

## STRATÉGIE DE DIVERSIFICATION TOURISTIQUE DES ALPES VAUDOISES

---

### ■ Rapport final - Tome 2

#### *PROGRAMME D' ACTIONS ET RECOMMANDATIONS*

- ARDA  
Association régionale pour le développement du district d'Aigle
- ADPE  
Association pour le développement du Pays-d'Enhaut

**Le mandat d'étude de « Diversification touristique des Alpes vaudoises », porté conjointement par l'ADPE (Association pour le développement du Pays-d'Enhaut) et par l'ARDA (Association régionale pour le développement du district d'Aigle), a été réalisé par les auteurs suivants :**

- **SEREC : Antonio TURIEL, Ch. de Mornex 3, 1003 Lausanne, Suisse  
T ++ 41 (0)21 311 24 64, serec.laus@gve.ch**
- **Philippe Caparros Développement : Philippe CAPARROS, Rue Ernest Cresson 9, 75014 Paris, France  
T ++ 33 (0)1 45 40 84 29, phcdev@club-internet.fr**
- **ALGOE : Bernadette GUYON-BENOITE, Route de Champagne 9 bis, 69134 - Ecully Cedex, France  
T ++ 33(0)4 72 18 12 34, bernadette.guyon-benoite@algie.fr**
- **Marc FORESTIER : Marc FORESTIER, Grand Rue 328, 39310 Lamoura, France  
T ++ 33 (0)3 84 41 20 26, marc.forestier2@wanadoo.fr**

# SOMMAIRE

■ PROPOSITIONS DE MESURES	1
<b>N Politique d'aménagement du territoire</b>	<b>4</b>
N.1. Accès aux destinations et inter modalité	4
N.2. Maîtrise de l'urbanisation	7
N.3. Préservation des patrimoines identitaires	9
N.4. Le logement des travailleurs du tourisme	13
<b>O Aménagement de l'espace</b>	<b>16</b>
O.1. Renforcement et mise en scène des cœurs de stations	16
O.2. Valorisation et mise en réseau des sentiers de promenade	20
O.3. Mise en place d'une signalisation touristique	23
<b>P Équipement des destinations</b>	<b>26</b>
P.1. Mise en valeur des patrimoines emblématiques	26
P.2. Création des « Maisons des Terroirs des Alpes vaudoises »	30
P.3. Création du réseau des « Maisons des Promenades »	33
P.4. Diversification des modes d'hébergement	36
P.5. Diversification de l'univers des loisirs	41
<b>Q Accompagnement de la diversification</b>	<b>44</b>
Q.1. Assistance à l'émergence et au développement de projets	44
Q.2. Dispositif d'aide à la mise en location des résidences secondaires	47
Q.3. Gestion centralisée de l'information d'accueil	50
Q.4. Sensibilisation à la diversification	53
■ RECOMMANDATIONS	55
<b>R Hiérarchisation des mesures</b>	<b>56</b>
R.1. Typologie et hiérarchie des mesures	56
R.2. Interdépendance des mesures	59
<b>S Eléments pour la mise en oeuvre</b>	<b>61</b>
S.1. Les étapes de la mise en oeuvre	61
S.2. Feuille de route à court terme	62
■ EN GUISE DE CONCLUSION	64
■ ANNEXES	66
1 Equipements culturels: Balthus, le Grand Chalet	67
2 Equipements culturels: Centre d'interprétation des paysages et de la nature	68

## ■ PROPOSITIONS DE MESURES

---

Ce chapitre constitue la déclinaison opérationnelle de la stratégie de diversification des Alpes vaudoises. Les chapitres précédents (cf. tome 1) ont permis de mettre en évidence les enjeux de cette diversification tant au niveau des destinations intérieures, que de l'ensemble du périmètre d'étude.

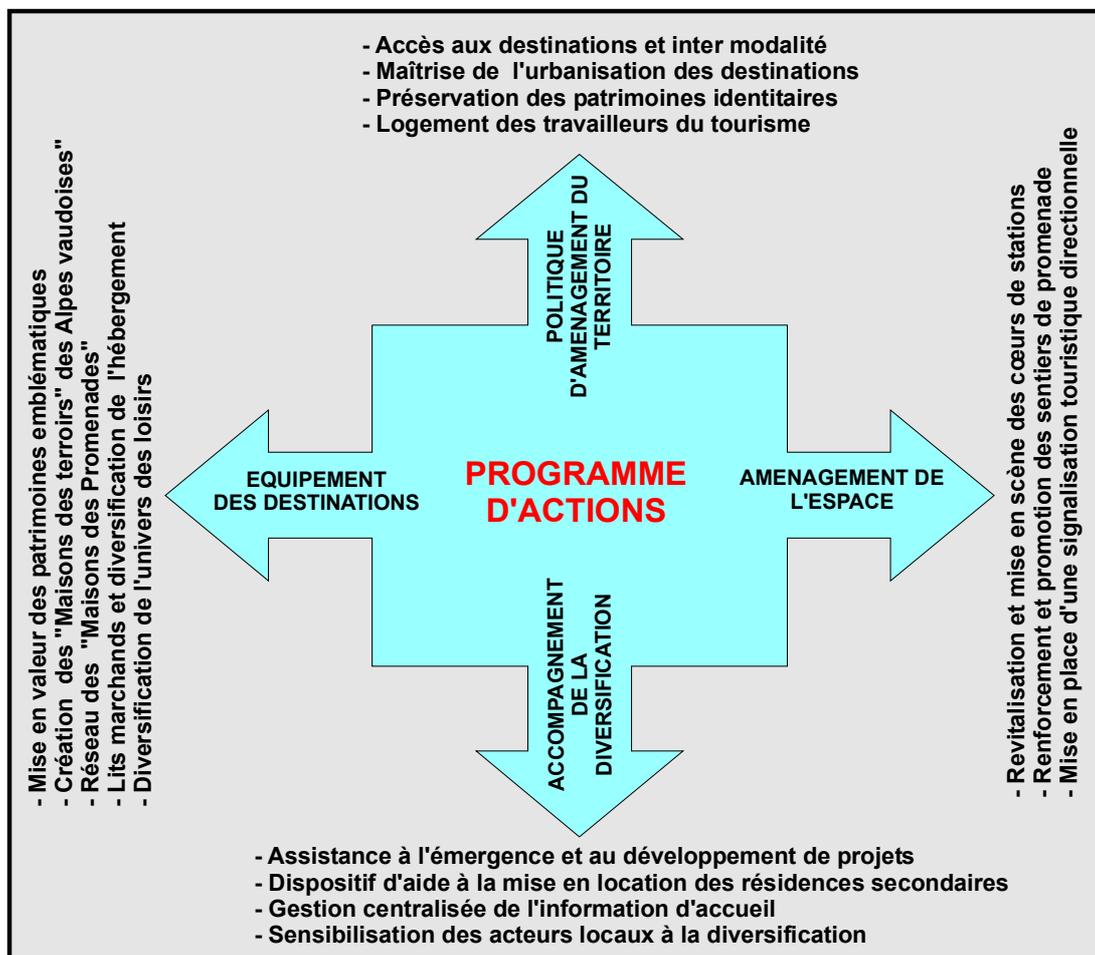
De ces enjeux, se sont naturellement dégagés les orientations et objectifs stratégiques prioritaires. Ces objectifs prioritaires portent sur les positionnements des destinations et leurs déclinaisons en termes de politique d'aménagement du territoire, d'aménagement de l'espace, d'équipement des destinations et de management de la fonction touristique au niveau des Alpes vaudoises.

Les mesures ou fiches - projets synthétisent les actions à mettre en place pour répondre aux objectifs prioritaires. Elles comprennent à la fois des actions concrètes, des principes à respecter, des stratégies locales ou sectorielles à mettre en place, mais elles n'ont pas valeur d'étude de faisabilité. Les mesures sont donc déclinées dans les pages suivantes suivant la même typologie que pour les orientations et objectifs stratégiques. Celle-ci traduit la nécessité d'intervenir simultanément sur ces quatre domaines pour rendre la diversification performante. Elles sont présentées du général au particulier.

- Dans un premier temps, il est nécessaire d'harmoniser, entre les communes, le cadre même de la diversification. Les mesures « liées à la politique d'aménagement du territoire » permettent d'afficher les intérêts communautaires, et de se doter d'une ligne de conduite au niveau des Alpes vaudoises. Les mesures principales sont :
  - Faciliter l'accès aux destinations et inter modalité ;
  - Maîtriser l'urbanisation des destinations ;
  - Préserver les patrimoines identitaires ;
  - Favoriser le logement des travailleurs du tourisme.
  
- Dans un deuxième temps, les mesures « d'aménagement de l'espace » correspondent à des investissements publics sur l'espace communautaire. Ce sont principalement des mesures « défensives » qui ont pour objectifs de structurer le territoire, de mieux répartir les flux sur les espaces, et de « créer du lien » entre les destinations des Alpes vaudoises. Ces mesures portent sur :
  - La revitalisation et la mise en scène des cœurs de stations ;
  - Le renforcement et la promotion des sentiers de promenade ;
  - La mise en place d'une signalisation touristique directionnelle.
  
- Ensuite, les mesures « d'équipement des destinations » matérialisent concrètement les positionnements proposés. Ce sont des investissements (publics, privés ou mixtes) « offensifs » qui visent à qualifier ou à diversifier l'offre de façon différenciée selon les destinations (aux attentes dominantes distinctes). Elles comprennent :

- La mise en valeur des patrimoines emblématiques des Alpes vaudoises ;
  - La création des « Maisons des terroirs des Alpes vaudoises » pour les produits du terroir et l'artisanat ;
  - La mise en place d'un réseau de « Maisons des Promenades » ;
  - Le développement des lits marchands et la diversification des modes d'hébergement ;
  - La diversification de l'univers des loisirs.
- Enfin, les mesures « d'accompagnement de la diversification », sont plutôt des mesures liées à l'organisation du secteur touristique des Alpes vaudoises, et au management de la fonction touristique. Elles reposent sur :
- L'assistance à l'émergence et au développement de projets ;
  - La mise en place d'un dispositif d'aide à la mise en location des résidences secondaires ;
  - La gestion centralisée de l'information d'accueil ;
  - La sensibilisation des acteurs locaux à la diversification.

## SCHEMA DU PROGRAMME D' ACTIONS



## N ■ POLITIQUE D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Les mesures, et actions qui en découlent, liées à la politique d'aménagement du territoire, sont à la fois des mesures portant sur la réalisation d'infrastructures (transports, logements), et sur la mise en place d'un cadre communautaire pour la préservation des caractéristiques fondamentales du territoire et des stations.

Elles posent les principes de base d'une démarche collective visant à :

- Faciliter l'accès des destinations pour tous les types de clientèles, en particulier par les transports publics ;
- Maintenir les fondements de l'urbanisation de montagne, en garantissant un développement urbain harmonieux entre les différents types de constructions ;
- Préserver les motifs primaires d'attraction des destinations de montagne : le patrimoine architectural et urbanistique, les paysages et les milieux naturels ;
- Créer les conditions pour faciliter le maintien et la pérennisation des places de travail dans les métiers du tourisme, tant pour les travailleurs permanents que saisonniers, en leur permettant de se loger dans de bonnes conditions à proximité de leur lieu de travail.

### N ■ 1 ACCÈS AUX DESTINATIONS ET INTER MODALITÉ

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

##### Fondement

Les Alpes vaudoises possèdent un réseau de transports relativement dense avec une bonne accessibilité routière et ferroviaire des différentes stations. Néanmoins, la tendance est à une utilisation plus soutenue de ces infrastructures sous l'effet de l'accroissement de la mobilité due aux déplacements pendulaires et surtout à l'évolution des modes de vie avec plus de temps libre induisant plus déplacements pour les loisirs. Cela nécessite une restructuration et une amélioration des conditions de déplacements.

Dans le cadre des principes déjà définis dans « l'étude stratégique des transports publics dans le Chablais », il s'agit de mieux organiser l'accessibilité existante tant TC que TI<sup>1</sup>, en venant la compléter, là où les conditions le permettent par de la mobilité douce (DPV, déplacements à pied et à vélo) ; ceci afin de contribuer, dans la mesure du possible, au report modal, compte tenu des caractéristiques d'accessibilité des différentes stations.

Dans ce sens, l'accès notamment avec des inter - connections aux TP par un prolongement du train Diablerets - Gstaad (MOB) et le réaménagement des liaisons TP intra régionale par le remplacement de la liaison Aigle - Le Sépey par celle d'Aigle -Leysin -Le Sépey - Diablerets - Gstaad serait le bienvenu avec les actions d'accompagnement nécessaires.

<sup>1</sup> TC : transports collectifs – TI : transports individuels

Par ailleurs, le renforcement de l'accès routier des Alpes vaudoises depuis Aigle est en cours de discussion, en particulier l'élargissement de certains tronçons, pour faciliter et fluidifier le trafic.

Ces orientations viendraient en complément des liaisons déjà existantes entre les stations : cars postaux, navettes entre les domaines skiables, et liaison Bulle - Gruyères - Château-d'Oex - Gstaad.

Enfin, en ce qui concerne la liaison ferroviaire Leysin - La Berneuse, les études de faisabilité ont été réalisées. La concession fédérale a été délivrée, et la demande de permis de construire est au stade du recours auprès de la Commission fédérale compétente. Cette liaison ne peut être prioritaire pour la diversification des Alpes vaudoises que dans l'hypothèse où la Berneuse devienne une porte d'entrée significative pour les loisirs en altitude. La création de la liaison devra donc s'accompagner de projets structurants à l'arrivée du train. Outre le restaurant tournant, on peut imaginer l'implantation du parc de découverte des énergies renouvelables, d'un pôle VTT, voire du centre national d'entraînement au snowboard. Il sera impératif de toute façon de justifier un trafic suffisant.

### Objectifs et enjeux

- Optimiser les accès et mieux satisfaire les besoins de mobilité.
- Renforcer les complémentarités internes.
- Favoriser l'utilisation des TP comme moyen d'accès à la région.
- Améliorer les conditions des déplacements pendulaires (dans les deux sens).
- Structurer l'offre routière de transport collectif en complément de l'offre ferroviaire.
- Aménager l'accessibilité aux points d'arrêt des transports publics pour tous les modes de déplacements, y compris le stationnement.
- Coordonner les implantations d'activités et d'équipements, surtout les grands générateurs de trafic, et d'habitat en priorité avec la desserte de transports publics existants.
- Favoriser les modes de déplacements doux (piétons, cyclistes).

### Description

La maîtrise de la mobilité, surtout individuelle, passe par **des interfaces multimodaux de transports** (piétons, vélos, TP, TI), aménagés de manière à faciliter l'utilisation des transports publics notamment par le biais d'une politique de tarifs de stationnement incitatifs de la mise en place d'une bonne signalisation, de la création de places de parc à proximité des gares (P+R), de l'aménagement des parcs à vélos. Cette approche peut être complétée par des services d'accompagnement : location de vélos, transferts de bagages...

Les stations comme Villars, Les Diablerets et Château-d'Oex offrent des potentiels intéressants à ce niveau. Des actions ciblées doivent y favoriser le transfert modal. Le dimensionnement de ces interfaces doit être effectué en fonction des besoins réels et en relation avec la demande croissante de mobilité, tout en étant faciles d'utilisation et axés sur le côté pratique des divers modes de déplacements. Leur fonctionnement ne pourra, cependant, être efficace que s'il est coordonné avec l'urbanisation et les équipements (densification à privilégier dans leur proximité), mais aussi au niveau touristique en veillant à les intégrer dans un réseau global axé prioritairement sur les déplacements doux. Cette mesure contribuera aussi au renforcement et à la mise en scène des cœurs de stations (voir fiche - projet O.1).

## **LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE**

---

- Etudes de faisabilité technique et financière des liaisons ferroviaires Leysin - Le Sépey et Les Diablerets - Gstaad, et routières Aigle - Les Ormonts.
  - Conception ;
  - Etudes de faisabilité puis réalisation des interfaces multimodaux de transports autour des principales gares que sont Villars, les Diablerets et Château-d'Œx (parkings avec tarifs incitatifs, parc de vélos, transferts de bagages et location).
- 

## **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- Ensemble de la région des Alpes vaudoises et régions limitrophes.
- 

## **EFFETS ATTENDUS**

---

- Structuration claire de la région.
- Report modal.
- Réduction des nuisances dues au trafic.

## N ■ 2 MAÎTRISE DE L'URBANISATION

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

Les Alpes vaudoises se caractérisent par un tissu bâti qui remplit diverses fonctions relativement bien hiérarchisées ; allant des fonctions de centralité (habitat, lieux de travail, services privés et publics, lieux de détente, rues et places, attractivité des équipements culturels, sportifs, commerciaux, de soins, d'enseignement et de formation, etc.), aux fonctions primaires des villages (habitat, services et équipements de base). Il est important de noter que ces éléments sont fortement interconnectés avec tout ce qui a trait à la mobilité et aux transports (cf. fiche N.1).

