

Montreux Riviera

L'AVENIR SE CONSTRUIT
AUJOURD'HUI 2023 - 2028



COMMUNE DE
MONTREUX

promove
RIVIERA-LAVALUX


MONTREUX RIVIERA®
pure inspiration

Ordre du jour

09.11.2023 / Montreux International Tourisme Forum

L'engagement touristique de Montreux

- La Région Montreux Riviera
- ***Un miracle géographique***

- Vision et stratégie de la Destination «Montreux»
- ***D'où nous venons, où nous souhaitons aller et quels enjeux pour l'avenir***

- Un moment clé
- ***Fédérer et communiquer***

- Plus de 500 millions d'investissements prévus dans les 5 ans
6 projets en cours de réalisation : un plan ambitieux et cohérent

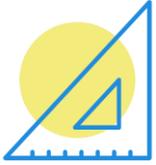


La région
Montreux Riviera

Un Miracle
Géographique

Les Rochers de Naye

Quelques données



133 km²

Du Château de Chillon aux terrasses de Lavaux jusqu'aux Rochers-de-Naye, la région s'étend sur une superficie de 133 km² soit environ 5% du Canton de Vaud.



93 073 habitants

En 2022, la région Riviera-Lavaux comptait 93 073 habitants soit 11,20% de la population du Canton de Vaud.



Des palmiers dans la neige

1671 mètres séparent l'altitude minimale de la commune au niveau du lac (371m) et son point culminant sur la crête des Rochers-de-Naye (2042m), offrant une vue sur pratiquement tout le Léman.



Micro-climat

La rive est protégée des vents froids du nord par les montagnes et bénéficie d'un microclimat particulièrement doux. De plus, l'ensoleillement y est idéal et le lac contribue à tempérer le climat.



Un cadre et un patrimoine unique



430 000 visiteurs/an



750 000 nuitées/an



103 000 arrivées/an

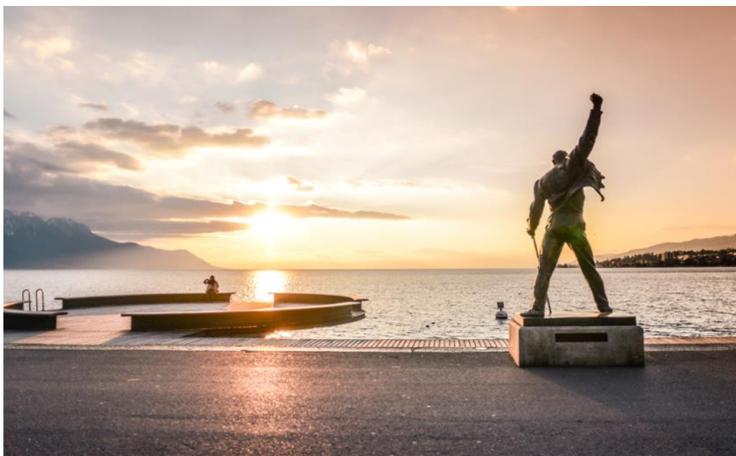


Le lac Léman et ses rives



Le vignoble de Lavaux (UNESCO)

