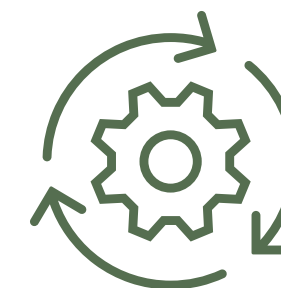


Stratégie Durabilité Montreux-Vevey Tourisme

Processus d'élaboration



Pour élaborer ce document de stratégie touristique durable pour la destination de Montreux Riviera, un **atelier avec le comité de pilotage du projet, ainsi que des interviews avec chacun des membres du comité ont été organisés**. Les enjeux touristiques sous le prisme de la durabilité ont d'abord été partagés, puis des discussions ont permis de faire émerger de nombreux points forts et faibles et pistes d'actions.

En se basant sur la stratégie Montreux Riviera 2030, et sur les stratégies des parties prenantes clé (Communes de Montreux et Vevey, l'Association Lavaux Patrimoine mondial et Promove), nous avons élaboré une stratégie complémentaire afin de renforcer la durabilité dans nos activités et au sein de notre destination.

Table des matières



04 **DIAGNOSTIC DURABILITÉ**

05 FORCES ET FAIBLESSES

09 ADN DESTINATION

10 VISION POUR LA DESTINATION

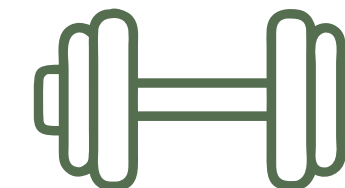
12 **STRATÉGIE**

15 AXES STRATÉGIQUES DE SUCCÈS



DIAGNOSTIC DURABILITÉ

Forces - Synthèse



Gouvernance



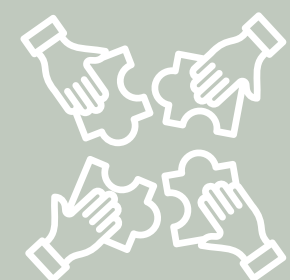
- Une personne interne est **responsable** de la thématique durabilité
- Une **collaboration** est existante avec les acteurs régionaux. La thématique durabilité n'est pas pour autant amenée dans les discussions.
- **Contexte porteur** avec l'engagement fort en durabilité notamment chez les communes de Montreux et Vevey, et avec l'initiative avec Lausanne "LMCare"

Environnement



- **Patrimoine naturel** et **culturel** exceptionnel (Lavaux, Chillon, lac Léman, Parc naturel régional Gruyère Pays d'En-Haut, Unesco)
- **Parties prenantes engagées** (Montreux Ville verte Suisse, Plan climat de Montreux et Vevey), top events)
- Excellente connexion **ferroviaire**, et gratuité des transports publics locaux via la **Montreux Riviera Card**
- Partie du périmètre **patrimoine mondial UNESCO**

Offres



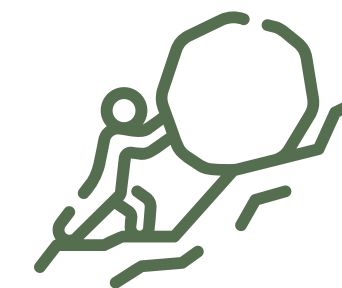
- Offre **variée et de qualité** (nature, culture, oenotourisme, événements) et réputation internationale
- Sentiers didactiques, ateliers LMCare, signalétique Enjoy
- Mise en avant des **offres durables**
- **4 icônes forts** (**Lac Léman, Montreux Jazz Festival, Château Chillon, Lavaux**)

Economique



- **Forte notoriété** grâce aux événements phares (Montreux Jazz, Noël, Fête des vignerons) et marque forte et reconnue (Montreux Riviera)
- **Historique** d'hospitalité et positionnement haut de gamme (hôtels, cliniques, tourisme de santé et bien-être)

Faiblesses / Défis - Synthèse



Gouvernance



- **Communication** encore insuffisante sur la durabilité
- **Coordination** régionale et interbranche à améliorer
- Difficulté à **fédérer** tous les acteurs touristiques (événementiel, culture, loisirs)
- **Hétérogénéité** des niveaux d'engagement et de ressources pour intégrer cette thématique (hôtellerie plus avancée que la restauration par exemple)

Environnement



- Complexité pour la gestion **déchets** et les multiples prestataires et la réduction des déchets
- **Saturation** automobile accentuée lors des grands événements. Parfois un manque d'alignement sur la gestion des flux entre les organisateurs et les parties prenantes.
- Itinéraires de **mobilité douce** (vélo et cheminements lac) à améliorer
- Les **marchés étrangers** comme apporteur de business important, engendrant un fort impact CO2. (50 % CH, 10% pays limitrophes (France, Allemagne, Italie), > 10 % reste pays EU, 30% reste du monde)
- Quelques sujets majeurs mais difficiles à traiter : ex. consommation de viande