#### Objectifs et enjeux

- Structurer l'urbanisation et son développement.
- Coordonner au niveau intercommunal les outils d'aménagement tant au niveau de la planification directrice que des plans d'affectation.
- Gérer la planification des nouvelles zones, notamment résidentielles, de manière fonctionnelle dans une vision intercommunale.
- Freiner l'étalement urbain en rassemblant plutôt qu'en dispersant et en densifiant plutôt qu'en saupoudrant.
- Favoriser la densité et la mixité à l'intérieur des zones à bâtir.
- Aménager et planifier en intégrant politique des transports, politique foncière et urbanisme avec un soin particulier porté aux espaces publics.
- Privilégier le renouvellement des centres sur eux-mêmes pour renforcer leur vitalité.
- Lutter contre la thésaurisation pour améliorer la mise à disposition de terrains bien situés pour la construction.

#### Description

Pour garantir la qualité du cadre de vie et endiguer les coûts d'infrastructure, il convient de contrôler et de maîtriser de la manière la plus efficace et équitable qui soit le phénomène de l'urbanisation afin de tendre vers une occupation rationnelle du territoire. Il faut donner la priorité au développement de l'urbanisation à l'intérieur du milieu déjà largement urbanisé. Les terrains libres de constructions situés à l'intérieur des zones à bâtir légalisées (zones centre, mixte, habitation, intermédiaire) constituent des réserves à valoriser.

Dans les zones à bâtir, il convient d'établir un équilibre entre trois grands types d'urbanisation :

- L'urbanisation des zones centre, qui doit contribuer à densifier les cœurs de villages, et qui doit être le support de l'animation commerciale, qui doit créer les conditions d'une convivialité et d'une ambiance propre à chaque destination. La priorité dans ces zones est le développement d'espaces commerciaux en rez-de-chaussée et de logements permanents dans les niveaux supérieurs. Ces zones doivent favoriser la continuité urbaine, notamment par du petit habitat collectif.
- L'habitat individuel, chalets avec parcelles, essentiellement composé de résidences

secondaires. Ces zones contribuent au mitage des communes, renforcent l'absence de continuité urbaine, et sont préjudiciables à l'ambiance village. Elles doivent donc pouvoir être contenues sur des espaces où leurs impacts visuel et fonctionnel ne sont pas trop forts. L'idée est d'organiser les zones pour qu'elles s'apparentent à la reprise d'un hameau ou d'un quartier.

- La gestion de cet équilibre doit contribuer maintenir des zones suffisamment attractives pour l'implantation de nouveaux hôtels et de nouvelles formes d'hébergement touristique, et en particulier de résidences de tourisme en habitat individuel. Pour une résidence de tourisme de 200 lits, il faut compter environ 2 à 3 hectares selon le niveau de développement des équipements collectifs ou de loisirs.

---

## **L I S T E   D E S   A C T I O N S   A   E N T R E P R E N D R E**

---

- Mise en place d'une coordination régionale pour la concertation et la planification.
- Coordination des outils d'aménagement : plans directeurs et plans d'affectation
- Planifier au niveau régional les nouvelles zones à bâtir
- Inventorier des bâtiments aux volumes vacants dans les centres et à proximité immédiate afin de les réhabiliter.
- Redéfinition des coefficients de densification dans tout nouveau plan d'aménagement (PGA).
- Gestion coordonnée des zones.

---

## **T E R R I T O I R E   D ' A P P L I C A T I O N**

---

Toutes les communes et destinations des Alpes vaudoises.

---

## **E F F E T S   A T T E N D U S**

---

- Utilisation économe du territoire.
- Qualité paysagère et cadre de vie de qualité.
- Entretien du territoire et du paysage.
- Régulation et gestion des espaces.

## N ■ 3 PRÉSERVATION DES PATRIMOINES IDENTITAIRES

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

La valeur et l'attraction touristiques des Alpes vaudoises reposent en grande partie sur ses caractéristiques naturelles et patrimoniales : bâti et architecture locale, paysages, diversité et qualité des milieux naturels, faune et flore.

Le besoin de « naturalité » des clientèles touristiques et de proximité, exige des destinations qu'elles mettent en œuvre tous les moyens possibles pour préserver, protéger et conserver ce patrimoine, afin de maintenir un avantage concurrentiel avec d'autres destinations et d'ancrer leur positionnement.

#### Objectifs et enjeux

- Disposer d'un cadre de référence pour la protection, et la préservation des patrimoines identitaires.
- Faire en sorte que ce cadre de référence soit commun à toutes les destinations des Alpes vaudoises.
- Se doter d'outils opérationnels d'intervention pour la réhabilitation et la conservation des patrimoines.
- Eviter que la fréquentation touristique devienne préjudiciable à l'identité du territoire (sur fréquentation des milieux naturels, dégradation ou destruction du patrimoine bâti).

#### Description

##### ■ Mise en place d'un programme de protection et de valorisation du patrimoine architectural et urbanistique d'intérêt régional et local.

Ce programme repose sur une analyse préalable des éléments à protéger : bâtiments, maisons, espaces publics, quartiers, ensembles ruraux témoins d'une architecture vernaculaire... Cette analyse s'effectuera sur la base de l'inventaire ISOS et des inventaires cantonaux. A partir de cette identification, il pourra être défini des périmètres ou zones de protection spécifique selon les communes. Ces périmètres seront définis en fonction de la densité d'éléments patrimoniaux à protéger ou à restaurer.

Par la suite, il sera nécessaire de définir un ensemble de prescriptions relatives à la protection et la conservation du patrimoine bâti, architectural et urbanistique. Ces prescriptions peuvent être établies sur la base de « clauses d'utilité publique ».

Le champ d'application des clauses d'utilité publique peut recouvrir toutes formes de travaux de construction (constructions nouvelles ou reconstruction), de transformation, de modification de l'aspect ou la démolition des immeubles du périmètre de protection préalablement défini. Il concerne outre les immeubles inventoriés : l'aménagement des espaces publics (places, parcs, jardins, parkings...), l'implantation de mobilier urbain, l'installation d'enseignes ou de pré-enseignes, les travaux de réparation ou d'entretien courant (ravalement des façades, reprise des toitures,

changement de menuiseries ou volets...).

Tous ces travaux devraient donc être soumis à autorisation sur la base de directives et de critères précis à définir : volumes, nombre de niveaux, rythmes de construction, continuité urbaine, proportion des ouvertures, inclinaison des toitures, matériaux utilisés, couleurs des façades, taille et forme des enseignes... Plus les directives seront précises, plus elles permettront de maintenir le caractère authentique de l'urbanisation, et donc l'attraction des stations. Les directives devront, sur les principes, être communes pour le territoire des Alpes vaudoises, tout en respectant les spécificités de chaque commune.

*Ce dispositif peut être intégré dans un règlement d'urbanisme, dans le respect des cadres légaux fédéraux et cantonaux en vigueur. Toutefois, la démarche doit être appliquée de façon cohérente entre les communes du périmètre d'étude. Cette « harmonisation » des règlements locaux est une garantie d'efficacité, qui permettra de « tirer vers le haut » les aspects qualitatifs du cadre de vie.*

#### ■ Poursuite des réflexions pour la création de Parc Naturel Régional et Parc National.

##### PROJET DE PARC NATUREL RÉGIONAL GRUYÈRE - PAYS-D'ENHAUT<sup>2</sup>

Suite à de multiples réflexions préalables, le Pays-d'Enhaut a regroupé ses forces avec la Gruyère pour entamer une procédure de création d'un PNR. Celui-ci regrouperait dans un premier temps 4 communes : Château-d'Oex et Rossinière pour le Pays-d'Enhaut, Charmey et Haut-Intyamon pour avec la Gruyère. Ce territoire de 27 500 ha et de 6 650 habitants, est compris entre les altitudes 750 et 2548 m.

Les communes qui le composent ont un avenir économique critique : elles sont éloignées des grandes agglomérations, elles n'ont pas ou plus de moteurs de croissance, elles sont fortement dépendantes des aides publiques. Le tourisme est le secteur d'activité susceptible d'être le plus fortement bénéficiaire de la création du PNR. Il permettra d'augmenter les facteurs d'attraction. La labellisation du territoire et de ses productions contribuera à renforcer son image de destination, notamment au travers de la création de valeur ajoutée et de la conservation de ses qualités paysagères et écologiques.

L'étude de faisabilité est en cours de réalisation. Les statuts de l'association ont été adoptés, et l'assemblée constitutive se déroulera dans les premiers jours de janvier 2006.

Les principaux objectifs stratégiques retenus pour la constitution et le développement du futur PNR sont les suivants :

- La gestion intégrée des ressources territoriales (agriculture et transformation, filière bois, artisanat) par le renforcement de la chaîne de valeur et la promotion ;
- Favoriser la découverte du patrimoine pour les scolaires et pour le grand public (animation, sites et relais du Parc, itinéraires thématiques) ;
- Mieux gérer et valoriser les milieux naturels (faune, réseaux écologiques dans l'agriculture).
- Pilotage du projet de territoire : organisation et communication pour la préparation de la charte et la planification des objectifs à 10 ans.

<sup>2</sup> Source : François Margot, Patrick Rudaz : « Ebauche de projet – PNR Gruyère – Pays-d'Enhaut », octobre 2005

### INSCRIPTION DANS LE PROJET DE PARC NATIONAL DES COURS D'EAU ALPINS<sup>3</sup>

Le projet de Parc national des cours d'eau alpin, soutenu par le programme fédéral Innotour et lancé en 2005, se compose aujourd'hui de 10 cours d'eau protégés entre les Cantons du Valais et des Grisons, avec une superficie de 300 km<sup>2</sup>. Ces cours d'eau sont mis en relation via la ligne ferroviaire du Glacier Express reliant Zermatt à St. Moritz. Une des raisons d'être du projet est la mise en réseau des valeurs culturelles et traditionnelles des vallées et régions alpines. Après une première phase de travail qui s'étendra sur une année et concentrée sur ces 10 cours d'eau à l'origine du projet, d'autres régions et vallées pourraient ensuite y être intégrées, si toutefois elles y trouvent un intérêt. Ce pourrait être le cas de la Grande Eau et de son bassin versant (communes des Ormonts et Leysin, notamment).

Les principaux objectifs de ce projet sont les suivants :

- Préserver et valoriser de manière durable les paysages et les milieux naturels dans les Alpes suisses dans l'intérêt des populations de montagne.
- Créer des structures efficaces pour la commercialisation d'un tourisme lié à l'environnement et au paysage.
- Générer plus de fréquentations dans les lignes de transports publics de même que dans l'hôtellerie et la para-hôtellerie.
- Utiliser de manière performante les infrastructures existantes.
- Préserver, voire créer des places de travail dans les régions de montagne.
- Créer et mettre en réseau la recherche et la formation dans les domaines de la géologie, glaciologie, biologie, hydrologie, agronomie de montagne et du tourisme durable.

---

### LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

#### **Pour le programme de protection et de valorisation du patrimoine architectural et urbanistique :**

- Inventaire (par compilation des inventaires existants) des éléments à protéger,
- Identification des éléments de patrimoine à sauvegarder et qui nécessitent une intervention,
- Elaboration d'un pré programme d'intervention sur chaque élément, estimation des travaux,
- Réalisation des travaux,
- Définition des prescriptions pour les autres éléments du patrimoine, et des critères d'autorisation sur les interventions futures. Transcription des prescriptions et directives dans les règlements d'urbanisme des plans généraux d'affectation pour chaque commune.

#### **Pour les réflexions de création du PNR et du PN :**

- Poursuite des études de faisabilité,
- Elaboration des chartes,
- Mise en place des structures porteuses,
- Mise en œuvre des mesures pilotes,
- Animation et communication des projets de territoire.

---

<sup>3</sup> Source : Projekzinformation Alpiner Flussnationalpark, mars 2005 ([www.alpiner-flussnationalpark.ch](http://www.alpiner-flussnationalpark.ch)).

## TERRITOIRE D'APPLICATION

---

- Les communes de Château-d'Oex et de Rossinière pour le PNR au Pays-d'Enhaut
  - Les communes des Ormonts et de Leysin pour le Parc National des Fleuves Alpins
  - L'ensemble des Alpes vaudoises pour le programme de protection et de valorisation du patrimoine.
- 

## EFFETS ATTENDUS

---

- Préservation de la valeur touristique
- Valorisation de l'image et augmentation de la notoriété
- Développement économique raisonné et durable
- Amélioration de la rentabilité économique des entreprises (agricoles, artisanales, touristiques).

## N ■ 4 LE LOGEMENT DES TRAVAILLEURS DU TOURISME

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

Dans les destinations touristiques fortement saisonnières, le logement des personnels des entreprises touristiques, et surtout de la restauration et des hébergements, est particulièrement difficile.

La pression foncière est forte, et le nombre de résidences secondaires est important. Cela induit une rareté des logements disponibles à la location (location permanente ou saisonnière). Les logements étant rares, les loyers sont élevés. Les personnels des entreprises touristiques sont donc contraints de vivre dans des conditions relativement précaires. Souvent, ils changent régulièrement de logement au gré des opportunités, ou bien ils sont obligés de se loger en dehors des stations ou dans la plaine, ce qui leur engendre des coûts non négligeables de transport pour se rendre à leur travail.

Dans ce contexte, les entreprises touristiques peinent à recruter, et surtout à fidéliser un personnel compétent leur permettant de maintenir un bon niveau qualitatif de prestation dans leurs établissements. Ces problèmes sont particulièrement aigus dans l'hôtellerie haut de gamme, et notamment à Villars.

#### Objectifs et enjeux

- Lutter contre la précarité de logement des travailleurs du tourisme
- Permettre aux travailleurs de vivre dans les destinations où ils travaillent
- Encourager la création d'un parc de logements permanents aux tarifs abordables dans les stations.

#### Description

- Pour parvenir à rompre ce cercle vicieux, une analyse relativement fine des besoins est nécessaire destination par destination. Cette analyse porte à la fois sur les besoins des travailleurs, et les disponibilités en logements permanents ou saisonniers.

L'analyse des besoins des travailleurs peut s'effectuer en réalisant une enquête (été et hiver) auprès des entreprises touristiques, et éventuellement quelques entretiens en face à face avec les représentants des personnels. L'enquête permettra de déterminer les volumes de logements manquants, et aussi les types de logements recherchés. En effet, les travailleurs permanents ont souvent des besoins en surface plus importants que les travailleurs saisonniers.

Dans chaque destination, il conviendra de dresser un inventaire des logements vacants à usage locatif non touristique (appartements, maisons, chalets...). En rapprochant les besoins de l'offre disponible, il sera ensuite possible d'identifier les orientations spécifiques à mettre en œuvre.

- Selon la nature et l'ampleur des besoins, plusieurs solutions peuvent être envisagées :
  - Mise en place d'une centrale de disponibilité à l'Office de Tourisme. L'OT se charge d'établir une base de données des logements (avec leur loyer) et des propriétaires, s'assure régulièrement de la disponibilité ou non des logements, et permet ainsi aux employés de

trouver un logement plus facilement.

- Cette action peut s'assortir d'une négociation sur les loyers avec les propriétaires et/ou les employeurs<sup>4</sup>, de façon à ce que les employés puissent se loger à des prix raisonnables. L'implication des employeurs dans ce dispositif est prépondérante, c'est un moyen pour eux de garder leurs meilleurs éléments, et d'éviter qu'ils cherchent une place de travail dans une station ou une ville où le logement est plus facile et moins coûteux.
- Il est aussi possible d'ajouter des « servitudes liées à la construction » dans les règlements d'urbanisme. Les communes peuvent décider ensemble de n'accorder les permis de construire pour la création d'immeubles neufs (quel que soit leur vocation), qu'à la condition qu'un pourcentage des logements (10 à 15 %) soient affecté à la location à destination des personnels des entreprises touristiques. Ainsi, tous nouveaux immeubles de rapport, résidences de tourisme, hôtels, promotions immobilières, se voient dans l'obligation de constituer un parc de logement qui sera mis obligatoirement en location à des tarifs raisonnables. Cette hypothèse n'est pas toujours possible car elle obère la rentabilité de certaines opérations, ou que certaines réalisations de prestige ne s'en accommodent pas.
- Enfin, dernière solution, et ultime, puisqu'elle génère des coûts élevés pour la collectivité, c'est la réalisation d'opérations immobilières spécifiques par les communes. En profitant de leur patrimoine foncier, elles peuvent lancer des promotions immobilières et amortir les investissements avec le montant des loyers qui seront perçus auprès des travailleurs. Toutefois, ces loyers devront être en dessous des prix du marché pour faciliter l'accès à ces logements aux plus nécessiteux des employés. Le retour sur investissement est donc beaucoup plus long que pour une opération traditionnelle. Ce type d'action n'est possible que si la commune est propriétaire du foncier. Pour augmenter les chances de réussite d'une telle action, les principaux employeurs des stations doivent aussi être associés à l'entreprise, de façon à ce que leur apport en financement préalable leur permette de loger plus facilement et à moindre coût leurs personnels.

