



2025

# MASTER PLAN

## TOURISME





# TABLE DES MATIÈRES

**Introduction**

**Mot de la Commune**

**1 Contexte**  
*Pourquoi un Master Plan ?  
Comment ?  
Méthodologie*

**2 État des lieux**  
*Forces  
Faiblesses  
Menaces  
Opportunités*

**3 Enjeux**  
*Territoire  
Tourisme*

**4 Vision**  
*La vision du tourisme de Villars*

**5 Orientations stratégiques**

**6 Axes de réalisation**  
*Offre  
Infrastructures  
Collaboration  
Marketing*

**7 Suivi du Master Plan**  
*Processus dynamique  
Enjeux  
Projets  
Evaluation*

# INTRODUCTION

Depuis plus de 150 ans Villars s/Ollon attire les touristes tant suisses qu'étrangers grâce à un panorama exceptionnel et une authenticité qui séduisent hier comme aujourd'hui. Si la station connaît une telle notoriété, jamais démentie durant toutes ces années, elle le doit à de nombreux acteurs qui ont su adapter et développer l'offre touristique au gré des changements et de l'évolution de la société.

Même si le panorama du massif du Mueran peint par Ferdinand Hodler demeure immuable, il est néanmoins essentiel de questionner régulièrement les attentes des hôtes, comme des acteurs touristiques afin de maintenir une offre de qualité en adéquation avec les valeurs qui font le succès de Villars à travers les époques.

Dès lors, il faut saluer la démarche initiée conjointement par les autorités communales et les partenaires touristiques représentés au sein de l'entité touristique Villars Loisirs & Tourisme SA afin de développer une vision à moyen terme sous la forme d'un Master Plan Tourisme. Outre le fait de procéder à un état des lieux mettant clairement en évidence les forces et les faiblesses actuelles, la démarche participative du projet permet ainsi de poser des jalons importants en vue du développement cohérent de l'offre touristique de Villars. Celle-ci va ainsi pouvoir se développer sur 4 axes de réalisation largement imprégnés des valeurs qui sont à la base de la notoriété de la station. Ceux-ci doivent permettre de renforcer l'offre touristique, développer les infrastructures, améliorer la collaboration entre les différents partenaires et déployer une stratégie marketing ambitieuse.

Mais ce projet d'envergure ne saurait se résumer à l'adoption du Master Plan Tourisme. Il devra surtout se décliner au travers d'une mise en oeuvre, structurée autour de projets concrets portés par l'ensemble des acteurs touristiques et politiques. La recherche du plus grand dénominateur commun doit devenir une priorité et s'inscrire dans une approche collaborative et concertée. Ainsi, nous pourrions «Être l'incontournable station de montagne familiale, culturelle et sportive » selon la vision adoptée.

En 1866, il fallait être pour le moins ambitieux en cherchant à attirer des touristes sur le plateau de Villars. Puis, convaincu du potentiel économique qu'offrait cette activité, il fallut du courage politique pour initier la construction du pont ainsi que du chemin de fer lesquels ont nécessité des investissements colossaux pour l'époque. Inspirons-nous donc de l'état d'esprit des pionniers que furent le Colonel Roud et M. Amiguet afin que Villars renforce au cours des prochaines années son image et continue à être une destination phare et privilégiée des Alpes vaudoises.

**André Duvillard**

Président de Villars Loisirs et Tourisme

# MOT DE LA COMMUNE

## **Une ambition réaliste, claire et partagée.**

Le 1<sup>er</sup> janvier 2023 naissait Villars Loisirs & Tourisme (VLT) de l'union de l'Office du Tourisme et du Centre des Sports de Villars SA. Après une longue période de concubinage, il était temps d'officialiser la réunion de ces deux entités dirigées par une seule et même personne. Ce mariage nécessitait donc que cette belle famille se donne le temps de réfléchir à son avenir et pose les bases pour son Avenir.

Ainsi est née l'idée de se doter d'un Master Plan, permettant de définir sur le long terme une vision partagée par tous les partenaires touristiques et économiques de Villars.

Notre destination touristique incarne depuis des décennies l'art de vivre à la montagne. Elle se distingue par son authenticité, sa convivialité et son engagement pour un tourisme engagé et de qualité. À travers ce Master plan, soutenu par la Municipalité d'Ollon, VLT réaffirme sa volonté de positionner Villars comme une destination touristique de référence toutes saisons.

L'ambition est claire: valoriser le caractère familial de la station tout en diversifiant son offre d'activités. Été comme hiver, printemps comme automne, Villars doit continuer de séduire les visiteurs en quête de nature, de sport, de culture et de bien-être. La richesse de son patrimoine, la beauté de ses paysages et la qualité de ses infrastructures offrent un terrain idéal pour relever les défis d'un tourisme moderne, respectueux de l'environnement et centré sur l'humain.