Pure Inspiration



460 millions de vues organiques/ an



250 000 visiteurs/ an



300 000 visiteurs/ an



11 000 visiteurs/ an



550 000 visiteurs/ an

Une offre riche, un territoire à taille humaine



**Un cadre et
un patrimoine unique**



Pure Inspiration



La porte d'entrée pour la Suisse romande



Gruyère



Genève



Zermatt



Creux-du-Van



Berne



100 km



Musée Olympique



Chocolaterie Cailler



Fondation Gianadda



Bains de Lavey



Glacier 3000

Au cœur de l'Europe



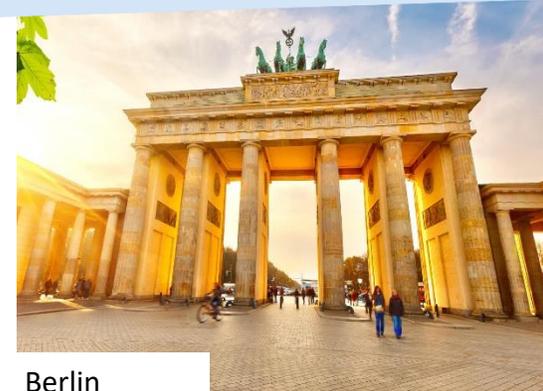
Paris



Londres



Bruxelles



Berlin



Barcelone



Rome



Venise



Côte d'Azur



Munich



Vienne



Le tourisme, pilier économique

Dolce Riviera

Modèle économique touristique



Infrastructures

- 46 hôtels
- 2 400 chambres



Ressources Humaines

- 900 employés



Chiffres

- 750 000 nuitées (2019)
- 100 mio CHF de chiffre d'affaires
- 44 mio investis par les acteurs privés (hôtels) depuis 2013



Vision et stratégie de la Destination « Montreux »

Le Château de Chillon

Alignement des acteurs institutionnels



COMMUNE DE
MONTREUX

Vision

promove
RIVIERA-LAVALUX

Stratégie


MONTREUX RIVIERA®
pure inspiration

Mise en œuvre

Les 3 axes du développement touristique



Qualitatif



Durable



Créateur de valeur

Les 3 enjeux



Gérer la saisonnalité



Prolonger
la durée de séjour



Multiplier les
retombées économiques



Un moment clé

Fédérer et
communiquer

Nourrir la marque



Les acteurs de la destination sont fédérés autour de l'enjeu.



Capitaliser sur l'ADN

Détecter et développer les projets en phase avec la marque et son histoire.



Moderniser

Rénover l'existant pour qu'il soit compétitif et réponde au positionnement de la marque.



Innover

Développer de nouvelles propositions de valeur au sein de la marque.



Communiquer

Construire et transmettre l'offre de la marque Montreux afin de faire vivre une expérience personnalisée aux différents segments clients définis.

Les porte-drapeaux au rendez-vous

Les partenaires institutionnels s'appuient sur des acteurs majeurs locaux qui s'engagent pour le développement de la destination.





Freddie Mercury

« Show must go on »

La stratégie s'inscrit
dans la réalité

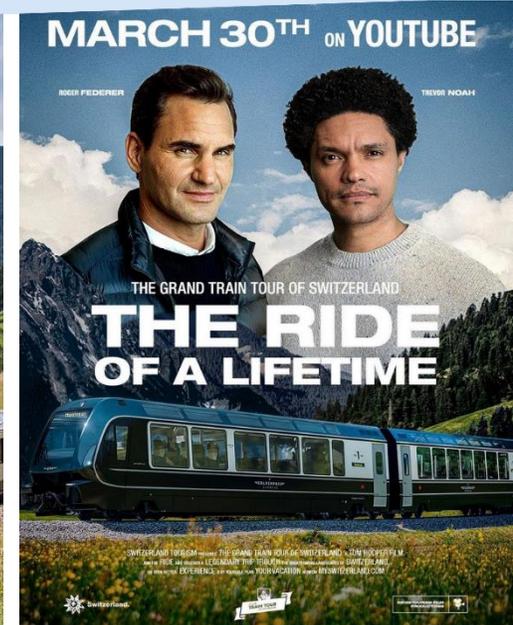
Golden Pass Express

Objectifs :

- Créer une liaison directe Interlaken – Montreux, hautement qualitative et scénique.
- Renforcer la place de Montreux comme étape touristique incontournable dans un circuit à travers la suisse.
- Valoriser la complémentarité des offres avec les destinations d'Interlaken et de Gstaad.



Investissement : plus de 125 M CHF



Campagne Swiss Tourism

- 82 millions de vues
- 30 mille «likes»

Rénovation du Montreux Music & Convention Center (2m2c)

Objectifs :

- Rénover l'infrastructure clé de l'écosystème touristique de la destination.
- Rendre l'exploitation du bâtiment plus efficace, flexible et économiquement performante.
- Mettre en valeur les atouts uniques (USP) et redynamiser le positionnement commercial.
- Augmenter le nombre d'événements accueillis par année (+ 35%) et les retombées.