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Analyse du besoin dans chaque destination en termes de logements permanents et saisonniers
- Mettre en place un dispositif facilitant l'accès au logement (centrale de disponibilité à l'Office de Tourisme, négociation globale sur les loyers)
- Ajouter des servitudes liées à la construction dans les règlements d'urbanisme, pour affecter des logements neufs à la location aux travailleurs du tourisme.

---

## TERRITOIRE D'APPLICATION

---

- Les communes des Alpes vaudoises

---

## EFFETS ATTENDUS

---

- Limitation du turn-over dans les entreprises touristiques
- Fidélisation des employés

---

<sup>4</sup> En France, les employeurs touristiques sont tenus de loger tout ou partie de leurs employés sur leur lieu de travail ou à proximité. Par conséquent, ils disposent de locaux, ou en louent directement dans les stations, pour loger leurs employés saisonniers. Dans la pratique, cette règle est peu respectée, ce qui a amenés les pouvoirs publics à renforcer l'arsenal législatif et le contrôle dans les stations de montagne et littorales.

- Amélioration des conditions de vie des travailleurs du tourisme
- Optimisation de l'occupation des logements vacants (permanents ou saisonniers)
- Fixation des populations résidentes dans les communes (limitation des départs des habitants)

## O ■ AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE

Les fiches - projets liées à l'aménagement de l'espace touristique sont celles où une collectivité territoriale a le plus de légitimité. Généralement, il s'agit de la mise en œuvre d'infrastructures, à usage des résidents et des visiteurs du territoire. Ces aménagements peuvent être mis en place par les régions, communes ou les opérateurs privés ou associatifs. Ils sont majoritairement d'intérêt régional, s'implantent sur du foncier public et privé simultanément.

Les retombées à en attendre ne sont pas directes, c'est la mission de service public et de valorisation du cadre de vie qui est privilégiée.

### O ■ 1 RENFORCEMENT & MISE EN SCÈNE DES CŒURS DE STATIONS

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

##### Fondement

Le cadre de vie des cœurs de stations constitue aujourd'hui un élément déterminant dans le choix de la destination de vacances. C'est particulièrement le cas des stations de montagne, où l'urbanisation intensive a transformé d'anciens hameaux en villes, où le développement de l'immobilier a rompu avec l'armature urbaine traditionnelle.

Pour bon nombre de stations, les nuisances et les dysfonctionnements urbains provoqués par la fréquentation touristique deviennent de sérieux handicaps et compromettent l'attraction. Les touristes retrouvent sur leurs lieux de villégiature, les mêmes inconvénients que dans les villes où ils résident habituellement (trafic, embouteillages, pollution sonore, olfactive et visuelle, difficultés pour trouver des places de parking...). Dans les Alpes vaudoises, ce phénomène est particulièrement évident à Villars et Leysin. L'étalement des constructions a dilué les espaces commerciaux dans les zones résidentielles, et les cœurs de stations se sont considérablement réduits (une rue, une place).

L'ensemble de ces phénomènes est de plus en plus contradictoire avec les attentes et les désirs des touristes et des excursionnistes. Ce pourquoi ils venaient dans les stations a disparu : l'ambiance de village, les bruits et les odeurs de la campagne, la proximité avec les populations résidentes, la chaleur de l'accueil... Tout est devenu plus ou moins aseptisé, standardisé, et les émotions ont disparu.

Face à ce constat, il est urgent de rendre aux stations une partie de leur ambiance de village.

##### Objectifs et enjeux

- Maintenir l'attraction des stations, même des plus récentes ;
- Revaloriser la découverte et la promenade ;
- (Re)créer des centres animés ;
- Redonner de la place aux piétons ;
- Favoriser la consommation dans les commerces ;

- Systématiser des espaces publics de rencontre et de convivialité ;
- Faire du beau pour que les visiteurs se sentent bien, en adéquation avec la qualité de l'environnement naturel à proximité.

## Description

La mise en scène et la revitalisation des cœurs de stations repose sur **un concept global par station**. Elles sont **en lien avec les attentes dominantes des clientèles** qui ont été proposées dans la vision globale de la diversification (partie I). Recréer une ambiance, véhiculer des émotions se traduit par un ensemble d'actions complémentaires qui répondent toutes à la même logique. Il ne s'agit pas de proposer un pastiche de village montagnard dans toutes les situations, mais de traduire de façon moderne et simple, les attentes des clientèles (les aspects pratiques, la recherche de naturalité, la convivialité et les retrouvailles...), **dans les fonctionnalités des centres-villes**.

- **Développement des zones pour piétons :**

Il faut rendre les cœurs de stations aux piétons, en y installant des zones piétonnes, ou semi piétonnes (zones de rencontre). Il s'agit de rétrécir les voies pour élargir les trottoirs, et créer de véritables allées de promenades. Les effets de la réduction du trafic automobile dans les centres sont aujourd'hui bien connus : augmentation du nombre de promeneurs (habitants ou visiteurs), augmentation significative de la fréquentation commerciale, arrêts spontanés aux terrasses (cafés, auberges, restaurants)...

La simple suppression ou réduction de la circulation est insuffisante. Il est nécessaire de l'accompagner de traitements paysagers, notamment pour dissocier physiquement les flux entre piétons et voitures, mais aussi pour orienter le regard et la promenade. Le fleurissement est aussi un geste d'accueil important en été.

Les espaces piétons doivent être ponctués d'espaces d'échanges et de rencontre : des places ou des espaces verts, des fontaines (modernes ou montagnardes), des terrasses (ombragées en été, couvertes et chauffées en hiver), depuis lesquelles la rue se donne en spectacle.

- **Nouvelle planification de la circulation et du stationnement :**

Si les espaces piétons se développent, il faut trouver des solutions alternatives pour les automobilistes. Dans la plupart des stations (Château-d'Oex, Leysin, Les Diablerets, Villars), les plans de circulation sont à revoir. S'il est impossible de déterminer de nouveaux plans de circulation dans chaque station, il est des principes futurs à respecter pour chacune :

Organiser les flux en prenant en compte le plus possible les types de trafic : le transit, le pendulaire (livraisons, ouverture et fermeture des domaines skiables, animations de soirées), le professionnel (pour les employés qui se rendent sur leur lieu de travail), le commercial (approvisionnement et shopping), le promeneur... A chaque type de trafic correspond un besoin d'usage précis des voies de circulation. Même si en zone de montagne, le réseau n'est pas très dense, il peut s'adapter à ces besoins, quitte à créer de nouvelles voies si cela s'avère indispensable.

L'autre problématique est celle du parking. Elle se heurte à un problème majeur : le coût du foncier. Pour limiter les investissements, les collectivités ont tendance à repousser les parkings à la périphérie des agglomérations. Se pose alors le problème du transfert des piétons depuis les emplacements de parking vers les lieux d'animation du cœur de station.

Les stations où la déclivité du terrain est forte par endroits (Leysin, Gryon et Villars), sont plus pénalisées que les autres. Les parkings de délestage en entrée de station sont pratiquement la seule solution pour répondre aux besoins. Pour les autres stations, où les espaces disponibles sont un peu plus faciles à aménager, il est possible d'adapter les parkings à la segmentation des utilisateurs : parkings résidentiels (véhicules qui restent placés pendant toute la durée du séjour) avec services (sécurité notamment), parking de jour pour les excursionnistes, parkings de proximité pour la découverte et la promenade, ou l'approvisionnement en centre-ville, parkings professionnels (réservés aux véhicules des employés de la station). En dissociant les types d'usage des parkings, il est ainsi possible de mieux résister à la pression des automobilistes, tout en leur rendant un véritable service.

▪ **Revitalisation du commerce et de l'artisanat :**

Dans certaines stations (Villars en particulier), le shopping est un élément moteur de l'économie touristique. Dans d'autres (Rossinière, Les Mosses, Leysin), le tissu commercial a du mal à se stabiliser. Pourtant, plus les clientèles de proximité et les excursionnistes seront des cibles prioritaires, plus l'achalandage commercial sera important pour les économies locales. Dans ce contexte, il semble nécessaire de donner au commerce local, les moyens de se développer et d'attirer plus de clients. Plusieurs types d'actions peuvent être entreprises :

- L'aide à l'implantation commerciale et artisanale en cœur de station. Aide financière pour l'acquisition de locaux, aménagement de locaux commerciaux loués... Il faut faire en sorte qu'il y ait un pôle commercial dense et diversifié dans chaque cœur de station, soit sur une ou deux rues, soit autour d'une place, soit dans une galerie marchande.
- L'aide à la valorisation des vitrines, des enseignes et des façades.
- La mise en place d'un itinéraire shopping par des traitements de sol, une signalisation directionnelle spécifique, pour faire en sorte que les promeneurs passent devant les commerces les plus représentatifs de la station.
- Création de quelques postes de « stewards de centre-ville » dans les Offices de Tourisme. Ces personnes, en haute saison, et aux horaires d'affluence, permettent de créer un climat favorable à l'achat - plaisir. Ils accueillent et orientent les clients vers les commerces. Ils devancent les demandes en allant spontanément au-devant des visiteurs. Ils les aident dans leurs recherches, ils les conseillent pour le stationnement, et peuvent aussi relever les anomalies (tags, poubelles renversées...).

▪ **Un mobilier urbain de qualité :**

Le mobilier urbain participe à l'ambiance du cœur de station. Trop souvent, il est absent, ou mal entretenu. A la limite, mieux ne vaut pas de mobilier du tout, qu'un mobilier disparate, dégradé ou à l'abandon. Ce mobilier doit être présent en particulier sur les espaces piétons, et aux endroits de forte fréquentation (départ des remontées mécaniques, parkings...). Les bancs, poubelles, abris, signalétique directionnelle des équipements et entreprises touristiques doivent traduire le « style » de la destination. Dans les Alpes vaudoises, il serait intéressant de faire réaliser un mobilier urbain spécifique par la filière bois, et d'en proposer des déclinaisons selon les stations.

Une attention particulière doit être accordée à l'éclairage public. Celui-ci ne doit pas nécessairement être top dense aux périphéries des stations et dans les zones résidentielles.

Par contre en cœur de station, il faut veiller à équiper toutes les voies où les circulations piétonnes sont prioritaires. Les éclairages de couleur sont très efficaces en hiver, de même que la mise en lumière des bâtiments remarquables, ou du petit patrimoine vernaculaire.

- **Une animation des espaces piétons et commerciaux :**

Le cœur de station est un lieu de consommation et de convivialité. Il doit donc vivre en permanence pour faire rester et consommer ses visiteurs, et bien sûr les faire revenir. L'animation locale est l'outil le plus efficace pour répondre à cet objectif. Ces animations doivent rester modestes, mais régulières et typiques : marchés à thème, spectacles de rue, expositions à ciel ouvert, animations commerciales, verre de l'amitié pour les nouveaux arrivants, dégustations de produits du terroir.

---

## **LISTE DES MESURES À ENTREPRENDRE**

---

- Définition d'un concept urbain pour chaque cœur de station. Elle nécessite l'intervention préalable de plusieurs compétences : paysagiste, architecture, urbaniste, designer, spécialiste de l'éclairage public et de la mise en lumière. Ces travaux interdisciplinaires de réflexion et de conception sont seuls à même de déterminer les solutions les plus adaptées à chaque station.
- Aménagement et équipement des espaces publics
- Animation et développement des services aux visiteurs

---

## **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- Les cœurs de stations

---

## **EFFETS ATTENDUS**

---

- Amélioration de la qualité de l'accueil et de la satisfaction des visiteurs
- Amélioration du cadre de vie et de l'ambiance
- Augmentation de la fréquentation dans les commerces
- Diminution des nuisances liées au trafic automobile
- Revalorisation de l'image des stations

## O ■ 2 VALORISATION ET MISE EN RÉSEAU DES SENTIERS DE PROMENADE

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

L'offre de sentiers de randonnée et de promenade est importante et diversifiée sur les Alpes vaudoises : près de 1500 km de sentiers pédestres et 500 km de piste VTT. Elle comprend plusieurs types d'itinéraires : 3 itinéraires nationaux, 6 itinéraires régionaux, et plus de 150<sup>5</sup> sentiers de balade (hiver et hors hiver). Les itinéraires présentent des durées et de niveaux de difficulté divers. Certains de ces sentiers permettent l'itinérance sur plusieurs jours, avec des hébergements de type gîtes d'étapes ou refuges -cabanes. La plupart des itinéraires de promenade (niveau de difficulté facile), peuvent être empruntés à cheval. Plusieurs sentiers locaux de balade sont thématiques (paysages en poésie, sentiers du fromage, sentiers didactiques, chemins viticoles, réserves naturelles, buvettes d'alpage, raquettes à neige...).

Une partie de ces itinéraires sont promus par l'OTV<sup>6</sup> et les Offices de Tourisme (portail AVP), sous forme de fiches descriptives (lieu de départ, durée, niveau de difficulté, carte profil, graphique de dénivellation).

Si cette offre est de qualité et diversifiée, plusieurs points sont à améliorer :

- Le nombre d'itinéraires et le kilométrage est considérable. Il génère donc des coûts relativement important pour l'entretien et le balisage. La lisibilité de l'offre est perturbée.
- La plupart des itinéraires ont un niveau de difficulté moyen ou difficile, les durées de promenades sont assez longues (comprises entre 10 et 20 km et entre 4 et 6 heures de marche), et la majorité d'entre eux ne sont pas « fermés ». Ils sont donc peu adaptés aux « marcheurs du dimanche » et aux promeneurs « en baskets ».
- Les itinéraires thématiques existent, mais ils sont rares, et n'exploitent pas toutes les richesses disponibles sur le territoire.

#### Objectifs et enjeux

- Améliorer la lisibilité du réseau de sentiers pour les clients potentiels.
- Recentrer le réseau en limitant le nombre d'itinéraires à ceux qui présentent le plus fort intérêt.
- Adapter certains itinéraires pour les rendre plus faciles (notamment pour les familles, les enfants...), plus courts (moins de 2h00 de marche), avec un retour de préférence au point de départ (lieu de parking, gare ou stations notamment), ou des itinéraires linéaires, avec un retour par les transports publics.
- Renforcer les thématiques et l'attraction des itinéraires.

---

<sup>5</sup> Source : [www.balade.ch](http://www.balade.ch)

<sup>6</sup> Source : [www.region-du-leman.ch](http://www.region-du-leman.ch)

- Assurer une promotion locale plus systématique des itinéraires les plus faciles et emblématiques des destinations.

### Description

- **Recentrage du nombre d'itinéraires locaux**, avec abandon de ceux qui sont les plus onéreux à entretenir, les moins fréquentés, les plus dangereux. Cette étape est à réaliser en accord avec les associations d'usagers, les accompagnateurs de randonnée et les Offices de Tourisme.
- **Reporter** les moyens disponibles sur la **mise en valeur d'itinéraires de promenade faciles**, en boucle, si possible au départ des futures « maisons des promenades », et surtout de courte durée (inférieurs à 10 km). Cette mise en valeur doit reposer, le plus possible, sur des « **thématisations** » de ces itinéraires. Ils doivent pouvoir être ponctués d'étapes et de buts en rapport avec le thème concerné.

Ces thèmes peuvent être les suivants : les fermes ou buvettes d'alpage, la dégustation de produits du terroir, la visite d'exploitations agricoles, l'observation de la faune ou de la flore, les points de vue, panorama et paysages, le petit patrimoine vernaculaire, l'architecture traditionnelle, l'artisanat...

La valorisation des itinéraires passe bien sûr par une signalétique appropriée, mais aussi selon les opportunités par la **réalisation de petits équipements** (banc pour le repos, tables et abris pour le pique - nique, tables d'orientation, points d'eau, camps de tipis ou cabanes...).

Enfin, pour s'adresser au grand public, et en particulier aux excursionnistes qui se rendent dans les Alpes vaudoises avec leur véhicule individuel, les **itinéraires en boucle** sont à privilégier, de façon à ce que les promeneurs retrouvent leur véhicule au terme de la balade, et sans rupture de charge. De la même manière, les excursionnistes qui utilisent les transports publics doivent aussi pouvoir revenir à la gare de départ (ou accessoirement à une autre gare à proximité).

- **Assurer une promotion locale des itinéraires les plus emblématiques** de chaque destination. Ceux-ci seront un des vecteurs de la communication d'accueil. Cette promotion doit être faite avec le concours d'AVP et de l'OTV, à partir des bases de données qui ont déjà été mise en place (pour la constitution des sites web). Des extraits de ces bases de données peuvent être utilisés et complétés par des informations sur la découverte, pour élaborer un « topoguide » des 30 plus beaux itinéraires des Alpes vaudoises. Ce topoguide doit être diffusé au niveau de chaque destination, si possible de façon gratuite, dans les Offices de Tourisme, dans les gares, dans les réceptions d'hébergements...