Villars est aussi une terre d'événements, où les événements sportifs côtoient les manifestations culturelles. Ce Master plan reflète une vision cohérente et ambitieuse, nourrie par une démarche participative et une écoute attentive des acteurs locaux. Il constitue un outil stratégique pour renforcer l'attractivité de la station tout en préservant son identité unique.

Nous souhaitons que chacun, chacune s'identifie à cette vision, la défende, la revendique et la nourrisse, afin que nos hôtes viennent et reviennent à toute période et à tous âges.

La Municipalité d'Ollon remercie les partenaires touristiques qui se sont engagés pleinement dans ce travail de réflexion, convaincue que l'avenir de Villars repose sur l'équilibre entre tradition et innovation, entre hospitalité et excellence, et que notre station sera, à terme, l'incontournable destination familiale de montagne tout au long de l'année !

**Caroline Ganz - de Meyer**  
Municipale du Tourisme

**Nicolas Croci Torti**  
Municipal du Sport

# CONTEXTE

# 01

# MASTER PLAN TOURISME

## POURQUOI ET COMMENT?

### POURQUOI

Le tourisme constitue un secteur clé pour la Commune d'Ollon, en rassemblant de nombreux partenaires économiques et en contribuant positivement à la qualité de vie des habitants. Si les sports d'hiver en sont un pilier, de nombreuses autres activités complètent l'offre pendant la belle saison, mettant en avant la beauté de la nature, les randonnées pédestres et le vélo.

#### POURQUOI UN MASTER PLAN ?

Un Master Plan est un outil stratégique qui permet de définir les orientations à suivre et d'assurer la cohérence entre les actions publiques et privées sur le moyen et long terme. Il sert de guide en fixant des objectifs précisément définis, sans toutefois être contraignant. Il offre à toutes les parties prenantes une vision claire et partagée par la Commune d'Ollon et Villars Loisirs et Tourisme SA. Le Master Plan fournit ainsi des bases solides, tout en étant flexible, permettant à l'ensemble des acteurs de s'orienter vers des objectifs communs.

### COMMENT ?

La réalisation du Master Plan Tourisme a été menée sous l'égide du Conseil d'Administration de Villars Loisirs et Tourisme SA (VLT SA). Au cours du processus, 16 entretiens individuels ont été réalisés et le Conseil d'Administration s'est réuni à 9 reprises pour travailler sur chaque étape du projet. Ce travail collaboratif a permis de définir clairement la vision stratégique ainsi que les axes de réalisation pour le développement du tourisme à Villars, en prenant en compte l'identité, l'histoire et la situation actuelle de la station. Les résultats de ce travail vous sont présentés dans le présent document.

ÉTAT DES LIEUX

02

# LES FORCES

Villars bénéficie d'une position stratégique sur un plateau à l'200 mètres d'altitude, orienté plein sud, avec une vue dégagée sur les Dents du Midi, le massif du Mont-Blanc et la chaîne qui s'étend de Morcles aux Diablerets, avec les Muverans en toile de fond depuis le village.

La station est dynamique, avec une clientèle de résidences secondaires fidèle et régulière. Villars figure parmi les stations phares du Magic Pass, avec une fréquentation hivernale en hausse. L'offre annuelle est enrichie par de nombreux événements appréciés tant par les résidents que par les visiteurs.

Les infrastructures sont diversifiées, renforçant l'attractivité de la station. Le parc hôtelier est rénové et bien entretenu, tandis que la présence des écoles privées contribue à une dynamique active tout au long de l'année.



## Territoire, nature et paysage

Vue sur le Mont-Blanc / Proximité du Grand Muveran / Diversité et beauté des paysages / Vignes et village d'Ollon / Nature en hiver et en été / Glacier des Diablerets / Environnement alpin / Calme / Météo ensoleillée / Lacs d'altitude / Air pur  
Proximité du lac et des loisirs / Cœur de l'Europe / Accessibilité et transports publics

## Social

Village / Rajeunissement des R2 / Fréquentation en hausse des R2 / Habitants actifs dans le tourisme / Sociétés locales / Magasins / Station vivante toute l'année / On se sent bien / Sécurité / Présence de médecins

## Economie

Dynamisme des jeunes / Fréquentation en hausse

## Gouvernance

Finances communales / VLT SA / Entité Porte des Alpes / Glacier 3000 / Dynamisme de la station / CITAV

