

PRÉAVIS MUNICIPAL N° 10/2026

Le 6 mai 2026

Demande d'un crédit de réalisation de Fr. 461'000.-, dont Fr. 191'000.- à la charge de la Commune, pour la mise en place et la réalisation du plan d'action « La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu »

10.03.02-2604-Preavis-10-Preavis-Ville-du-jeu.docx

Au Conseil communal de
1814 La Tour-de-Peilz

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs,

1. Objet du préavis

Le présent préavis a pour but la demande d'un crédit de réalisation destiné à financer la réalisation de l'ensemble du plan d'action triennal (2026–2028) du projet de positionnement « La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu ». Le montant du crédit se monte à Fr. 461'000.- TTC, dont Fr. 191'000.- seront à charge de la Commune. Le solde de Fr. 270'000.- sera financé par des subventions cantonales et régionales.

Ce plan d'action est l'aboutissement d'une étude menée entre septembre 2024 et septembre 2025 par le bureau Mayko, en étroite collaboration avec le secteur des affaires culturelles. Il comprend dix-huit actions thématiques à déployer sur le territoire boéland pour les trois prochaines années (2026 à 2028).

2. Préambule et historique

Le projet « La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu » vise à affirmer une identité forte et distinctive pour la Commune, en s'appuyant notamment sur la renommée et la présence du Musée suisse du jeu sur le territoire communal. Ce positionnement répond à plusieurs objectifs stratégiques :

- renforcer l'attractivité de la ville pour ses habitants ;
- développer une identité propre dans un contexte régional marqué par des destinations fortes (Vevey ville d'image / Montreux ville de musique entre autres) ;
- favoriser la cohésion sociale et la participation citoyenne au travers d'expériences ludiques ;
- attirer de nouveaux acteurs économiques, culturels et touristiques ;
- dynamiser l'espace public par des aménagements, animations et collaborations thématiques.

La volonté de positionner La Tour-de-Peilz comme Ville du jeu n'est pas nouvelle. Elle apparaît déjà dans plusieurs contextes :

- dans des réflexions politiques antérieures qui date depuis l'inauguration du Musée suisse du jeu en 1987,
- dans le programme de législature de la Municipalité 2021–2026,
- et dans les attentes exprimées par les acteurs touristiques et économiques.



Jusqu'à présent, les initiatives ludiques demeuraient toutefois ponctuelles, sans fil rouge, sans conception d'ensemble, ni vision à moyen ou long terme.

Afin de pouvoir mener à bien ce projet sur le long terme et le faire évoluer en partant d'une base solide, l'élaboration d'une stratégie approfondie devenait une nécessité. Pour rappel, en septembre 2024, le Conseil communal a approuvé un crédit d'étude de Fr. 80'000.- (dont Fr. 26'000.- à charge de la Commune Fr. 54'000.- étant subventionnés par le Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI) dans le cadre de la loi sur l'appui au développement économique (LADE) et la loi fédérale sur la politique régionale (LPR).

L'étude, menée par le bureau Mayko a permis d'établir une vision des actions à déployer sur le court terme (2026-2028) et à moyen terme (2028-2030). Elle a également permis d'approcher de nombreux partenaires, institutions et parties prenantes liés au projet afin de récolter leurs expériences et de les intégrer à la démarche. Le travail réalisé par le bureau Mayko et les documents obtenus seront résumés dans la partie « 4. Projet » du présent préavis et figurent en annexe.

Parallèlement à la conduite de l'étude, des échanges réguliers avec les acteurs économiques et touristiques de la région, notamment Promove et Montreux-Vevey Tourisme, ont été maintenus. L'objectif est de les intégrer à la démarche de ce projet de positionnement, porteur pour la ville comme pour l'ensemble de la Riviera. L'implication de ces entités favorise l'appropriation du projet et facilite l'obtention d'éventuelles subventions régionales ou cantonales.

3. Situation

La Ville de La Tour-de-Peilz dispose déjà d'une identité ludique bien ancrée, grâce notamment à :

3.1. Musée Suisse du Jeu (MSJ)

Installé au Château de La Tour-de-Peilz depuis 1987, le Musée Suisse du Jeu abrite l'une des plus importantes collections de jeux au monde. Il présente des jeux historiques, des jeux traditionnels, des jeux de société contemporains, ainsi que des objets liés aux cultures ludiques internationales. Au fil des décennies, il s'est imposé comme un pôle national d'expertise, un lieu de médiation culturelle et un acteur incontournable de la Riviera.

Son ancrage historique et son rayonnement national font du MSJ un partenaire naturel et indispensable au projet Ville du Jeu.

3.2. L'ABCDé – bibliothèque et ludothèque

L'ABCDé est un lieu singulier, qui lie le jeu et le livre dans un même espace et représente un acteur de proximité essentiel. Ses missions rejoignent directement les ambitions du projet : médiation culturelle, prêts de jeux et livres, accueil des familles, animations, ateliers et activités intergénérationnelles.

Sa capacité à toucher le tout public en fait un relais précieux pour la diffusion du projet et pour l'intégration du jeu dans le quotidien de la population.

3.3. Collaborations existantes

Plusieurs événements organisés par la Ville, le Musée Suisse du Jeu et l'ABCDé témoignent des collaborations fructueuses entre ces partenaires clés :

- Journée nationale du Jeu (juin 2023) et Château des Jeux (septembre 2023) : animations ludiques dans toute la ville lors de ces deux journées.
- Festival des Jeux (septembre 2024 et 2025) : la deuxième édition du Festival des Jeux, organisée par ces trois mêmes entités a rassemblé plus de 10'000 visiteurs en trois jours, a rencontré un véritable succès. Déjà considéré comme un événement phare pour la région et reconnu dans le milieu des festivals ludiques, ce rendez-vous joue un rôle essentiel dans le renforcement du positionnement de La Tour-de-Peilz en tant que « Ville du Jeu ». La troisième édition aura d'ailleurs lieu du 4 au 6 septembre 2026.



4. Le projet

Au cours de l'étude, des recherches ont été menées, incluant des analyses thématiques et touristiques, un benchmarking national et international, des entretiens semi-directifs avec les partenaires principaux (MSJ, ABCDÉ, l'hôtel Bon Rivage, etc.) ainsi qu'un atelier thématique. Des échanges réguliers ont eu lieu avec les différents services de la Commune et de potentiels prestataires de la région concernés par le projet ont été approchés. Finalement, un sondage a été réalisé auprès des associations, institutions et commerces locaux.

Suite à ces recherches (à parcourir dans la phase exploratoire de l'étude annexée), la phase de conception a permis de définir le positionnement, de formaliser une stratégie, d'établir une gouvernance, d'identifier des opportunités et de co-construire un plan d'action évolutif.

Ces travaux ont ensuite abouti à la rédaction d'un plan stratégique validé par la Municipalité, à la réalisation d'une analyse des risques, à la définition d'un plan d'action — objet du présent préavis — élaboré en collaboration avec les parties prenantes du projet, ainsi qu'à l'établissement d'un calendrier des actions à déployer entre 2026 et 2030. Enfin, un budget et un plan de financement ont été élaborés.

Un comité de pilotage composé de personnes émanant de la Municipalité, du Musée Suisse du Jeu, du Service famille, jeunesse, sport et culture (SFJSC) de l'ABCDÉ, de Montreux-Vevey Tourisme et de Promove s'est réuni afin de suivre le bon déroulement du projet et de valider les étapes clés de l'étude.

4.1. Positionnement retenu

Vision

La Tour-de-Peilz ambitionne de devenir la destination ludique de référence en Suisse, reconnue pour son engagement créatif et inclusif en faveur du jeu.

Mission

La Ville met en jeu ses espaces, ses partenaires et ses ressources locales afin de rassembler, stimuler et faire vivre autrement son territoire.

Valeurs

Convivialité, fierté locale, accessibilité, éducation, excellence, technologie.

Public cible

LOCAL ET RÉGIONAL	MARCHÉ NATIONAL	MARCHÉ INTERNATIONAL
Familles avec enfants	Touristes suisses	Touristes européens en séjour dans la Riviera
Population boëlange	Groupes scolaires	Professionnels du jeu
Jeunes adultes	Joueurs passionnés	Expatriés dans la région
Seniors		

4.2. Le plan d'action — 18 actions thématiques (2026–2028)

Les actions sont réparties en quatre axes et ont pour but de transformer progressivement la ville en terrain d'expérience ludique identifiable, cohérent et attractif.

À ce stade, les projets inscrits au plan d'action constituent une première mouture de ce qui sera réalisé. Les budgets et coûts associés ont été estimés sur la base d'offres et de devis fournis par des prestataires potentiels. La Municipalité validera les détails et la conception définitive de chaque projet.



4.2.1. AXE 1 — Infrastructures - Projet court terme (2026-2028)

4.2.1.1. Axe ludique - Avenue de la Gare (cf. préavis N° 31/2025)

L'avenue de la Gare est une véritable porte d'entrée de la ville et elle joue un rôle important dans l'identité de la commune et dans le quotidien de sa population.

Son réaménagement, prévu pour 2026-2027 représente un défi majeur, tant sur le plan urbanistique qu'en terme de mobilité et finalement de lien social. C'est donc une réelle opportunité de réalisation de projets dans l'espace public pour « Ville du jeu ». A la suite de la décision de votre Conseil concernant le préavis municipal N° 31/2025, le projet définitif qui sera développé pour ce secteur inclura un certain nombre d'aménagements ludiques ; ceux-ci seront cependant ajustés par rapport à ce qui était présenté dans le préavis afin de respecter le budget alloué.

L'objectif reste de créer un axe ludique attractif pour la population, pour les touristes, et pour les petits comme pour les grands. Il sera conçu avec une véritable cohérence d'ensemble, et l'ambition est de le mettre en valeur grâce à une signalétique dédiée, un jeu de piste ou encore un parcours.

4.2.1.2. Panneaux d'entrée de ville

Ajout d'une signalétique liée à « Ville du Jeu » sur les panneaux aux entrées de la Ville.

4.2.1.3. Projet thématique Avenue Bel-Air / Cressire / Buleses

Aménagements ludiques intégrés dans les réaménagements prévus, afin d'assurer une cohérence entre mobilité, espace public et identité ludique.

4.2.1.4. Habillage ludique de l'espace public

Interventions artistiques sur boîtiers électriques, murs bruts, signalétique thématique – pour renforcer l'identité ludique dans le quotidien.

4.2.2. AXE 2 — Événementiel

4.2.2.1. Pérennisation et développement du Festival des Jeux

Renforcement du format, amélioration de l'infrastructure, augmentation de la fréquentation, diversification de l'offre, partenariats ciblés.

4.2.2.2. Croisières ludiques sur la flotte Belle Époque de la CGN

Activité touristique alliant patrimoine lacustre et expériences thématiques.

4.2.3. AXE 3 — Produits et activités

4.2.3.1. Jeu de société de la région

Création d'un jeu original mettant en scène des éléments emblématiques de La Tour-de-Peilz et de la Riviera.

4.2.3.2. Fonds de soutien aux initiatives ludiques

Soutien financier annuel ciblé dans l'idée de développer un projet ludique par an. Cet appel à projets permettrait d'impliquer la population dans la démarche et d'encourager la créativité des associations / artistes / personnes qui souhaitent participer au projet de positionnement.

4.2.3.3. Parcours de boules en bois

Installation d'un parcours original au travers du territoire communal, accessible à tous les publics.



4.2.3.4. *Chasse au trésor / Outdoor Escape Game*

Parcours ludique permettant de découvrir la ville sous forme de chasse au trésor, tout en faisant le lien avec les différentes initiatives ou projets susceptibles d'être réalisés dans l'espace public

4.2.3.5. *Espace immersif ludique à l'Hôtel Bon Rivage*

Co-création avec le MSJ ; partenariat hôtelier innovant renforçant l'offre touristique.

4.2.3.6. *Programme de médiation / d'animation du MSJ et de l'ABCDé*

Animations, ateliers, conférences thématiques (dont jeux vidéo), permettant d'ancrer le projet dans une dimension éducative et culturelle forte.

4.2.4. AXE 4 – Image et promotion

4.2.4.1. *Identité visuelle « Ville du Jeu »*

Création d'un logo, d'une charte graphique complète et d'outils déclinables pour les partenaires, afin de garantir une image forte, lisible et cohérente.

4.2.4.2. *Plan de communication multicanal Ville du Jeu*

Campagne de communication multicanal (presse, réseaux sociaux, site Internet communal, affichage local). Objectif : renforcer la notoriété régionale et nationale.

4.2.4.3. *Campagne annuelle conjointe (Ville, MVT, MSJ)*

Campagne de communication menée avec les partenaires clés : supports touristiques, vitrines régionales, bus VMCV. Objectif : renforcer la notoriété régionale et nationale.

4.2.4.4. *Accompagnement des commerçants*

Kits de communication, formations courtes, idées d'animations ludiques, vitrophanies thématiques pour favoriser l'appropriation du projet par le tissu économique local.

4.2.4.5. *Coordination avec les partenaires (MVT et MSJ)*

Organisation de réunions régulières afin d'assurer la coordination des actions, l'alignement des messages et le suivi des projets communs.

4.2.4.6. *Enrichissement de la page La Tour-de-Peilz sur le site de MVT*

Mise à jour et développement de la page dédiée à La Tour-de-Peilz afin de renforcer la visibilité du projet, valoriser les actions et centraliser les informations utiles.

4.2.4.7. *Charte / mode d'emploi pour le personnel de la Commune*

Rédaction d'une charte et d'un guide pratique destinés au personnel communal pour assurer une compréhension partagée du projet et une communication cohérente.

4.2.5. **Projet moyen terme (2028-2030) (2 actions)**

Dans les développements du projet « Ville du jeu, deux projets de réaménagements sont imaginés ci-dessous. Cette présente demande de crédit ne concerne pas ces projets, ils ont été brièvement décrits ci-dessous afin de communiquer sur les pistes d'évolution de Ville du Jeu sur du long terme.

4.2.5.1. *Parc / forêt de la Faraz – installation ludique*

Création d'un espace ludique emblématique basé sur un jeu de société grandeur nature. Cette installation se ferait au bénéfice de la population, en intégrant la forêt et les espaces naturels de l'espace de la Faraz ainsi que toutes les priorités liées à cet espace (agrandissement de la déchetterie, préservation de l'environnement, souhaits d'y développer les installations sportives).

4.2.5.2. *Place du Four*

Réaménagement de la place avec un projet ludique valorisant la place et accessible à toutes et à tous.

5. La gouvernance

La gouvernance du projet La Tour-de-Peilz “Ville du Jeu” est primordial étant donné l’ambition d’un projet pour toute une ville. Elle est structurée autour de trois niveaux complémentaires :

5.1. Pilotage stratégique – Comité de pilotage (COPIL)

Composé de membres de la Municipalité, de chefs de service de la Commune et de représentants des partenaires principaux du projet.

Le COPIL a pour mission d’assurer la vision à long terme, d’arbitrer les grandes orientations, de garantir l’alignement politique et institutionnel.

5.2. Coordination opérationnelle – Cellule de coordination

Composé d’un bureau mandaté pour la gestion du projet, de représentants de services communaux, du MSJ et de l’ABCDé, d’une personne chargée de communication (interne ou externe), de partenaires actifs selon les projets.

La cellule de coordination a pour mission de suivre l’ exécution du plan d’ action, d’assurer la cohérence des actions entre les partenaires, de résoudre les problèmes opérationnels.

5.3. Conseil élargi / Partenaires – Table ronde annuelle

Composé de tous les partenaires institutionnels, associatifs, culturels, touristiques et économiques impliqués dans "Ville du Jeu", des membres du COPIL + cellule de coordination, ouvert à de nouveaux partenaires (p. ex. porteurs de projets ludiques)

L’objectif du conseil est de fédérer, écouter, ajuster la stratégie sur la base du terrain et des réalités vécues et de créer un effet réseau.

5.4. Chef-fe de projet coordination

La coordination du projet serait confiée à un mandat externe à raison de ressources supplémentaires de 70 % pendant les 18 premiers mois de lancement, puis de descendre cette ressource à 50% pour les 18 mois suivants. Cette approche permettrait, si nécessaire, de mandater différents profils pour accompagner la phase initiale du projet et son lancement et ainsi maximiser les compétences nécessaires à la bonne conduite de ces actions. Au terme des trois premières années, un bilan général serait établi afin d’évaluer l’avancement global du projet ainsi que l’adéquation des ressources allouées. Ainsi la Municipalité décidera en temps voulu de la continuité et des ressources à pérenniser.

Cette ressource est indispensable dans le cadre de « La Tour-de-Peilz Ville du Jeu » qui est un projet ambitieux et transversal. Cela permettra de coordonner et réaliser les différentes actions planifiées, de garantir une cohérence et de continuer à nourrir « Ville du Jeu » dans les années à venir.

6. Les coûts

La valeur totale du plan d’action, incluant la ressource de coordination, s’élève à Fr. 581'000.- pour les trois prochaines années. D’autres financements sont estimés à Fr. 120'000.- (cf. tableau ci-dessous) – notamment via des projets connexes tels que :

- le réaménagement de l’avenue de la Gare par le Service de l’urbanisme et des travaux publics
- la révision des panneaux routiers d’entrée et de sortie de la ville
- les projets thématiques Avenue Bel-Air / Cressire / Bulesses
- ainsi que des partenariats externes (Bon Rivage)

En complément, des subventions régionales et cantonales sont envisagées pour un montant total estimé à Fr. 300'000.-, réparti comme suit :

- Fr. 50'000.- provenant de la Fondation pour l'équipement touristique de la Riviera et de la Commission intercommunale de la taxe de Séjour (CITS) ;
- Fr. 250'000.- issus de subventions cantonales accordées par le Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI), dans le cadre des dispositifs sur la loi sur l'appui au développement économique (LADE) et la loi fédérale sur la politique régionale (LPR).

