



COMMUNE DE VILLENEUVE

MUNICIPALITÉ

COMMUNICATION N° 10/2017

AU CONSEIL COMMUNAL

Plan d'intentions et mesures envisagées pour l'amélioration
de l'attractivité touristique de Villeneuve

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,

INTRODUCTION

Depuis son entrée en fonction en juillet 2016, la Municipalité a décidé de se donner les moyens de créer une vision globale du développement harmonieux de notre Commune et ce, tant au niveau urbanistique que de la qualité de vie de nos concitoyens ou celle de l'accueil des visiteurs de notre Commune.

L'opportunité a été saisie de compléter une série d'études concernant le stationnement, le logement, la mobilité et la revitalisation du Bourg. L'étude sur l'attractivité touristique de notre Commune, dont le positionnement face à Vevey (Ville d'Images), Montreux (Ville de Musique) ou encore La Tour-de-Peilz (Ville du Jeu) s'avère difficile, a été confiée à M. Stéphane Fellay, fondateur de la société Experientiel Sàrl, qui collabore depuis plusieurs années avec Montreux-Vevey-Tourisme pour le projet « Enjoy Vevey » notamment.

LE TOURISME, UNE PLUS-VALUE POUR L'ECONOMIE LOCALE

La concurrence entre les villes et, de manière plus générale entre les offres de loisirs et de shopping, s'accroît. Les habitudes et les besoins des individus ont aussi très rapidement évolué durant les dernières décennies.

C'est pourquoi il est important pour une ville d'accroître son attractivité. Elle doit ainsi définir pour qui elle souhaite être plus attractive. Elle peut l'être pour ses habitants, pour les entreprises, pour les commerçants, pour les touristes etc. De plus en plus de territoires européens travaillent sur des « stratégies territoriales » qui englobent dans leurs réflexions ces différents utilisateurs.

Par les démarches envisagées, nous visons à améliorer l'attractivité de Villeneuve pour les touristes et à intégrer des objectifs économiques dans les investissements touristiques. En effet, le tourisme peut apporter de meilleurs bénéfices pour la Commune et ses habitants, lorsqu'une véritable stratégie de développement est élaborée et suivie.

Pour ce faire, une feuille de route a été adoptée, développée par le Dr Roland Scheurer et régulièrement utilisée par les destinations qui ont pris part au projet national « Enjoy Switzerland », initié par Suisse Tourisme. Ce modèle a été adapté par Stéphane Fellay.

BUT DE CETTE COMMUNICATION

En déposant cette communication, la Municipalité souhaite présenter au Conseil Communal sa proposition de mise en route du projet de développement de l'attractivité touristique de Villeneuve sur le court, moyen et long terme ainsi que les investissements y relatifs.

Une série de mesures vous est ainsi présentée dans cette communication. **Le préavis No 09/2017, déposé simultanément à la présente**, demande au Conseil Communal un crédit pour la réalisation des mesures touristiques « Phase 1 ».

Par la suite, ce premier préavis sera suivi par le dépôt de plusieurs préavis successifs permettant la mise en œuvre, après validation par la Municipalité, de tout ou partie des mesures stratégiques plus conséquentes également présentées dans cette communication.

TRAVAIL ET DEMARCHE PREALABLES

A. ANALYSE DE LA MISE EN SCÈNE

Le 27 septembre 2016, après plusieurs séances de préparation du bureau d'étude avec la commission tourisme, un groupe de travail de personnes représentant les acteurs touristiques, économiques et politiques de la Commune a participé à l'analyse de la mise en scène de Villeneuve. Le but de cette première étape était de regarder la Commune avec les yeux d'un nouveau touriste.

A la suite de cette analyse, un rapport a été rédigé. Un condensé de celui-ci vous a été présenté par Monsieur Fellay lors de la séance du Conseil Communal du 22 juin dernier.

Par la suite, différents ateliers participatifs ont été réalisés avec les mêmes participants afin de déterminer un thème principal pour la mise en scène future de Villeneuve. Ce thème principal, une fois approfondi et retravaillé, va servir de vision pour coordonner le développement de l'attractivité touristique et la mise en scène de notre Commune.

Disposer d'une vision ambitieuse et commune est important pour :

- stimuler la motivation des parties prenantes,
- assurer une cohérence de l'expérience touristique,
- permettre un investissement optimal des ressources,
- offrir une expérience touristique originale.