Social



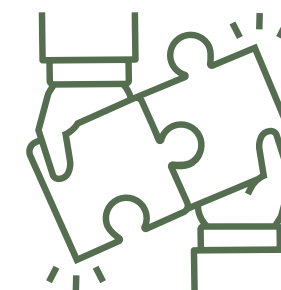
- Difficultés à loger et recruter le **personnel** saisonnier et événementiel
- **Accessibilité** des offres pour les personnes à mobilité réduite

Economique



- **Dépendance** économique importante aux **événements** et à quelques marchés et entreprises clés
- Mise en valeur du périmètre de Lavaux à améliorer, sujet de la **taxe de séjour** qui n'est pas perçue par MVT
- **Saisonnalité** forte, fort pic en été, basse saison marquée en hiver
- **Viabilité financière** fragile de certains acteurs (vignerons, restauration)
- Déficit d'**investissements** et entretien du parc hôtelier et des infrastructures touristiques
- Peu d'initiatives pour s'appuyer sur les **producteurs locaux** (ex. maraîchers)

Opportunités - Synthèse



Gestion



- Renforcement des partenariats public-privé pour mener des projets innovants.
- Amplification de la **communication** autour des offres durables et expériences à co-créeer avec le Parc naturel régional et d'autres acteurs.
- **Mutualisation** accrue des ressources et équipements durables – ex. inter festivals

Environnement



- Expansion et promotion de la **RivieraCard** au niveau cantonal/régional.
- Potentiel énergétique avec déménagement au 2m2c et raccordement **chauffage à distance**.
- Élargissement des **bonnes pratiques** (vaisselle réutilisable, nettoyage, sensibilisation).

Social



- Amélioration de l'accessibilité des offres pour toutes et tous
- Consultation et implication de la population dans le développement touristique

Offres



- Renforcement du **tourisme durable**, lent et régénératif (ex. vendanges participatives, tourisme nature et doux).
- Amélioration de l'accueil, qualité et expérience touristique comme USP.
- Valorisation de l'**alternative** (nature, bien-être, congrès).
- Compréhension par les acteurs du **levier** de la **durabilité**

Menaces - Synthèse



- **Freins au changement** : lourdeur administrative, manque de ressources internes (humaines et financières), complexité des dispositifs perçus chez certains acteurs.
- **Pression économique** forte, marges faibles, coûts en hausse.
- Problèmes **sociaux** (recrutement, fidélisation des salariés, formation, conditions de travail).
- Impacts du **changement climatique**, préservation de la biodiversité.
- Gestion du **stationnement, saturation** des infrastructures en haute saison
- Dépendance relative aux **marchés lointains**, contexte géopolitique instable (situation pouvoir d'achat US)



Montreux Riviera, une intensité rare avec une douceur de vivre unique.

Entre lac et montagnes, tout semble à portée de main : les vignobles en terrasses de Lavaux, classés à l'UNESCO, le château de Chillon posé sur l'eau, les sommets alpins à l'horizon. En quelques pas, on passe d'une salle de concert à un sentier viticole, d'un bateau au coucher du soleil à un restaurant étoilé.

Ici, le vin, la gastronomie et l'art de recevoir sont une évidence.

Pas étonnant que Freddie Mercury y ait trouvé l'inspiration de son «Made in Heaven» et que Deep Purple ait signé «Smoke on the Water».

À Montreux Riviera, les pensées sont plus libres. On y vit, tout simplement, un peu mieux.

Stratégie 2030



Cohérence avec la Stratégie Montreux Riviera 2030

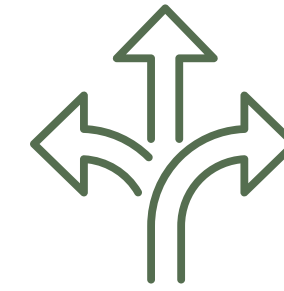
La destination a développé une stratégie touristique jusqu'en 2030 qui se décompose en 5 axes stratégiques :

- Un focus sur 13 flux touristiques est fait
- L'éventail du portefeuille marché est réduit afin d'améliorer l'efficacité
- Une communication plus émotionnelle est développée
- Le marché suisse alémanique est développé
- Le positionnement "pure inspiration" est mis à l'honneur

Comme le souligne la stratégie touristique, le réchauffement climatique tend à renforcer la demande pour des offres de proximité et durables. Il est donc essentiel que la mise en œuvre de cette stratégie intègre pleinement les enjeux de durabilité, afin de répondre aux attentes croissantes des visiteurs.