ENTITÉS	DÉTAIL	INVESTISSEMENT TOTAL
PRODUITS		
Subvention	Subventions LADE / LPR / FET prévisionnelles accordées au projet	300'000.00 CHF
Recettes	Pour projets internes ou des projets financés par des partenaires	120'000.00 CHF
	TOTAL	420'000.00 CHF
CHARGES		
INFRASTRUCTURE	7 actions, 4 actions 2026-2028, 3 projets long-terme	120'000.00 CHF
PRODUITS ET ACTIVITES	5 actions 2026-2028, 4 actions internes, 1 action partenaire	130'000.00 CHF
EVENEMENTIEL	2 actions 2026-2028	70'000.00 CHF
IMAGE ET PROMOTION	7 actions, 2026-2028	45'000.00 CHF
MANDAT (coordination projet)	0.7 ETP pendant 18 mois, 0.5 ETP pendant 18 mois	216'000.00 CHF
	TOTAL	581'000.00 CHF
"Ville du Jeu"	Montant à charge de la Commune	-161'000.00 CHF
Marge de sécurité	10% des subventions	-30'000.00 CHF
	Préavis communal pour 3 ans (environ 63.5k par année)	-191'000.00 CHF

À noter que le SPEI peut financer jusqu'à 50 % du coût total des projets éligibles LADE du plan d'action. Dès lors, la prévision d'une subvention de Fr. 250'000.- et Fr. 50'000.- comme décrit ci-dessus pour un plan d'action comprenant dix-huit projets apparaît comme réaliste. Par ailleurs, le service en charge du dossier a eu l'occasion de s'entretenir avec deux représentantes du SPEI et qui se sont montrées favorables à l'octroi d'une subvention d'un montant de Fr. 250'000.-. Cette décision demeure soumise à une validation formelle par le Canton.

Néanmoins, afin de rester prudent, il est proposé de conserver une marge de sécurité correspondant à 10 % du montant total des subventions envisagées (Fr. 300'000.-), soit Fr. 30'000.-. En conséquence, un crédit de Fr. 191'000.- destiné au financement du plan d'action et de sa coordination pour les trois prochaines années est inscrit dans le présent préavis municipal.

Un bilan sera réalisé trois ans après le lancement du projet « Ville du Jeu ». À cette occasion, les coûts d'entretien liés au maintien et au développement des projets inscrits dans le plan d'action seront réévalués.

7. Planning

Le planning ci-après détaille la mise en œuvre du projet « Ville du Jeu » et des actions qui l'accompagnent sur les 5 prochaines années. Il permet de visualiser clairement la progression des différents projets — qu'ils soient opérationnels, événementiels, infrastructurels ou liés à la communication — ainsi que leur répartition entre 2026 et 2030.



Le début de la réalisation du projet (lancement du projet) débutera durant le deuxième semestre 2026, la campagne de communication officielle (lancement officiel) est prévue pour l'été 2027, lors de la période du Festival des Jeux.

C'est à ce moment-là qu'il est prévu qu'une campagne de communication d'envergure dévoile publiquement le positionnement et les initiatives phares du programme. Le planning proposé ci-dessous est un indicateur qui sert de guide stratégique, il reste agile et souple, et peut évoluer en fonction des décisions prises et de l'évolution des projets d'aménagements urbains.

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Lancement du projet	■				
Projet thématique ludique Avenue Bel-Air / Cressire / Bulesses	■				
Parcours de boules en bois	■				
Chasse au trésor (Outdoor Escape Game, parcours ludique à travers la ville...)	■				
Développer l'identité visuelle "Ville du Jeu" (logo, charte graphique...)	■				
Avenue de la gare: installation et parcours ludique avec un projet phare et marquage au sol.	■	■			
Pérenniser et développer le Festival des Jeux avec le Musée Suisse du Jeu	■	■	■	■	■
Création d'un fonds incitatif autour du jeu	■				
Habiller l'espace public et les sols avec des éléments visuels + signalétique	■	■			
Développer la présence numérique	■	■			
Coordination avec les partenaires (MVT, MSJ) pour la com.		■	■	■	■
Plan de communication multicanal		■			
Jeu de société de la région		■	■		
Révision des panneaux routiers		■			
Lancement d'une campagne de communication conjointe		■			
Programme d'accompagnement pour les commerçants		■			
Croisières ludiques sur la flotte Belle Époque		■	■	■	■
Appel à projet du fonds incitatif autour du jeu		■	■	■	■
Charte pour le personnel de la commune		■			
Escape game / espace immersif à l'Hôtel Bon Rivage avec le Musée Suisse du Jeu		■	■		
Mettre en place un plan de communication multicanal ciblé sur le positionnement Ville du Jeu		■	■		
Mise à jour de la chasse au trésor			■		
Infrastructure de loisirs et installation ludique grandeur nature au parc de la Faraz			■	■	
Projet de transformation de la Place du Four			■	■	
Initialisation des projets avec des partenaires privés (p. ex. Nestlé)				■	
Développer la place du Verger du haut (paradis des enfants et des adultes)					■
Lancement officiel		⊗			
Préavis budgétaire sur 3 ans	■	■	■		
Engagement d'une ressource supplémentaire à 50% [budget préavis]	■	■	■		
Ressource supplémentaire à 50% [budget ordinaire]				■	■



8. Conséquences financières

Un crédit de réalisation de Fr. 461'000.- pour la concrétisation du projet « Ville du Jeu » est demandé, ceci sous réserve de la participation financière de la Fondation d'équipements touristiques, de la Commission Intercommunale de la Taxe de Séjour (CITS) ainsi que du Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI) ou de tout autre organisme à hauteur de Fr. 270'000.-, ce qui équivaut à un montant de Fr. 191'000.- à charge de la Commune.

9. Personnel communal

La partie gouvernance (cf. point 5) décrit les groupes de travail et comité qui seront créés au sein de la Commune pour le pilotage de ce projet interservices. Le suivi de la personne mandatée pour la gestion et la coordination du projet sera effectué par le Service famille, jeunesse, sport et culture.

10. Développement durable

10.1. Social

En créant un espace ludique qui s'adresse à tous les âges, le projet encourage la cohésion sociale et renforce le sentiment d'appartenance à la communauté locale, ce qui s'aligne avec les objectifs régionaux de durabilité sociale.

10.2. Économique

L'ambition est de pouvoir assurer l'autonomie financière du projet en développant des partenariats privés-publics avec des entreprises engagées, en mettant en place des modèles économiques mixtes et en impliquant les commerçants locaux dans l'économie de la « Ville du Jeu ». Le but est également de développer l'attractivité économique de notre ville, ce qui profitera aux acteurs économiques locaux.

10.3. Environnement

Les infrastructures ludiques et événements envisagés intégreront des principes de durabilité, en limitant leur empreinte carbone (utilisation de matériaux recyclables, promotion des transports publics, etc.). Cela répondra ainsi à la demande croissante de pratiques durables dans la région.

11. Conclusions

Nous vous demandons, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir voter les conclusions suivantes :

Le Conseil communal de La Tour-de-Peilz,

- vu le préavis municipal N° 10/2026,
- oui le rapport de la commission chargée d'examiner ce dossier,
- considérant que cet objet a été porté à l'ordre du jour,

décide :

1. d'accorder à la Municipalité un crédit de réalisation de Fr. 461'000.- pour la concrétisation des 18 actions du plan d'action « Ville du Jeu », à prélever par le débit du compte N° 9149.002.00 « Travaux - Plan d'action La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu » ;
2. de prendre note que le montant à la charge de la Commune sera de Fr. 191'000.-, le reste étant des subventions cantonales et régionales ;
3. d'autoriser la Municipalité à financer cet investissement par la trésorerie courante ou, le cas échéant, par un emprunt dans le cadre du plafond d'endettement de 100 millions adopté par le Conseil communal lors de sa séance du 11 mai 2022, plafond utilisé actuellement à hauteur de Fr. 61'266'229.50 ;
4. d'autoriser la Municipalité à amortir cet investissement par le compte de fonctionnement N° 150.3329.00 « Amort. - Plan d'action La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu » ;
5. de prendre note que l'amortissement s'élèvera, après subventions, au maximum à Fr. 38'200.- par année, selon la durée d'amortissement imposée de 5 ans pour cette catégorie d'immobilisations.

AU NOM DE LA MUNICIPALITÉ

La syndique :

Le secrétaire :



Sandra Pasquier Pierre-A. Dupertuis

Annexe : Plan stratégique, La Tour-de-Peilz 2026-2030, *(uniquement en version informatique)*

Délégué municipal : M. Vincent Bonvin

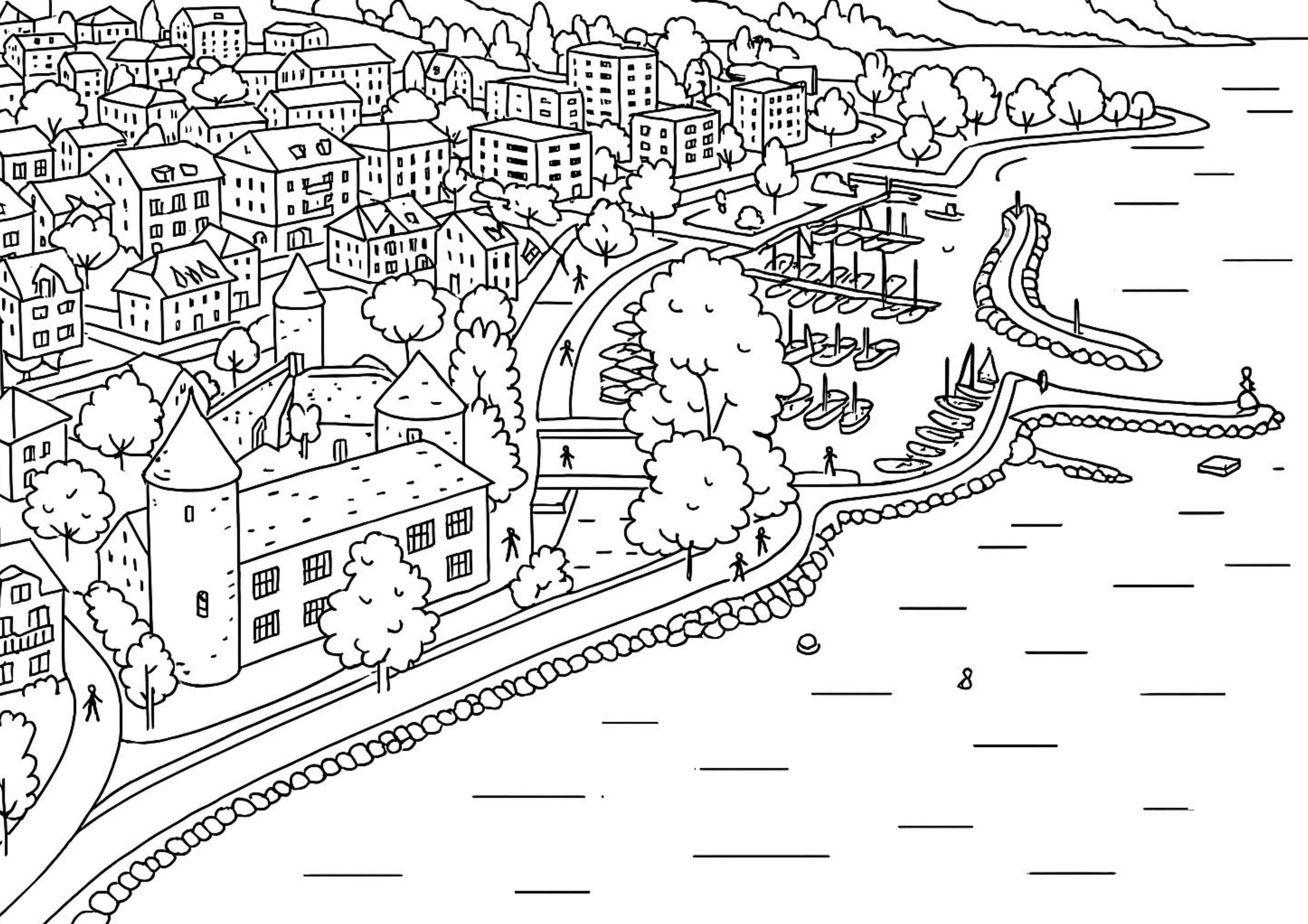
Adopté par la Municipalité : le 13 avril 2026

Plan stratégique

La Tour-de-Peilz 2026-2030

État : *Validé par le COPIL [18.09.25]*
Validé par la Municipalité (27.10.2025)

LATOUR-DE-PEILZ



SOMMAIRE

01. Introduction	06	06. Exploitation, finances et ressources	48
1.1 Avant-propos	08	6.1 Finances	50
02. Contexte	10	6.2 Gouvernance	51
2.1 Une ambition qui se concrétise	12	6.3 Retombées attendues	55
2.2 Un cadre privilégié pour un projet ambitieux	12	07. Risques et contraintes	58
2.3 Portrait de La Tour-de-Peilz	13	7.1 Analyse des risques	60
03. Vision stratégique	14	08. Plan d'action	62
3.1 Missions et vision	16	8.1 Introduction au plan d'action	64
3.2 Valeurs	18	8.2 Plan d'action	66
3.3 Objectifs stratégiques 2026-2030	19	8.3 Chronologie du projet	72
04. Offres et expérience	26	09. Conclusion et perspective d'avenir	76
4.1 Publics	28		
4.2 Fil rouge : mettre la ville en jeu	30		
4.3 Offres du Musée Suisse du Jeu	32		
05. Développement et ancrage local	36		
5.1 La Tour-de-Peilz dans l'offre touristique régional	38		
5.2 Stratégie de promotion touristique	40		
5.3 Collaborations	41		
5.4 Communication	43		

01. INTRODUCTION

1.1 Avant-propos

La Commune a mandaté le bureau MAYKO pour étudier la faisabilité d'un positionnement "Ville du Jeu" pour La Tour-de-Peilz. MAYKO a mené les phases Exploratoire et de Conception, aboutissant à ce document. Ce plan stratégique et le plan d'action qui en découle sont le fruit de la phase exploratoire menée entre septembre 2024 et mars 2025, qui a permis de réaliser :

- **Un point théorique sur le marketing territorial et la gamification urbaine** : analyse des principes et des tendances permettant de structurer une offre ludique sur le territoire.
- **Un benchmark national et international** : identification des meilleures pratiques dans des villes ayant développé une identité autour du jeu.
- **Une analyse des données touristiques** : étude du profil des visiteurs et des flux touristiques pour adapter l'offre à la demande.
- **Une synthèse des travaux existants et des recommandations** : analyse du travail réalisé par la Commune en amont de l'étude, ainsi qu'une série de recommandations préliminaires.
- **Un état des lieux de la situation actuelle et articulation avec les stratégies régionales** : compte-rendu sur les liens avec les stratégies économiques et touristiques de la région avec une liste des parties prenantes et un organigramme de projet.
- **Des entretiens semi-directifs** : consultation des acteurs clés pour identifier les attentes, les opportunités et les défis.
- **Une analyse SWOT** : synthèse des forces, faiblesses, opportunités et menaces du positionnement de La Tour-de-Peilz.
- **Une série de 4 fiches « FOCUS »** : présentation des pistes de réflexion sur les 4 thématiques suivantes :
 - Implication des Boélandss dans le processus de positionnement de la Ville ;
 - Impacts socio-économiques du nouveau positionnement ;
 - Analyse des risques et stratégie de mitigation ;
 - Argumentation sur la durabilité du projet.
- **Un sondage** : consultation des acteurs économiques et touristiques de la région.

Un atelier participatif a également été réalisé afin de consolider les résultats de la phase exploratoire. Les personnes suivantes étaient présentes : S. Pasquier (Syndique), D. Gambazza (Chef de service), Y. Roulet (Chef de service), M. Walter (Chef de service), S. Cramatte (Affaires culturelles), N. Hauri (Affaires culturelles), V. Borghini (ABCDé), S. Krichane (Musée Suisse du Jeu) et D. Labouré (Musée Suisse du Jeu).

Afin de suivre cette étude, un comité de pilotage a été mis en place. Il est composé des personnes suivantes : S. Pasquier, V. Bonvin (Municipal), D. Gambazza, Christoph Sturny (Montreux-Vevey Tourisme), V. Borghini et S. Krichane. V. Martrou (Canton de Vaud - SPEI), C. Enjolras (Promove), S. Cramatte et N. Hauri étaient invitées à titre consultatif.

Ces différents documents sont disponibles à la consultation sur demande.

À qui le tour ?

La Tour-de-Peilz s'engage dans une phase décisive de son développement en tant que destination ludique. Ce plan stratégique, inspiré par une vision forte et ancré dans l'identité locale, inaugure le début d'une nouvelle ère. En s'affirmant comme "Ville du Jeu", La Tour-de-Peilz se définit désormais comme un territoire dynamique où le jeu, dans toute sa diversité, devient un puissant catalyseur d'attractivité, de cohésion sociale et de vitalité économique.

Objectifs et engagements

Les priorités pour les prochaines années s'articulent autour de trois axes majeurs :

- Affirmer l'identité ludique de la ville en structurant une offre originale et différenciante ;
- Créer des expériences inspirantes et accessibles à tous les publics pour renforcer l'attractivité et le lien social ;
- Favoriser l'innovation et stimuler la dynamique locale en s'appuyant sur des synergies avec les acteurs du jeu, du tourisme, de l'économie et de la culture.

Un concept ambitieux, des perspectives enrichies

Cette nouvelle phase stratégique repose sur plusieurs piliers essentiels :

- Une identité forte autour du jeu et du plaisir partagé ;
- Des événements et infrastructures dédiées mettant en valeur la richesse de la ville ;
- Une expérience pour tous les publics, favorisant la découverte et la transmission ;
- Des partenariats stratégiques, à différentes échelles, qui renforcent l'offre et la visibilité de la Commune.

L'engagement de la Municipalité

La Municipalité s'engage avec enthousiasme à faire de "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" un projet fédérateur et durable.

Ce plan stratégique pose les jalons du futur développement, alliant bien-être local et ouverture à un large public, où le jeu devient le fil conducteur de toutes les actions identifiées.

02. CONTEXTE

2.1 Une ambition qui se concrétise

L'idée de faire de La Tour-de-Peilz une "Ville du Jeu" n'est pas nouvelle. Évoquée à plusieurs reprises au sein du Conseil communal et inscrite dans le plan de législature 2021-2026 de la Municipalité, cette ambition a progressivement suscité de fortes attentes auprès des acteurs touristiques, économiques et culturels, mais aussi de la population boélande dans son ensemble. Forte de ce long cheminement, la Municipalité considère désormais comme indispensable de concrétiser cette vision par des actions visibles à court et moyen terme, répondant ainsi aux attentes croissantes des différentes parties prenantes.

2.2 Un cadre privilégié pour un projet ambitieux

Située au cœur de la Riviera vaudoise, La Tour-de-Peilz bénéficie d'un cadre naturel exceptionnel et d'un riche patrimoine culturel, offrant aujourd'hui l'opportunité de renforcer son identité à travers un concept novateur : devenir LA ville du jeu.