B. CHOIX DU PUBLIC CIBLE ET DU THÈME PRINCIPAL

Avec la quantité d'informations que nous recevons tous les jours, la communication doit être bien ciblée, sinon elle passe inaperçue. Si le thème principal doit pouvoir s'adapter à plusieurs publics, il est cependant important de définir le public principal qu'il vise afin de pouvoir proposer des mesures à mettre en place pour rehausser l'attractivité touristique en accord avec le thème principal choisi.

Les différentes réflexions menées durant les ateliers ont révélé que le public cible principal est composé de familles provenant majoritairement des régions avoisinantes, ainsi que de touristes résidant quelques jours sur la Riviera ou en Valais. Les familles représentent déjà la majorité des excursionnistes actuels.

L'analyse de l'offre existante, celle des possibilités de développement pour le tourisme villeneuvois et le choix du public cible ont abouti à quatre propositions de thèmes principaux possibles. Le thème intitulé « **A la croisée des mondes** » a particulièrement retenu l'attention du groupe de travail. Une fois approfondi et retravaillé par l'équipe de projet, il devrait permettre de jouer sur les transitions et proposer des activités originales que les destinations touristiques à proximité (Vevey, Montreux) n'offrent pas. L'une des mesures proposée « élaboration de l'identité touristique » vise à affiner ce thème et à en faire un positionnement visuel et textuel attractif pour les touristes et pour les habitants.

Il est important de rappeler ici que, si le choix de la thématique principale est la base pour créer une identité touristique reconnue, cette dernière va être développée au fil du temps et au travers des mesures mises en place, avant de pouvoir devenir une « marque » identitaire proprement dite.

RECOLTER ET PRIORISER LES MESURES

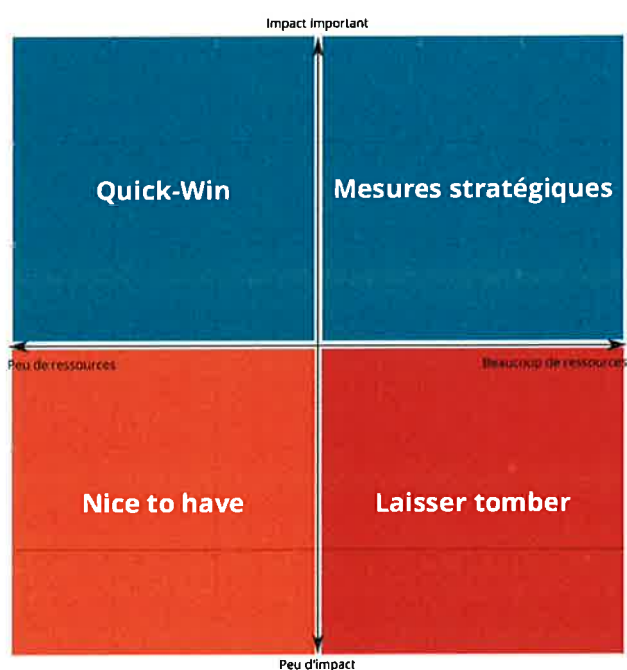
Un atelier participatif a permis de récolter plus de cinquante idées de mesures. Une priorisation a ensuite été réalisée afin de choisir les mesures à réaliser dans un délai de deux à quatre ans.

Les autres mesures sont conservées et pourront être réalisées ultérieurement.

Pour la priorisation des mesures, nous avons opté pour les critères suivants :

IMPACT : Quel impact aura cette mesure en termes d'attractivité touristique et de retombées économiques

RESSOURCES : Quelles sont les ressources humaines et financières nécessaires à sa réalisation ?



Ce système de priorisation a permis de définir les mesures qui sont à réaliser pour permettre d'obtenir des résultats rapidement, ainsi que les mesures à réaliser dans un plus long terme car nécessitant plus de ressources et une approche stratégique plus conséquente.

Les mesures qui auront peu d'impact et demandant peu de ressources pourront être réalisées si l'occasion se présente en cours de route. Les mesures qui auront peu d'impact et nécessiteraient beaucoup de ressources sont, elles, abandonnées d'office.

