»

Les résultats du sondage de la BBC confortent les autorités dans leur certitude: l'aura de Queen est intacte, même seize ans après la mort de Freddie Mercury. Ne serait-il dès lors pas temps d'étoffer l'offre à disposition, et de poser enfin la première pierre du projet de musée en hommage au groupe? «Cette idée fait son chemin? Cet espace Queen serait intégré au projet de musée de la musique qui se dessine derrière la gare CFF», répond Laurent Wehrli. Les négociations portent désormais sur la vente du terrain concerné.

RAPHAËL DELESSERT