---

### LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Réflexion stratégique sur le réseau et concertation avec les acteurs concernés.
  - Conception et tracé de nouveaux itinéraires.
  - Aménagement et équipement de quelques itinéraires par destination.
  - Conception et édition d'un support d'information locale
- 

### TERRITOIRE D'APPLICATION

---

- L'ensemble des Alpes vaudoises.

## EFFETS ATTENDUS

---

- Développement d'une offre de promenade loisirs - détente
- Captage d'une clientèle peu sportive, et pas forcément habituée à la marche en montagne
- Amélioration de la lisibilité du contenu de l'image des destinations
- Accès plus facile aux milieux naturels
- Amélioration du « contexte économique » de la randonnée (moins de charges, plus de fréquentation).

## O ■ 3 MISE EN PLACE D'UNE SIGNALISATION TOURISTIQUE

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

La réussite de la diversification repose sur la promotion d'un territoire global, comprenant des destinations avec des positionnements spécifiques et complémentaires. La diversification implique une plus grande prise en compte des clientèles de proximité et des excursionnistes (séjournant ou non dans le territoire des Alpes vaudoises).

Il sera donc indispensable de permettre à l'ensemble de ces clientèles se bien se diffuser dans l'espace communautaire, et d'accéder facilement à toute la gamme de son offre : cœurs de stations, équipements de loisirs et culturels, milieux naturels remarquables...

La signalisation touristique routière est un des moyens de parvenir à optimiser cette diffusion des clientèles dans l'étendue de l'offre touristique et de loisirs.

#### Objectifs et enjeux

- Orienter les flux vers les éléments fondamentaux de l'offre et entre les destinations intérieures aux Alpes vaudoises.
- Faciliter l'accessibilité aux sites et équipements les plus éloignés des stations et des hébergements.
- Faire reconnaître et encourager l'appropriation de la destination Alpes vaudoise, par une signalisation commune entre les destinations.

#### Description

- **Conception et faisabilité d'un plan de signalisation directionnelle :**

Pour être efficace et se limiter dans les coûts d'intervention, la signalisation routière touristique doit s'organiser autour de deux principes :

- Identifier et hiérarchiser les sites, lieux et monuments à signaler :

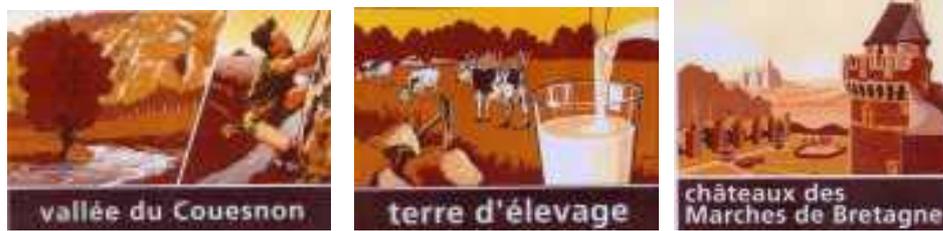
La signalisation a pour vocation de faciliter la diffusion dans l'espace des clientèles, et de les orienter vers les « incontournables de la destination ». Il ne s'agit pas de signaler tous les équipements touristiques, mais les plus importants. Une fois que les clientèles sont sur place, le relais est pris soit par les sites eux-mêmes, soit par l'Office de Tourisme, soit par une signalétique directionnelle locale, pour permettre de se rendre sur des sites « secondaires ».

Les sites, lieux et monuments à signaler devront comprendre ceux qui font l'image et la notoriété de chaque destination des Alpes vaudoises.

- Hiérarchiser et déterminer les principes d'orientation des flux automobiles.

La signalisation doit dans un premier temps permettre de « détourner » les flux sur les principaux axes routiers (autoroutes, axes de transit, ou pour se rendre aux stations), et, selon les entrées sur le territoire des Alpes vaudoises. C'est pour cette raison que l'intervention sur la signalisation devrait s'effectuer en deux temps :

- L'installation de panneaux « image », sur les principaux axes, et implantés en pré-signalisation des sites, lieux et monuments. Ces panneaux image peuvent aussi être installés en marquage avancé pour l'accès à la région :



- Ensuite, à proximité des sites majeurs, et à partir des principaux axes, une signalisation directionnelle pour se rendre sur site.



Cette approche à l'avantage de ne pas trop multiplier les panneaux, pour garantir la « lisibilité du territoire » et éviter de se lancer dans des implantations trop nombreuses et onéreuses.

La signalisation des sites majeurs doit être complétée par une signalétique directionnelle (automobiles et piétons) à l'intérieur de chaque station. Toutefois, l'enjeu de cette action est local.

- Réalisation :
  - Elaboration d'une réflexion technique : principes d'implantation
  - Conception des panneaux
  - Fabrication
  - Installation

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Inventaire et hiérarchisation des sites à signaler
- Elaboration du plan de signalisation : localisation de l'implantation des panneaux
- Conception des deux types de panneaux

- Fabrication
- Pose

---

## **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- L'ensemble du territoire des Alpes vaudoises

---

## **EFFETS ATTENDUS**

---

- Amélioration de la diffusion des clientèles de proximité et des excursionnistes dans l'espace
- Participation à une gestion plus équitable des flux touristiques
- Développement de la fréquentation
- Valorisation de l'image du territoire

## P ■ ÉQUIPEMENT DES DESTINATIONS

Les fiches - projet d'équipement du territoire sont plus directement liées à l'optimisation de l'économie touristique du territoire. Elles portent :

- Sur la création d'hébergement (première activité en termes de création d'emplois et de chiffre d'affaires) pour fixer une partie des clientèles de passage ou excursionnistes ;
- Sur le confortement des équipements et entreprises touristiques existants afin d'optimiser leur impact économique ;
- Sur la création de nouveaux pôles d'attraction pour renforcer l'image et la notoriété de la destination.

### P ■ 1 MISE EN VALEUR DES PATRIMOINES EMBLÉMATIQUES

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

##### Fondement

La mise en valeur des patrimoines emblématiques des Alpes vaudoises permet de traduire et de concrétiser les fondements de l'identité du territoire. Cette mise en valeur passe la création de lieux de visite ou d'interprétation, de musées ou maisons à thème.

Un musée, ou un lieu de visite est avant tout un « équipement de loisirs », au même titre qu'un cinéma, un théâtre, ou encore un parc d'attraction. La fonction première de ces « équipements de loisirs », et de permettre aux publics de découvrir et d'apprendre avec plaisir. Les premiers « usagers » de ces lieux de visite sont les touristes. Les autres clientèles (résidents, scolaires notamment), restent symboliques dans la fréquentation. Quel que soit son thème, le lieu de visite doit donc être vécu comme un pur moment d'émotion et d'authenticité, sans se réduire à une simple pratique de loisir.

Pendant longtemps, on a cru que le tourisme culturel était le fait des élites cultivées. On sait aujourd'hui que si ces élites constituent le noyau dur des publics des sites « culturels », ils représentent moins de 10 % des clientèles qui visitent une destination. La fréquentation des équipements culturels de visite est une pratique de sociabilité. Très majoritairement collective, les visites sont d'abord familiales, puis de couple, et enfin amicales. Les motivations des visiteurs sont portées par un désir de partage et de transmission intergénérationnelle. La présence d'enfants est d'ailleurs un élément déclenchant de la visite.

##### Objectifs et enjeux

- Elargir les publics ciblés
- Augmenter la fréquentation
- Adapter les structures aux besoins des clientèles
- Optimiser la dépense des visiteurs

## Description

### ▪ Les exigences à satisfaire :

Développer les services : un lieu de visite doit pouvoir répondre à tous les besoins complémentaires à la visite. Dans l'ordre de visite : proposer des parkings suffisamment nombreux et sécurisés, un espace de regroupement protégé des intempéries, des sanitaires, un vestiaire, des accès pour les personnes à mobilité réduite (ascenseur), au moins une salle d'animation pour les groupes, un espace bar ou restauration, une boutique de site avec si possible des produits dérivés, des équipements de confort (cabine téléphonique, boîte aux lettres et/ou vente de timbres...).

Créer des émotions : en adaptant le discours et l'interprétation aux différentes catégories de publics. Développement des techniques innovantes de médiation, animation permanente, interactivité, implication du visiteur, pour initier des sensations à vivre et à partager, inviter au jeu. Les techniques les plus récentes de muséographies et de scénographies accentuent le caractère didactique de la visite. Les scénarios de visite racontent des histoires, ponctuent la visite d'émotions, invitent à la réflexion tout en créant la surprise.

### ▪ Se donner une ambition suffisante en faisant vivre le patrimoine :

Cibler un large public : les familles, les groupes, les adultes, les enfants, les jeunes, les seniors, simultanément, pour maximiser le nombre de visiteurs.

Des investissements lourds : ils sont proportionnels au nombre de visiteurs souhaités. Il faut compter environ 2,3 millions de francs pour accueillir 10 000 visiteurs. Les seuils de rentabilité sont élevés. Il faut compter au moins 25 000 visiteurs pour assurer les équilibres économiques.

Des investissements à renouveler régulièrement : Le réinvestissement dans les collections et expositions permanentes (environ 5 à 10% du chiffre d'affaires), doit être régulier (tous les 2/3 ans), et un renouvellement complet décennal est souhaitable. Les expositions temporaires doivent être présentes systématiquement pour renouveler l'attraction et augmenter le taux de retour des clientèles de proximité. Elles doivent avoir une durée maximale de 2 ans.

Mettre en place une vraie politique marketing dans les lieux de visite : une stratégie tarifaire différenciée (selon les publics et les saisons), l'intégration des visites dans des forfaits (avec une autre visite, un « pass », avec un repas, une randonnée accompagnée, du shopping...), un démarchage systématique, notamment des groupes, une communication et une promotion événementielle (ex : maison et semaine du ballon).

### ▪ Des lieux de visite à conforter dans cet esprit :

- Le Musée du Vieux Leysin,
- Le Musée du Vieux Pays-d'Enhaut,
- Le Musée minéralogique de Rougemont,
- La Maison du Ballon,
- La Maison de L'Etivaz.

L'important est de leur donner les moyens d'attirer et d'accueillir plus de clients : extensions, modernisation de la scénographie, promotion et mise en marché en commun.

▪ **Créer un à deux équipements culturels structurants<sup>7</sup> :**

- Développement d'un lieu de visite complémentaire pour la Fondation Balthus à Rossinière. Outre les activités et expositions de la Fondation, qui restent très temporaires, il faut pouvoir disposer d'un espace et d'une scénographie permanente, ouvert à l'année.
- Création d'un centre d'interprétation des paysages et de la nature, en lisière d'une réserve naturelle par exemple, en complément du Festival International du Film Alpin et de l'Environnement des Diablerets.
- Développer le projet de centre d'interprétation des énergies renouvelables à Leysin. Son édification au sommet de la Berneuse pourrait être un apport supplémentaire pour justifier la création de la liaison ferroviaire.

Ces équipements doivent avoir une ambition d'accueillir plus de 25 000 visiteurs par an.

▪ **Rendre accessible le patrimoine vivant :**

Sur ce plan, l'animation existante, principalement dans le Pays-d'Enhaut, qui concentre la majeure partie des éléments patrimoniaux accessibles sur les Alpes vaudoises, est assez remarquable. La liste est longue des animations, visites de caves et greniers à fromage, randonnées à thème, buvettes d'alpage, promenades en calèche, dégustation, visites d'artisans d'art, LandArt, concerts, expositions, etc.

Ce n'est donc pas dans un développement de l'offre qu'il faut orienter les actions de la diversification, mais la facilité d'accès à cette offre, qui, fortement atomisée, et peu structurée ne bénéficie pas nécessairement des retombées qu'elle mériterait.

L'information sur les différents sites Internet existe, les supports papier sont produits à l'échelle nationale, cantonale et régionale. Pourtant ces patrimoines emblématiques du territoire ne sont pas systématiquement utilisés comme vecteurs de communication et d'image. Une prise en compte plus forte dans les futures campagnes de communication semble indispensable.

Pour rendre l'information d'accueil plus opérationnelle, et pour faciliter l'accès à la carte aux différents lieux de visite ou d'animation, il est possible **de mettre à disposition un audio - guide des patrimoines des Alpes vaudoises**. Celui-ci peut être élaboré sur support électronique, fourni en plusieurs langues, actualisé tous les ans. Le principe est de fournir à tout visiteur d'une destination un outil qui le rende plus autonome, qu'il soit en séjour, en excursion ou de passage. Le support électronique peut être un lecteur MP3, ou encore un GPS qui déclenche un commentaire, un conseil, le début d'une visite guidée lorsque le visiteur s'approche d'un site ou d'un équipement patrimonial du territoire. L'utilisateur ne peut ainsi plus passer à côté des points forts de la destination. Couplé à la signalisation touristique routière, ce dispositif est d'une efficacité redoutable.

---

<sup>7</sup> Voir annexe 1

Plusieurs solutions sont possibles pour fournir les informations aux touristes : le téléchargement gratuit ou payant sur Internet, la vente d'un lecteur MP3 dans les Offices de Tourisme, ou les hébergements, ou encore, comme c'est le cas dans la Watch Valley (Hoppy), la location pour la durée de séjour d'un GPS portable.

---

#### **LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE**

---

- Etudes de faisabilité
- Conception (lieux de visite, audio - guide et système de mise à disposition)
- Travaux et équipement
- Fabrication des audio - guide
- Promotion ciblée et mise en marché.

---

#### **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- Pour la restructuration des lieux de visite existants : Pays-d'Enhaut et Leysin
- Pour la création des équipements structurants : Pays-d'Enhaut, Les Diablerets et Leysin.
- Pour la création des audio - guides : l'ensemble des Alpes vaudoises

---

#### **EFFETS ATTENDUS**

---

- Possibilité d'intégrer certains lieux de visite en tant que « Maison de Parc », pour le PNR.
- Augmentation de la fréquentation des patrimoines
- Augmentation de la dépense moyenne par visiteur (dans les lieux de visite ou lors des visites individuelles du territoire avec l'audio - guide).
- Renforcement de l'image des Alpes vaudoises en tant que destination Montagne - Campagne.

## P ■ 2 CRÉATION DES « MAISONS DES TERROIRS DES ALPES VAUDOISES »

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

Les Alpes vaudoises, et plus particulièrement le Pays-d'Enhaut, disposent d'une offre considérable en terme de produits du terroir et d'artisanat d'art.

Les produits sont essentiellement des produits de bouche issus de la transformation locale : fromages (dont AOC L'Etivaz) et produits laitiers, miel, charcuterie, gibier, confitures, conserves, œufs, viande d'autruche, champignons, vin, etc.

L'artisanat d'art repose essentiellement sur le bois (boissellerie, ébénisterie, peinture et sculpture sur bois), mais aussi sur le découpage (Pays-d'Enhaut), la dentelle, le patchwork, la peinture, la ferronnerie d'art, etc.

La plupart des producteurs, artisans, artistes, sont répertoriés, toutefois, leur offre est peu lisible et atomisée (hormis pour L'Etivaz qui dispose d'une forte notoriété). Pour l'instant, il n'existe que deux établissements de ce type : à Château-d'Œx et à Gryon. Toutefois les produits de cette dernière sont plutôt centrés sur le Chablais (vaudois et valaisan).

#### Objectifs et enjeux

- Permettre une meilleure accessibilité de l'offre aux touristes et excursionnistes.
- Créer des débouchés en augmentant la vente directe pour le plus grand nombre de producteurs (nombre de clients et chiffre d'affaires).
- Encourager le développement des filières traditionnelles, notamment la filière bois.
- Faire connaître les producteurs sur l'ensemble des Alpes vaudoises.

#### Description

- **Mise en place d'une organisation pour le regroupement des productions et la vente directe :**

Puisqu'il est difficile pour une majorité de producteurs et d'artisans de faire venir les clients sur leur lieu de production, il est nécessaire d'apporter les produits là où résident ou visitent les clients. Pour ce faire, une série d'actions peut être entreprise :

- **Création de boutiques** où les productions seront mises en dépôt - vente dans les cœurs de station (Château-d'Œx, Leysin, Villars, les Diablerets). Avec mise en place d'une logistique pour l'approvisionnement des points de vente (collecte chez les producteurs des produits conditionnés). Ces dépôts vente peuvent être installés dans les rues les plus commerçantes des stations, ou être une annexe de l'Office de Tourisme, ou d'un lieu de visite. L'important, c'est qu'ils se localisent là où les flux de touristes et excursionnistes sont les plus importants. Pour les produits alimentaires, ces boutiques peuvent être complétées par des points de vente (avec un présentoir particulier), dans les commerces de détail alimentaire (boulangeries, épiceries, boucheries notamment).
- Selon les saisons, ce réseau de points de vente pourra être complété par la mise en place de

commerces ambulants pour livrer (sur commande) des produits aux hôtes hébergés dans les locations de vacance (appartements, chalets...).