Il est important de raisonner en termes de flux et non de stock. Les investissements futurs à consentir doivent rapporter à la longue en termes d'image, d'attractivité touristique et en retombées économiques. Par conséquent, le choix en faveur de bonnes mesures stratégiques qui apporteront des résultats devra être fait ultérieurement par le Conseil Communal.


Persuadée qu'il sera important de réaliser quelques mesures ambitieuses pour attirer les visiteurs, la Municipalité souhaite lui soumettre au travers de cette communication, les intentions et la planification future telle qu'imaginée par elle. N'investir que dans de petites mesures ne permettra pas de faire la différence recherchée.

Par conséquent, à la suite du travail de priorisation effectué, la Municipalité se propose d'étudier une série de mesures à réaliser en plusieurs étapes distinctes :


14 MESURES PROPOSÉES

PHASE 1 (2017/18)


1. CRÉATION D'UNE IDENTITÉ TOURISTIQUE

OBJECTIFS	Rendre Villeneuve plus visible dans le paysage touristique régional. Permettre aux touristes/excursionnistes de se projeter dans l'expérience à vivre à Villeneuve.	 <p><i>(Exemple, thème et prototype non aboutis)</i></p>
DESCRIPTION	Mise au concours de plusieurs agences pour transformer le thème, la vision en une promesse.	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Renforcement de l'attractivité de Villeneuve et meilleure intégration dans les offres de MVT	
MISE EN SCÈNE	L'identité doit impérativement refléter le thème et la vision	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Fr. 20'000.-	

2. PLAN DE VILLE TOURISME ET COMMERCES

OBJECTIFS	Améliorer la visibilité des activités et attractions touristiques de Villeneuve	
DESCRIPTION	Réalisation d'un plan des activités touristiques et des commerces. Proposition d'itinéraires intéressants. Distribution à l'OT, dans les magasins, aux nouveaux habitants...	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Les touristes font plus d'activités ou reviennent à Villeneuve.	
MISE EN SCÈNE	Les itinéraires peuvent intégrer les opposés. Le graphisme doit refléter le thème choisi.	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Environ Fr. 20'000.-	

3. ENTRETIEN DE LA SIGNALISATION ACTUELLE (ENTRETIEN COURANT)

OBJECTIFS	Améliorer le cadre	
DESCRIPTION	Suppression des panneaux obsolètes, filets verts à la piscine, etc, soin accru apporté aux vitrines et points d'info, désencombrement général	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Un cadre plus agréable et harmonieux	
MISE EN SCÈNE	Une ville plus soigneusement entretenue	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Budget entretien ordinaire	

4. VÉLOS EN LIBRE SERVICE

OBJECTIFS	Rapprocher les attractions touristiques et offrir une nouvelle activité.	
DESCRIPTION	Mise à disposition pendant la belle saison de vélos en location et création d'une proposition d'itinéraires.	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Les touristes font plus d'activités, découvrent la commune et ses environs et reviennent plus souvent à Villeneuve.	
MISE EN SCÈNE	Les propositions d'itinéraires doivent intégrer le thème « Nature et civilisation » ou « Lac et vignes » (viennent d'être réalisés en collaboration avec MVT qui a entièrement financé les 6 plans en 3 langues)	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Fr. 15'000.-/année via le budget communal	


Phase 2 (2018 – 2019)

5. GRANDE IMAGE/TROMPE-L'OEIL SUR LA COOP


OBJECTIFS	Améliorer le cadre et la visibilité des activités et attractivités « invisibles » depuis les quais	
DESCRIPTION	Réaliser une affiche géante/trompe l'œil pour le bâtiment de la Coop et le mur sur les quais menant aux Marines mettant en valeur une ou plusieurs activités/attractivités villeneuvoises, par exemple montagnes ou vue s'ouvrant sur le bourg qui serait ainsi rendu visible depuis les quais.	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Meilleure impression des visiteurs, plus de fréquentation des activités en montagne/ dans la Grand'Rue	

MISE EN SCÈNE	On montre la montagne au bord du lac/ On invite à la découverte du bourg	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Fr. 10'000.- à Fr. 25'000.-	