## Marketing

VLT SA + TVGD / Villars Private Schools / Magic Pass / Site internet des Alpes vaudoises / Rehaussement de l'image de Villars

## Offre

**Events :** Budget / Variation des events / Coupe du monde d'escalade / Animations / Concours de chevaux  
Diversité des activités / Écoles de ski / Accueil  
Complémentarité avec Gryon (activités familles, Friece, village et patrimoine, VTT de descente)

## Infrastructures

**TVGD :** Magic Pass / Glacier 3000 dans le MP / Domaine skiable / Point central de Bretaye / Domaine famille / Enneigement artificiel / Qualité des remontées mécaniques  
**Centre des sports :** Piscine / Bains de Villars / Patinoire / Tennis / Villars Hockey Club / Pistes de ski de fond  
Parc hôtelier  
**Ecoles privées :** vie amenée par les jeunes / Revenus pour la station  
**Randonnées :** accessibilité / Qualité / Possibilités en moyenne et haute montagne  
Variété de la restauration / Golf / Parkings gratuits / Nouvelles offres TPC / Bowling / signalétique piétonne / Villars Institut

## Public cible

Discrétion / Fidélité

# LES FAIBLESSES

La collaboration entre les partenaires touristiques pourrait être renforcée pour assurer une meilleure coordination des actions. La gouvernance reste complexe et parfois mal comprise entre les niveaux Villars, Porte des Alpes et Alpes Vaudoises.

L'offre événementielle est perçue comme trop dense, avec une communication à clarifier pour mieux promouvoir les événements et assurer une meilleure cohérence avec la dynamique de la station.

Certaines infrastructures nécessitent des ajustements. Le manque de parkings lors des jours de forte affluence et la fermeture précoce de certains commerces, hôtels ou restaurants sont régulièrement relevés.

Pour le domaine skiable, l'accessibilité aux départs des remontées mécaniques (Roc d'Orsay et Gare de Villars) pourrait être améliorée. Le secteur débutant à Bretaye mériterait une attention particulière pour faciliter l'apprentissage. Le succès du Magic Pass provoque une forte affluence en hiver, impactant la qualité de l'expérience sur les pistes. En été, la faible attractivité du Magic Pass représente une marge de progression.

Le Centre des sports nécessite une mise à niveau, avec un développement d'activités indoor adaptées aux familles.





## **Territoire, nature et paysage :**

Espaces disponibles pour le développement / Circulation route Ollon-Villars

## **Social**

Manque de médecins

## **Economie**

Logements pour le personnel (prix, disponibilité) / Collaboration entre partenaires (tous ne tirent pas à la même corde) / Valeurs des jeunes employés / Contraintes liées à l'emploi

## **Gouvernance**

Législation / Procédures  
Complexité (mille-feuilles) / Manque de vision et de stratégie / budget / Sources de financement / Vaud Promotion / Peu de cohésion globale / Manque d'innovation / Gestion de la communication / Porte des Alpes  
**VLT** : manque un directeur des opérations / Manque un coordinateur / Rôle de l'office du tourisme / Relation avec les partenaires / Représentativité partielle des partenaires dans VLT SA / Budget et finances

## **Marketing**

Manque de lisibilité du territoire que l'on vend / Porte des Alpes, timing / Réurrence / RH / Budget / Identification locale, produits / Offres phares / Positionnement / discrétion / Collaboration marketing entre écoles privées, VLT et hôteliers  
**Alpes Vaudoises société coopérative** : site internet : prix / Gestion / Commission partenaires / Conception

## **Offre**

Karts Bretaye Villars / Manque d'une culture de la montagne en été  
**Events** : trop d'événements / Pérennité des événements, / Cohérence événements - offre destination / Fédérer les locaux / Mauvaise communication / 4 saisons / Coordination entre les partenaires / Logements (hébergement de groupes, coordination avec les hôteliers) / Marketing / Recherche de sponsoring / Manque d'offres culturelles

## **Infrastructures**

WC publics / Communication sur les parkings / Manque de parkings / Sécurité piétonne / Manque d'interconnexion entre certains sentiers  
**4 saisons** : fermeture précoce des commerces / Horaires d'ouverture (hôtels et restaurants) / Fermeture anticipée des hôtels  
**TVGD** : accessibilité des départs (Roc d'Orsay et gare) / Absence de zone débutant à Bretaye / Descente débutant entre Roc et Bretaye / Télési du lac de Bretaye / Goulet du Lac Noir  
**Magic Pass** : perte des -9 ans gratuits / Forte influence (sécurité sur les pistes) / Clients ne consomment pas dans le village / Décalage entre skieurs et station / Abandon du Freeaccess en été / Mauvais succès en été.  
**Centre des Sports** : patinoire / Tennis (système de réservation, nombre insuffisant de terrains, qualité des infrastructures) / Offre indoor pour les familles.