La vente directe en réseau sous l'appellation « Maisons des Terroirs » est en cours de concrétisation. Ce type de projet est co-financé par Innotour.

▪ **Animation et promotion du réseau :**

Cette animation est déjà partiellement effectuée dans certaines destinations. Elle consiste à systématiser (une fois par semaine au moins en haute saison), le déroulement d'un marché campagnard dans les cœurs de station. Bien plus que leur organisation, c'est la programmation sur l'ensemble du territoire qui est importante, et une promotion de proximité assez intensive (annonces radio, flyers sur les parkings, dans tous les hébergements et dans les rues.

L'organisation des marchés peut être complétée par la création de « paniers de campagne » pour les produits alimentaires. Ces paniers, échantillon des spécialités locales, pourraient faire l'objet d'un conditionnement identique sur toutes les Alpes vaudoises, et offerts aux nouveaux arrivants, ou vendus dans le réseau. Avec un conditionnement spécifique, ils peuvent aussi être expédiés par les touristes à l'instar d'une carte postale. L'objectif est de passer de la dégustation à l'achat de souvenir, et du souvenir au cadeau. Les produits seront alors consommés sur place ou au domicile des touristes, devenant ainsi un outil de communication.

▪ **Promotion des filières traditionnelles intra-muros :**

D'autres productions et filières traditionnelles des Alpes vaudoises ne peuvent pas faire l'objet d'une vente au détail, ou d'une vente directe aux touristes. Toutefois, dans le cadre de la diversification, elles peuvent être utilisées pour valoriser l'image des destinations. C'est le cas par exemple de la filière bois, ou des métiers de la forge et de la ferronnerie.

On connaît déjà la renommée de la construction de chalets et de maisons en bois. Toutefois, l'industrie du bois régionale peut disposer d'autres débouchés grâce à la diversification : signalétique et signalisation, construction d'un mobilier urbain spécifique, de fontaines, d'abris, de devantures pour les commerces... permettant de personnaliser les espaces publics des villages et hameaux. De même la ferronnerie locale pourrait créer et produire une gamme d'enseignes traditionnelles de qualité pour les commerces et autres lieux d'accueil du public.

Le rôle de la diversification dans ce domaine est de créer des débouchés régionaux aux entreprises régionales. La diversification est un prétexte pour créer une demande locale. Lors de la mise en place des recommandations évoquées ci-dessus, les communes pourraient faire jouer la « préférence Alpes vaudoises » et ainsi se rapprocher des différentes entreprises.

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Analyse de la faisabilité économique du projet (seuils de rentabilité)
- Mise en place et organisation d'un réseau (identification et sensibilisation des producteurs, personnel de vente, logistique).
- Création de commerces (choix des implantations et des locaux, aménagement et équipement des locaux).

- Animation et promotion du réseau et de ses produits.
- Soutien aux filières (bois et ferronnerie).

---

#### **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- L'ensemble des Alpes vaudoises

---

#### **EFFETS ATTENDUS**

---

- Augmentation de la notoriété des productions locales.
- Augmentation des débouchés et du chiffre d'affaires des producteurs.
- Valorisation de l'image de la destination Alpes vaudoises.
- Maintien et création de places de travail dans plusieurs filières.

## P ■ 3 CRÉATION DU RÉSEAU DES « MAISONS DES PROMENADES »

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

La découverte de la nature, sous toutes ses formes, constitue une grande partie de l'offre touristique des Alpes vaudoises. Cette découverte s'effectue en hiver et hors hiver, par différents moyens : à pied, en ski (de fond, de randonnée), en raquettes à neige, en traîneau à chien, à cheval, à vélo ou VTT, en ballon, en canoë, etc.

Pour l'instant, la plupart de ces activités sont traitées séparément, très éclatées dans l'espace, et donc ne génèrent que des retombées limitées.

Le regroupement de ces activités sur un même lieu, et la multiplication de ces espaces, doit permettre d'une part de faciliter l'accès à la découverte pour les touristes et excursionnistes, et d'autre part d'améliorer les conditions de rentabilité des acteurs qui animent les activités de pleine nature.

#### Objectifs et enjeux

- Développer les services liés à la découverte de la nature
- Permettre de générer des retombées économiques plus importantes
- Mieux gérer les flux des promeneurs et randonneurs pour protéger certains espaces sensibles
- Contribuer à l'animation des espaces naturels
- Créer des lieux de détente et de convivialité

#### Description

- **Création de plusieurs « Maison des Promenades » :**

Chaque maison doit regrouper tous les services, marchands ou non pour la découverte :

- Une salle d'accueil et un point information
- Une salle d'animation pour des petits groupes, et en particulier les groupes de jeunes
- La possibilité de location de vélos et VTT, avec un atelier de réparation et d'entretien,
- La location de chevaux ou de calèches, ou traîneaux pour des promenades accompagnées,
- Espace de repos pour les chevaux, mis en scène pour les enfants (boxes),
- La location de canoës pour des promenades accompagnées lorsque cela est possible,
- Location de raquettes à neige, de skis de fond ou de randonnée,
- Une salle hors sac avec consignes, sanitaires, douches, etc.
- Parking ombragé et sécurisé pour les Maisons accessibles en voiture,
- Point de départ de sentiers,
- Aire de pique-nique avec abris,

- Boutique de matériel de première nécessité et bar snack,
  - Surface totale : environ 5 à 600m<sup>2</sup>
- **Principes d'aménagement :**
    - Réaliser, autant que faire se peut, des équipements polyvalents, et pouvant fonctionner aussi bien en hiver, qu'hors hiver.
    - Utiliser autant que possible les potentialités des sites, et notamment les bâtiments existants,
    - Des aménagements à intégrer aux milieux sans y porter atteinte,
    - Maintenir le site dans un aspect le plus naturel possible, en utilisant notamment des constructions bois,
    - Bien contenir les flux automobiles : pas de circulation automobile en dehors de l'accès et du parking.
- **Faire vivre et animer les maisons des promenades :**
    - En organisant une offre structurée d'accompagnateurs de moyenne montagne. Il s'agirait d'attribuer un label (Guide de Pays), à des guides accompagnateurs, des moniteurs de ski..., selon leur sensibilité et leur capacité à accompagner les promeneurs.
    - En développant des itinéraires et des promenades thématiques au départ de chaque maison, et en spécialisant les thèmes selon les maisons (observation de la faune et de la flore, promenades nocturnes, randonnées gourmandes et buvettes d'alpages, cueillette des champignons, découverte des cabanes d'alpage et de l'architecture bois....). En reliant les maisons entre-elles par des itinéraires (mise en réseau).
    - En localisant une partie de l'animation sur les maisons (expositions, rencontres, dégustations...). Cette animation peut permettre d'établir des partenariats avec différents types de partenaires. Par exemple, un partenariat avec le Centre Mondial du Cyclisme permettrait de labelliser les maisons sur le VTT ou le cyclotourisme, de monter des produits avec le label UCI, ou en direction du CMC à partir des maisons des promenades. En outre, ce type de partenariat peut faciliter le sponsoring, et bénéficier d'une partie des moyens de communication de l'UCI, en contrepartie de la possibilité pour le CMC de bénéficier d'infrastructures pour les sportifs pensionnaires. Les Maisons des promenades peuvent être des points de départ pour l'entraînement.

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Etude de faisabilité du modèle
- Identification des partenariats à établir
- Création de la (ou des) structure(s) d'exploitation et d'animation
- Choix des implantation et programmation
- Travaux

## TERRITOIRE D'APPLICATION

---

### Suggestions d'implantations à vérifier :

- Pays-d'Enhaut : une maison en altitude (La Braye), une Maison à L'Étivaz (complément à la Maison du fromage de L'Étivaz).
  - Les Mosses : au village.
  - Leysin : au départ du télécabine de la Berneuse.
  - Les Diablerets : 2 hypothèses. En altitude aux Mazots, ou en station pour conforter le projet de positionnement village de montagne.
- 

## EFFETS ATTENDUS

---

- Meilleure gestion des flux dans les espaces naturels (concentrer pour protéger)
- Optimisation des retombées économiques des activités de pleine nature
- Création de places de travail
- Amélioration de la satisfaction des promeneurs
- Valorisation de l'image des Alpes vaudoises.

## P ■ 4 DIVERSIFICATION DES MODES D'HÉBERGEMENT

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

Les Alpes vaudoises se caractérisent par une capacité d'accueil relativement modeste en lits marchands comparativement à d'autres territoires de montagne. Il existe aussi de profonds déséquilibres entre les types d'hébergements. Le poids des résidences secondaires est très élevé, ce qui provoque des effets négatifs sur les économies générales des destinations. Le manque d'hébergement marchand constitue un manque à gagner pour toutes les entreprises, et en particulier les sociétés de remontées mécaniques qui peuvent difficilement optimiser le remplissage de leurs installations.

Par ailleurs, les lits marchands sont concentrés sur trois formes d'hébergement : l'hôtellerie, les locations de vacances (appartements et chalets) et les hébergements pour groupes. Les autres formes de para - hôtellerie sont absentes des destinations : habitat léger de loisirs dans les campings, résidences de tourisme.

Les besoins en réinvestissement dans les hébergements marchands sont importants pour adapter l'offre aux exigences croissantes des clientèles. La plupart des exploitants et propriétaires ne sont plus en mesure d'assumer seuls ces investissements, particulièrement dans l'hôtellerie. Par conséquent, leurs outils de production se dégradent, la fréquentation diminue, et la rentabilité n'est plus au rendez-vous. Le niveau d'endettement des entreprises et le faible taux de rentabilité des établissements ne permettent plus de financer le réinvestissement sur emprunt. Les opérateurs touristiques se trouvent donc dans une situation très difficile, et un nombre important d'hôtels a déjà fermé (notamment dans le Pays-d'Enhaut).

#### Objectifs et enjeux

- Enrayer la disparition des lits marchands
- Permettre l'adaptation de l'offre d'hébergement marchand aux attentes des clientèles
- Développer la capacité d'accueil, principalement en para - hôtellerie
- Encourager les formes d'hébergement alternatives pour « communiquer »

#### Description

##### ▪ Accompagner la réhabilitation du parc hôtelier :

La réhabilitation du parc de chambres d'hôtel est un besoin récurrent et immédiat. Il n'est pas propre aux Alpes vaudoises, c'est un phénomène structurel de cette forme d'hébergement. Les propriétaires et exploitants ne peuvent plus financer des investissements sur fonds propres, ils doivent donc souvent faire appel au crédit ou à des appels de fonds auprès d'investisseurs. Ce type de constat est plus courant dans les hôtels de catégories moyennes et faibles. Les 4\*\*\*\* ou 5\*\*\*\*\* sont plus protégés de ce phénomène.

La réhabilitation du parc nécessite toujours plus d'investissement. Cette augmentation importante de l'investissement moyen par chambre est liée aux exigences de confort et de services toujours plus élevés des clientèles, et à un souhait de positionnement différencié des exploitants par la création d'équipements complémentaires (espace réunions et séminaires,

piscines intérieures et extérieures, espaces fitness, spas, garderies d'enfants...). Seuls les établissements dotés d'une grande capacité d'accueil peuvent se permettre de réaliser de tels investissements.

L'intervention publique en faveur de l'hôtellerie est donc nécessaire pour accompagner la réhabilitation. Toutefois, les différents modes d'intervention ont tous montré leurs limites : subventions pour travaux, prêts bonifiés, garantie d'emprunt collective, rééchelonnement de la dette, aménagements fiscaux (étalement, exonérations, baisse des taux...).

Aujourd'hui, les solutions qui sont explorées et qui commencent à se développer (y compris dans le Pays-d'Enhaut) consistent en :

- Un démembrement de la propriété de l'établissement et une vente en copropriété des chambres à des investisseurs individuels (condotel), pour financer les investissements ;
- La restructuration des unités d'hébergement. Dans le même établissement, se côtoient des chambres traditionnelles, des suites, ou des petits appartements (avec un coin cuisine) ;
- L'ancien propriétaire et exploitant reste propriétaire des parties communes et des équipements connexes (restaurant, bar, équipements pour séminaires, de loisirs ou sportifs...). Les copropriétaires de chambres passent une convention de mise en location avec lui, et sont rémunérés en pourcentage du chiffre d'affaires de son logement (avec un rendement minimum qui oblige l'exploitant à des efforts commerciaux importants). Les copropriétaires peuvent contractuellement se réserver une période d'utilisation de leur chambre.
- Pour les clients, il s'agit d'un hôtel classique, avec tous les services habituels. Seuls les revenus de la location des chambres sont redistribués différemment entre l'exploitant et le copropriétaire.

Dans ce contexte, les instances régionales et les communes peuvent sensibiliser les propriétaires actuels d'hôtels à ce type de refinancement de la réhabilitation (intervention d'experts, voyage d'étude sur des expériences récentes, accompagnement pour la mise en œuvre...). A noter que ce type de montage s'applique aussi à la création d'hôtel.

#### ▪ **Accompagner la création de résidences de tourisme :**

La résidence de tourisme est un ensemble de logements (individuels ou collectifs), dotée d'équipements de loisirs collectifs et de services. Les logements sont généralement conçus pour 4 personnes et plus, et comprennent 2 chambres, salle de bain et wc, une pièce à vivre et une cuisine). Ils peuvent avoir des tailles variables (jusqu'à 10 personnes). Ils sont loués à la semaine, avec un accès exclusif aux équipements de loisirs. Les services (ménage, fourniture du linge et des draps, traiteur, mise à disposition de matériel, garde d'enfants, bar...), sont proposés à la carte pour offrir un maximum de souplesse et d'indépendance aux clients. Le niveau de confort minimum correspond à 3\*\*\*, voire 4\*\*\*\* selon les destinations.

Pour renforcer leur attraction, les résidences de tourisme peuvent jouer sur la thématisation des équipements de loisirs (wellness, sport extrême, nature, présence d'animaux, arts...), et/ou le parti pris d'aménagement et d'architecture : maisons en bois, architecture typique locale, ou moderne, intégration aux milieux, haute qualité environnementale...

En termes de dimension, pour qu'un tel concept puisse fonctionner dans de bonnes conditions, la capacité d'accueil doit être d'au moins 200 lits, soit 30 à 40 logements. Pour des logements individuels, la superficie totale nécessaire pour à ce type de projet est d'environ 5 hectares. Selon les équipements de loisirs créés, et le positionnement adopté, cette superficie peut évoluer jusqu'à 10 hectares (compter 800 m<sup>2</sup> par logement individuel, plus 35% de surfaces communes pour les équipements collectifs, la voirie, les parkings, les zones naturelles).

Le principe de financement en copropriété peut ici aussi être utilisé pour lever les fonds. L'exploitation de ce type d'équipement ne nécessite pas autant de personnel que dans l'hôtellerie, même si certains services sont semblables.

Les destinations les plus adaptées à l'implantation de ce type d'hébergement sont le Pays-d'Enhaut et Les Diablerets. Il s'agit donc d'essayer de favoriser au moins 2 implantations (foncier, recherche d'investisseurs et d'exploitants), et de leur donner une thématique différenciée : plutôt nature et immersion dans l'environnement au Pays-d'Enhaut, plutôt architecture de montagne et Bien-être, remise en forme aux Diablerets.

#### ▪ **Constitution d'un parc d'hébergements ruraux :**

Les hébergements ruraux sont des locations de vacances dans du bâti traditionnel ou de caractère : chalets anciens, chalets d'alpage, maisons de village, fermes... Ils répondent à la recherche d'authenticité des clientèles. Ces logements touristiques peuvent être tout ou partie d'un bâtiment. Ils ne sont pas nécessairement localisés dans une exploitation agricole en activité, ou ne sont pas forcément la propriété d'un agriculteur.

Le développement de ce parc est basé sur la réhabilitation de bâtiments existants. Mais en zone agricole (fermes, bâtiments agricoles...), cette réhabilitation pour la mise en location induit une transformation ou un changement de leur affectation. Dans la grande majorité des cas, la loi fédérale n'autorise pas ces transformations. Il sera donc difficile, dans le contexte législatif actuel de constituer un parc de logements suffisamment significatif pour représenter une offre lisible pour les clientèles (au moins 50 logements pour débiter). Seules les constructions « jugées dignes d'être protégées » peuvent déroger à la règle.

Rappelons que ce type d'offre correspond à une demande croissante. Le changement d'affectation ne concerne que des bâtiments qui ne sont plus utilisés par l'agriculture. La création de logements de vacances dans ces bâtiments est un moyen de sauvegarder le bâti traditionnel en lui donnant une nouvelle vie. Si ces projets sont portés par des agriculteurs, ils permettent une diversification des revenus.

Pour développer ce parc, il est nécessaire, en préalable de faire une identification des bâtiments qui peuvent légalement être réhabilités pour être transformés en logement de vacances : dans les villages ou hameaux, en propriété à des agriculteurs, digne d'être protégé... Une fois cette identification réalisée, si le nombre est suffisant, il faudra tester le niveau de motivation des propriétaires à la réhabilitation et la mise en location, puis estimer le montant moyen du réaménagement en location de vacances.