6. RÉNOVATION DU DÉBARCADÈRE ET AMÉNAGEMENT DE LA PLACE

OBJECTIFS	Le débarcadère est un peu vieillot et certaines vitres sont cassées.	
DESCRIPTION	Rénover le bâtiment, remplacement du chalet, vitres, coup de peinture et place réaménagée (verdure, mobilier)	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Meilleure « première » impression d'une des « portes d'entrée » principales de la Commune	
MISE EN SCÈNE	Une placette qui fait le lien entre l'eau et la terre, le lac et le bourg	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Financement à négocier avec la CGN	

7. MISE EN SCÈNE DU GIRATOIRE À L'ENTRÉE SUD DE VILLENEUVE




OBJECTIFS	Améliorer l'accueil et la perception de la thématique à l'entrée de Villeneuve	
DESCRIPTION	Mise en scène du giratoire	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Meilleure première impression, invitation implicite à s'arrêter à Villeneuve	
MISE EN SCÈNE	En accord avec l'identité touristique	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Environ Fr 20'000.-	

Débuter rapidement ces étapes de réalisations permettra d'obtenir des résultats concrets. Ceci est important pour inciter les acteurs locaux à participer à la démarche d'amélioration de l'attractivité de notre Commune.


C'est pour se donner toutes les chances de réaliser ultérieurement des mesures plus ambitieuses que la Municipalité envisage de vous proposer, lors de la troisième phase, au travers de nouveaux préavis les objets suivants :

PHASE 3 (2020–2021) – MESURES STRATÉGIQUES ENVISAGÉES

8. PLAGES FLOTTANTES /PLATFORMES EN BOIS

OBJECTIFS	Améliorer l'attractivité de Villeneuve Augmenter la place à disposition le long du lac	  
DESCRIPTION	Il s'agit de créer des plages flottantes, év. amarrées et démontables durant la saison d'hiver. Il existe beaucoup de possibilités. Idéalement il faudrait être ambitieux pour surprendre et attirer. Il est aussi envisageable « d'élargir » les quais en créant des plateformes/terrasses en bois pour doubler l'espace détente sur les quais	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Villeneuve devient « LA » plage de la Riviera. De nombreuses personnes y viennent pour les plaisirs aquatiques – fidélisation d'une clientèle qui se plaît à Villeneuve et qui profite de venir flâner dans le bourg, sur les terrasses...	
MISE EN SCÈNE	Via la valorisation de notre bois indigène et le travail du personnel communal.	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Difficile à estimer actuellement. Un préavis sera déposé afin de demander un crédit d'étude pour définir la faisabilité de telles installations.	

9. PLACES DE JEUX THÉMATISÉES

OBJECTIFS	Améliorer l'attractivité de Villeneuve Avoir des places de jeu uniques dans la région, se démarquer et créer l'envie de revenir régulièrement à Villeneuve	
DESCRIPTION	Remplacer les places de jeux « standard » par des places uniques et thématiques (en lien avec le thème principal)	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Villeneuve devient la destination des familles	
MISE EN SCÈNE	Place de jeu « montagne » près du lac et « lac » près de la montagne	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Difficile à estimer actuellement. Nécessitera un préavis chiffré.	


10. REAMENAGEMENT CONVIVAL DE LA GRAND'RUE

OBJECTIFS	Dynamiser la Grand-Rue et le bourg.	
DESCRIPTION	Envisager la Grand'Rue en zone de rencontre vivante. Donner la possibilité aux commerçants de se réappropriar la rue et aux restaurateurs d'étendre leurs terrasses.	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Augmenter le plaisir de venir faire du shopping à Villeneuve. Augmenter les retombées économiques pour les commerçants.	
MISE EN SCÈNE	En fonction du thème choisi	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Nécessite un approfondissement et une concertation avec l'étude « revitalisation du Bourg » actuellement en cours avant de pouvoir être chiffrée	

11. UTILISATION DES LOCAUX VIDES POUR ANIMER LA GRAND-RUE

OBJECTIFS	Dynamiser la Grand-Rue et le Bourg.	 
DESCRIPTION	L'utilisation des locaux vides est négociée avec les propriétaires. 3-4 expositions temporaires y sont organisées chaque année.	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Animation de la Grand-Rue, des visiteurs y viennent pour les expositions et finalement consomment également des produits. Ça fait également de la pub pour les propriétaires et rend la Grand-Rue plus belle.	
MISE EN SCÈNE	Les expositions doivent mettre en valeur le thème. Par exemple : Le bourg historique et la ville moderne.	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Selon l'utilisation des locaux, la mise à disposition des locataires et la gestion de projets via un animateur professionnel	