Investissement : 100 M CHF

Echéance : 2026

Rénovation du Montreux Music & Convention Center (2m2c)

Environnement inspirant

- Un bâtiment avec le lac en toile de fond.
- Un cadre de travail/ séjour à part, entre lac et montagne.



«Walking distance»

- Plus de 500 chambres d'hôtel à moins de 5 min à pied.



Ecoresponsabilité

- Chauffage et climatisation par l'eau du lac.
- Réseau énergétique urbain partagé (MontCAD).
- Centrale photovoltaïque.
- Isolation optimisée.



Position et infrastructures

- Localisation centrale en Europe.
- Connexion directe à une gare principale (250m).



Rénovation du Montreux Music Convention Center



Parc hôtelier et cliniques

Rénovation totale ou partielle de plusieurs hôtels et création d'une nouvelle clinique privée.

Objectifs :

- Adapter l'offre existante aux tendances actuelles et à venir.
- Diversifier la proposition de valeur et cibler de nouveaux marchés.
- Valoriser le patrimoine architectural « Belle époque ».
- Renforcer l'attractivité de la destination.
- Accroître le chiffre d'affaires.



Hôtel Rhigi vaudois*



Montreux Palace *

Investissement : 120M CHF

Echéance : 2027

Casino Barrière de Montreux

Objectifs :

- Renouveler la concession des jeux d'argent pour 25 ans.
- Rénover la façade et les espaces d'accueil.
- Ouvrir le Casino sur sa face sud pour valoriser la proximité avec le lac.
- Pérenniser le positionnement hautement qualitatif sur le marché suisse et à l'international.



Investissement : 20M CHF

Echéance : 2027-28

Réaménagement de la Grand Rue et thématisation de la ville

Objectifs :

- Améliorer la qualité d'accueil urbain.
- Stimuler le potentiel économique de la Grand Rue (commerces, restaurants, terrasses).
- Renforcer l'interaction visuelle avec le lac.
- Créer une expérience visiteur unique en valorisant, tout au long de l'année, le patrimoine et la notoriété de Montreux dans le domaine musical.



Montreux
Jazz Festival



Thématisation de la ville

Investissement : 30 M CHF

Echéance : 2026

Réaménagement de la Grand Rue et thématisation de la ville



Réaménagement de la Grand Rue
Images d'illustration

Rochers de Naye : revalorisation du site et du train

Objectif :

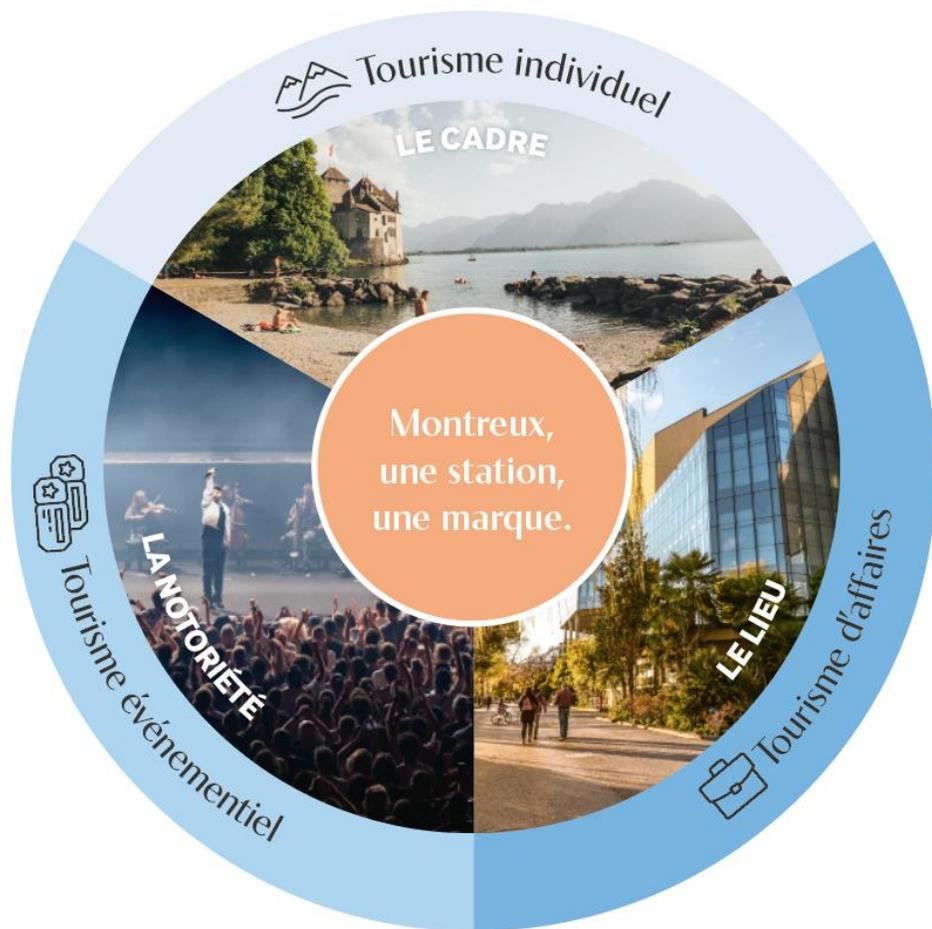
- Repositionner les Rochers-de-Naye comme une expérience alpine incontournable pour les touristes de passage.
- Renouvellement complet de la flotte de train (capacité, durée du trajet, confort, design).
- Augmentation de la déserte et de la capacité d'accueil au sommet.
- Rénovation des infrastructures et de l'offre touristique.
- Augmenter le nombre de visiteurs au sommet (x 2).