En règle générale, les travaux de transformation des bâtiments en logement de vacances sont relativement élevés. Les propriétaires ne peuvent que rarement supporter le coût de cet investissement. Pour que le parc se développe suffisamment vite, un soutien financier public est

indispensable. Ce soutien peut prendre plusieurs formes :

- Une aide en subvention en pourcentage du montant des travaux et de l'équipement pour les propriétaires ;
- La fourniture de services publics pour améliorer la rentabilité des investissements (promotion, commercialisation, adhésion gratuite à une centrale de réservation) ;
- La constitution d'une structure para publique qui va contractuellement avec les propriétaires, financer et réaliser les travaux, puis exploiter la mise en location. Les propriétaires se font ainsi financer la réhabilitation en s'engageant à confier la location à la structure jusqu'à amortissement de l'investissement (sans recevoir de loyer). Au terme de cet amortissement, le propriétaire a le choix de poursuivre la mise en location (lui-même ou via la structure), ou de récupérer le logement pour l'occuper ou le vendre.

La mise en place d'un tel dispositif a aussi le mérite d'instaurer des règles communes en termes d'aménagement (normes et classification des logements), en termes de qualité de l'accueil, de services proposés, de promotion et de commercialisation. Il fédère et met en réseau tous les bénéficiaires de l'intervention publique, en contrepartie des investissements consentis par les pouvoirs publics.

#### ▪ **Modernisation et adaptation des campings :**

Les campings des Alpes vaudoises sont des établissements de taille et de confort moyens. Le niveau d'équipement et de services y est relativement modeste. Ils basent toute leur attraction sur la qualité de leur environnement. Or aujourd'hui, la demande dans les campings a considérablement évolué. Même si le désir de camper est toujours aussi fort, les clients sont beaucoup plus exigeants, notamment pour le logement et les loisirs. A côté des irréductibles qui se promènent avec leur caravane ou leur tente, il se développe une clientèle à plus fort pouvoir d'achat qui ne souhaite pas transporter leur tente ou caravane, qui aspire à un confort plus moderne. Par ailleurs, le camping dit « résidentiel », dans lequel les clients louent un emplacement à l'année pour y installer leur caravane ou un mobile - home, est une alternative à la résidences secondaire pour les populations les plus modestes.

Il serait donc judicieux de faire en sorte qu'un établissement au moins des Alpes vaudoises puisse se positionner sur ce créneau. D'ailleurs, dans de nombreux campings actuels, certaines caravanes restent à l'année sur les emplacements. Une étude de faisabilité est à proposer aux différents exploitants. Toutefois, il semble que le camping des Mosses soit le plus à même d'accueillir un parc de mobile - home ou d'habitat léger de loisirs (chalets bois sans fondations), compte tenu de l'importance de la clientèle de proximité sur la station.

Cela permettra d'une part d'accueillir de nouvelles clientèles plus rémunératrices, et dans un deuxième temps de restructurer le camping en limitant au maximum les caravanes anciennes et dégradées sur les terrains.

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Audit (technique et économique) des établissements existants et définition des programmes de rénovation, et de leurs coûts.
- Analyse du patrimoine immobilier ancien

- Mise en place d'une structure opérationnelle pour la réhabilitation du patrimoine bâti ancien et la gestion de la location de vacances
- Sensibilisation des acteurs régionaux de l'hébergement touristique
- Mise en réseau
- Ingénierie pour le développement de projets (notamment financières)
- Recherche d'investisseurs

---

#### **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- Pour l'hôtellerie, toutes les destinations des Alpes vaudoises,
- Pour les résidences de tourisme : Le Pays-d'Enhaut et Les Diablerets
- Pour les hébergements ruraux, Le Pays-d'Enhaut, Les Mosses, les Diablerets
- Pour le camping résidentiel : Les Mosses.

---

#### **EFFETS ATTENDUS**

---

- Développement de la capacité d'accueil
- Augmentation de la fréquentation dans les hébergements et les autres activités touristiques
- Création et pérennisation de places de travail
- Mise en valeur du patrimoine bâti

## P ■ 5 DIVERSIFICATION DE L'UNIVERS DES LOISIRS

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

L'offre d'activités et de loisirs est déjà très large à l'échelle des Alpes vaudoises. Certaines de ces activités sont déjà organisées autour d'équipements (piscines, patinoires, bowling, parcours accrobranche, etc.), d'autres, et en particulier les activités de pleine nature, sont peu structurées.

D'autres activités sont peu ou pas présentes dans la gamme proposée : wellness - Bien être, formation et apprentissage pour les touristes, tourisme d'affaires, réunions et séminaires.

#### Objectifs et enjeux

- Adapter l'offre aux attentes des segments prioritaires
- Diversifier les offres
- Elargir la gamme des activités et des services proposés
- Organiser la production et la commercialisation de nouveaux produits

#### Description

- **Améliorer l'offre des équipements de loisirs existants :**

Les équipements concernés sont les piscines, les patinoires, les bowlings, les parcours accrobranche. L'objectif est de faire en sorte que la pratique des activités puisse se dérouler dans une ambiance agréable et de qualité, que la convivialité soit privilégiée à la performance, et que les pratiques puissent s'effectuer en toutes saisons.

Cela se traduit par des investissements défensifs sur certains équipements :

- Pour les piscines non couvertes, faciliter la possibilité de se baigner en hiver (couverture, ou chauffage de l'eau avec un sas d'entrée couvert), création lorsqu'ils n'existent pas d'un clubhouse avec buvette, terrasse, installation de quelques jacuzzis.
- Pour les autres équipements, création d'espaces de convivialité, pour l'activité soit aussi valorisée en tant que décor et ambiance.

- **Créer des équipements nouveaux pour structurer les activités :**

Les premiers équipements sont ceux liés aux activités de pleine nature : les maisons des promenades (pour mémoire, voir fiche - projet n° P.3) ;

Ensuite, il serait judicieux que les Alpes vaudoises puissent se doter d'un équipement aquatique récréatif et ludique été - hiver, capable de devenir une destination à part entière. Il pourrait compléter l'offre existante de Leysin par exemple. Cet équipement devra être à l'initiative d'investisseurs privés, à rechercher (cf. fiche projet Q.1). L'objectif est de faire en sorte que le projet soit attractif pour lui-même, et donc qu'il ambitionne une fréquentation d'au moins 80 à 100 000 entrées par an. Pour y parvenir, il est indispensable de prévoir plusieurs bassins de tailles et de formes différentes, avec des parties couvertes et d'autres en plein air. Les jeux doivent être classiques (pataugeoires, pentaglist, toboggans, rivières à bouées), et accompagnés de

terrains de jeu en plein air beach-volley, jeux d'enfants...

On peut aussi envisager la création d'un espace Wellness sur le site, comprenant un bassin de détente, avec cols de cygnes, banquettes bouillonnantes, geysers, buses hydromassantes, espace aquagym, rivière à courant, alvéoles thématiques (bain musical, douches ludiques), sauna, hammam.

▪ **Concrétiser de nouveaux domaines d'excellence :**

Cette concrétisation passe par trois domaines dans lesquels l'offre des Alpes vaudoises est latente (formation, réunions séminaires), ou inexistante : bien-être et wellness.

- L'offre bien-être, remise en forme présente les caractéristiques suivantes : une concurrence forte à proximité (Lavey, Gstaad, Montreux, Yverdon, Charmey...), des coûts d'investissement très élevés, une rentabilité très faible. Par ailleurs, Suisse Tourisme vient de créer avec l'Autriche, l'Allemagne et l'Italie, une société ALPINE WELLNESS, qui labellise des établissements ou des stations dans chaque Pays. L'offre y est pléthorique. Pour les Alpes vaudoises, il ne s'agit donc pas de développer une offre à part entière, mais une offre périphérique. Il serait possible d'accompagner les propriétaires d'hébergements pour aménager quelques équipements dans leurs établissements (hôtels 4\*\*\*\* et plus à Villars, résidence de tourisme aux Diablerets), et proposer ainsi des motifs de séjour supplémentaires. Le wellness ne se résume pas aux spas et à la balnéothérapie, il peut aussi se développer autour du massage, des soins du corps et du visage, de l'aromathérapie, de la nutrition, de la relaxation, de l'ayurveda, le wellfeeling.
- Promouvoir le tourisme professionnel lié à la réunion et au séminaire. Les installations existent à Leysin, Villars et aux Diablerets. Chaque équipement assure sa production et sa prospection de façon individuelle. Or, pour pouvoir être compétitif, il faut être en mesure dépasser une masse critique. Les établissements existants doivent donc se regrouper pour faire du démarchage en direct sur les marchés de proximité (entreprises, associations, organisations para publiques...), soit par l'intermédiaire des agences de voyages réceptives de Lausanne et Montreux. Au-delà des prestations liées à la réunion, les prestataires devront faire des offres groupées avec des restaurateurs, des hôtels, des prestataires de loisirs... dans le cadre d'offres tout compris.
- Développer les formations -loisirs pour les individuels regroupés, en utilisant les installations de certaines écoles internationales lorsque celle-ci le permettent : stages divers liés au bien-être, à la culture, au patrimoine, à certaines techniques artistiques, voire sportive. Les installations existent, mais les prestataires de formation sont à identifier et l'offre à constituer.

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Développement des équipements de confort et de convivialité sur les équipements existants
- Création d'un équipement aquatique récréatif et ludique avec un espace wellness
- Regroupement et constitution d'une offre globale réunions et séminaires et démarchage en commun
- Encourager des spécialistes de l'animation par la formation à constituer une offre pour les individuels.

## TERRITOIRE D'APPLICATION

---

- Les destinations disposant des équipements de loisirs
- Leysin pour l'équipement aquatique récréatif et ludique
- Leysin, les Diablerets et Villars pour les équipements séminaires et la constitution d'une offre Alpes vaudoises
- Leysin et Villars pour la mise en place d'une offre de formation pour les touristes individuels

## EFFETS ATTENDUS

---

- Augmentation de la fréquentation
- Elargissement de la gamme offerte
- Renforcement de l'attraction
- Exploitation optimisée des potentialités latentes

## Q ■ ACCOMPAGNEMENT DE LA DIVERSIFICATION

Les mesures d'accompagnement de la diversification constituent des investissements « immatériels » qui visent à optimiser la diversification par la mise en place d'une organisation et d'outils permanents. Cette organisation et les savoir faire qui y seront rattachés auront un impact important sur les facteurs de réussite des projets, comme sur l'appropriation du projet de diversification par les opérateurs touristiques régionaux et les populations locales.

Au-delà de la création de l'aménagement de l'espace, et de l'équipement des destinations, c'est un état d'esprit qu'il faut créer sur les Alpes vaudoises, de façon à ce que tous les acteurs concernés puissent s'approprier l'idée de la diversification.

Il faut donc « mettre de l'huile dans les rouages » et élargir les savoir-faire et les compétences pour faire aboutir les projets ; mais aussi gérer et diffuser l'information auprès de tous les acteurs.

### Q ■ 1 ASSISTANCE A L'ÉMERGENCE ET AU DÉVELOPPEMENT DE PROJETS

#### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

##### Fondement

L'organisation territoriale des Alpes Vaudoise ne dispose pas d'une structure opérationnelle capable d'accompagner les projets de diversification du stade de l'idée à la réalisation. Pourtant, à l'instar de ce qui se fait pour l'implantation d'entreprises industrielles ou de services, notamment dans le cadre des zones d'activité, les besoins sont importants, et les porteurs de projets sont souvent démunis (procédures à suivre, recherche de site d'implantation, financement, études préalables...).

##### Objectifs et enjeux

- Repérer les projets le plus tôt possible dans leur mise en œuvre
- Accompagner les porteurs de projet pour les aider à formaliser leur idée
- Mettre en cohérences les projets avec les objectifs de la diversification
- Améliorer les facteurs de réussite des projets et leurs chances d'aboutir

##### Description

- **Création d'un pôle de compétences pour l'initiation, l'accompagnement et le suivi des projets :**

Ce pôle de compétences doit regrouper des acteurs locaux (communes, associations régionales) et des experts. Les compétences du pôle doivent être multiples, de façon à répondre précisément aux besoins des porteurs de projets (qu'ils soient publics ou privés) :

- Marketing et communication
- Conception
- Ingénierie financière

- Outils de développement
- Gestion et économie générale
- Expertises (foncier, réglementations, juridique...).

Ce pôle de compétence peut prendre trois formes différentes :

- soit celui d'une association ou d'une agence de développement économique régionale (elle ne traitera pas nécessairement que de l'implantation ou du développement d'entreprises strictement touristiques) ;
- soit élargir le domaine de compétences de l'ARDA et de l'ADPE pour créer un service spécifique (commun si possible). Plusieurs missions assignées à ce pôle de compétences sont déjà assurées par l'ARDA et l'ADPE, ainsi que par la Communauté d'Intérêt pour la promotion économique de l'Est Vaudois (Bureau de Montreux - ProMove) ;
- Soit rester virtuel, en externalisant les différentes tâches, et en maintenant la coordination au sein de l'espace régional.

Les missions assignées à ce pôle de compétence sont les suivantes :

- Prospecter des projets d'investissements ou d'implantation (au niveau national et international),
- Assister les porteurs de projet aux choix d'implantation,
- Accompagner les projets pour leurs études de faisabilité technique et économiques,
- Accompagner les entreprises dans leur montage financier,
- Aider à la recherche de partenaires et d'investisseurs,
- Assurer le suivi du projet et le respect des procédures et réglementations,
- Aider au recrutement, à la formation et à l'accueil des employés...

▪ **Gestion de l'information et communication :**

Pour que ce pôle puisse correctement assurer ses missions, il doit pouvoir fournir aux investisseurs ou porteurs de projets un ensemble d'informations concernant : le foncier disponible, les procédures à suivre, les réglementations en vigueur, l'état de la concurrence, le niveau de performance des entreprises similaires, les taux de rentabilité moyens, la durée de retour sur investissement, les aides publiques disponibles, les modalités d'obtention de ces aides, les opérateurs locaux susceptibles de devenir des partenaires....

Pour cela, le pôle de compétences devra, dès sa création, se doter de bases de données d'information (économiques, juridiques, marketing...), et de tableaux de bord divers, actualisés le plus souvent possible, de façon à optimiser l'accompagnement des porteurs de projets.

La prospection des porteurs de projets d'investissement nécessite une communication spécifique, tant interne au territoire, qu'à l'extérieur. Cette communication très ciblée devra faire l'objet d'une attention particulière.

## **LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE**

---

- Création d'un pôle de compétences
  - Recrutement de spécialistes
  - Promotion du dispositif
  - Mise en place d'un système d'information économique et géographique
- 

## **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- L'ensemble des Alpes vaudoises
- 

## **EFFETS ATTENDUS**

---

- Attirer de nouvelles entreprises et nouveaux investisseurs sur le territoire
- Augmenter les facteurs de réussite des projets et donc leur réalisation
- Faciliter le développement de nouveaux projets (en particulier dans l'hébergement)

## Q ■ 2 DISPOSITIF D'AIDE A LA MISE EN LOCATION DES RÉSIDENCES SECONDAIRES

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

La mise en location des résidences secondaires en logements de vacances (appartements et chalets) doit permettre une augmentation du parc de lits marchands sans « constructions » nouvelles. Toutefois, chaque logement ayant un propriétaire différent (ou presque), La difficulté de cette mise en location réside dans l'harmonisation des prestations proposées (équipement des logements, formalisation des offres et principes contractuels avec les clients, gestion de l'accueil), et dans le contrôle du respect de cette harmonisation par les loueurs ou leurs mandataires (gérances -agences immobilières).

La mise sur le marché de ce parc consiste donc en une série d'actions sur le contrôle de la qualité des produits et des procédures, et sur la mise en place d'une organisation permettant de motiver les propriétaires à louer, de les conseiller sur l'amélioration de leur offre, et de leur rendre des services en contrepartie de cette mise en location (optimisation du remplissage via une centrale de réservation, promotion collective).

#### Objectifs et enjeux

- Développement du parc de « logements de vacances »
- Augmentation de la capacité d'accueil en lits marchands
- Promotion de la qualité des services fournis par les loueurs
- Mise en place de standards de qualité (confort, accueil, accessibilité à l'offre)
- Augmentation progressive de cette qualité
- Promotion de la disponibilité des services
- Développement de la transparence des prix et de la comparabilité pour les hôtes
- Amélioration de l'occupation et de la rentabilité par une commercialisation spécifique

#### Description

- **Généralisation du système de classification des appartements de vacances de la FST**

Depuis début 2005, la Fédération Suisse du Tourisme a mis en place, avec le soutien de Suisse Tourisme, un système de classification des logements de vacances qui repose une « auto déclaration » des propriétaires ou des gérances qui possèdent les mandats de location.