Le jeu, qu'il soit numérique, de société, sportif, artistique, traditionnel ou grande nature, transcende les âges et les cultures. Il offre un terrain fertile pour la création de nouvelles expériences et renforce le lien social tout en stimulant le développement culturel, économique et touristique local.

S'inspirant du succès des villes voisines telles que Montreux, mondialement reconnue pour son festival de musique, et Vevey, réputée Ville d'images, la Municipalité souhaite inscrire clairement La Tour-de-Peilz comme destination ludique sur la carte suisse. En développant une offre originale et différenciante, la ville pourra non seulement enrichir la qualité de vie de sa population – les Boélandes et Boélards – mais aussi renforcer son attractivité auprès de nouveaux visiteurs.


Ce plan stratégique pose les bases d'une initiative cohérente et inclusive, capitalisant sur les réussites régionales existantes et favorisant des synergies entre les acteurs en présence. Ainsi, en réinventant ses espaces urbains, en encourageant la collaboration et en proposant de véritables expériences, La Tour-de-Peilz se donne les moyens d'atteindre durablement cette ambition collective : devenir la référence suisse en matière de destination ludique.

La gamification urbaine

Le nouveau positionnement de La Tour-de-Peilz repose sur le principe de *gamification urbaine* ; une approche qui consiste à intégrer des mécanismes divertissants dans l'espace urbain afin de transformer l'expérience des usagers. En favorisant l'interaction et une implication active, la *gamification* permet d'influencer positivement les comportements dans des domaines variés tels que la culture, l'éducation, l'écologie ou encore le sport. En rendant la ville plus dynamique et engageante, la *gamification* contribue à renforcer l'attractivité tout en offrant des expériences plaisantes à ses différents publics.

Afin de construire une image de ville positive et développer une offre de qualité allant dans ce sens, La Tour-de-Peilz se concentrera sur 3 grands axes : La *gamification* par les infrastructures, par les activités et par l'événementiel.

2.3 Portrait de La Tour-de-Peilz

Nombre d'habitants	12'605 (au 31.12.2023) 11e ville du canton 3e ville du district
Population du district	88'813 (2023)
Superficie	329 ha (dont 3 de vignes)
Altitude	de 372 m à 507 m
Réseau routier	29 km
Alpages et forêts	153 ha sur Blonay
Nom des habitants et habitantes de la Commune	Boéland / Boélandes
Armoiries	
Jumelage	Ornans (France)

Présentation de la Commune

La ville de La Tour-de-Peilz, nichée entre lac et montagnes au cœur de la Riviera vaudoise, compte environ 12'600 habitants et bénéficie d'un cadre de vie privilégié. Située entre Vevey et Montreux, elle se distingue par son port pittoresque, son château abritant le Musée Suisse du Jeu, et son riche patrimoine historique. Le surnom de ses habitants, les "Boélands", témoigne de leur caractère affirmé, hérité de son histoire marquée par des périodes tourmentées. Aujourd'hui, La Tour-de-Peilz est une ville accueillante, harmonieuse et attractive, offrant un équilibre parfait entre nature, culture et qualité de vie.

La Tour-de-Peilz a également accueilli le célèbre peintre Gustave Courbet entre 1874 et 1877. Exilé de France, il s'est installé au bord du Léman, trouvant dans les paysages lacustres et montagnards une nouvelle source d'inspiration. C'est dans ce cadre qu'il a réalisé plusieurs œuvres marquantes, contribuant ainsi à l'héritage culturel de la ville. La Becque | Résidence d'artistes, notamment, continue d'inscrire La Tour-de-Peilz dans une dynamique culturelle forte au niveau international.

Enfin, le Musée Suisse du Jeu (MSJ), installé dans le château de La Tour-de-Peilz, est un lieu unique en Suisse dédié à l'histoire et à la culture du jeu sous toutes ses formes. Avec une collection de plus de 10'000 jeux provenant du monde entier, il propose un voyage à travers les époques, allant des jeux anciens aux créations contemporaines. Ce musée est à la fois un centre culturel et un espace de découverte interactif, qui attire amateurs, familles et passionnés, renforçant le nouveau positionnement.

03. VISION STRATÉGIQUE

3.1 Vision et mission

Identité

La Tour-de-Peilz est une ville à taille humaine, située au cœur de la Riviera vaudoise, qui cultive un art de vivre et une riche vie culturelle. En se positionnant comme "Ville du Jeu", elle invite chacun à explorer, créer du lien et redécouvrir son territoire à travers le prisme du jeu, dans un esprit d'ouverture, de curiosité et de partage.

Vision 2030

D'ici 2030, La Tour-de-Peilz ambitionne de devenir la destination ludique de référence en Suisse, reconnue pour son engagement créatif et inclusif en faveur du jeu sous toutes ses formes. Elle entend s'imposer dans le paysage national en valorisant et en renforçant un pôle d'expertise qui développe une offre originale, accessible et fédératrice.

Échelle d'action

- Le projet s'enracine à La Tour-de-Peilz, tout en s'inscrivant dans une dynamique régionale, avec des retombées pour l'ensemble de la Riviera et une ouverture vers des publics suisses et internationaux.

Prestations et activités

- Tout au long de l'année, la ville est animée par des activités culturelles, touristiques et événementielles autour du jeu.
- Des offres combinées (hébergement, restauration, expériences ludiques) incitent les personnes de passage à prolonger leur séjour dans la région.
- Dès l'arrivée à La Tour-de-Peilz, le visiteur perçoit l'univers ludique de la ville, grâce à une ambiance soignée, des espaces publics transformés et une programmation vivante.

Gouvernance

- La Ville assure la direction stratégique du projet et coordonne un réseau de partenaires – publics ou privés – via des conventions ou des mandats, afin d'assurer la cohérence des actions avec les besoins des publics ciblés.
- Le Musée Suisse du Jeu est un acteur central, non seulement en tant qu'expert du contenu, mais aussi comme moteur de la mise en œuvre.
- L'objectif est de faire sortir le jeu du musée, pour qu'il irrigue tout l'espace urbain, les pratiques et les collaborations.

- La réussite du projet repose sur une interdépendance assumée et renforcée entre la Ville, le Musée et les partenaires locaux et régionaux, comme l'office du tourisme.

Provenance des publics

- Le nouveau positionnement s'adresse à une diversité de publics :
 - les Boélandes et Boélands,
 - les habitants de la Riviera et du canton,
 - les visiteurs suisses (notamment suisses-alémaniques),
 - les touristes européens et internationaux.
- Tous sont invités à vivre, expérimenter et partager le jeu à La Tour-de-Peilz.

Les publics-cibles sont détaillés ci-après, au point 4.1.

Modalité de mise en œuvre

- La Ville est propriétaire de la marque "Ville du Jeu" et délègue la mise en œuvre de certaines actions (promotion, événements, activités) à des acteurs spécialisés, via des contrats de prestation ou conventions spécifiques. Cette gouvernance garantit à la fois la cohérence stratégique et la souplesse opérationnelle.

Mission

La Commune entend promouvoir le jeu comme levier de lien social, d'attractivité et de dynamisation territoriale. Pour y parvenir, elle met en scène son territoire en valorisant ses équipements culturels et de loisirs (salles de spectacle, château, camping...), ses infrastructures et ses espaces publics, qu'elle aménage pour accueillir et développer des formes d'expression ludiques. Elle réunit les conditions nécessaires au déploiement d'événements fédérateurs.

Dans son rôle de facilitatrice et de coordinatrice, la Commune structure un écosystème d'acteurs locaux et régionaux, permettant la conception, la promotion et l'évolution d'une offre cohérente et ambitieuse.

3.2 Valeurs

Les valeurs ci-dessous ont émergé comme prioritaires à l'issue d'un sondage mené auprès des acteurs touristiques, économiques et culturels de la région. Parmi une sélection de douze valeurs proposées, ce sont celles qui ont recueilli le plus fort consensus, reflétant les attentes partagées en matière de positionnement et de développement territorial. Elles constituent les fondements identitaires du projet "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" et guideront les choix stratégiques, les actions de terrain et la communication globale.

Convivialité et cohésion sociale : Promouvoir un esprit chaleureux et accueillant qui favorise les échanges et le partage entre habitants et visiteurs à travers le jeu.

Authenticité et fierté locale : Renforcer l'identité et l'attachement des Boélands à leur ville en mettant en avant son patrimoine ludique et culturel.

Curiosité et éducation : Stimuler la découverte, la curiosité et l'apprentissage à travers des activités ludiques.

Accessibilité : Assurer que les activités et infrastructures soient inclusives et accessibles à toutes et tous, indépendamment de l'âge, des capacités ou des origines.

Excellence : S'efforcer de proposer des services et des infrastructures de qualité supérieure pour garantir la satisfaction des usagers.

Technologie : Utiliser la technologie pour créer des expériences de jeu accessibles ou connectées, tout en renforçant le lien avec le patrimoine et le vivant.

3.3 Objectifs stratégiques

Pour concrétiser le positionnement de La Tour-de-Peilz en tant que "Ville du Jeu", quatre axes stratégiques complémentaires ont été définis. Chacun d'eux agit comme un levier essentiel pour faire émerger une identité forte, mobiliser les acteurs du territoire et créer une offre cohérente, visible et engageante autour du jeu.

Ces quatre axes sont interconnectés et visent à ancrer durablement le jeu dans l'identité, l'aménagement et la vie quotidienne de La Tour-de-Peilz.

Axe n°1 – Image/Promotion

Pour qu'une ville devienne véritablement une "Ville du Jeu", il faut qu'elle soit perçue comme telle. Le premier levier stratégique repose donc sur l'image que la ville projette à ses habitants, à ses visiteurs et à ses partenaires.

Il s'agit de construire un positionnement clair, attractif et différenciant, soutenu par une communication cohérente, une identité visuelle forte et des actions de promotion ciblées. Cet axe permet de faire émerger une narration commune, de renforcer la notoriété du projet et de susciter la curiosité et l'adhésion autour du concept de ville ludique.

Autrement dit, l'objectif est d'ancrer La Tour-de-Peilz dans l'imaginaire collectif comme une destination où le jeu est une porte d'entrée à la découverte, à la rencontre et à l'expérience.

Buts relatifs à l'axe n°1

- Développer l'image de marque "Ville du Jeu" de La Tour-de-Peilz et valoriser ses ressources et partenaires (dont Musée Suisse du Jeu).
- Renforcer la notoriété de La Tour-de-Peilz au niveau régional, national et international, tout en soutenant les principaux partenaires dans cette démarche.
- Mobiliser la population locale et les commerçants pour qu'ils s'approprient l'identité "Ville du Jeu".
- Créer des synergies de communication entre les acteurs clés afin d'amplifier l'impact et la visibilité du positionnement "Ville du Jeu".

Axe n°2 - Infrastructure

Pour "mettre en jeu" une ville, on peut travailler sur l'espace public et les infrastructures. Le but est de casser une image monotone, d'augmenter son attractivité et de se différencier, le tout en améliorant l'expérience des usagers.

La gamification des infrastructures passe par 3 dynamiques :

1. La création. Il s'agit de la mise en place de nouvelles infrastructures – pérennes ou éphémères – qui vont profiter à la population comme aux visiteurs, en valorisant des potentiels auparavant inexploités.
2. La modification. Il s'agit d'apporter une nouvelle utilisation à un lieu déjà existant, afin de modifier la perception de ce dernier. Le lieu en question ne perd pas son utilité première, mais gagne une nouvelle fonctionnalité ludique.
3. La requalification. Il s'agit de la reprise d'anciennes infrastructures, afin de les réinsérer dans la vie urbaine sous forme de jeux. Cette catégorie comprend aussi la valorisation de certaines zones impactant de manière négative la perception de la ville (vieilles industries par exemple).

Buts relatifs à l'axe n°2

- Faire de l'espace public un véritable terrain de jeu.
- Renforcer l'orientation et l'accueil des visiteurs.
- Embellir la ville grâce à des interventions artistiques qui renforcent l'identité et la fierté locale.

Axe n°3 - Événementiel

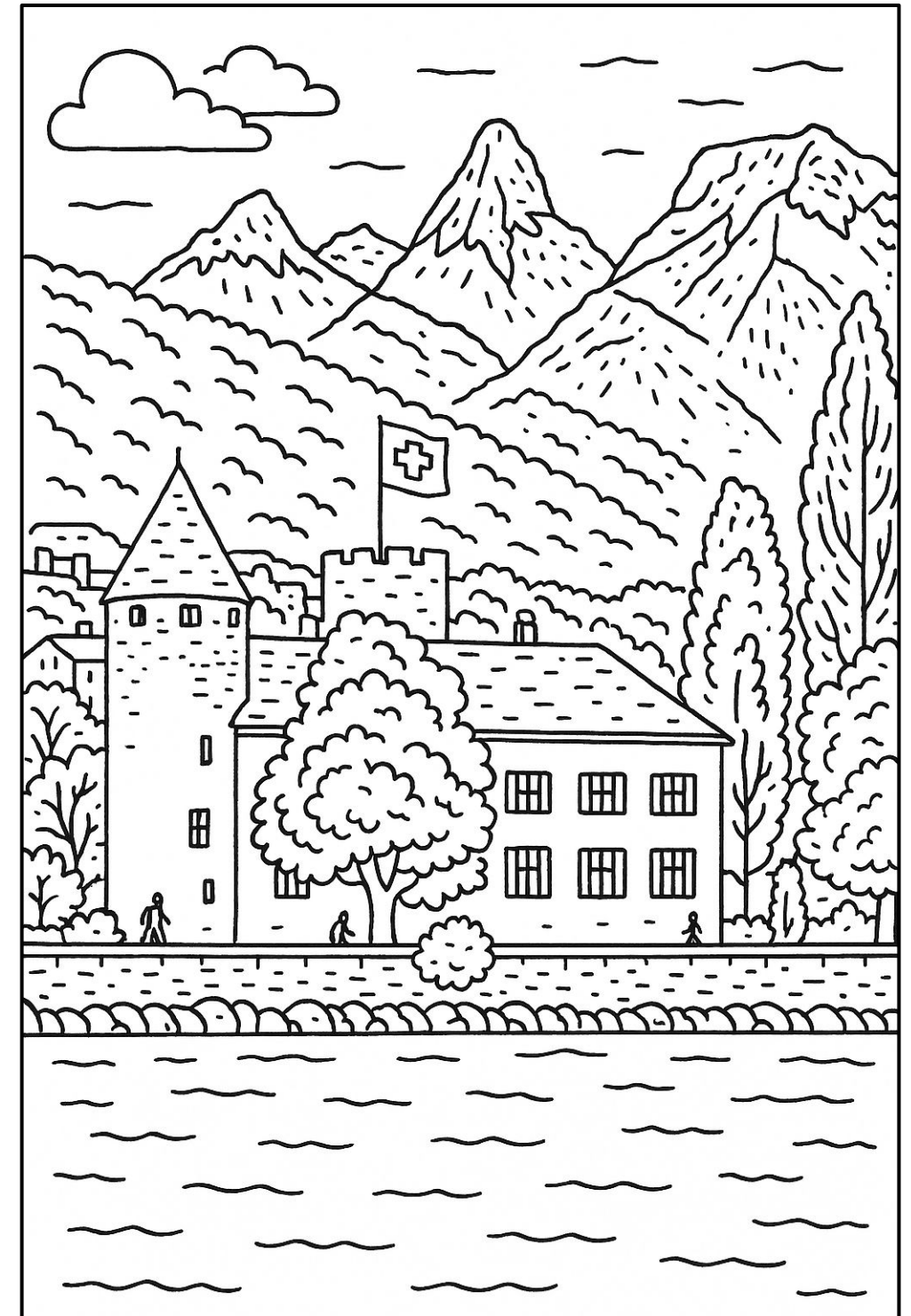
Cette catégorie concerne l'organisation et l'accueil de manifestations sur le territoire. Elle porte uniquement sur une offre temporaire et qui ne vient pas forcément de l'initiative d'un acteur interne du territoire.

La gamification par l'événementiel passe par 2 dynamiques :

1. La thématisation. Il s'agit d'organiser ou d'accueillir un événement sur son territoire dont le concept est centré sur les jeux.
2. L'articulation. Il s'agit d'incorporer directement dans le concept de l'événement des mécanismes de jeux pour atteindre plusieurs objectifs (sensibiliser le public, augmenter ses dépenses sur site, etc.).

Buts relatifs à l'axe n°3

- Créer un rendez-vous annuel emblématique qui anime La Tour-de-Peilz et fédère habitants, touristes et professionnels du jeu.
- Intégrer La Tour-de-Peilz au circuit touristique hivernal de la Riviera vaudoise en proposant une offre différenciante autour du jeu.
- Proposer une expérience touristique originale associant découverte du patrimoine local et animations gamifiées.





Axe n°4 – Produits/Activités

Cette dernière catégorie porte sur le développement de l'offre territoriale autour de la thématique du jeu. Il s'agit alors de tous les produits et services proposés par les acteurs du territoire qui s'approprient et réinterprètent le milieu urbain sans avoir à modifier son infrastructure.