## **Public cible**

Discrétion / Fidélité

# LES MENACES

Le réchauffement climatique est régulièrement cité comme une menace potentielle, avec des impacts directs sur l'enneigement et la saisonnalité de l'offre touristique.

Sur le plan économique, la situation géopolitique et la force du franc suisse peuvent affecter la fréquentation touristique.

Pour les manifestations, il devient de plus en plus difficile de mobiliser des bénévoles, ce qui complique l'organisation des grands événements.

La concentration de l'offre hôtelière entre les mains d'une seule société pourrait fragiliser la diversité de l'offre. La principale menace identifiée reste toutefois le manque de coordination entre les partenaires, risquant de freiner le développement de l'offre touristique.



## **Territoire, nature et paysage :**

Réchauffement climatique (enneigement, arrêt du ski) / LAT (espace disponible pour se développer)

## **Social**

-

## **Economie**

Franc Fort

## **Gouvernance**

Manque de fédération entre les partenaires / Stagnation

## **Marketing**

Contacts presse internationale / Presse (manque de neige) / Trop forte concurrence

## **Offre**

**Events :** bénévoles / Météo / Organisations tierces / Ne plus en avoir

## **Infrastructures**

**VAR** (Tout dans une seule main)  
TVGD : Magic Pass (on ne va plus skier le week-end et sécurité sur les pistes / Aménagement du terrain pour les pistes

## **Public cible**

-

# LES OPPORTUNITÉS

La création de logements pour les travailleurs répondrait à une problématique identifiée et permettrait d'améliorer la qualité de l'offre et du service.

Une meilleure intégration des jeunes et une synergie renforcée entre le tourisme et les écoles privées représentent une opportunité de dynamiser la station.

L'offre touristique est large. Trouver un équilibre entre sport et culture permettrait de mieux structurer cette diversité. La proximité avec le lac offre une alternative attractive en cas de météo défavorable en montagne.

Le développement des activités estivales constitue une marge de progression. Le Grand Chamossaire pourrait jouer un rôle clé dans le développement des activités en altitude.

Le centre des sports pourrait être repensé avec une rénovation axée sur la qualité et une diversification de l'offre indoor.



© Emilie Ecoffey



## **Territoire, nature et paysage :**

Améliorer l'esthétique du village / Terrain derrière le Villars Palace / Préserver la beauté du paysage / Développement durable

## **Social**

Relation hôtel-habitants / Qualité de vie / Garantir la sécurité / Moins de voitures et plus de place pour les piétons

## **Economie**

Création de logements pour les saisonniers / Meilleure synergie entre les partenaires

## **Gouvernance**

Gestion intégrée du domaine skiable / Maintien de l'indépendance des stations et gestion marketing par domaine / Coordination entre partenaires / Création d'une culture de destination / Intégration des jeunes / Collaboration avec les écoles privées

## **Marketing**

Dépoussiérer l'histoire de Villars / Porte des Alpes / Réseaux sociaux / Identification des marques et consolidation de celles-ci / Refaire davantage de promotion pour Villars / Définir un USP (Unique Selling Proposition) / Replacer le client au cœur des préoccupations / Intégrer le vin et les produits du terroir

**Positionnement :** conserver le positionnement familial / Tourisme de fraîcheur / Mettre en avant la proximité avec le lac et la Riviera / Valoriser le positionnement Life Style du Villars Palace / La culture / Un village vivant avec tous ses services accessibles toute l'année / Attirer davantage de résidents plutôt que de clients journaliers

**Villars Private Schools :** collaboration, ALUMNI (carte spéciale résident ?)

## **Offre**

Luge / Ski de fond / Escalade / Vélo (VTT, E-Bike, descente...) / Ski hors-piste accompagné / Randonnée / 4 saisons / Lac de loisirs en montagne / Offre pour ados

**Events :** équilibre sport-culture / Plan B météo / Événements haut de gamme (Montreux Jazz, Art Tech, etc.) / Amélioration de la coordination / Pérennisation d'un événement en hiver et d'un autre en été / Événements famille / Villars site Olympique Amélioration des parkings / Infrastructures pour camping-cars / Centre des congrès / Golf / Via ferrata / Villars Institut.