Cette auto déclaration s'effectue en remplissant un questionnaire à envoyer à un organisme régional ou local habilité à attribuer la classification (Office de Tourisme, gérance d'immeuble, organisation de location de vacances, associations d'appartements de vacances, agences de location). L'office de Tourisme de Château-d'Œx dispose de cette habilitation, et tous les appartements de vacances inscrits dans la centrale de réservation sont classifiés.

Une fois cette demande effectuée, l'organisme local habilité visite le logement et contrôle la conformité de la déclaration : respect des conditions minimales pour la classification

(équipement intérieur, traitement des demandes d'offre, composante de l'offre, contrats de location, information à l'intérieur des logements, accueil des hôtes et remise de l'appartement), ainsi que la catégorie de classification à laquelle le logement peut prétendre. Ces catégories sont au nombre de 5, de 1\* à 5\*\*\*\*\*, d'un appartement simple à un appartement luxueux.

Une fois ce premier contrôle effectué, l'organe de classification procède à la classification définitive. Elle est valable pour une durée de trois ans, et arrivera à terme fin 2007. Elle fait l'objet d'une remise d'un certificat. Au terme de ce délai, la procédure est renouvelée, dans un délai minimum de 6 mois.

Dans cette période de 3 ans, des contrôles par tirage aléatoire (5% minimum du parc de logements) sont effectués par des contrôleurs qualifiés, et sont facturés aux propriétaires ou gérances.

En contrepartie du respect de ces règles de classification les logements classifiés sont inscrits dans une base de données régionale et nationale. Ils font l'objet d'une promotion spécifique, et d'une commercialisation via les centrales de réservations régionales et nationales. Les propriétaires ou gérants de locations disposent de conseils pour l'adaptation des logements à la classification, et pour une bonne gestion de l'accueil et des pratiques contractuelles (documents types).

Puisque ce dispositif est déjà en place pour l'ensemble du Pays-d'Enhaut, il est indispensable de l'étendre au périmètre des Alpes vaudoises côté Chablais Vaudois, en permettant aux Offices de Tourisme (Leysin, Villars - Gryon, Les Diablerets), ou aux gérances d'immeubles, ou aux agences de location de disposer de l'habilitation à classifier et à contrôler la qualité.

#### ▪ **Sensibilisation des propriétaires ou gérants à la mise en location**

Ce nouveau dispositif est l'occasion de développer la mise en location. Les organismes habilités pourront désormais « démarcher » les propriétaires qui ne louent pas encore, en leur expliquant l'intérêt du dispositif (amélioration de la rentabilité). Ce démarchage systématique devrait permettre de faire reculer la proportion de lits froids dans les destinations des Alpes vaudoises. Les futurs organismes habilités devront donc, en partenariat avec les communes, et sur la base des fichiers de résidences secondaires, organiser des campagnes d'information (mailings, réunions publiques, conférences de presse...), pour sensibiliser les propriétaires.

---

### **LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE**

---

- Extension du dispositif depuis le Pays-d'Enhaut à l'ensemble des Alpes vaudoises
  - Détermination des organismes habilités à la classification et au contrôle de la qualité
  - Création des bases de données de logements classifiés
  - Inscription des logements de vacances à la centrale de réservation à l'échelle des destinations (AVP).
  - Promotion spécifique du parc de logements par AVP.
- 

### **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- L'ensemble des destinations des Alpes vaudoises

## **EFFETS ATTENDUS**

---

- Augmentation et diversification du parc de lits marchands
- Optimisation de l'organisation des acteurs du dispositif
- Amélioration de la rentabilité des locations
- Standardisation minimale de l'offre et sécurisation du client

## Q ■ 3 GESTION CENTRALISÉE DE L'INFORMATION D'ACCUEIL

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

L'information d'accueil sur les destinations des Alpes vaudoises est hétérogène, parfois incomplète, et se limite trop souvent à la destination en elle-même. La forme et le contenu des documents sont disparates entre les destinations. Les différents sites web ne fournissent pas le même niveau d'information et manquent de précision sur ne nombreux points.

Un des enjeux de la diversification est de faciliter les complémentarités entre les destinations, et d'optimiser les échanges de clientèles sur les dominantes de positionnement. Pour que les clientèles aient une vision globale des choses à voir, à faire et à vivre dans les Alpes vaudoises, il est indispensable de repenser les principes et des modes de gestion et de diffusion de l'information touristique d'accueil.

#### Objectifs et enjeux

- Donner une vision claire des Alpes vaudoises aux clients
- Permettre de mieux connaître l'étendue de l'offre des destinations
- Actualiser l'information en temps réel
- Pouvoir l'utiliser dans de multiples circonstances
- Apporter un « conseil » au visiteur, au-delà du simple renseignement.

#### Description

- **Créer une base de données de l'offre des Alpes vaudoises consultable sur le site web AVP**

Cette base de données est la mémoire « vivante » du territoire. Elle doit pouvoir alimenter toutes les demandes d'information :

- Lors de demandes spécifiques aux Offices de Tourisme, les personnels peuvent consulter en ligne toutes les données disponibles et renseigner le client de façon très précise, avec même la possibilité d'éditer une fiche personnalisée pour une demande particulière.
- Lors de l'élaboration du guide d'accueil et du calendrier des manifestations, toutes les données sur l'offre sont disponibles sous forme de fichier actualisé et exhaustif, ce qui permet d'éviter les coûts et les délais de recherche et de mise à jour des informations.
- Lors de la consultation du site par les clients, le confort d'utilisation est plus élevé, et la qualité du service est identique à celle que le client ou le prospect aurait avec une hôtesse en face à face.
- Les groupes constitués ou les prescripteurs peuvent avoir accès à toute l'offre en préalable à la demande d'un produit à monter.
- Dans le cadre des relations presse, mise à disposition des attachés de presse et des journalistes d'une information de qualité en temps réel.

La base de données doit s'organiser sur des descriptifs pratiques de l'offre et des éléments

quantitatifs qui puissent permettre de disposer de statistiques quantitatives et qualitatives.

Il existe des logiciels à coupler au site web, qui proposent une gestion de ces bases de données touristiques. A partir d'une configuration de base, il y a aussi des possibilités de développer des prestations complémentaires telle une centrale de disponibilité des hébergements en ligne.

#### ▪ Un guide d'accueil

Le guide d'accueil des Alpes vaudoises, doit être le document central de la politique d'édition. Il est destiné à renseigner les clientèles qui ont déjà décidé de venir sur les destinations. Dans ce cas de figure, le guide d'accueil permet de construire le séjour (hébergement, loisirs, visites probables...).

Il a aussi pour vocation de renseigner les clientèles une fois sur place pour occuper le temps libre de leur séjour ou excursion. C'est un outil complet qui expose les multiples occasions de dépense, les choses à voir, à vivre et à visiter, augmentant ainsi la propension des visiteurs à générer des dépenses sur place.

Le guide d'accueil n'a pas pour objectif d'être diffusé dans les salons, ou distribué comme un simple dépliant d'appel. Il est fourni à la demande pour les personnes qui désirent réserver un hébergement ou préparer leur séjour (par téléphone, courrier ou mail), mais est plus largement diffusé au niveau local aux clientèles déjà sur la destination pour augmenter leur niveau de consommation touristique. Ainsi, doit-il être édité en nombre suffisant pour être diffusé largement dans tous les hébergements de la destination, dans les musées et lieux de visite...

Au-delà du simple renseignement factuel, le guide d'accueil est aussi un outil pour le conseil des clients, en lecture directe, ou assistée, lors du passage du client dans les Offices de Tourisme.

#### Le document :

- Format : 21x14 pour être facilement utilisable
- Couvertures couleur quadrichromie et pages intérieure en deux couleurs
- Environ 30 à 40 pages
- Des insertions de cartes et photos couleur ponctuelles
- Volume d'édition : environ 75 000 exemplaires par an, en 3 langues (F-D-EN).
- Réédition annuelle.

#### Son contenu : où dormir, où manger, où s'amuser, où acheter...

- Des rubriques traditionnelles :

Patrimoine, culture et lieux de visite (commentaires simples, horaires d'ouverture, tarifs)

Arts et traditions (artisans, produits locaux, savoir-faire...)

Les loisirs et activités sportives

Les restaurants et les spécialités locales (tarifs, niveau de classement, ouverture...)

Les hébergements (infos détaillées, prix, périodes d'ouverture...)

Les infos pratiques et les services à la personne

- Des rubriques spécifiques :

Des suggestions de circuits voiture ou vélo

Des suggestions balades à pied, à cheval...

Des suggestions spéciales ou occasionnelles selon les années.

---

## **LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE**

---

- Elaboration d'une base de données
- Conception du guide
- Edition et diffusion

---

## **TERRITOIRE D'APPLICATION**

---

- L'ensemble des Alpes vaudoises

---

## **EFFETS ATTENDUS**

---

- Meilleure connaissance de l'offre du territoire
- Augmentation des actes d'achat des clients
- Amélioration de la satisfaction des visiteurs

## Q ■ 4 SENSIBILISATION À LA DIVERSIFICATION

### DESCRIPTION DE L'ACTION

---

#### Fondement

La diversification touristique des Alpes vaudoises suppose une adhésion de l'ensemble des acteurs économiques des destinations, des opérateurs touristiques et des populations locales. Dans un territoire qui a basé l'essentiel de son économie touristique sur la neige et le ski, les habitudes sont tenaces.

La diversification doit, pour être réussie, être précédée par une prise de conscience collective que des contraintes structurelles pèsent désormais sur le secteur de la neige : raréfaction de la ressource (réchauffement, diminution de l'enneigement et de la ressource en eau), diminution progressive de la qualité de l'offre afférente (étendue des domaines skiables, période d'enneigement optimale, qualité de la neige), augmentation considérable du coût de maintien de l'offre (renouvellement du parc de remontées mécaniques, enneigement artificiel, maintien qualitatif et quantitatif du parc hôtelier).

Cette prise de conscience doit faciliter la découverte de nouvelles opportunités de développement au travers de la diversification : élargissement de la période d'accueil des touristes (toutes saisons), élargissement des attentes et des segments de clientèle concernées, opportunité de développement de nouvelles activités, de nouvelles places de travail.

Toutefois, pour saisir ces opportunités, il faut faire évoluer les mentalités, faire prendre conscience que les modèles économiques passés sont révolus (croissance par l'immobilier, rentabilité forte des activités sur une seule saison, mono clientèle étrangère à fort pouvoir d'achat...). La diversification concerne tous les acteurs de l'économie régionale, bien sûr, mais aussi du cadre de vie, de l'environnement, de l'hospitalité...

#### Objectifs

- Faire prendre conscience des évolutions structurelles
- Informer sur les risques de subir le développement
- Donner l'espoir et l'envie en montrant les perspectives et les opportunités
- Montrer que cela marche ailleurs
- Convaincre au changement
- Encourager à l'innovation

#### Description

- **Sensibiliser les acteurs économiques et les populations locales :**
  - Mettre en place un programme de réunions d'information publiques, de tables rondes,
  - Etablir un partenariat avec la presse écrite locale pour la diffusion de l'information,
  - Etablir des dossiers d'information thématiques et les diffuser au plus grand nombre.
- **Professionaliser les acteurs :**
  - Identifier les besoins de compétences et de savoir faire supplémentaires

- Monter et organiser des formations - actions spécifiques, selon les besoins (formations courtes, concrètes et opérationnelles), qui apportent des solutions aux problèmes posés.
  - Favoriser le partage d'expériences : faire intervenir des acteurs qui ont monté des projets qui marchent, organiser des voyages d'étude pour les professionnels et investisseurs, élaborer et diffuser des dossiers complets d'échange d'expériences...
- **Coordonner l'action individuelle privée et publique :**
    - Assurer la coordination de la mise en réseau des acteurs en termes de développement, notamment par la mise en place d'un chef de projet permanent ;
    - Ce chef de projet assurera la coordination selon les thèmes, les centres d'intérêts des différents acteurs, les besoins de partenariat avec le canton, pour favoriser les arbitrages et jouer un rôle de médiateur entre les professionnels, les élus locaux, les services de l'Etat...
- **Innover pour le territoire**
    - Mettre en place des cercles de réflexion pour la qualité (qualité de la vie, de l'accueil, des services, l'attribution des labels, la certification des entreprises touristiques...).
    - Mettre en place des systèmes de financement du développement touristique à l'échelle des Alpes vaudoises : harmonisation des taxes de séjour, optimisation de la collecte, définition des principes de participation de l'ensemble des acteurs qui bénéficient de la fréquentation touristique au financement du développement et de la promotion.

---

## LISTE DES ACTIONS A ENTREPRENDRE

---

- Recrutement d'un chef de projet de la coordination du développement
- Mise en place d'un système d'information pour les acteurs économiques et les populations
- Actions de sensibilisation (tables rondes, ateliers, voyages d'études, relations presse...)
- Information et communication
- Montage d'actions de formation
- Mise en place de cercles de qualité
- Définition d'un système de financement mixte du développement

---

## TERRITOIRE D'APPLICATION

---

- L'ensemble des Alpes vaudoises

---

## EFFETS ATTENDUS

---

- Appropriation de la diversification par l'ensemble des acteurs du territoire
- Optimisation des actions menées (lever les freins au changement)
- Raccourcissement des délais de mise en œuvre des projets
- Création de solidarités entre les acteurs des différentes destinations et des différentes filières (hébergement, culture, loisirs, sports, commerces, etc.).

## ■ RECOMMANDATIONS

---

## R ■ HIÉRARCHISATION DES MESURES

### R ■ 1 TYPOLOGIE ET HIÉRARCHIE DES MESURES

Le tableau ci-après reprend les mesures (ou fiches - projets) et détaille une typologie des actions qui y sont contenues. L'objet de ce tableau est à la fois de préciser le niveau d'importance de chaque mesure par rapport aux autres et de comparer les domaines d'intervention concernés par les actions.

En ce qui concerne les actions, ce tableau met en évidence que :

- les actions **d'organisation et de management** de projet (liées en partie à la gouvernance) sont prépondérantes dans toutes les mesures. Cela traduit le fait que l'organisation du niveau territorial Alpes vaudoises est à construire et à finaliser pour pouvoir mettre en œuvre le projet de diversification. Cette prépondérance est logique et inévitable, puisque, pour l'instant, le niveau territorial d'action est régional;
- dans un deuxième temps, ce sont les actions de **mise en valeur des patrimoines, de création ou de renforcement des activités**, qui sont les plus représentées dans les fiches - projets. Cela montre que la vision de la diversification accorde une importance particulière à la **modernisation, à l'adaptation et à l'élargissement de l'offre** pour tenir compte des nouvelles cibles prioritaires (proximité et courts séjours) et de l'exploitation des activités sur l'ensemble de l'année;
- enfin, les actions liées aux **infrastructures, au cadre de vie, au logement et à l'animation locale**, même si elles sont moins représentées, constituent le socle préalable à la diversification.

Ensuite, en ce qui concerne les mesures, il faut distinguer celles qui sont **offensives** de celles qui sont **défensives**. Cette distinction est utile car elle permet de déterminer :

- si les mesures ont pour objet premier d'éviter de perdre des marchés et de la fréquentation (mesures défensives) ;
- ou, si les mesures contribuent plus fortement à la diversification, c'est-à-dire à l'élargissement des périodes d'exploitation, à un gain de fréquentation, soit par un élargissement des clientèles ciblées, soit par une fidélisation plus soutenues des clientèles existantes.

Enfin, les notions de **hiérarchisation et de priorité** des mesures ont pour objectif de positionner les mesures par rapport à l'impact qu'elles auront sur la diversification.

- Les mesures **majeures** sont déterminantes pour construire la diversification. Elles sont la base du projet de territoire.
- Les mesures **d'accompagnement** ont un impact moindre sur la diversification, mais contribuent à optimiser l'impact des actions majeures.

Dans les deux cas, les mesures présentent deux niveaux de priorité.

Cette présentation offre une hiérarchisation théorique des mesures et des actions qu'elles contiennent. Dans la mise en œuvre de ces actions, d'autres paramètres entrent en ligne de

compte : la validation successive par les instances politiques cantonales, régionales et/ou communales, le choix de la maîtrise d'ouvrage, la budgétisation ou le montage financier, la durée des études préalables nécessaires, le niveau de difficulté, etc.

Il n'y a donc pas de chronologie, ni de hiérarchisation dans le temps des mesures. Cet aspect sera abordé dans le chapitre R.2 qui suit.