La stratégie de durabilité vient ainsi en appui à la stratégie touristique existante, en renforçant encore davantage l'**ancrage de la durabilité** au sein de la destination.

Perspectives durables



Voici les éléments à intégrer à notre stratégie pour renforcer sa durabilité

- **Une destination humaine et reconnue** : Montreux Riviera conserve sa taille humaine, favorisant un tourisme qualitatif et durable.
- **Saisonnalité équilibrée** : Stabilisation ou légère augmentation des nuitées (y.c séjours plus longs), mieux réparties sur l'année, avec un tourisme plus qualitatif que de masse.
- **Emploi stable et valorisé** : Maintien voire développement des emplois locaux, avec meilleures conditions de travail et formation.
- **Respect et préservation du cadre naturel** : Cadre naturel protégé, avec une gestion écologique exemplaire (biodiversité, viticulture durable).
- **Rôle de leader en durabilité** : MVT devient un moteur visionnaire, fédérant et coordonnant les acteurs pour innover durablement.
- **Innovation événementielle durable** : Utilisation des événements culturels majeurs comme leviers d'innovation pour la durabilité.
- **Renforcement de la coopération et gouvernance** : Gouvernance inclusive, intégrant toutes les branches, avec une meilleure coordination régionale.
- **Tourisme responsable et communautaire** : Impact positif pour la population locale, avec des infrastructures et services partagés entre habitants et visiteurs.

A wide-angle photograph of a sunset over a calm body of water. The sky is filled with soft, golden clouds, and the sun's glow reflects on the water's surface. On the left, a dark, silhouetted mountain slope descends towards the water. In the foreground, three wooden posts are visible, with a seagull perched on the middle one. Another seagull is seen flying in the distance on the right. A white rectangular box is overlaid on the lower-left portion of the image, containing the word 'STRATÉGIE' in a bold, dark green, sans-serif font.

STRATÉGIE

Stratégie durabilité



La stratégie durabilité se compose de :

- 3 axes stratégiques, lesquels sont détaillés en sous-axes concrets
- un plan d'action par axe stratégique avec la contribution aux objectifs stratégiques

Les 3 axes stratégiques de succès pour 2030 :

- 1 Fédérer les acteurs autour d'une gouvernance durable et intersectorielle**
- 2 Accompagner les acteurs vers une offre touristique plus durable**
- 3 Diversifier et valoriser l'offre touristique pour une fréquentation équilibrée - saisonnalité et territoires**

Axes stratégiques détaillés



1

Fédérer les acteurs autour d'une gouvernance durable et intersectorielle

- Décloisonner les branches, renforcer les synergies et la coordination régionale
- Animer la durabilité touristique dans le cadre du comité de pilotage de durabilité de la destination
- Mettre en place un pilotage participatif, transparent et mesurable

2

Accompagner les acteurs vers une offre touristique plus durable

- Soutenir les membres dans l'évolution de leurs prestations vers plus de durabilité
- Développer et structurer des offres concrètes alignées avec les attentes actuelles (nature, régénératif, local, bas-carbone)
- Valoriser les initiatives existantes et créer une dynamique collective

3

Diversifier et valoriser l'offre touristique pour une fréquentation plus équilibrée - saisonnalité et territoires

- Encourager la fréquentation hors saison et dans les zones moins connues
- Diversifier les profils de visiteurs et les formes de séjour (slow, de proximité)

Objectifs



Après avoir défini les trois axes structurants de la stratégie, il est essentiel de les traduire en **objectifs concrets** et mesurables pour suivre la progression dans le temps.

Voici les 3 objectifs de succès à horizon 2030, en lien direct avec nos axes de transformation :

- 1 L'engagement des entreprises touristiques dans le programme **Swisstainable** a augmenté de 20%
- 2 La fréquentation en **basse saison** a augmenté de 20%
- 3 **Une perception positive de durabilité de la Destination** (population, et acteurs du secteur touristique et les hôtes) d'au moins 80%

La slide suivante montre comment les axes stratégiques contribuent chacun à l'atteinte de ces objectifs.

Objectifs par axe stratégique



	 Swisstainable	 Fréquentation Basse saison	 Sondage Durabilité
1. Fédérer les acteurs autour d'une gouvernance durable et intersectorielle			
2. Accompagner les acteurs vers une offre touristique plus durable			
3. Diversifier et valoriser l'offre touristique pour une fréquentation équilibrée – saisonnalité et territoires			