**TVGD :** Magic Pass / Ouverture de mi-mai à mi-octobre / Ponction par passage pour financer les TPC / Augmentation du nombre de clients en été / Grand Chamosaire en terrain d'aventure / Réduire le nombre de skieurs en hiver

## **Infrastructures**

**Hôtels :** offre disponible en continu toute l'année / Louer davantage de R2 vides

**Centre des sports :** repenser le centre des sports / Ajouter davantage de courts de tennis / Rénover le centre des sports / Privilégier la qualité / Rénover la patinoire

**Offre indoor :** activités virtuelles / Escape rooms / Salle d'escalade / Salle de cinéma / Trampoline

**Randonnées :** amélioration des interconnexions / Développement de randonnées thématiques

**TPC :** métro des Alpes / Augmentation des petites navettes dans le village / Augmentation des bus Villars - Plaine / Amélioration de la liaison Bex - Villars

## **Public cible**

Résidences secondaires (télétravail)

ENJEU X

03

# LES ENJEUX

## TERRITOIRE

### **Territoire, nature et paysages**

L'environnement et la qualité des paysages sont des atouts majeurs de la station. Préserver cette richesse est essentiel pour maintenir le niveau de l'offre touristique.

L'accessibilité nécessite des améliorations. L'offre en transport public doit être optimisée, en renforçant la liaison entre la plaine et la station. L'accueil dans les transports, souvent première vitrine de la destination, mérite une attention particulière. Une augmentation du nombre de navettes dans la station permettrait également de fluidifier les déplacements.

### **Social**

La qualité de vie à Villars est largement reconnue et il est important de la préserver. Le sentiment de sécurité joue un rôle majeur dans ce bien-être et reste un atout à maintenir.

Il est essentiel que le village reste vivant toute l'année, avec des commerces, bars et restaurants ouverts. Les associations et sociétés locales contribuent grandement à la dynamique de la station ; il est important de soutenir leurs activités.

Il est également crucial de maintenir une offre sanitaire de qualité sur le plateau pour répondre aux besoins des touristes et de la population.

### **Economie**

La dynamique économique de la station repose sur ses partenaires, et il est essentiel de cultiver un esprit collaboratif entre eux. Il est également important d'intégrer les jeunes dans les emplois du secteur touristique, afin qu'ils puissent s'investir dans l'avenir de la station et contribuer à son développement.

Une plus grande diversification des commerces serait bénéfique pour renforcer l'attractivité de la station.

En ce qui concerne les travailleurs saisonniers, il est important de trouver des solutions de logement sur place afin d'améliorer leurs conditions de travail, mais aussi de renforcer la qualité des services offerts.

## **Gouvernance**

Dans le cadre de la gouvernance, il est crucial de privilégier une gestion touristique durable. La collaboration joue un rôle central et doit être cultivée, renforcée et développée entre tous les acteurs de la station : résidents secondaires, jeunes, écoles privées et partenaires touristiques. Cela doit se faire à la fois sur le plan opérationnel que décisionnel.

En ce qui concerne les relations avec les autres stations, il est important de renforcer les liens entre la Porte des Alpes et Glacier 3000.

Enfin, pour réussir la transition vers une station 4 saisons, il est essentiel de développer une véritable culture de la montagne en été.

# **TOURISME**

## **Positionnement et marketing**

Dans l'esprit de la gouvernance, il est important de renforcer la collaboration marketing entre VLT SA et TVGD. Il est également essentiel de maintenir la place de la station dans le réseau du Magic Pass.

Pour attirer davantage de skieurs, en particulier ceux qui bénéficient du pass, il est nécessaire de les inciter à se rendre plus souvent au village, afin qu'ils profitent des commerces, bars et restaurants locaux. Concernant l'été, il est crucial de renforcer les actions marketing pour attirer davantage de visiteurs grâce à cette offre, en mettant en avant la diversité des activités estivales.

Au niveau des écoles privées, une meilleure collaboration marketing serait bénéfique, notamment en mettant en place une stratégie commune et en travaillant avec les Alumni.

Enfin, l'été doit être davantage valorisé, en mettant l'accent sur un tourisme de fraîcheur et en structurant le marketing autour des événements proposés.

## **Offre**

Concernant l'événementiel, il est souhaitable de maintenir un grand événement en hiver et un autre en été, tout en travaillant avec les habitants pour renforcer le soutien local aux manifestations. Il est également important d'équilibrer l'offre entre sport et culture. Dans cette optique, il convient de consolider et structurer une offre culturelle annuelle.

Il est nécessaire de veiller au bon entretien du réseau de randonnée pédestre et de le développer si besoin. Le Grand Chamossaire représente une belle opportunité pour les activités estivales, mais il faudra veiller à une bonne cohabitation entre les vélos, les piétons et les karts sur les sentiers.