12. PARCOURS THÉMATIQUES ET INTERACTIFS – SENTIER DIDACTIQUE

OBJECTIFS	Offrir une activité et amener les touristes dans différents lieux	
DESCRIPTION	Réalisation d'un ou plusieurs parcours thématiques et interactifs en lien avec le thème principal	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Attirer des visiteurs. Amener des visiteurs du bord du lac à la Grand-Rue ou dans d'autres lieux clés.	
MISE EN SCÈNE	Le parcours doit être pensé dans le thème.	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Selon les ambitions – nécessite un préavis chiffré	

13. ACCUEIL, INFORMATION ET ORIENTATION

OBJECTIFS	Améliorer le bien-être des visiteurs et les guider vers les attractions.	
DESCRIPTION	Concevoir et poser une nouvelle signalétique touristique piétonne efficace et attractive.	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Meilleure visibilité des attractions. Favoriser la réalisation de plusieurs activités. Encourager le déplacement piétonnier.	
MISE EN SCÈNE	Par le graphisme	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Environ Fr. 100'000.- en lien avec ce qui est en train de se mettre en place dans d'autres communes sur la Riviera.	

14. PARKINGS À VÉLO

OBJECTIFS	Améliorer le sentiment de bienvenue des cyclistes	
DESCRIPTION	Aménagement de parkings à vélos aux endroits clés	
BÉNÉFICES ATTENDUS	Les cyclistes viennent volontiers à Villeneuve boire quelque chose, se reposer... car ils y sont bien accueillis... on pourrait même imaginer des lieux de gonflage des pneus...	
MISE EN SCÈNE	Au lieu de mettre de simples parcs à vélo, ils pourraient être aménagés « spécialement » en fonction du thème choisi	
RESSOURCES NÉCESSAIRES	Selon les solutions choisies, via le budget ou intégré dans un préavis	

FINANCEMENT ET SUBVENTIONS

Afin de pouvoir concrétiser une première série de mesures, la Municipalité a décidé de déposer simultanément avec cette communication le préavis No 09/2017 intitulé « Demande de crédit pour la réalisation des mesures touristiques « Phase 1 » ».

Pour réaliser les phases suivantes et les mesures plus ambitieuses dites « stratégiques », la Municipalité a l'intention de procéder, comme à l'accoutumée, en établissant des préavis avec soumissions rentrées après appels d'offres pour chacun des projets sélectionnés.

Dans ce type de projet, il est possible d'obtenir des soutiens financiers d'organismes comme la taxe de séjour ou Aigle Région ou encore de la part de la Confédération. Pour cela, il faut des fonds propres et remplir différentes conditions. La Municipalité ne manquera pas de déposer des demandes de subvention aux diverses instances.

PROJETS INTERDÉPENDANTS

Il est primordial de rappeler qu'il est indispensable de coordonner les différents projets tels que la dynamisation du bourg, l'agrandissement du port, le PDL Gare, l'étude de mobilité, de stationnement ou encore celle du logement, car tous ont un impact indéniable sur l'attractivité touristique de notre Commune. Le tourisme villeneuvois ne pourra que se trouver renforcé par une vision large et interactive des divers domaines susmentionnés qui tendent tous vers un but commun : rendre Villeneuve plus attractive.

Importance de la professionnalisation

La collaboration avec la société Expérientiel, qui a mené l'étude sur l'attractivité touristique de Villeneuve, ainsi que la coopération fructueuse avec Montreux-Vevey-Tourisme et la Commission intercommunale de la Taxe de Séjour, ont démontré, qu'en matière de développement touristique, la Commune a tout intérêt à pouvoir bénéficier de l'appui de professionnels.

CONCLUSION

Au vu de ce qui précède, la Municipalité demande au Conseil communal de prendre acte de la présente communication.

Ainsi délibéré par la Municipalité dans sa séance du 29 août 2017 pour être soumis à l'approbation du Conseil communal.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs les Conseillers, à l'assurance de nos sentiments distingués.

Au nom de la Municipalité :

La Syndique		Le Secrétaire :
 C. Ingold		 Y. Cheseaux

Déléguée de la Municipalité : Mme Annik Morier-Genoud, Municipale

Villeneuve, le 29 août 2017/YCX/cpv