## Hiérarchisation des mesures

Intitulé	Types d'actions							Types de mesures		Hiérarchisation		Priorité	
	Infrastructures	Cadre de vie	Logements	Patrimoines	Activités	Animations	Organisation	Offensive	Défensive	Majeure	D'accompagnement	Prioritaire	Secondaire
<b>POLITIQUE D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b>													
N1	Accès aux destinations et intermodalité	X					X	X		X			X
N2	Maîtrise de l'urbanisation		X	X			X		X	X		X	
N3	Préservation des patrimoines identitaires		X		X		X		X		X	X	
N4	Logements des travailleurs du tourisme			X			X		X		X		X
<b>AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE</b>													
O1	Mise en scène des cœurs de stations	X	X				X		X	X		X	
O2	Valorisation et mise en réseau des sentiers	X			X	X		X			X		X
O3	Signalisation touristique	X	X				X	X			X	X	
<b>ÉQUIPEMENT DES DESTINATIONS</b>													
P1	Mise en valeur des patrimoines				X	X	X	X		X		X	
P2	Création des Maisons de Terroirs				X	X	X	X		X		X	
P3	Réseau des Maisons de Promenades				X	X	X	X		X		X	
P4	Diversification des hébergements marchands			X			X	X	X	X		X	
P5	Diversification de l'univers des loisirs					X	X	X			X	X	
<b>ACCOMPAGNEMENT DE LA DIVERSIFICATION</b>													
Q1	Assistance à l'émergence et au développement de projets						X	X			X	X	
Q2	Aide à la mise en location des résidences secondaires			X			X	X		X		X	
Q3	Gestion centralisée de l'information d'accueil						X		X		X		X
Q4	Sensibilisation à la diversification						X	X			X	X	

## R ■ 2 INTERDÉPENDANCE DES MESURES

Les mesures et les actions qu'elles comprennent sont interdépendantes les unes des autres. Cette interdépendance tient au fait qu'elles répondent à plusieurs objectifs stratégiques simultanément.

Selon les mesures, cette interdépendance est plus ou moins forte. Le tableau de la page suivante montre que :

- Les mesures Q4 (sensibilisation à la diversification) et Q1 (assistance à l'émergence de projets), sont interdépendantes avec pratiquement toutes les autres actions. Vient ensuite la mesure Q3 (gestion centralisée de l'information d'accueil).
- Les mesures les plus « autonomes », c'est-à-dire qui peuvent être réalisées à n'importe quel moment, sont les mesures Q2 (valorisation des sentiers de promenade), Q3 (Aide à la mise en location des résidences secondaires), N1 (accès aux destinations) et N4 (logement des travailleurs du tourisme).
- Toutes les autres mesures ont un niveau d'interdépendance moyen et la simultanéité de leur mise en œuvre sera nécessairement forte.

Cette interdépendance différenciée peut s'exprimer de la façon suivante :

- **Les mesures d'organisation et de structuration pour la diversification ;**
- **Les mesures de planification de la diversification ;**
- **Les mesures d'aménagement et d'équipement.**

## Interdépendance des mesures et des actions

Intitulé		Aménagement du territoire				Aménagement de l'espace			Equipement des destinations					Accompagnement de la diversification				
		N1	N2	N3	N4	O1	O2	O3	P1	P2	P3	P4	P5	Q1	Q2	Q3	Q4	
<b>POLITIQUE D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b>																		
N1	Accès aux destinations et intermodalité		X		X	X		X								X		X
N2	Maîtrise de l'urbanisation	X		X	X	X				X		X				X		X
N3	Préservation des patrimoines identitaires		X				X	X	X	X	X					X		X
N4	Logements des travailleurs du tourisme	X	X									X			X	X		X
<b>AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE</b>																		
O1	Mise en scène des cœurs de stations	X	X					X	X	X					X		X	
O2	Valorisation et mise en réseau des sentiers			X							X					X	X	
O3	Signalisation touristique	X				X			X	X	X				X		X	X
<b>ÉQUIPEMENT DES DESTINATIONS</b>																		
P1	Mise en valeur des patrimoines			X		X		X			X				X		X	X
P2	Création des Maisons de Terroirs		X	X		X		X			X				X		X	X
P3	Réseau des Maisons de Promenades			X			X	X	X	X					X		X	X
P4	Diversification des hébergements marchands		X		X								X		X	X	X	X
P5	Diversification de l'univers des loisirs											X			X		X	X
<b>ACCOMPAGNEMENT DE LA DIVERSIFICATION</b>																		
Q1	Assistance à l'émergence et au développement de projets	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X			X		X
Q2	Aide à la mise en location des résidences secondaires				X							X			X		X	X
Q3	Gestion centralisée de l'information d'accueil						X	X	X	X	X	X	X		X			X
Q4	Sensibilisation à la diversification	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	

## S ■ ÉLÉMENTS POUR LA MISE EN ŒUVRE

### S ■ 1 LES ÉTAPES DE LA MISE EN ŒUVRE

Le tableau ci-dessous présente une proposition de mise en œuvre de la diversification en trois étapes successives :

- La mise en œuvre immédiate des mesures nécessaires à la préparation de la diversification ;
- L'organisation de la planification de la diversification ;
- La concrétisation de la diversification.

#### Proposition de mise en œuvre par étape

Étapes de la mise en œuvre		Préparation de la diversification	Planification de la diversification	Concrétisation de la diversification	Autres mesures autonomes
Intitulés des mesures					
<b>POLITIQUE D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b>					
N1	Accès aux destinations et intermodalité				
N2	Maîtrise de l'urbanisation				
N3	Préservation des patrimoines identitaires				
N4	Logements des travailleurs du tourisme				
<b>AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE</b>					
O1	Mise en scène des cœurs de stations				
O2	Valorisation et mise en réseau des sentiers				
O3	Signalisation touristique				
<b>ÉQUIPEMENT DES DESTINATIONS</b>					
P1	Mise en valeur des patrimoines				
P2	Création des Maisons de Terroirs				
P3	Réseau des Maisons de Promenades				
P4	Diversification des hébergements marchands				
P5	Diversification de l'univers des loisirs				
<b>ACCOMPAGNEMENT DE LA DIVERSIFICATION</b>					
Q1	Assistance à l'émergence et au développement de projets				
Q2	Aide à la mise en location des résidences secondaires				
Q3	Gestion centralisée de l'information d'accueil				
Q4	Sensibilisation à la diversification				

Les mesures les plus autonomes (N4 et O2) pourront être mises en œuvre, au choix, dans chacune des deux étapes de planification et de concrétisation.

Le tableau ci-dessus montre à l'évidence que :

- Les mesures **d'organisation et de structuration** sont des mesures prioritaires sans lesquelles la diversification ne pourra être lancée dans de bonnes conditions. Elles doivent être menées dans les meilleurs et plus rapides délais ;
- Les mesures **de planification** fixeront le cadre de développement des projets de diversification. Elles seront lancées une fois la phase de préparation achevée ;
- Les mesures **d'aménagement et d'équipement** constituent la concrétisation de la diversification. Elles pourront être mise en œuvre progressivement, au fur et à mesure de l'achèvement de la planification.

On peut penser, à titre indicatif, que :

- l'étape de préparation ne devrait pas excéder 24 mois,
- l'étape de planification devrait se limiter à 36 mois,
- l'étape de concrétisation ne pourra démarrer avant 36 mois, et se déroulera sur une période minimum de 6 à 8 ans.

## S ■ 2 FEUILLE DE ROUTE A COURT TERME

Les trois mesures fondamentales à mettre en œuvre à très court terme et dans l'ordre de mise en œuvre sont les suivantes :

- **Q.1 Assistance à l'émergence et au développement de projet :**  
Outre l'accompagnement, ce pôle de compétences devra être chargé de la coordination de la mise en œuvre de la diversification. Il s'agit à la fois d'un pôle d'échange et de décision entre les acteurs et d'un pilotage des différentes étapes. Il conviendra donc dans un premier temps de choisir la structure porteuse (structure existante ou à créer), de la doter de moyens suffisants en fonctionnement et en compétences, et ensuite de recruter un chef de projet pour la mise en œuvre et le suivi de la planification.
- **Q.4 Sensibilisation à la diversification :**  
Dès le recrutement du chef de projet, les actions de communication et de sensibilisation pourront être mises en place, en privilégiant les relations presse, la diffusion de dossiers d'information et les réunions d'information publiques.
- **Q.2 Aide à la mise en location des résidences secondaires :**  
Cette mesure pourra être initiée en même temps que la mesure précédente. Elle est relativement facile à engager puisque le cadre est défini avec précision et que une partie des Alpes vaudoises adhère déjà au dispositif (Pays-d'Enhaut).

Ces trois mesures sont un préalable indispensable posant les bases solides du projet de diversification. La première instaure la structure d'accompagnement du projet. La deuxième prend en compte la dimension de la communication et de l'information, nécessaires pour faire adhérer les acteurs au projet. Et la troisième propose la réalisation d'une action concrète qui peut être menée

sans grands préparatifs et études de faisabilité, répondant déjà à un besoin et servant de « démarreur » à l'ensemble de la mise en oeuvre. Le projet de diversification étant évolutif, d'autres mesures et actions que celles proposées ici pourront à tout moment venir les enrichir et être intégrées dans le processus de mise en oeuvre. Ceci pour autant qu'elles répondent aux enjeux identifiés et aident à concrétiser les objectifs stratégiques définis.

## ■ EN GUISE DE CONCLUSION

---

Les Alpes vaudoises, reconnues comme un pôle touristique d'importance cantonale, possèdent de nombreux atouts pour réussir leur diversification touristique. Ses développements successifs sont à l'origine du territoire diversifié qu'elles présentent aujourd'hui. Dans une perspective de développement et de valorisation touristiques durables et intégrés, ses valeurs fondamentales et intrinsèques doivent être reconnues et défendues, à savoir :

- **valeurs économiques** non seulement pour le tourisme, mais aussi pour l'agriculture, les services et la mobilité ;
- **valeurs socioculturelles** comme espace de résidence et de cadre de vie;
- **valeurs écologiques** comme support de la biodiversité.

L'élaboration de la stratégie de diversification touristique est le résultat d'un travail commun entre acteurs institutionnels, régionaux, locaux et groupes d'intérêts. Dès le début, ces acteurs ont été impliqués, notamment par le biais d'ateliers et d'entretiens, ce qui a permis de créer une dynamique profitable à l'ensemble des travaux effectués. Cette stratégie constitue un cadre de référence visant à harmoniser les intérêts en présence, les outils d'aménagement et de développement, les politiques publiques et soutenir la réalisation de projets, sectoriels et de territoire. En cohérence avec le Plan directeur cantonal, elle constitue l'outil de référence dans le cadre d'un développement durable et à géométrie variable de l'ensemble du pôle touristique.

Les régions et les communes directement concernées auront notamment pour tâche de la mettre en œuvre via une structure d'accompagnement ad hoc et un processus de concertation territoriale. Celle-ci permettra de rechercher le compromis optimal, dans le cadre d'un projet de territoire, entre les acteurs de la vie politique et sociale, les promoteurs touristiques et économiques, les protecteurs de la nature, les agriculteurs, pour ne citer que les principaux, tout en maintenant le cap d'une politique à long terme de valorisation et d'entretien du territoire, véritable « fonds de commerce » de la région. Il faudra donc dorénavant veiller à mieux associer tous ceux qui vivent le territoire et le façonnent et ses différents utilisateurs, dont notamment les touristes, aux processus de planification et de gestion de projets.

Au niveau cantonal, le Plan directeur peut et doit donner la caution à toute démarche territoriale émanant de la base (communes et régions), car c'est là que se situe l'échelle la plus appropriée pour donner un sens à une approche touristique territoriale. Mais cette démarche doit maintenant déboucher sur un projet de territoire intégrateur et fédérateur et non pas sur un projet de type sectoriel qui ne permettrait de réaliser qu'une partie de la stratégie.

In fine, développement touristique durable, multifonctionnalité du territoire à la fois montagne et campagne, destinations dynamiques et attractives, valorisation active du paysage et de la nature, partenariat public - privé, essor des activités économiques, sociales et culturelles des destinations et des communes, voilà les défis que la stratégie de diversification touristique se propose de relever dans un esprit de coopération, de collaboration, d'innovation et de solidarité.

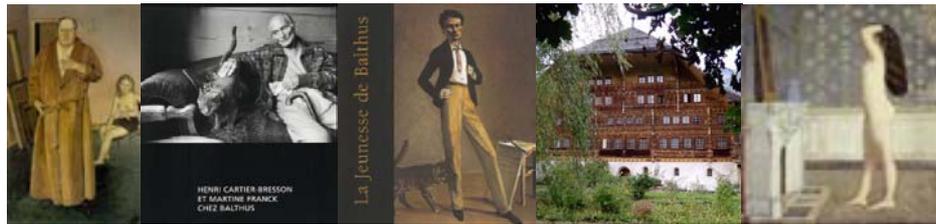
## ■ ANNEXES

---

## ANNEXE ■ 1 ÉQUIPEMENTS CULTURELS - BALTHUS - LE GRAND CHALET

Sans présumer des études de conception qui pourront être réalisées par la suite, ni de la décision de réaliser ou non ce type d'équipements, quelques éléments peuvent être proposés :

Les travaux de la Fondation Balthus permettent d'organiser des expositions temporaires, au Grand Chalet et dans le Monde, dans le but de faire connaître l'œuvre de Balthus. Le succès de ces expositions, repose sur la présentation inédite de travaux de l'artiste dans le grand salon du Grand Chalet, et la visite périodique de l'atelier de l'artiste. La chapelle constitue un lieu d'accueil et de documentation, mais son ouverture reste périodique.



La création d'un espace scénographié permanent permettrait de créer un lieu d'attraction unique et de grand prestige pour le Pays-d'Enhaut. Cet espace peut être un parcours de visite permanent dans le Grand Chalet (à vérifier), une dépendance, voire la construction d'un bâtiment nouveau, d'architecture contemporaine, à proximité. Le plus important est d'associer le plus possible la mémoire de l'artiste au territoire, et de concrétiser cette association par un espace mis en scène.

La matière et les collections sont suffisantes pour élaborer un parcours qui traite à la fois de l'homme et de sa vie, de son œuvre dans l'art figuratif, de la façon dont les grands hommes qu'il a côtoyé ont influencé son œuvre (André Breton, Artaud, Bonnard, Derain, Miro, Sartre, Malraux...)...

L'espace à créer doit pouvoir, à l'instar d'autres fondations, permettre la conception d'expositions permanentes dont Rossinière aurait l'exclusivité pendant au moins deux à trois ans. Ces expositions pourraient ensuite être « louées » à travers le monde, à des musées, des grandes écoles d'art..., et contribuer ainsi à véhiculer l'image culturelle des Alpes vaudoises. Ce type démarche existe déjà (par exemple la Fondation Terra avec le Musée d'Art Américain de Giverny). L'ensemble des animations pour les jeunes et les enfants complète parfaitement cette démarche.

Enfin, une ligne de « produits dérivés » pourrait être estampillée Chalet Balthus - Alpes vaudoises, et être diffusée dans la boutique du Grand Chalet, et sur le Pays-d'Enhaut.

## ANNEXE ■ 2 ÉQUIPEMENTS CULTURELS - CENTRE D'INTERPRÉTATION DES PAYSAGES & DE LA NATURE

Sans présumer des études de conception qui pourront être réalisées par la suite, ni de la décision de réaliser ou non ce type d'équipements, quelques éléments peuvent être proposés :

La compréhension et l'émerveillement devant certains paysages ou milieux naturels n'est pas forcément une chose aisée. Pour de nombreux touristes, et en particulier le grand public et les enfants, il faut la plupart du temps « donner les clés » de cette interprétation pour créer l'émotion. Les simples contemplations, ou promenades accompagnées, ne sont pas suffisantes. Il en résulte parfois un sentiment de frustration, et cette amère impression d'être passé à côté de quelque chose.



Un centre d'interprétation des paysages et de la nature peut permettre de comprendre l'évolution des milieux selon les saisons, l'impact des activités humaines sur les paysages (reboisement, élevage, espèces protégées...). Il peut faciliter la lecture des événements météorologiques, reconnaître les monuments naturels des Alpes vaudoises, apprendre à respecter les réserves naturelles...

Les techniques liées à l'image sont complémentaires à la médiation traditionnelle liée à la découverte de l'environnement. Si « l'expérimentation » (par des sorties guidées notamment) est indispensable, l'approche par l'image de la nature est un outil formidable pour créer émotions et sensations : photos aériennes, film en accélération d'une saison ou d'une année, projections sur écrans sphériques, reconstitution du vol d'un oiseau... Toutes les techniques d'observation peuvent être utilisées : vision nocturne, webcam, etc.

Ces outils permettent une mise en scène de la nature et des paysages qui doit s'accompagner d'un discours dans lequel il sera possible de montrer les particularités et la valeur des milieux et de l'environnement des Alpes vaudoises. Les techniques de présentation permettront d'intéresser autant les enfants que leurs parents. Le spectaculaire et l'émotionnel doivent être mis en avant pour garantir une attraction suffisante. Les paysages ce ne sont pas seulement les montagnes, les vallées, les alpages, ce sont aussi tous les bruits et les odeurs associés au territoire. Les parcours de visite devraient aussi pouvoir prendre en compte ces éléments.

L'expérimentation quant à elle, doit permettre au visiteur ou au touriste d'être actif, et par exemple de repartir du site avec une création (photo, vidéo, dessin, peinture...).