En ce qui concerne le vélo, il est essentiel de consolider et de développer l'offre, que ce soit pour le VTT de descente, le VTT, l'e-Bike, le Gravel ou le vélo de route.

Enfin, il serait pertinent d'explorer la possibilité de proposer des initiations à l'escalade et à la haute montagne.

Pour les familles, il est nécessaire de renforcer les offres destinées aux adolescents et de continuer à collaborer avec Gryon pour garantir une offre familiale cohérente et solide.

### **Infrastructures**

Concernant les infrastructures, il est essentiel de maintenir la qualité des remontées mécaniques tout en optimisant les zones de départ à la gare de Villars et aux télécabines. La desserte de Roche Grise doit également être améliorée pour mieux répondre à ses pics de fréquentation.

Bretaye doit conserver et renforcer son rôle central et familial, tant en hiver qu'en été. Au village, il est important de garantir une offre d'hôtels, de restaurants et de commerces ouverts toute l'année, ce qui nécessite une meilleure coordination entre les partenaires.

Sur le plan des sports, le système de réservation des activités indoor doit être modernisé, tout comme la patinoire, qui nécessite une rénovation. Le golf est également une offre importante à maintenir.

Les terrains du Villars Palace présentent une opportunité intéressante pour le développement d'activités au centre de la station, et il convient d'explorer ces potentialités. Enfin, il est nécessaire de développer une stratégie pour accueillir les campings-cars de manière optimale.

### **Publics cibles**

Il est essentiel de maintenir une diversité des publics cibles afin d'assurer une meilleure résilience de la destination. Il convient de privilégier une clientèle résidentielle qui séjourne une à plusieurs nuits plutôt que la clientèle journalière.

Les résidences secondaires représentent un public clé pour la station, et il est important de renforcer leur fidélisation. Le télétravail pourrait être une piste intéressante pour fidéliser cette clientèle existante ou attirer de nouveaux hôtes.

**VISION**

**04**

# *Être l'incontournable station de montagne familiale, culturelle et sportive.*

---

## **LA VISION POUR LE TOURISME DE VILLARS**

Villars, la station incontournable où les familles trouvent un équilibre parfait entre nature, sport, et culture, dans un environnement chaleureux, moderne et dynamique !

### **Une station pensée pour les familles**

A travers ses infrastructures, ses activités et ses services adaptés à toutes les générations, Villars aspire à offrir à chaque membre de la famille, des plus jeunes aux aînés, des moments mémorables, que ce soit à travers d'activités ludiques et éducatives, riches et diversifiées.

### **Le sport, vecteur d'apprentissage et de partage**

Nous désirons que le sport soit le moyen qui permette à chacun, amateur ou novice, d'apprendre, de progresser et de partager ses expériences. La montagne devient un lieu d'échange, où le dépassement de soi se mêle à la découverte de nouvelles pratiques et au respect de l'environnement, renforçant les liens entre individus et générations.

### **Synergie entre sport et culture**

En associant sport et culture, Villars aspire à devenir un espace où l'on peut autant se dépenser physiquement que s'enrichir culturellement. Nous faisons cohabiter le sport et la culture de manière complémentaire pour créer un cadre d'épanouissement enrichissant, unique et propice à chacun.

### **Une station conviviale et accessible**

Villars se veut être la station incontournable pour les familles en misant sur une hospitalité et un accueil chaleureux tout en proposant des infrastructures adaptées. A travers cette vision, Villars s'affirme comme une station unique, capable de répondre aux attentes des familles à la recherche d'évasion, de convivialité et d'inspiration.

# ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

# 05

# NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Pour réaliser notre vision d'une station familiale, culturelle et sportive, nous, l'ensemble des acteurs du tourisme de Villars, nous nous engageons à :

Renforcer l'attractivité familiale en développant des offres spécifiques (activités pour enfants, espaces de détente pour parents, animations intergénérationnelles), en proposant des services adaptés (crèches, garde d'enfants, infrastructures accessibles) et en valorisant les espaces de découverte ludiques autour de la nature, du sport et de la culture ;

Créer une synergie forte entre culture et sport en organisant des événements qui mêlent activités sportives et expériences culturelles (festivals, compétitions thématiques) ;

Développer une offre touristique quatre saisons diversifiée proposant des activités familiales, sportives et culturelles pour chaque saison ;

Innover dans les infrastructures en modernisant les équipements pour répondre aux besoins des familles et des sportifs tout en développant des lieux multifonctionnels combinant sport, culture et détente ;

Fédérer les acteurs locaux autour de la vision en encourageant la collaboration entre associations, institutions, et partenaires, afin de garantir la qualité, le financement et la promotion des offres, initiatives et projets.