La gamification par les activités passe par 3 dynamiques :

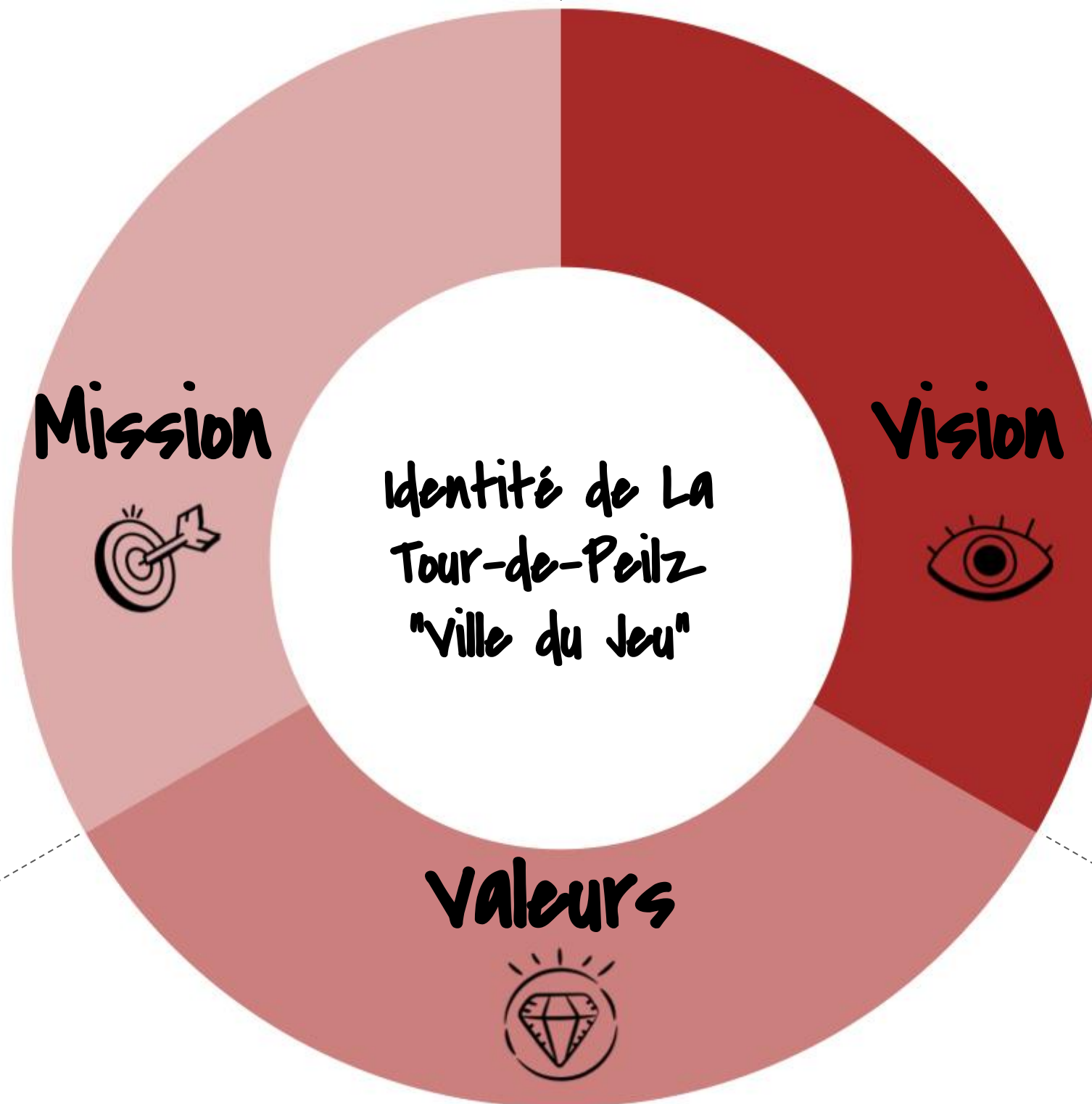
1. La réinterprétation. Il s'agit de la capacité à modifier la perception d'un lieu par le biais d'activités ludiques, sans pour autant que ce dernier perde sa fonctionnalité première. On peut citer ici les jeux de piste urbains qui permettent de découvrir l'histoire et les quartiers d'une ville de manière divertissante.
2. La réappropriation. Il s'agit de la capacité à redynamiser un lieu en y intégrant une nouvelle activité basée sur la gamification et qui modifiera son utilisation de manière ponctuelle ou définitive.
3. L'innovation. Elle se produit en premier lieu par les propositions émises par l'intelligence collective et la bonne collaboration entre les institutions de la place (MSJ, La Becque | Résidence d'artistes, Festivals, le Domaine de la Doges, les commerces, etc.). Elle peut se manifester sous forme d'art numérique, d'exposition thématique, de démonstration, d'événements éphémères ou de digitalisation.

Buts relatifs à l'axe n°4

- Valoriser le patrimoine historique et culturel local à travers une multitude d'expériences.
- Proposer une activité originale et immersive combinant l'aspect ludique avec un acteur touristique clé de la ville.
- Renforcer l'identité locale et développer un produit souvenir original en lien avec le positionnement de La Tour-de-Peilz.
- Stimuler l'innovation locale en soutenant financièrement les initiatives privées et associatives en lien avec le jeu.

La Tour-de-Peilz fait le pari du jeu pour rassembler, stimuler et faire vivre autrement son territoire.

En activant ses lieux, ses partenaires et ses ressources locales, la Commune met en jeu toute sa ville.



La Tour-de-Peilz ambitionne de devenir la destination ludique de référence en Suisse, reconnue pour son engagement créatif et inclusif en faveur du jeu sous toutes ses formes.

Convivialité et cohésion sociale | Authenticité et fierté locale | Curiosité et éducation | Accessibilité | Excellence | Technologie

04. OFFRES ET EXPÉRIENCES

4.1 Publics

Segments de marché et cibles prioritaires

Marché local et régional (prioritaire)

Publics cibles :

- **Familles avec enfants.** Représentent une grande partie des usagers actuels du Musée Suisse du Jeu et des initiatives locales (ABCDé, Petit Caribou). Elles recherchent des activités ludiques, éducatives et accessibles ; le tout à des prix attractifs.
- **Résidents locaux (Boélands et Boélandes).** Population attachée à l'identité "villageoise", intéressée par des activités favorisant le lien social et le dynamisme local.
- **Jeunes adultes, adolescents et étudiants.** Segment plus difficile à capter, mais attiré par des événements et des offres modernes (jeux vidéo, escape games, e-sport).
- **Seniors.** Segment à ne pas oublier et particulièrement intéressé par des activités intergénérationnelles ou liées à la transmission culturelle.

Atouts et opportunités :

- Proximité géographique.
- Fidélisation grâce à des événements réguliers (Festival des Jeux).
- Adhésion facilitée par une communication ciblée et participative.
- Activités ponctuelles et sur réservation du Musée Suisse du Jeu.
- Propositions innovantes émises par les institutions de la place.

Marché national

Publics cibles :

- **Touristes suisses.** En particulier les familles et couples, notamment issus des régions urbaines (Genève, Lausanne, Zurich). Attirés par des séjours courts combinant nature et activités ludiques.
- **Groupes scolaires et associations.** Principalement pour des activités éducatives et culturelles organisées au MSJ ou dans la ville.
- **Joueurs passionnés (Hardcore Gamers et amateurs de jeux de société).** En quête d'expériences originales, comme des compétitions, salons ou ateliers.

Atouts et opportunités :

- Visibilité accrue via des campagnes spécifiques (Suisse romande et alémanique), en partenariat avec Montreux-Vevy Tourisme.
- Potentiel de partenariats du MSJ avec des institutions (GameLab, UNIL, EPFL).

Marché international (secondaire, mais stratégique)

Publics cibles :

- **Touristes européens en séjour dans la région lémanique.** Attirés par des expériences uniques et des activités culturelles. Accent sur les familles et couples.
- **Professionnels du jeu (game designers, éditeurs, promoteurs).** Participation à des congrès, foires ou événements dédiés.
- **Expatriés dans la région lémanique.** Intérêt pour des activités éducatives ou de loisirs pour leurs enfants.

Atouts et opportunités :

- Positionnement stratégique entre Montreux et Vevey.
- Collaboration avec des acteurs internationaux pour des événements ou des expositions temporaires au MSJ.

Priorisation des cibles

1. **Familles locales et régionales.** Segment clé pour assurer l'adhésion et la fréquentation régulière.
2. **Touristes suisses.** Générer une attractivité au-delà des limites locales, renforcer le tourisme de proximité.
3. **Joueurs passionnés (nationaux et internationaux).** Renforcer la crédibilité et la visibilité du positionnement.
4. **Professionnels et acteurs de l'industrie du jeu.** Positionnement à long terme, avec des collaborations pour développer l'expertise et des retombées économiques.

Ces segments permettent de structurer les actions et communications selon les ressources et les priorités du projet.

Parties prenantes locales

Ces segments ne sont pas vraiment des "publics cibles" au sens classique, mais leur adhésion est essentielle :

- Commerçants, restaurateurs, hôteliers
- Associations locales
- Enseignants et médiateurs

Ces parties prenantes doivent se sentir engagées afin de co-construire des offres et renforcer l'ancrage territorial du projet.

En conclusion, la stratégie de La Tour-de-Peilz en matière de publics traduit une volonté forte de concilier ancrage local et rayonnement élargi. En s'appuyant sur ses publics fidèles – notamment les familles et les Boélands – tout en s'ouvrant à des segments plus spécifiques comme les jeunes, les seniors ou les passionnés de jeux, la ville affirme son ambition de devenir un véritable terrain de jeu intergénérationnel et inclusif. Cette approche, à la fois ciblée et évolutive, permettra de renforcer l'identité ludique de La Tour-de-Peilz tout en stimulant la fréquentation, l'adhésion citoyenne et la création de valeur locale. En misant sur la diversité des publics, la ville s'impose comme un acteur culturel et touristique capable de faire dialoguer héritage historique et modernité dans l'accueil de ses visiteurs.

4.2 Fil rouge : mettre la ville en jeu

Le fil conducteur de l'ensemble de la stratégie "Ville du Jeu" repose sur une idée simple mais impactante : mettre la ville en jeu.

Cela signifie transformer La Tour-de-Peilz en terrain d'expérience ludique où les lieux, les usages et les rencontres deviennent autant d'occasions de jouer, d'apprendre, de créer du lien et de se réappropriier l'espace public.

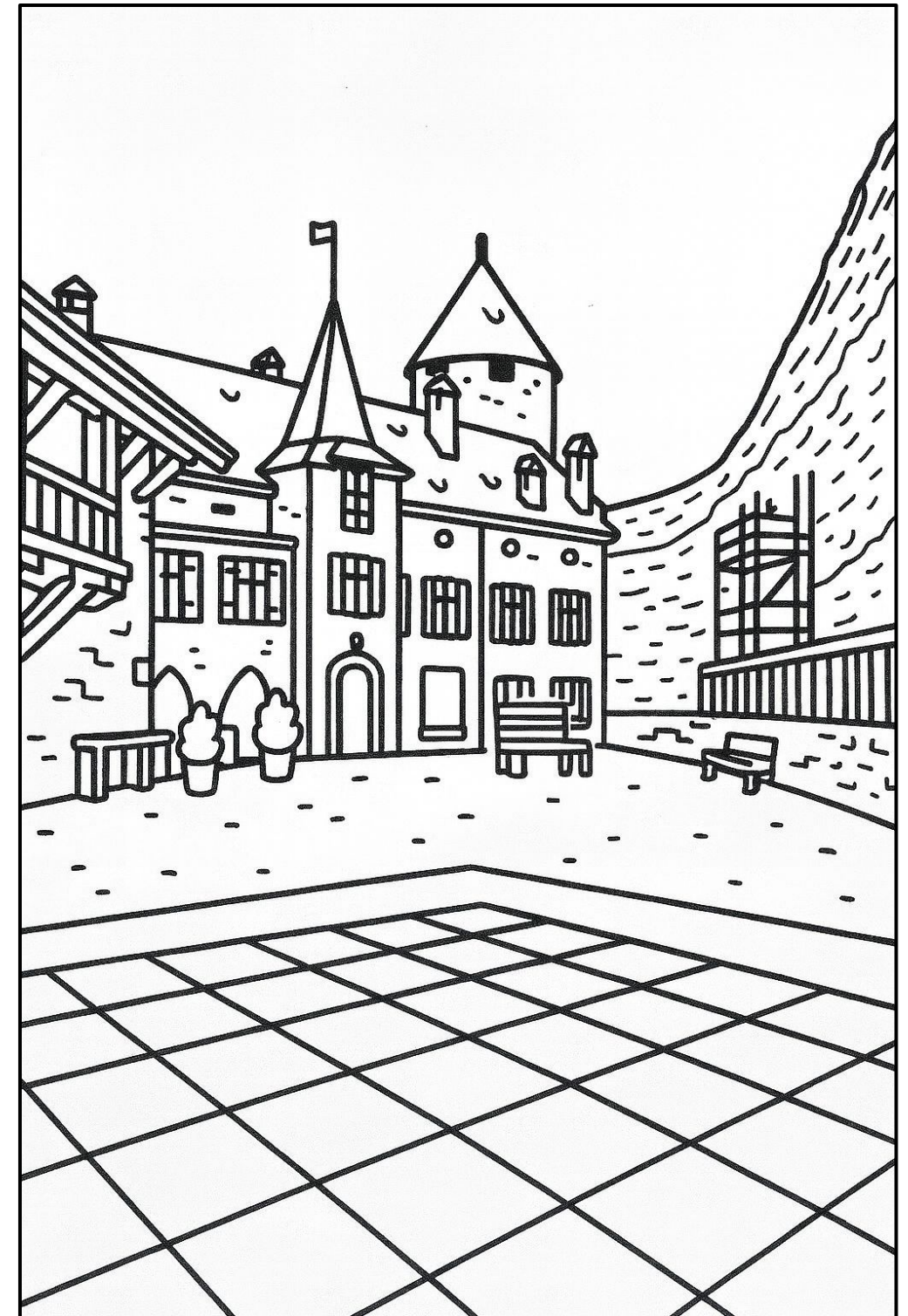
Chaque action du plan stratégique – qu'il s'agisse d'un événement, d'une signalétique, d'un aménagement ou d'une activité – participe à cette logique : faire émerger une ville vivante, où l'on ne se contente pas de "consommer" un territoire, mais où l'on joue avec lui, on interagit, on explore.

Mettre en jeu la ville, c'est aussi :

- Inviter chacun à devenir acteur : habitant, visiteur, commerçant, association...
- Activer l'imaginaire collectif, par des formes de jeu diverses (numériques, traditionnelles, artistiques, participatives...).
- Créer une identité urbaine immersive, dans laquelle le jeu n'est pas cantonné à un musée ou à un festival, mais irrigue le quotidien.

Ce fil rouge garantit la cohérence des projets à venir. Il offre une grille de lecture partagée, inspirante et fédératrice, qui oriente les décisions, les collaborations et la mise en œuvre.

À La Tour-de-Peilz, le jeu n'est pas un simple divertissement : c'est un levier de transformation territoriale, un outil de lien social et une expérience collective à ciel ouvert.



4.3 Offres du Musée Suisse du Jeu

Parmi les offres emblématiques déjà présentes sur le territoire, le Musée Suisse du Jeu occupe une place centrale. Acteur historique et moteur culturel de La Tour-de-Peilz, il incarne à la fois l'ancrage patrimonial du jeu et son potentiel d'innovation. Son positionnement, ses expositions et ses partenariats en font une pièce maîtresse de la stratégie "Ville du Jeu" ; c'est pour cette raison qu'un focus sur les offres du Musée est proposé ci-après.

Par ailleurs, une collaboration déjà établie unit le Musée Suisse du Jeu, la Commune et le secteur des Affaires culturelles, notamment à travers l'organisation de plusieurs manifestations, dont le Festival des Jeux.

Le Musée

Inauguré en 1987, le Musée Suisse du Jeu a été conçu par Michel Etter. Dès sa fondation, il a été soutenu par l'Association des Amis du Musée et en 2004 une Fondation a été créée. Jusqu'en 2017 pas moins de 27 expositions temporaires se sont succédé. Le Musée n'a pas perdu sa place d'unique musée consacré à l'histoire culturelle des jeux, en Suisse. Il bénéficie aujourd'hui d'un rayonnement international !

Exposition permanente

La nouvelle exposition permanente "Histoire de jouer : la grande épopée du jeu" a été inaugurée en septembre 2024.

Le jeu est une notion vaste et passionnante, englobant aussi bien les jeux physiques que les jeux de l'esprit, les jeux d'enfants et même le jeu théâtral, les jeux de mains ou les jeux de mots. Comme le dit le philosophe Jacques Henriot : "Jouer, c'est décider dans l'incertain".

Cette incertitude est au cœur du jeu. Que ce soit l'élément de hasard, les performances des joueurs, les décisions de l'adversaire ou la complexité du jeu lui-même, elle est ce qui rend le jeu excitant et possible. Les motivations pour jouer varient : divertissement, apprentissage, gain d'argent ou même le travail. Chaque jeu apporte son lot d'expériences uniques. Jouer nous offre une pause dans notre quotidien, un moment où l'on peut explorer diverses compétences et aptitudes dans un cadre défini. Comme l'exprime Schiller, le jeu est un moment où "l'Homme est le plus complet".

Loterie romande

La dernière salle de l'exposition permanente présente les archives historiques de la Loterie Romande, déposées au Musée Suisse du Jeu en 2010. Une collection d'exception sublimée par la scénographie moderne et colorée de Jean-Pablo Mühlestein.

Les archives de la Loterie Romande comptent des centaines de billets de loterie distribués au fil des décennies ainsi qu'une collection impressionnante d'affiches.

Expositions temporaires

Sous l'impulsion de sa nouvelle équipe, le musée souhaite désormais renforcer la dynamique initiée jusqu'en 2017 en proposant chaque année des expositions thématiques en lien direct avec sa vision et ses missions. Cette approche valorisera les collections du musée afin d'aborder des sujets contemporains, utilisant le jeu comme clé de lecture pour mieux comprendre la société, notre rapport à autrui et à la vie collective. L'accent sera également mis sur la participation active des publics, favorisant l'expérience concrète du jeu pour apprendre, réfléchir et se divertir.

Ce programme enrichi sera accompagné d'actions de médiation spécifiques aux expositions, de cycles événementiels dans la ville (Festival des Jeux, Rencontre des créateurs, tournois de jeux traditionnels et compétitions d'E-Sport), ainsi que de projets participatifs accessibles en ligne. Le musée est passé de 12'000 visiteurs en 2022 à 30'000 visiteurs en 2024-2025. La nouvelle stratégie porte déjà ses fruits !

Location de salles

Le Château de La Tour-de-Peilz propose deux salles dédiées à l'organisation d'événements. Situé dans l'enceinte du Musée Suisse du Jeu, ce lieu permet l'accueil d'activités diverses telles que séminaires, banquets, réceptions, réunions familiales, anniversaires, séances de brainstorming ou activités de team building.

Les infrastructures disponibles offrent un cadre fonctionnel et culturel. Durant les horaires d'ouverture du musée, les participants peuvent accéder aux espaces d'exposition ainsi qu'aux salles de jeux, facilitant des moments d'inspiration, de détente ou de loisirs.

Un soutien organisationnel complet est proposé tout au long du processus d'accueil, de la visite préparatoire jusqu'à la réalisation effective de l'événement.