Investissement : plus de 150 M CHF

Echéance : 2028

Plus de 500 millions investis dans les 5 ans !



**1 GOLDEN PASS EXPRESS:
LIAISON DIRECTE AVEC INTERLAKEN**

125 MILLIONS

**2 RÉNOVATION DU MONTREUX
MUSIC & CONVENTION CENTER**

100 MILLIONS

3 PARC HÔTELIER ET CLINIQUES

120 MILLIONS

4 CASINO BARRIÈRE DE MONTREUX

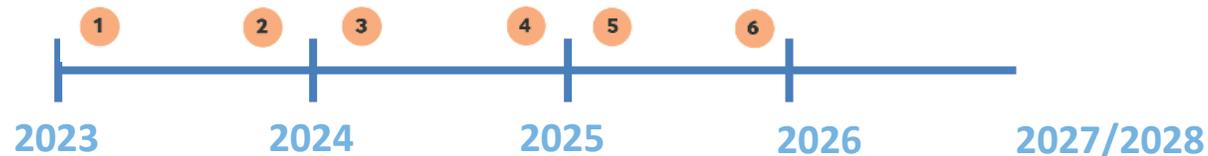
20 MILLIONS

**5 RÉAMÉNAGEMENT DE LA GRAND
RUE ET THÉMATISATION DE LA VILLE**

30 MILLIONS

**6 ROCHERS-DE-NAYE: REVALORISATION
DU SITE ET DU TRAIN**

> 150 MILLIONS



Saisir l'opportunité



Toutes les cartes en main pour écrire un avenir encore plus radieux.



Offre renouvelée

- ⇒ Infrastructure clé
- ⇒ Produits touristiques et divertissements
- ⇒ Thématisation et aménagements urbains
- ⇒ Parc hôtelier



Positionnement

- ⇒ Eco-responsabilité
- ⇒ Accessibilité et mobilité douce
- ⇒ Climat idéal
- ⇒ Tourisme 4 saisons



Potentiel de croissance

- ⇒ Très fort rebond post-covid, porté par une marque reconnue
- ⇒ Tourisme « premium »
- ⇒ Prix moyen des chambres très concurrentiel
- ⇒ Effort promotionnel important et coordonné

Montreux Riviera

L'AVENIR SE CONSTRUIT
AUJOURD'HUI 2023 - 2028

Merci de votre attention



COMMUNE DE
MONTREUX

promove
RIVIERA-LAUX


MONTREUX RIVIERA®
pure inspiration