À travers ces engagements, Villars s'affirme comme une station où le tourisme s'aligne avec les aspirations des familles, des sportifs et des amateurs de culture dans une vision durable et moderne.



© David Boraley

# AXES DE RÉALISATION

# 06

# COMMENT LES AVONS-NOUS DÉFINIS ?

Pour concrétiser notre vision, des axes de réalisation ont été définis. Ils servent de cadre pour structurer le travail à venir et assurer la cohérence de l'ensemble de la réflexion menée. Ces axes sont issus de l'état des lieux, des enjeux identifiés, de la vision partagée et des orientations stratégiques. Ils reflètent les forces à mobiliser pour atteindre les objectifs communs établis.

*Offre*

*Infrastructure*

*Collaboration*

*Marketing*

## OFFRE

Nous nous engageons à développer une offre familiale adaptée à toutes les générations, en concevant des activités ludiques et pédagogiques qui permettent aux enfants d'apprendre en s'amusant. Ces initiatives visent à créer des moments uniques de partage entre parents, enfants et grands-parents, renforçant les liens familiaux et offrant des souvenirs mémorables.

Nous proposons une offre sportive riche, diversifiée et accessible en toutes saisons. Cette offre est pensée pour être un moment d'apprentissage orienté vers la découverte et l'échange. Nos activités invitent les familles à explorer ensemble, à se dépasser et à vivre des expériences partagées, tout en se reconnectant à la nature et aux valeurs du sport.

En parallèle, nous valorisons une offre culturelle authentique et moderne, qui reflète l'identité unique de notre région. En mêlant traditions locales, créativité contemporaine et dynamisme, nous permettons aux visiteurs de découvrir l'âme de notre territoire au cœur d'un paysage exceptionnel.

Toutes nos expériences sont conçues pour favoriser l'apprentissage et l'échange, qu'il s'agisse de sport, de culture ou de nature. Nous voulons que chaque visiteur reparte avec de nouvelles connaissances, une inspiration ou un moment partagé qui renforce le sens et la valeur de leur séjour.

Ce développement stratégique vise à positionner la station comme un modèle de destination familiale d'excellence, un lieu où l'apprentissage du sport, de la culture et de la nature se conjugue harmonieusement.

# INFRASTRUCTURES

Nous travaillons à faire évoluer l'ensemble de nos offres en renforçant leur attractivité et leur accessibilité pour les familles, en mettant l'accent sur des infrastructures pensées pour leur confort et des services adaptés à tous. Nos espaces sont conçus pour accueillir des moments de partage entre parents, enfants et grands-parents, grâce à des installations accessibles, des zones dédiées aux poussettes ou encore des solutions de garde d'enfants.

Nous développons des lieux hybrides où sport, art et apprentissage se rencontrent, offrant ainsi une expérience unique et enrichissante. Ces espaces multifonctionnels visent à créer des liens entre générations tout en stimulant la curiosité et la découverte.

Nos infrastructures modernes et polyvalentes allient modernité, confort et respect de l'environnement. En intégrant des technologies écoresponsables et des matériaux durables, nous transformons nos installations en véritables lieux de vie, capables d'accueillir à la fois des activités sportives, culturelles et de détente. Ces espaces invitent les familles à se rassembler, à partager des expériences et à se reconnecter dans un cadre chaleureux et harmonieux.

À travers ces engagements, nous souhaitons offrir un environnement où chaque membre de la famille, quel que soit son âge ou ses attentes, trouve sa place et peut profiter pleinement de tout ce que notre station a à offrir.



© Christophe Voisin

# COLLABORATION

Nous développons notre offre et modernisons nos infrastructures en étroite collaboration avec l'ensemble des partenaires touristiques, économiques et politiques de notre commune. Ce partenariat repose sur une vision partagée et un dialogue constructif, permettant de bâtir une destination à la hauteur des attentes des visiteurs tout en renforçant l'identité et l'attractivité de notre territoire.

Pour garantir un développement harmonieux et cohérent, nous mettons en place un processus de gestion participatif. Celui-ci intègre les avis et attentes de tous les partenaires, tout en veillant à aligner chaque initiative sur la vision commune. Cette démarche favorise une évolution globale de l'offre, en assurant que chaque acteur contribue activement à une dynamique positive.

Nous cultivons une relation de confiance et de coopération entre les partenaires locaux, créant ainsi un environnement accueillant et chaleureux pour nos visiteurs. Cette synergie nous permet non seulement de renforcer la qualité de nos offres et infrastructures, mais également d'assurer une expérience fluide et agréable pour chaque famille, chaque amateur de culture ou de sport.