Anniversaires

Le Musée Suisse du Jeu propose l'organisation d'anniversaires pour enfants au Château de La Tour-de-Peilz. Cette offre comprend une activité ludique encadrée par un guide et débute par une courte visite du musée, suivie d'un atelier interactif. Il s'agit ici de l'offre "de base" du musée. Chaque exposition temporaire vient également, depuis 2024, avec un programme d'accompagnement : nouveaux ateliers, activités ponctuelles, conférences, etc. Pour illustrer ceci, nous pouvons citer : Museomix, Atelier Minecraft, Atelier Lego lors de la Nuit des Musées 2024, par exemple.

Plusieurs thématiques adaptées aux âges des enfants sont proposées :

Masques Animaux (5 à 7 ans)

Visite interactive à la découverte des animaux présents dans le musée, suivie d'un atelier créatif de décoration de masques animaliers.

L'affaire est dans le sac ! (7 à 9 ans)

Découverte de différents types de jeux exposés au musée, puis atelier de création et décoration de jeux tels que la marelle romaine, le taquin et le morpion. L'activité se termine par des parties en groupe.

Surprise du jour (8 à 12 ans)

Activité ludique élaborée par le guide, proposant la découverte de plusieurs jeux sélectionnés selon ses préférences ou inspirations, après une visite des expositions.

Chaque animation dure 1h30 et peut être prolongée par un moment de goûter dans la salle d'animation.

Ateliers scolaires du Musée Suisse du Jeu

Le Musée Suisse du Jeu propose des ateliers scolaires destinés aux élèves de la 1H (4 ans) à la 11H (15 ans), pour des groupes allant jusqu'à 12 participants. Chaque atelier dure 1h30 et comprend une courte visite guidée dans les salles d'exposition en lien avec le thème choisi, suivie d'un temps de jeux dans les espaces d'animation du musée.

Les thématiques proposées :

Habile de tes mains

- Niveaux : 1H à 8H (4 à 12 ans)
- Activité axée sur la dextérité manuelle, comprenant par exemple la construction rapide de tours en Kapla, de ponts suspendus en bâtonnets de bois, la résolution de casse-têtes ou la création de figures à l'aide de ficelles.

Dés insolites

- Niveaux : 1H à 6H (4 à 10 ans)
- Découverte collective des différents types de dés utilisés à travers les époques et les cultures (dés bifaces, dés longs, cauris, noyaux, osselets, dés modernes...), suivie d'une initiation à des jeux intégrant hasard et coopération.

À l'époque romaine

- Niveaux : 4H à 10H (7 à 14 ans)
- Découverte des jeux de hasard et d'adresse depuis la civilisation romaine jusqu'à aujourd'hui, mettant en avant leur évolution à travers les siècles.

Jeux disparus

- Niveaux : 4H à 11H (7 à 15 ans)
- Présentation des jeux historiques tels que le Senet ou le jeu des 20 cases, appréciés dans l'Égypte ancienne. L'atelier propose une immersion dans l'univers antique, permettant aux élèves de vivre une expérience à la fois ludique et éducative en incarnant tour à tour un archéologue et un joueur égyptien ancien.

Salle de jeux et Café

Dans le cadre de l'espace de jeux de société en libre accès, une offre de petite restauration est proposée afin d'améliorer le confort et l'expérience des usagers. Des boissons chaudes (café, thé, chocolat chaud), des eaux minérales, des jus de fruits ainsi qu'une sélection de snacks sont mis à disposition pour accompagner les moments de jeu et favoriser la convivialité.

05. DÉVELOPPEMENT ET ANCRAGE LOCAL

5.1 La Tour-de-Peilz dans l'offre touristique régionale

La Tour-de-Peilz se situe dans la destination touristique représentée par Montreux-Vevey Tourisme et dans la région économique de Riviera-Lavaux, représentée par Promove. En ce sens, ce plan stratégique s'attache à s'inscrire dans les stratégies économiques et touristiques régionales afin de répondre aux axes et enjeux identifiés à l'échelle de toute la région.

Cohérence avec le développement économique régional

La stratégie régionale (Promove – Stratégies 2026) met l'accent sur des enjeux clés comme les partenariats et collaborations au sein du réseau régional des acteurs économiques, publics et académiques (point 2.1.6 de la Stratégie régionale), le développement et la promotion d'une offre d'animations et loisirs qualitative susceptibles de présenter une alternative aux offres exogènes (point 3.2.1) et le développement touristique de qualité (point 1.1.5).

Le positionnement de La Tour-de-Peilz autour du jeu s'intègre à ces axes de différentes manières :

- **Partenariats et collaborations.** La stratégie "Ville du Jeu" s'appuie sur une logique de co-construction avec les acteurs régionaux. Le Musée Suisse du Jeu constitue une plateforme centrale de collaboration avec les milieux éducatifs (écoles, médiathèques, institutions culturelles), les associations locales et les institutions académiques (UNIL, EPFL via le GameLab). De plus, le positionnement de La Tour-de-Peilz comme "Ville du Jeu" complétera les offres culturelles et événementielles de Montreux (MJF, Septembre musical, Montreux Comedy Festival, Montreux Noël...) et de Vevey (Festival Images, concerts, vernissages, Festival du Bout du Monde, VIFFF, Nuit de la Glisse...). Cette complémentarité permettra de créer un véritable écosystème touristique régional cohérent et diversifié, attirant des visiteurs pour des expériences variées tout au long de l'année.
- **Développement et promotion d'offres de loisirs.** L'offre ludique proposée à La Tour-de-Peilz vient enrichir le panel d'activités régionales. Elle permet de proposer une alternative originale et accessible aux offres exogènes en s'appuyant sur des valeurs d'inclusivité, de transmission et d'expérimentation. Cette offre permet aussi de renforcer la dynamique des centres-villes et la fréquentation hors saison.

- **Attractivité touristique.** Avec une identité unique centrée sur le jeu, La Tour-de-Peilz se positionne comme une destination à forte valeur ajoutée pour les familles, les curieux et les passionnés. Ce positionnement contribue à la diversification de l'offre touristique de la Riviera, en complément d'atouts déjà reconnus comme les festivals culturels, les paysages naturels ou les musées. En intégrant une dimension participative et expérientielle, la "Ville du Jeu" encourage la prolongation des séjours, tout en favorisant les retombées économiques locales (restauration, musée, commerces).

Durabilité

L'un des éléments fondamentaux de la stratégie régionale est l'accent mis sur le développement durable, avec un triple objectif économique, écologique et social. Le projet "Ville du Jeu" s'inscrit dans cette dynamique grâce :

- **À des événements et installations écoresponsables.** Les infrastructures ludiques et événements envisagés intégreront des principes de durabilité, en limitant leur empreinte carbone (utilisation de matériaux recyclables, promotion des transports publics, etc.). Cela répondra ainsi à la demande croissante de pratiques durables dans la région.
- **Une participation sociale et intergénérationnelle.** En créant un espace ludique inclusif qui s'adresse à tous les âges, le projet encourage la cohésion sociale et renforce le sentiment d'appartenance à la communauté locale, ce qui s'aligne avec les objectifs régionaux de durabilité sociale.
- **Une gestion économique durable.** L'ambition est de pouvoir assurer l'autonomie financière du projet en développant des partenariats privés avec des entreprises engagées, en mettant en place des modèles économiques mixtes et en impliquant les commerçants locaux dans l'économie de la "Ville du Jeu".

Le positionnement "Ville du Jeu" ira encore plus loin en s'inscrivant dans une démarche responsable et durable, alignée avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par l'ONU. Les trois ODD pertinents retenus pour ce nouveau positionnement sont :

1. **ODD n°11.** Villes et communautés durables
2. **ODD n°12.** Consommation et production responsables
3. **ODD n°13.** Lutte contre les changements climatiques.

5.2 Stratégie de promotion touristique

S'inscrire dans la dynamique touristique de la destination

Alignement avec la stratégie Montreux–Vevey Tourisme 2030

Pour assurer la pertinence et la portée du positionnement "La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu", il est essentiel de s'inscrire dans une logique de complémentarité avec la stratégie touristique régionale portée par Montreux–Vevey Tourisme (MVT). La démarche vise à renforcer la cohérence de l'offre tout en mettant en avant des éléments différenciateurs capables d'attirer des publics ciblés.

Complémentarité avec les piliers emblématiques de la région

La stratégie de MVT s'articule autour de cinq priorités stratégiques, avec une attention particulière portée à l'expérience touristique, à la dimension émotionnelle et à la diversité des offres. Le territoire est largement reconnu pour ses sites iconiques tels que le Montreux Jazz Festival, le Château de Chillon, Lavaux et les rives du Léman, qui incarnent la promesse touristique "Pure Inspiration".

Dans ce contexte, La Tour-de-Peilz a pour rôle de venir enrichir l'offre régionale par des propositions originales et accessibles, tout en évitant toute concurrence directe avec les icônes existantes.

Cibler les flux touristiques stratégiques

MVT identifie 13 flux touristiques prioritaires, parmi lesquels figurent les voyageurs culturels, les touristes d'attractions, les visiteurs d'événements ainsi que les expatriés et étudiants. Ces segments recherchent des expériences qualitatives et ancrées dans le territoire.

La stratégie de La Tour-de-Peilz vise précisément à s'intégrer dans ces flux en leur proposant des activités complémentaires, susceptibles d'encourager des séjours prolongés et une meilleure répartition des visiteurs sur le territoire.

S'inspirer de l'approche émotionnelle de la destination

La promesse "Pure Inspiration" valorise les expériences authentiques et mémorables, dans un cadre naturel d'exception. La Tour-de-Peilz peut capitaliser sur cet imaginaire en développant des expériences autour du jeu en plein air. Le jeu devient ici un vecteur d'émotion, de découverte et de lien social, en parfaite résonance avec l'ADN de la région.

Contribuer à l'objectif régional de montée en gamme

En développant des offres à la fois accessibles et qualitatives, La Tour-de-Peilz participe à l'ambition régionale d'allonger la durée des séjours, de diversifier les expériences et de renforcer l'attractivité des communes périphériques. Son positionnement unique autour du jeu permet d'offrir une porte d'entrée originale à la Romandie, en particulier pour les visiteurs suisses alémaniques dans le cadre de l'initiative Romandie Check-In portée par MVT.

5.3 Collaborations

La mise en œuvre du projet "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" repose sur une dynamique partenariale forte, mobilisant un réseau d'acteurs variés à l'échelle locale, régionale et cantonale. Ces collaborations sont essentielles pour garantir la cohérence, la faisabilité et l'ancrage territorial du projet.

Services communaux

Les différents services de la Commune (Finances et Economie, Urbanisme et Travaux publics, Familles, Jeunesse, Sport, Culture, Écoles et Cultes, Domaines, Bâtiments et Sécurité) joueront un rôle structurant, tant pour l'aménagement des espaces publics à vocation ludique que pour l'organisation logistique des événements. Une coordination transversale permettra d'assurer l'intégration du projet dans les politiques publiques locales, notamment en matière de durabilité, de participation citoyenne et de dynamisation du centre-ville, sans oublier le reste de la Commune.

Musée Suisse du Jeu

Institution phare de la Commune, le Musée Suisse du Jeu est à la fois un partenaire stratégique et un moteur du positionnement. Il contribuera à la programmation culturelle, à l'expertise muséale, aux actions de médiation, ainsi qu'à la co-création d'événements emblématiques. Sa notoriété et son réseau professionnel constituent des leviers importants pour le rayonnement du projet.

ABCDé

L'ABCDé est un acteur clé de la médiation culturelle et de l'animation intergénérationnelle. La bibliothèque-ludothèque pourra accueillir des activités en lien avec ses collections et ses espaces. Elle contribuera également à la visibilité du projet auprès des familles et des jeunes publics locaux.

Société Industrielle et Commerciale de La Tour-de-Peilz (SIC-LATOIR)

La SIC-LATOIR représente un relais essentiel auprès du tissu économique local. Elle pourra accompagner le développement d'une offre commerciale en lien avec le jeu (boutiques spécialisées, cafés-jeux, vitrines thématiques), encourager l'implication des commerces dans les événements et soutenir la mise en réseau des acteurs intéressés par le projet.

Montreux-Vevey Tourisme (+ Vaud Promotion et Suisse Tourisme)

La collaboration avec Montreux-Vevey Tourisme est déterminante pour intégrer La Tour-de-Peilz dans les circuits de promotion régionaux. À travers cette coopération, le projet pourra bénéficier d'une meilleure visibilité auprès des visiteurs suisses et étrangers. Des actions spécifiques seront également envisagées avec Vaud Promotion (ex. : visites de presse, campagnes ciblées) et Suisse Tourisme, notamment pour valoriser l'offre ludique dans une stratégie de *slow tourisme*, de tourisme de proximité et d'expériences.

Promove

En tant qu'association de promotion économique de la région Riviera-Lavaux, Promove pourra accompagner le projet dans ses dimensions économiques, touristiques et entrepreneuriales. Son appui sera précieux pour identifier des synergies avec les entreprises locales, encourager l'éventuelle implantation d'acteurs liés au jeu (design, édition, événementiel, etc.) et soutenir l'émergence d'initiatives novatrices. Promove jouera également un rôle de passerelle vers d'éventuels soutiens institutionnels ou privés, contribuant ainsi à l'ancrage économique du projet dans le tissu régional.

Milieu associatif local

Les associations culturelles, sportives, sociales et éducatives de la Commune seront invitées à participer activement à la conception et à l'animation des activités ludiques. Leur connaissance fine du territoire, leur capacité à mobiliser les habitants et leur créativité sont des atouts majeurs pour garantir une appropriation du projet par la population locale.

Acteurs économiques, touristiques et culturels régionaux

Le projet s'inscrit dans une logique de réseau, en lien avec d'autres acteurs du développement touristique et culturel de la Riviera. Des collaborations pourront être initiées avec des lieux culturels (musées, fondations), des établissements touristiques (hôtels, restaurants, prestataires d'activités), ou encore des structures de formation et de recherche. Ces partenariats renforceront la qualité et l'attractivité de l'offre à l'échelle régionale et cantonale.

Communes

Un dialogue sera engagé avec les Communes voisines (notamment Vevey, Montreux, Blonay – Saint-Légier) pour envisager des synergies autour d'événements, de parcours ludiques intercommunaux ou d'offres combinées. Cette coopération contribuera à consolider l'identité de la région tout en favorisant la mobilité douce et la cohérence territoriale. Si des actions spécifiques seront définies dans le cadre des campagnes d'activation dans le plan d'action, il s'agit ici de poser les bases d'une stratégie de communication globale et fédératrice.

5.4 Communication

La stratégie de communication joue un rôle central dans le succès du projet "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu". Elle vise à construire une identité forte, lisible et engageante, à favoriser l'adhésion des publics locaux et à positionner la ville comme une destination unique dans le paysage touristique suisse. Elle s'appuie sur un diagnostic des canaux existants et sur les synergies à développer avec les acteurs institutionnels et partenaires régionaux.

Objectifs de communication

- Construire une identité cohérente et différenciante autour du concept de "Ville du Jeu".
- Développer la notoriété de La Tour-de-Peilz à l'échelle locale, régionale et nationale.
- Soutenir la participation citoyenne et renforcer l'adhésion des Boélands au projet.
- Valoriser l'ensemble des activités, infrastructures et événements ludiques.
- Mutualiser les ressources et optimiser les actions via une communication collaborative.

Publics cibles pour les actions de communication

- Habitants de La Tour-de-Peilz (les Boélands et Boélandes)
- Familles et jeunes publics de la Riviera
- Touristes suisses (notamment suisses alémaniques)
- Communautés (joueurs, gamers, écoles, ludothèques)
- Médias et influenceurs
- Partenaires publics, touristiques, économiques et associatifs

Orientations stratégiques

1. Créer une identité visuelle et éditoriale forte

- Élaborer une charte graphique et narrative dédiée à la "Ville du Jeu" (couleurs, pictos, ton, hashtags).
- Décliner cette identité sur l'ensemble des supports (site, print, réseaux sociaux, signalétique).

2. Rationaliser et connecter les canaux existants

- Établir une stratégie de mutualisation avec les partenaires clés (Services de la Commune, MSJ, ABCDÉ, MVT).
- Enrichir la page dédiée à La Tour-de-Peilz sur le site de Montreux-Vevey Tourisme.
- Encourager la redirection entre les comptes existants, avec planification éditoriale partagée.
- Clarifier les rôles : quels comptes pour quels contenus (institutionnel, événementiel, inspirationnel...).

3. Renforcer l'adhésion locale

- Utiliser les canaux de proximité (P'tit Journal Boéland, Agenda Boéland, La Boèlée) pour nourrir l'engagement.
- Déployer des campagnes participatives : ambassadeurs locaux, concours créatifs, portraits de Boélands.
- Multiplier les moments de rencontre avec les habitants (ateliers, événements, stands dans les marchés).

4. Activer des leviers innovants

- Envisager des actions sur les plateformes des communautés du jeu (Twitch, Discord, Steam, Reddit).
- Collaborer avec des influenceurs gaming suisses pour toucher de nouveaux publics.
- Créer des formats impactants (vidéos, podcasts, stories interactives) valorisant l'expérience gamifiée.

Messages clés

- La Tour-de-Peilz, Ville du Jeu : une ville vivante, créative et inclusive.
- Une destination ludique à vivre en famille, entre amis ou en solo.
- Le jeu comme vecteur de lien social, de culture et de découverte.
- Une programmation riche et évolutive : festivals, parcours, ateliers, espaces interactifs.
- Un cadre unique entre lac, château, ville et nature.

Actions de communication spécifiques

- Lancement officiel du projet avec événement festif et une visibilité dans les médias.
- Création d'un univers visuel cohérent et identifiable (charte graphique, logo, slogans), soit une identité de marque.
- Série de vidéos autour des lieux emblématiques et expériences ludiques.
- Podcast ou mini-série audio sur la thématique du jeu et de la Riviera.
- Déploiement d'un programme d'ambassadeurs locaux (habitants, commerçants, associations).
- Campagnes de communication mobile (via bornes interactives ou signalétique augmentée [QR-code, puces NFC]).

Canaux de communication mobilisés

Types de canaux	Canaux identifiés	Objectifs
<u>Digitaux</u>	Sites (Commune, MVT), réseaux sociaux (FB, Instagram, LinkedIn, YT, X), mini-site dédié, newsletters	Notoriété, information pratique, mise en récit
<u>Physiques</u>	Affichage Horizon, Pilier public, vitrines, P'tit Journal Boéland, signalétique ludique, Riviera-Chablais Hebdo, panneaux routiers d'entrée et sortie de la ville	Visibilité locale, engagement citoyen
<u>Partenaires</u>	MSJ, ABCDÉ, SICAT, MVT, Vaud Promotion, La Boèlée	Amplification, crédibilité, diffusion croisée
<u>Événementiel</u>	Festival des Jeux, animations ponctuelles, stands, salons	Rencontre, activation, fidélisation

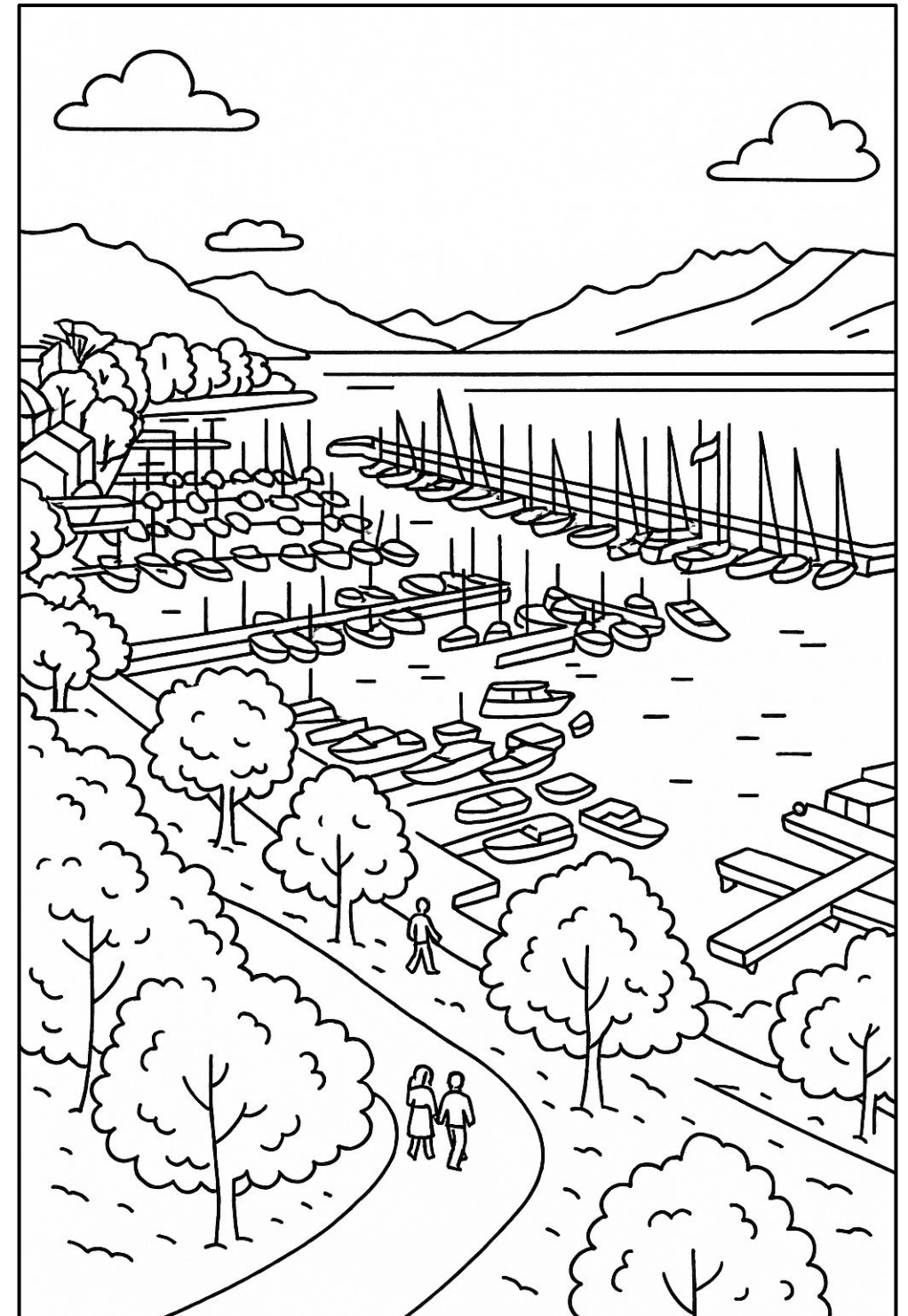
Mesure et évaluation

Suivi des indicateurs clés (KPI) :

- Fréquentation des événements et espaces de jeu
- Trafic sur le site web et engagement sur les réseaux sociaux
- Retombées presse (quantitatives et qualitatives)
- Taux d'adhésion locale (participation citoyenne, nombre d'ambassadeurs, nombre de bénévoles)
- Évolution de la notoriété mesurée par des sondages/études
- Analyse régulière des retours publics et ajustement de la stratégie selon les résultats

Budget et ressources

- Budget de communication intégré dans les projets clés (événements, signalétique, outils numériques)
- Mobilisation de ressources internes (chargé de projet, service communication de la ville) et externes (graphiste, vidéaste, community manager)
- Recherche de soutiens complémentaires via Montreux-Vevey Tourisme, et/ou Vaud Promotion
- Collaboration avec des écoles ou universités pour développer des contenus en lien avec le jeu et la communication (projets étudiants, hackathons, etc.)



06. EXPLOITATION, FINANCE ET GOUVERNANCE

6.1 Finances

En matière de finances, la Commune attribue un fonds dédié spécifiquement à "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu". Ce fonds est constitué au travers d'un préavis communal pour une durée de trois ans (2026 - 2028). L'entier des fonds est utilisé à la poursuite des missions identifiées dans la présente stratégie. La constitution d'une réserve n'est envisagée que pour deux raisons : établir un fonds de secours et provisionner des projets futurs.

Le financement de tiers est exclusivement destiné à des actions spécifiques ou des projets portés par d'autres acteurs que la Commune. Les activités traditionnelles du Musée Suisse du Jeu sont financées par d'autres biais, déjà établis.

La Commune assure sa comptabilité à l'interne, avec l'assistance et la supervision d'une fiduciaire qui procède au bouclage annuel des comptes. Un organe de révision indépendant produit un rapport des comptes, garantissant ainsi la transparence et la conformité des opérations financières en lien avec "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu".

Règle du sponsoring

La Commune se dotera d'une politique de financement rigoureuse, pour encadrer l'acceptation de contributions financières. Cette démarche vise à protéger son intégrité et son image.

La Commune sélectionnera exclusivement des partenaires financiers - particuliers ou entreprises - dont les pratiques et principes correspondent à sa mission et à ses valeurs fondamentales. Elle privilégiera les collaborations avec des acteurs qui font preuve de transparence et d'éthique dans leur gestion, particulièrement dans les domaines de l'éducation, de la formation, de l'égalité femmes-hommes, des politiques sociales et du développement durable.

Lorsque des accords de partenariat prévoient des contreparties, la Commune s'assure qu'elles restent compatibles avec l'exercice normal de ses activités et qu'elles respectent scrupuleusement le périmètre défini contractuellement.

Cette approche garantit à la Commune de préserver son autonomie et sa crédibilité tout en s'appuyant sur des partenaires qui partagent ses convictions.

6.2 Gouvernance

La gouvernance pour le projet La Tour-de-Peilz "Ville du Jeu" est structurée autour de trois niveaux complémentaires :

1. Pilotage stratégique – Comité de pilotage (COPIL)

Objectif

Assurer la vision à long terme, arbitrer les grandes orientations, garantir l'alignement politique et institutionnel.

Composition

- 1 Mandant-e (syndic-que ou la/le Municipal-e en charge du dossier)
- 1 Représentant-e de la Municipalité (la/le Municipal-e en charge du dossier ou la/le syndic-que en fonction de la/du mandant-e)
- 1 Représentant-e parmi les chef.fes de service de la Commune
- 1 Représentant-e du Musée Suisse du Jeu
- 1 Représentant-e de Montreux-Vevey Tourisme
- 1 Représentant-e du tissu économique local (p. ex. SIC-LATOURE)
- 1 Représentant-e du tissu culturel local
- 1 Représentant-e de Promove (avec voix consultative)
- Chef-fe de projet coordination (avec voix consultative)

Fréquence

- 2 à 3 fois par an
- Séances exceptionnelles si décisions stratégiques à trancher

2. Coordination opérationnelle – Cellule de coordination

Objectif

Suivre l'exécution du plan d'action, assurer la cohérence des actions entre les partenaires, résoudre les problèmes opérationnels.

Composition

- Chef-fe de projet coordination (animation et reporting)
- Représentant-es des services communaux concernés (chaque service peut faire le choix de la ressource qu'il souhaite détacher pour cette mission)
- Représentant-es du MSJ et de l'ABCDé
- Chargé-e de communication ou Community Manager (interne, si mission prise par le/la chef-fe de projet ou prestataire externe)
- Partenaires actif.ves du moment selon les projets

Fréquence

- 6 à 8 fois par an ; avec une présence de chaque membre de la cellule de coordination
- Séances internes (p. ex. bilatérales) qui s'organisent avec les personnes concernées à chaque fois que cela est nécessaire
- Format agile centré sur le suivi, les ajustements et la circulation d'information

3. Conseil élargi / Partenaires – Table ronde annuelle

Objectif

Fédérer, écouter, ajuster la stratégie sur la base du terrain et des réalités vécues. Créer un effet réseau.

Composition

- Tous les partenaires institutionnels, associatifs, culturels, touristiques et économiques impliqués dans "Ville du Jeu"
- Membres du COPIL + cellule de coordination
- Ouvert à de nouveaux partenaires (p. ex. porteurs de projets ludiques)

Fréquence

- 1 fois par an, sous forme de rencontre participative ou forum (présentation des actions, partage des bonnes pratiques, co-construction d'idées futures)

Règle transversale

- Charte de gouvernance à co-signer par les membres du COPIL (engagements mutuels, transparence, communication)
- Accords de partenariat ou conventions précisant les responsabilités (MSJ, MVT, associations, etc.)
- Suivi annuel sous forme de rapport d'activités produit par le/la chef-fe de projet

Chef-fe de projet coordination

Ressource supplémentaire

L'idée est d'engager une ressource dédiée à la coordination transversale du projet. Il s'agit d'assurer la cohérence globale, la coordination des parties prenantes (internes et externes), le suivi des actions et l'alignement stratégique sur la durée. Les coûts de cette nouvelle ressource seraient imputés au budget voté par préavis, pendant les trois premières années, puis seraient inscrits au budget ordinaire de la Commune. Un mandat de 20% pourrait être confié à un mandataire externe pour les 18 premiers mois de mise en œuvre.

Les raisons clés pour lesquelles l'engagement d'une personne spécifiquement dédiée au rôle de chef-fe de projet coordination est indispensable dans le cadre du projet "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" :

Un projet transversal et ambitieux

- Le projet dépasse le périmètre d'un service communal classique (culture, tourisme, urbanisme, économie).
- Il mobilise de nombreux acteurs internes et externes (MSJ, MVT, associations, commerçants, etc.).
- Sans une coordination dédiée, il y a un risque de voir les actions se disperser ou perdre en cohérence.

Un rôle distinct de l'exécution

- Le/la chef-fe de projet ne réalise pas toutes les actions lui-même, mais oriente, relance, anime, relie, suit et évalue.
- Ce rôle d'interface permet de fluidifier la collaboration entre partenaires aux cultures différentes (musée, administration, prestataires privés...).

Manque de ressource interne

- Aucun service communal n'a, à ce jour, les ressources humaines ou structurelles pour assurer la coordination du projet sur 5 ans tout en assumant ses missions existantes.
- Ce rôle demande du temps, de la disponibilité, une vision globale et une certaine agilité.

Garantir la cohérence stratégique

- Le/la chef-fe de projet est le garant de l'alignement des actions avec la vision 2030.
- Sans ce rôle, le projet risque de se morceler en petites initiatives ponctuelles sans fil rouge ni capitalisation.

Nécessité d'un reporting régulier

- Le plan stratégique prévoit un suivi, des évaluations, des rapports d'activité et une gouvernance à animer (COPIL, cellule, table ronde).

Réduire les risques

- Le plan stratégique identifie plusieurs risques liés à la coordination, au manque d'adhésion ou à l'essoufflement opérationnel.
- Une coordination dédiée permet de les anticiper et de sécuriser la mise en œuvre.

Estimation du pourcentage d'équivalent temps plein (ETP)

Nous avons évalué le temps nécessaire à la réalisation des tâches en tenant compte de la complexité du projet et du rôle attendu, correspondant à une fonction de coordination stratégique à 50 % sur la période 2026–2030. La première année demandera un effort important pour mettre en place la gouvernance et le dispositif. Par la suite, les missions se concentreront principalement sur le suivi, les relations avec les partenaires et les évaluations. Il est à noter qu'une charge supplémentaire incombera nécessairement au Musée Suisse du Jeu de par son rôle de partenaire de premier plan du projet.

6.3 Retombées attendues

Le projet La Tour-de-Peilz "Ville du Jeu" ne vise pas uniquement à animer l'espace public : il s'inscrit dans une logique de transformation durable du territoire, avec des retombées mesurables à plusieurs niveaux. Voici les impacts attendus à court, moyen et long terme :

1. Retombées sociales

- Renforcement du lien social intergénérationnel grâce à des activités accessibles à tous.
- Implication citoyenne accrue à travers des mécanismes participatifs et des rôles d'ambassadeurs.
- Réduction du sentiment d'isolement par la création d'espaces partagés, ludiques et conviviaux.

2. Retombées territoriales

- Réappropriation de l'espace public par les habitants : la ville devient un terrain d'exploration, non une simple zone de transit.
- Valorisation de l'identité locale à travers un imaginaire ludique propre à La Tour-de-Peilz (références au patrimoine, à la topographie, aux traditions).
- Création d'un fil rouge narratif et visuel qui augmente la lisibilité, la cohérence et l'attractivité des initiatives locales.

3. Retombées économiques et touristiques

Effets économiques directs

- Augmentation de la fréquentation locale et régionale, notamment par les familles vaudoises et romandes :
 - Activités ludiques gratuites (chasse au trésor, jeu de l'oie, installations interactives)
 - Offre accessible 7j/7 dans l'espace public → allongement du temps de présence
- Hausse des dépenses dans le commerce de proximité, via :
 - Partenariat avec les commerçants (kits, animations vitrines, jeu des vitrines...)
 - Création de circuits d'achat liés aux parcours (QR code, carte à poinçonner, etc.)
 - "Récompenses" ou badges échangeables contre des produits locaux

- Effet d'aubaine sur l'hébergement et la restauration lors :
 - du Festival du Jeu
 - des week-ends thématiques (p. ex. : week-end spécial chasse au trésor)
 - des animations scolaires ou camps d'enfants

Effets touristiques

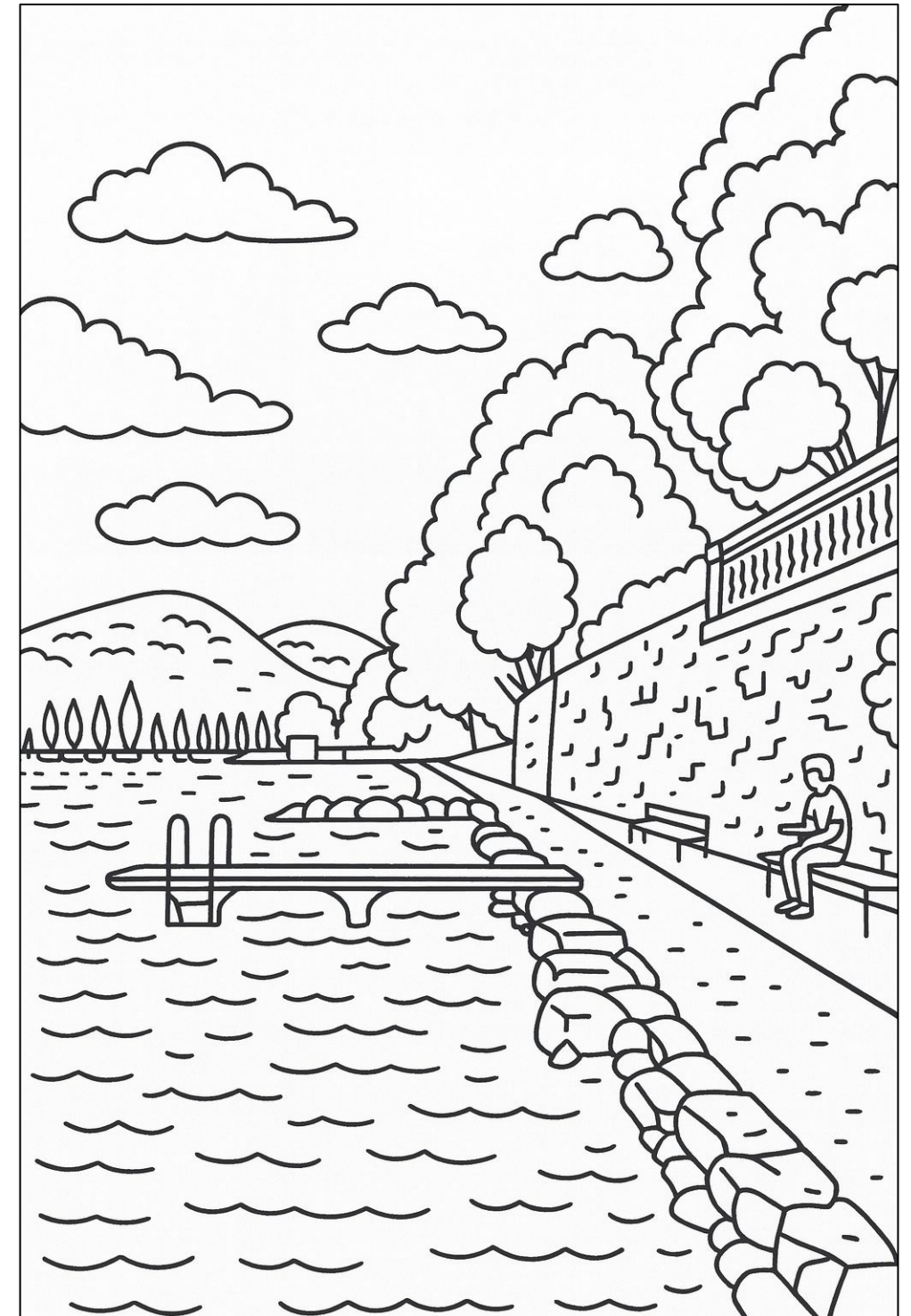
- Attractivité différenciante : La Tour-de-Peilz devient la première commune ludique de Suisse romande, une "micro-destination" pour familles, curieux, touristes et créateurs de contenu.
- Effet réseau : Positionnement de la ville comme point d'entrée vers le Musée Suisse du Jeu, renforçant la logique "avant / pendant / après" la visite.
- Tourisme de proximité renforcé, en lien avec la stratégie touristique de MVT :
 - Balades ludiques
 - Découvertes du patrimoine via le jeu (QR codes, objets cachés, cartes de quête)
 - Expériences multigénérationnelles en extérieur (jeux de boules en bois, signalétique, places réaménagées)

Effets indirects, durables et systémiques

- Montée en compétences des commerçants et partenaires locaux en matière de marketing expérientiel, gamification, accueil des familles.
- Création d'emplois temporaires ou pérennes autour de :
 - la médiation ludique
 - la scénographie
 - la gestion des événements
 - la maintenance des installations interactives
- Effet d'entraînement sur les communes voisines → La Tour-de-Peilz devient un modèle reproductible ou un terrain d'expérimentation pour d'autres initiatives régionales (p. ex. : réseau de villes ludiques, festivals...).