Dans un souci de cohérence et d'efficacité, nous travaillons en étroite collaboration avec les acteurs touristiques pour assurer une communication et une promotion alignées avec notre vision et nos orientations stratégiques. Ensemble, nous valorisons les atouts de notre station tout en développant des messages communs qui renforcent notre visibilité et notre impact à l'échelle régionale et nationale.

Enfin, nous travaillons avec les autres stations pour que l'identité de la station de Villars et le développement de sa vision puisse contribuer à la construction de la destination des Alpes vaudoises.

# MARKETING

Nous déployons une stratégie marketing ambitieuse visant à positionner Villars comme LA destination familiale incontournable des Alpes. Pour atteindre cet objectif, nous travaillons à obtenir des labels et des reconnaissances qui valorisent notre positionnement familial et renforcent notre crédibilité auprès de nos publics cibles.

Notre communication met en avant l'unicité de notre offre : un cadre idéal où les familles peuvent apprendre et évoluer ensemble à travers le sport, la découverte de la montagne et l'exploration de la nature. Villars se distingue par sa capacité à conjuguer l'effort et l'apprentissage, offrant ainsi une expérience enrichissante pour chaque génération.

Nous valorisons également notre mariage unique entre sport et culture, qui fait de notre station un lieu où l'on peut à la fois bouger et s'enrichir intellectuellement. Qu'il s'agisse de découvrir les arts en pleine nature ou de participer à des ateliers ludiques, nos visiteurs bénéficient d'une expérience multidimensionnelle, mêlant plaisir, découverte et éducation.

En nous appuyant sur notre culture d'excellence éducative, nous mettons en lumière la force de nos écoles internationales, de nos écoles de ski et de nos clubs sportifs. Ces institutions, reconnues pour leur savoir-faire et leur capacité à transmettre des valeurs fortes, participent à l'identité unique de Villars et renforcent son attractivité auprès des familles du monde entier.

À travers des campagnes de promotion ciblées et un message clair, nous ambitionnons de faire de Villars une référence incontournable pour les familles à la recherche d'une destination où l'apprentissage, le sport et la culture s'unissent harmonieusement.



© Roman Tyulyakov

# SUIVIDU MASTER PLAN

# 07

# UN PROCESSUS DYNAMIQUE

Le plan d'action du Master Plan n'est pas un document statique. Il est conçu pour être dynamique et adaptable. Afin de garantir qu'il reste aligné avec les tendances actuelles, les enjeux et les mesures seront régulièrement réévalués. Ainsi, le Master Plan pourra évoluer en fonction des besoins et des évolutions du territoire.

## 1 ENJEUX

Le monde évolue, les habitudes se transforment et les pratiques changent. Pour maintenir la cohérence de nos actions, il est essentiel de repérer régulièrement les nouveaux enjeux et de les réévaluer en parallèle avec ceux déjà identifiés. À cette fin, des ateliers de validation seront organisés de manière régulière, afin de garantir cette mise à jour continue.

## 2 PROJETS

Une fois les enjeux consolidés, les projets en cours seront réévalués pour déterminer s'ils doivent être ajustés ou si de nouveaux projets doivent être lancés. Ce sera également l'opportunité d'examiner la pertinence des projets en attente et de décider de leur avenir.

## 3 EVALUATION

Tout au long de la réalisation des projets touristiques, des évaluations régulières seront effectuées pour anticiper d'éventuelles difficultés. Ce suivi sera piloté par Villars Loisirs et Tourisme SA, qui se chargera de suivre l'ensemble des projets liés au tourisme sur le territoire de la station.

# MASTER PLAN TOURISME

Le Master Plan a été réalisé par le Conseil d'Administration de Villars Loisirs et Tourisme SA

**Feu François Bianchi**

Président jusqu'au 8.06.2024

**André Duvillard**

Président depuis le 19.12.2024

**Caroline Ganz de Meyer**

Vice-Présidente

**Nicolas Croci Torti**

Vice Président

**Fred Dupont**

GIEVO

**Frédéric Heiz**

GIEVO

**Gregory Méan**

Ecoles privées

**Roger Turin**

Parahôtellerie

**Dominique Dietrich**

Hôtellerie

**Jean-Yves Blatt**

Représentant du VAR jusqu'au 19.12.2024

**Marc-Henri Duc**

Ecoles de Ski

**Christian Dubois**

TVGD jusqu'au 31.05.2024

**Martin Deburaux**

TVGD depuis le 01.06.2024 - anciennement GIEVO

**Sergei Aschwanden**

Directeur

**Mandataire :**

**Emmanuel Estoppey**, Bureau eufysia



© Olivier Fatzer