4. Retombées en matière d'image et de positionnement

- Positionnement distinctif dans l'offre régionale : une ville-laboratoire du jeu urbain en Suisse romande.
- Renforcement de la notoriété de la ville auprès de nouveaux publics (familles, créateurs de contenu, professionnels du jeu, chercheurs en ludification).
- Amélioration de l'image interne : fierté d'appartenance pour les habitants et les équipes communales.



07. RISQUES ET CONTRAINTES

7.1 Analyse des risques

Le positionnement de La Tour-de-Peilz comme "Ville du Jeu" implique une transformation à la fois culturelle, urbaine et touristique. Cette ambition s'accompagne de plusieurs risques qu'il convient d'anticiper pour garantir la viabilité et la cohérence du projet.

L'un des risques majeurs identifiés concerne l'**adhésion locale** : sans implication active des habitants, des commerçants et des partenaires, le projet pourrait manquer de légitimité ou susciter des résistances. Une implication réelle des acteurs locaux dans les choix et les actions — au cœur d'une gouvernance ouverte et collaborative — ainsi qu'une communication ciblée sont essentielles pour ancrer durablement le concept dans la population.

Sur le plan économique, la **viabilité financière** du projet dépendra de la diversification des sources de financement et de la capacité à générer des revenus via des activités pérennes. L'entretien des infrastructures, tout comme l'organisation d'événements, nécessitera des ressources humaines et financières continues.

Le **positionnement concurrentiel** constitue un autre défi : pour se distinguer au sein d'une offre touristique régionale déjà dense et des villes voisines qui ont des identités fortes (Vevey et Montreux), La Tour-de-Peilz devra soutenir sa promesse forte et originale, en particulier hors saison. Le projet devra éviter l'effet de banalisation ou de redondance avec d'autres initiatives.

Un autre risque, plus sensible encore, réside dans l'**impact potentiel d'un sur-tourisme** sur la qualité de vie locale. Si le succès du projet devait générer une fréquentation excessive ou mal régulée, cela pourrait troubler la sérénité chère aux habitants et générer des tensions avec la population. Il sera essentiel de calibrer l'offre, de gérer les flux et de privilégier un tourisme à échelle humaine, qualitatif et respectueux du rythme local.

Un **risque d'interprétation** existe également autour de l'appellation même du projet. Si le nom ou le positionnement "Ville du Jeu" n'est pas suffisamment explicite ou encadré, il pourrait prêter à confusion, notamment en laissant penser qu'il s'agit d'une destination liée aux jeux d'argent ou aux casinos. Une telle perception serait en décalage total avec les valeurs portées par le projet, centrées sur le jeu comme vecteur de lien social, de culture et d'expériences intergénérationnelles. Il sera donc essentiel de clarifier le propos dès les premières communications et de proposer une charte visuelle (logo, slogan, images de marque) qui soit percutante.

Enfin, des risques liés à la **mise en œuvre opérationnelle** ont été identifiés, notamment des retards, un manque de coordination entre les acteurs ou encore des difficultés à pérenniser les actions au-delà des premières années. La mise en place de projets pilotes, une gouvernance structurée et une stratégie économique hybride figurent parmi les leviers proposés pour y faire face.

La réussite du projet repose donc sur une approche agile, intégrant la gestion des risques dès la conception, avec un suivi régulier, des indicateurs de performance clairs et une capacité à s'adapter aux évolutions du contexte économique, social et environnemental.

Contraintes à prendre en compte

La réussite du projet "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" dépend non seulement de sa capacité à anticiper les risques, mais aussi à composer avec un certain nombre de contraintes structurelles, institutionnelles et territoriales. Ces contraintes ne peuvent pas toujours être levées, mais elles doivent être prises en compte dès la conception afin de garantir la cohérence, la faisabilité et l'acceptabilité du projet.

Contraintes institutionnelles

- Le projet repose sur une gouvernance multi-acteurs, impliquant des entités distinctes comme la Ville, le Musée Suisse du Jeu ou les partenaires touristiques. Cette diversité nécessite une clarté des rôles et responsabilités.
- Les processus décisionnels communaux (budgets, délais administratifs, validations politiques) imposent des temporalités spécifiques qu'il convient d'intégrer dans la planification.
- Les ressources humaines internes limitées à la Ville peuvent ralentir le développement ou la coordination de certaines actions si elles ne sont pas anticipées. De plus, le Musée Suisse du Jeu pourrait ne pas participer/collaborer au déploiement Ville du Jeu, par exemple en cas d'absence de ressources.

Contraintes territoriales

- Le territoire communal présente une capacité d'accueil restreinte, avec des espaces publics déjà très sollicités. Il sera essentiel de préserver l'équilibre entre animation et qualité de vie.
- La proximité avec des destinations touristiques majeures (Montreux, Vevey) crée un contexte concurrentiel fort. Le projet devra éviter toute confusion de positionnement, tout en misant sur la complémentarité.

Contraintes sociales et politiques

- La volonté de préserver la quiétude et l'équilibre de vie des habitant-es est un impératif exprimé par les autorités. Toute montée en puissance touristique devra se faire de manière régulée, respectueuse et qualitative.
- Les publics sont divers dans leurs attentes : habitants, familles, touristes, passionnés de jeu, seniors ou commerçants n'ont pas les mêmes besoins, ce qui demande une stratégie souple et différenciée.
- Enfin, si le projet est perçu comme imposé "par le haut" ou trop spécialisé autour d'un univers ludique restreint, il pourrait rencontrer des résistances de la part de certains publics. L'adhésion citoyenne est donc une condition clé de réussite.

08. PLAN D'ACTION

8.1 Introduction au plan d'action

Mettre la ville en jeu : un territoire qui devient terrain de jeu collectif

Le projet "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" ne se limite pas à une série d'animations ludiques : il propose une nouvelle manière de vivre, de parcourir et de ressentir la ville.

Son moteur ? Une idée simple, mais percutante : mettre la ville en jeu.

Cela signifie transformer La Tour-de-Peilz en espace d'expériences, où chaque lieu, chaque interaction, chaque usage peut devenir une opportunité de jouer, de créer du lien, de stimuler la curiosité de redonner vie aux lieux familiers. Dans cette logique, le jeu ne reste pas confiné à un musée ou à un festival – il irrigue l'espace public, les infrastructures, les événements, les commerces et les institutions.

Ce fil rouge structure l'ensemble de notre stratégie :

- Activer l'espace urbain comme un terrain de jeu vivant
- Impliquer toutes les parties prenantes (habitants, commerçants, visiteurs, associations, institutions)
- Stimuler l'imaginaire collectif à travers des formes de jeux variées (traditionnelles, numériques, artistiques, participatives)
- Favoriser l'appropriation de la ville par ses usagers au quotidien

Un plan d'action progressif, à double temporalité

Pour concrétiser cette vision, un plan d'action structuré sur cinq années a été conçu ; il est présenté en page suivante.

Il articule une diversité d'interventions – visuelles, événementielles, numériques, urbanistiques ou sociales – qui incarnent toutes à leur manière cette volonté de "mettre la ville en jeu".

Ce plan distingue deux temporalités :

- Une première phase (années 1 à 3) : concentrée sur la mise en œuvre des actions structurantes. Il s'agit d'installer les fondations visibles et lisibles du projet, de générer de l'adhésion locale et d'ancrer le jeu dans les usages quotidiens.
- Une deuxième phase (années 4 et 5) : plus prospective et exploratoire, elle ouvre le champ des possibles, inspire des développements futurs et trace la direction d'une ville ludique pleinement assumée dans son urbanisme, ses usages et son image.

Ce plan n'est pas figé : il est conçu comme une feuille de route évolutive, susceptible de s'enrichir et de s'adapter aux opportunités, aux retours du terrain et aux dynamiques partenariales.

Genèse et méthode : un plan d'action ancré dans le réel

Ce plan d'action ne résulte pas d'un exercice purement théorique. Il s'est construit de manière progressive, au croisement de plusieurs sources :

- Une phase exploratoire rigoureuse, comprenant une analyse fine du territoire, de ses dynamiques urbaines, de son identité, de ses atouts et de ses points de friction.
- Des entretiens semi-directifs avec des acteurs-clés de la ville (Musée Suisse du Jeu, services municipaux, bibliothèque-ludothèque, commerçants, etc.), pour faire émerger des besoins concrets, des idées de terrain et tester la réceptivité au concept de "Ville du Jeu".
- Une enquête collaborative auprès des milieux touristiques, économiques et culturels locaux, qui a permis d'identifier les valeurs fortes à promouvoir (convivialité, curiosité, accessibilité, fierté locale...) et les attentes des acteurs.
- Un benchmark multi-échelles (cantonal, national, international) qui a permis de repérer les bonnes pratiques en matière de marketing territorial ludique, mais aussi de mesurer l'originalité et la pertinence du positionnement de La Tour-de-Peilz à l'échelle romande et au-delà.

Ce travail d'écoute et d'analyse a permis de dégager des lignes de force partagées, mais aussi des leviers d'action concrets pour faire du jeu un vecteur de transformation. Les actions retenues sont des réponses ajustées à un territoire spécifique, à ses ressources, à ses contraintes et à son ambition.

Ancrage citoyen comme levier de réussite

Le plan d'action ne se contente pas d'apporter des réponses programmatiques : il s'inscrit dans une logique de construction collective du territoire.

À l'instar des marques territoriales les plus solides, il mise sur une dynamique de co-construction où les citoyens ne sont pas de simples bénéficiaires mais des acteurs de la transformation.

Le jeu devient ici un outil pour :

- stimuler la participation active,
- renforcer le sentiment d'appartenance,
- valoriser les savoir-faire locaux,
- et créer une identité partagée, vivante, évolutive.

L'action comme vecteur d'adhésion, pas comme finalité

Le plan d'action est conçu comme une mise en mouvement : chaque action vise autant un résultat tangible (événement, aménagement, communication...) qu'un effet d'activation du territoire.

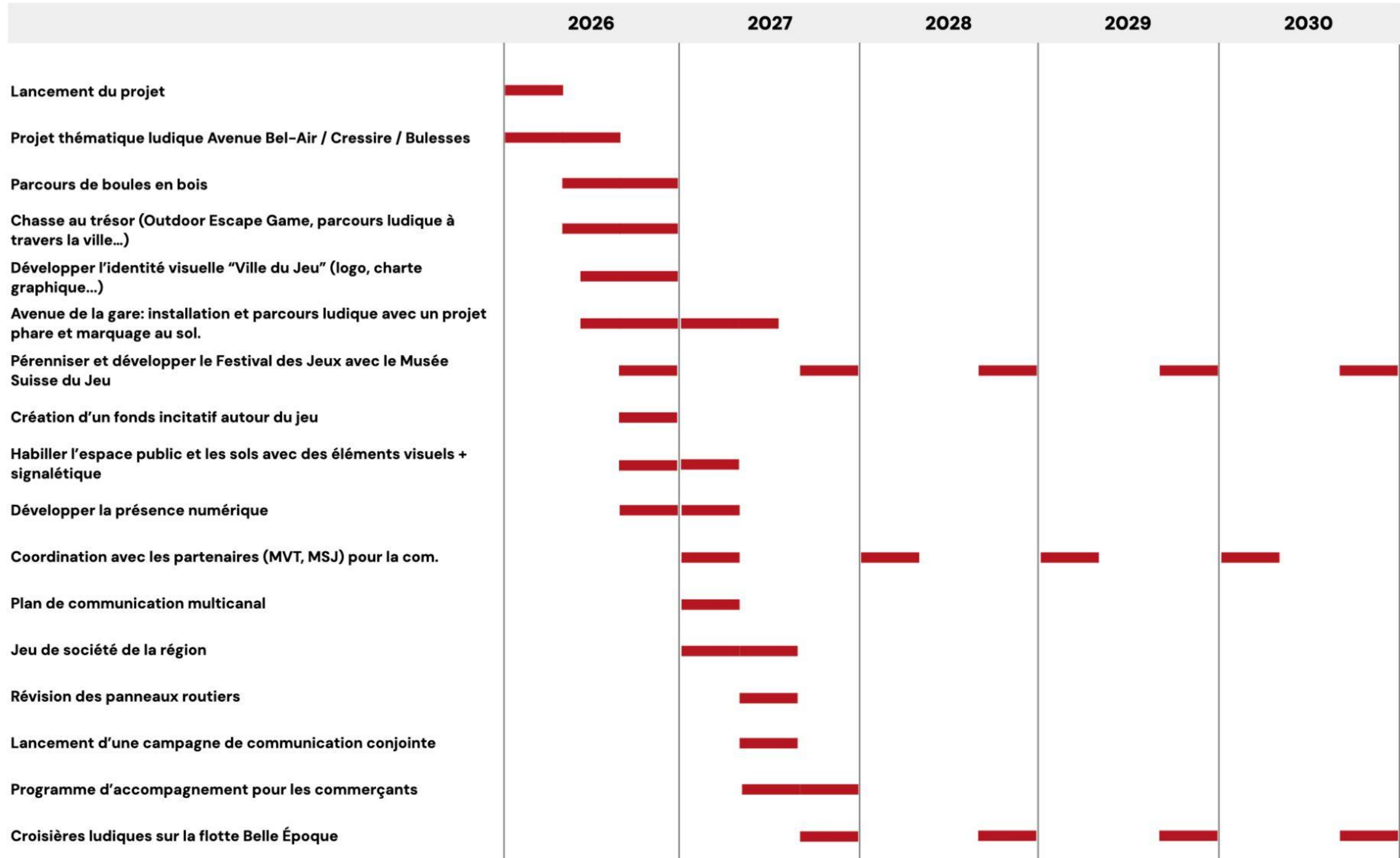
Cette philosophie rejoint l'idée que ce qui fonde une marque territoriale réussie, c'est moins ce qu'elle "montre" que ce qu'elle permet de faire : expérimenter, s'approprier, raconter, jouer, s'engager.

AXE/ Produits & Activités	AXE/ Événementiel	AXE/ Infrastructure	AXE/ Images & Promotion	AXE/ Idées des partenaires
Chasse au trésor (<i>Outdoor Escape Game</i> , parcours ludique à travers la ville...).	Pérenniser et développer le Festival des Jeux en collaboration avec le Musée Suisse du Jeu	Avenue de la gare: installation et parcours ludique avec un projet phare et marquage au sol.	Développer l'identité visuelle "Ville du Jeu" (logo, charte graphique, déclinaisons...).	<u>Musée Suisse du Jeu</u> Programme de médiation / d'animation annuelle et conférence thématique jeux vidéos.
Création d'un fonds de soutien incitatif autour du jeu.	Croisières ludiques sur la flotte Belle Époque de la CGN.	Révision des panneaux routiers d'entrée et sortie de la ville avec l'ajout d'un élément visuel lié à "Ville du Jeu".	Enrichir la page dédiée à LTDP sur le site de MVT. + Développer un mini-site vitrine. + Page "Ville du Jeu" sur le site du MSJ. + Animation des réseaux sociaux.	<u>ABCDé (biblio-ludothèque)</u> Rencontres, conférences et animations ponctuelles liées au jeu, organisées au sein de l'institution.
Parcours de boules en bois.		Habiller l'espace public et les sols avec des éléments visuels (p. ex. : toilettes du Jardin Roussy, mur derrière la gare, boîtiers électriques...) + signalétique.	Mettre en place un plan de communication multicanal (presse, site Internet, réseaux sociaux, bus VMCV) ciblé sur le positionnement "Ville du Jeu".	<u>Domaine de La Doges</u> Tournois de cartes. Lieu d'événement autour de jeux collaboratifs (jeux de plateau par exemple).
Escape game / espace immersif à l'Hôtel Bon Rivage avec le Musée Suisse du Jeu.		Projet thématique ludique Avenue Bel-Air / Cressire / Buleses	Coordonner avec les partenaires (MVT, MSJ) la conception et le lancement d'une campagne de communication conjointe annuelle.	<u>Potential-IT</u> Jeu vidéo. Tournois d'e-sport et jeux en réseau.
Jeu de société de la région.		Projet de transformation de la Place du Four.	Organiser des réunions de coordination avec les partenaires clés (Montreux-Vevy Tourisme, Musée Suisse du Jeu).	<u>Dolce Riviera</u> Programmation ludique avec des artistes de rue.
		Infrastructure de loisirs et installation ludique grandeur nature au parc de la Faraz.	Accompagnement des commerçants (kits de communication, formations courtes, idées d'animations) pour intégration de l'identité du jeu. + Projet de vitrophanie.	<u>Nestlé Shop</u> Jeux-concours à l'intérieur du magasin. Exploitation de la terrasse extérieure (16 m2) pour accueillir une animation autour du jeu.
		Développer la place du Verger du haut (paradis des enfants et des adultes).	Charte / Mode d'emploi pour le personnel de la Commune (par exemple sous forme de Règles du jeu).	<u>L'Union chorale</u> Imaginer un jeu musical dans le cadre d'orgue en famille.

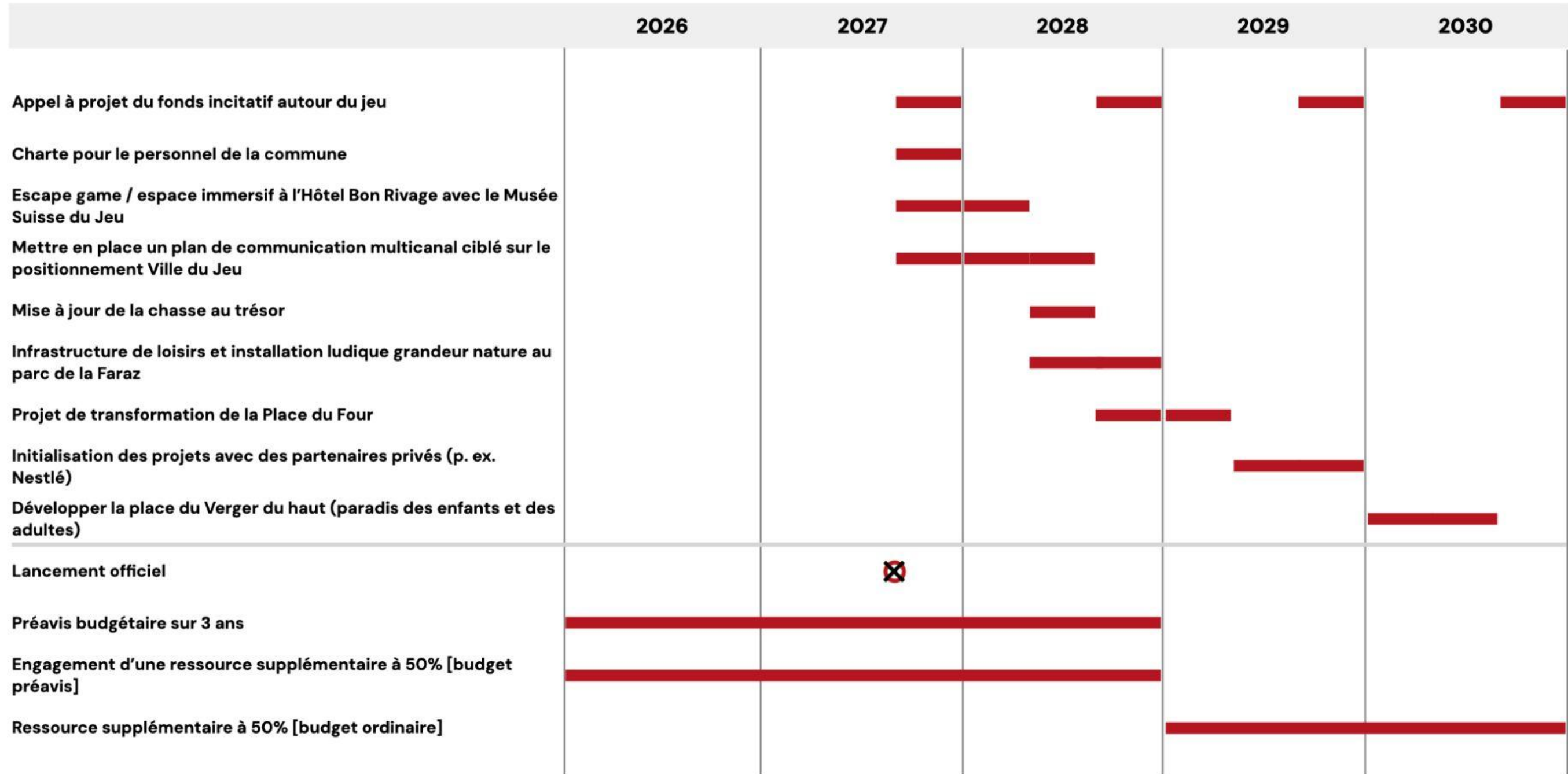
AXES STRATEGIQUES	BUTS	OBJECTIFS	ACTIONS
Produits & Activités	Valoriser le patrimoine historique, naturel et culturel local à travers une multitude d'expérience.	> Créer et lancer dès la première année un parcours interactif accessible à tous publics, attirant au minimum 500 participants annuellement, en intégrant au moins 5 sites historiques ou culturels emblématiques de La Tour-de-Peilz, et générant un taux de satisfaction utilisateur supérieur à 80%.	> Chasse au trésor (Outdoor Escape Game, parcours ludique à travers la ville...).
Produits & Activités	Stimuler l'innovation locale en soutenant financièrement les initiatives privées et associatives en lien avec le jeu.	> Financer au moins 3 projets innovants par an dès la mise en place du fonds. > Mobiliser un budget annuel minimal clairement défini	> Création d'un fonds de soutien incitatif (thématique du jeu)
Produits & Activités	Valoriser le patrimoine historique, naturel et culturel local à travers une multitude d'expérience.	> Créer une installation emblématique, accessible et intergénérationnelle, permettant de valoriser un lieu patrimonial ou naturel de La Tour-de-Peilz à travers le jeu. L'objectif est d'atteindre au moins 300 utilisations par mois en saison haute, d'impliquer au moins un artisan ou artiste local dans sa conception, et d'obtenir un taux de satisfaction utilisateur supérieur à 85 % lors d'une enquête de terrain.	> Parcours de boules en bois
Produits & Activités	Proposer une activité originale et immersive combinant l'aspect ludique avec un acteur touristique clé de la ville.	> Organiser au minimum 40 sessions durant la première année.	> Escape game / espace immersif à l'Hôtel Bon Rivage
Produits & Activités	Renforcer l'identité locale et développer un produit souvenir original en lien avec le positionnement de La Tour-de-Peilz.	> Lancer la première édition avec un tirage de 1'000 exemplaires.	> Créer un jeu de société de la région
Événementiel	Créer un rendez-vous annuel emblématique qui anime La Tour-de-Peilz et fédère habitants, touristes et professionnels du jeu.	> Proposer un événement qui devient un temps fort régulier et attractif de la ville et qui attire 8'000 personnes par édition, puis vise une croissance annuelle de 20%	> Pérenniser et développer le Festival des Jeux en collaboration avec le Musée Suisse du Jeu.
Événementiel	Proposer une expérience touristique originale associant découverte du patrimoine local et animations gamifiées.	> Mettre en place un programme d'au moins 3 croisières ludiques annuelles, combinant animations interactives et découverte de jeux de différentes sortes, avec un taux de remplissage moyen minimal de 75 %, tout en impliquant activement les acteurs locaux (Musée Suisse du Jeu, artisans, commerçants).	> Croisières ludique sur la flotte Belle Époque de la CGN.
Infrastructure	Faire de l'espace public un véritable terrain de jeu.	> Transformer l'espace urbain en un lieu accueillant, où l'aménagement reflète l'identité "Ville du Jeu".	> Avenue de la gare: installation et parcours ludique avec un projet phare et marquage au sol
Infrastructure	Renforcer l'orientation et l'accueil des visiteurs.	> Améliorer la lisibilité et la cohérence de la signalétique pour faciliter la découverte de La Tour-de-Peilz "Ville du Jeu" par les habitants et les visiteurs.	> Révision des panneaux routiers d'entrée et sortie de la ville avec l'ajout d'un élément visuel lié à "Ville du Jeu".
Infrastructure	Embellir la ville grâce à des interventions artistiques qui renforcent l'identité et la fierté locale.	> Créer un parcours artistique ludique et attractif au sein de la ville, avec au minimum 5 interventions permanentes d'ici 2027, afin de renforcer la dimension "Ville du Jeu", stimuler la participation citoyenne et générer une augmentation mesurable des interactions sur les réseaux sociaux (mentions, publications, hashtags dédiés).	> Habiller l'espace public et les sols avec des éléments visuels (p. ex. : toilettes du Jardin Roussy, mur derrière la gare., boîtiers électriques...) > Mise en place d'une signalétique dédiée à "Ville du Jeu"
Infrastructure	Faire de l'espace public un véritable terrain de jeu.	> Transformer l'espace urbain en un lieu accueillant, où l'aménagement reflète l'identité "Ville du Jeu".	> Projet thématique ludique Avenue Bel-Air / Cressire / Bulesse
Infrastructure	Faire de l'espace public un véritable terrain de jeu.	> Transformer l'espace urbain en un lieu accueillant, où l'aménagement reflète l'identité "Ville du Jeu".	> Projet de transformation de la Place du Four.
Infrastructure	Faire de l'espace public un véritable terrain de jeu.	> Transformer l'espace urbain en un lieu accueillant, où l'aménagement reflète l'identité "Ville du Jeu".	> Infrastructure de loisirs et installation ludique grandeur nature au parc de la Faraz
Infrastructure	Faire de l'espace public un véritable terrain de jeu.	> Transformer l'espace urbain en un lieu accueillant, où l'aménagement reflète l'identité "Ville du Jeu".	> Développer la place du Verger du haut (paradis des enfants et des adultes)

Image & Promotion	Développer l'image de marque "Ville du Jeu" de La Tour-de-Peilz et valoriser ses ressources et partenaires (dont Musée Suisse du Jeu).	> Asseoir le nouveau positionnement "LTdP Ville du Jeu"	> Organiser un workshop d'idéation avec une agence de communication avec une participation du Musée Suisse du Jeu et de Montreux-Vevey Tourisme. > Intégrer un élément visuel ludique au logo (pas à l'écusson) existant. > Développer une signature de marque distinctive. > Définir un nom distinctif pour le nouveau positionnement. > Élaborer une charte graphique (logo, déclinaisons, slogan, identité visuelle)
Image & Promotion	Renforcer la notoriété de La Tour-de-Peilz au niveau régional, national et international, tout en soutenant les principaux partenaires dans cette démarche.	> Améliorer la visibilité numérique : renforcement et développement des plateformes digitales de promotion existantes des partenaires professionnels (MVT, MSJ) en augmentant le trafic sur les pages dédiées de +50% et +30 % d'abonnés sur les réseaux sociaux dès la deuxième année.	> Enrichir la page dédiée à La Tour-de-Peilz sur le site de Montreux-Vevey Tourisme (https://www.montreuxriviera.com/fr/Z13339/la-tour-de-peilz) > Ajouter une page dédiée à "Ville du Jeu" sur le site du Musée Suisse du Jeu. > Développer un mini-site vitrine qui répertorie les "offres" Ville du Jeu. > Rationnaliser l'animation des comptes réseaux sociaux.
Image & Promotion	Renforcer la notoriété de La Tour-de-Peilz au niveau régional, national et international, tout en soutenant les principaux partenaires dans cette démarche.	> Contribuer à augmenter la couverture médiatique, qui concerne les activités et ses institution, autour du jeu : obtenir au moins 10 retombées presse positives par an, dont 2 dans des médias nationaux/internationaux.	> Mettre en place un plan de communication multicanal (presse, site Internet, réseaux sociaux, bus VMCV, éléments visuels dans la ville) ciblé sur le positionnement "Ville du Jeu".
Image & Promotion	Créer des synergies de communication entre les acteurs clés afin d'amplifier l'impact et la visibilité du positionnement "Ville du Jeu".	> Lancer une campagne de communication conjointe : réaliser au moins 1 campagne annuelle conjointe, avec une augmentation de 50 % du taux d'engagement (likes, partages, retombées presse) par rapport aux campagnes précédentes.	> Coordonner avec les partenaires (MVT, MSJ) la conception et le lancement d'une campagne de communication conjointe annuelle.
Image & Promotion	Créer des synergies de communication entre les acteurs clés afin d'amplifier l'impact et la visibilité du positionnement "Ville du Jeu".	> Renforcer la collaboration inter-institutions : organiser au moins 3 réunions annuelles entre les partenaires avec un taux de participation d'au moins 75%.	> Planifier et organiser des réunions trimestrielles de coordination entre la Ville, Montreux-Vevey Tourisme, Vaud Promotion et le Musée Suisse du Jeu. > Créer une charte commune de communication pour harmoniser les messages et visuels du projet "Ville du Jeu".
Image & Promotion	Mobiliser la population locale et les commerçants pour qu'ils s'approprient l'identité "Ville du Jeu".	> Adoption de la marque par les commerçants : 50 % des commerces de La Tour-de-Peilz utilisent l'identité visuelle "Ville du Jeu" (stickers, affiches, animations, etc.) .	> Mettre en place un programme d'accompagnement pour les commerçants (kits de communication, formations courtes, idées d'animations) afin de les aider à intégrer l'identité du jeu dans leurs boutiques. > Créer une vitrophanie « Commerçant du Jeu » permettant d'identifier les partenaires locaux qui adhèrent à la démarche.
Image & Promotion	Mobiliser la population locale et les commerçants pour qu'ils s'approprient l'identité "Ville du Jeu".	> Implication des employés communaux : garantir une pérennité du projet et s'assurer que le personnel communal connaît et maîtrise le positionnement "Ville du Jeu".	> Pack de démarrage pour le personnel de la commune (par exemple sous forme de Règles du jeu).

8.3 Chronologie du projet



8.2 Chronologie du projet



09. CONCLUSION ET PERSPECTIVES D'AVENIR

La stratégie "La Tour-de-Peilz Ville du Jeu" 2026–2030 constitue une première étape dans l'évolution de la Commune vers un nouveau positionnement autour du jeu. Elle vise à structurer une dynamique cohérente entre les acteurs locaux, les habitants, les visiteurs et les partenaires régionaux, tout en tenant compte du contexte et des spécificités du territoire.

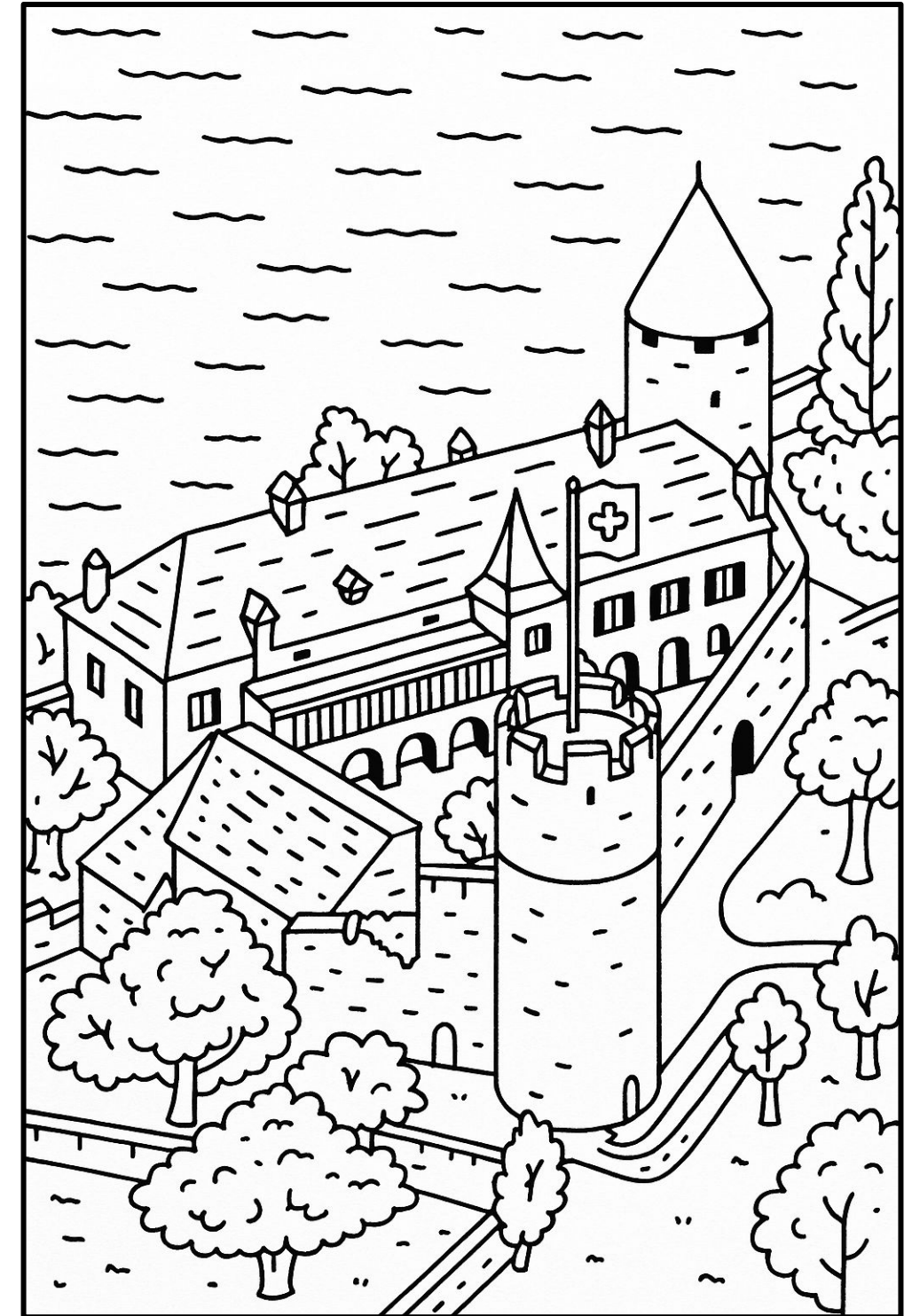
L'objectif d'ici 2030 est de stabiliser les fondations du projet : clarifier les rôles, mettre en place les premières infrastructures, lancer une programmation régulière et travailler à l'appropriation du concept par les publics locaux. Le projet cherche à développer une offre accessible et adaptée, tout en préservant l'équilibre entre attractivité et qualité de vie.

À plus long terme, plusieurs évolutions sont possibles :

- Optimiser constamment l'expérience de visite et l'inclusion de publics diversifiés.
- Renforcer le réseau de partenaires culturels, touristiques et économiques.
- Améliorer l'expérience ludique au quotidien, avec des aménagements progressifs dans l'espace public et une animation adaptée aux saisons.
- Développer de nouveaux canaux de communication sur des plateformes des communautés du jeu (Twitch, Discord, Steam, Reddit).
- Renforcer les partenariats, avec d'autres villes, institutions ou acteurs culturels liés au monde du jeu.
- Faire évoluer le cadre de gestion pour consolider les ressources, clarifier les responsabilités et pérenniser les actions.

Le projet devra également rester attentif à plusieurs incertitudes : contexte économique, évolution des attentes du public, pression sur les ressources humaines et financières ou encore équilibre entre fréquentation touristique et tranquillité boélande. Ces éléments imposent une démarche pragmatique, adaptable et progressive.

La stratégie actuelle ouvre ainsi la voie à une phase de consolidation, en posant les bases d'un projet à inscrire dans la durée. Après 2030, la Commune pourra envisager de poursuivre le développement de son positionnement en lien étroit avec les besoins du territoire, les ressources disponibles et les opportunités de collaboration.





LATOUR-DE-PEILZ