PROGRAMME DE SIGNALISATION D'INTERET LOCAL DES ALPES VAUDOISES

Développement de panneaux d'information pour piétons – Phase-pilote

RAPPORT FINAL

18 janvier 2019

TABLE DES MATIERES

1. INTRODUCTION 3

1.1. PROGRAMME DE SIGNALISATION D'INTÉRÊT LOCAL 3
1.2. OBJECTIFS 3
1.3. REALISATION 3
GOUVERNANCE 3
METHODOLOGIE 4

2. RESULTATS 5

2.1. CONCEPT 5
1. GOUVERNANCE ET ORGANISATION GENERALE DU PROJET 5
2. MOBILIER (DESIGN, MATERIAUX) 6
3. CONTENU ET DEVELOPPEMENT GRAPHIQUE 8
4. EMPLACEMENTS 11
5. FINANCEMENT 12
6. TRAVAUX (PRODUCTION, AMENAGEMENT) 13
2.2. PANNEAUX-PILOTE 14
1. CHATEAU-D'OEX, PLACE DE LA GARE 14
2. CHATEAU-D'OEX, PARKING DU VILLAGE 15
3. OLLON (VILLARS), PARKING DU RENDEZ-VOUS 16
4. ORMONT-DESSOUS (LE SEPEY), PLACE DU VILLAGE 17
5. ORMONT-DESSOUS (LES MOSSES), OFFICE DU TOURISME 18
6. ROUGEMONT, PARKING DE L'EGLISE 19
7. ROUGEMONT, ADMINISTRATION COMMUNALE ET OFFICE DU TOURISME 20
2.3. PERCEPTION DES PANNEAUX A CE JOUR 21

3. PREPARATION DES CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE – PHASE 2 21

1. GOUVERNANCE ET ORGANISATION GENERALE DU PROJET 21
2. MOBILIER (DESIGN, MATERIAUX) 22
3. CONTENU ET DEVELOPPEMENT GRAPHIQUE 22
4. EMPLACEMENTS 22
5. FINANCEMENT 22
6. TRAVAUX (PRODUCTION, AMENAGEMENT) 22

ANNEXE « DIMENSIONS DES PANNEAUX D'INFORMATION » 23

MODELE N1A 23
MODELE N1B 24
MODELE N2A 25
MODELE N2B 26

1. INTRODUCTION

1.1. Programme de signalisation d'intérêt local

La réalisation des projets de signalisation d'intérêt cantonal et régional menés à l'échelle des Alpes vaudoises a souligné l'importance de coordonner l'ensemble des pôles d'une même région. Pour ce faire, la Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (CITAV) a souhaité compléter les réflexions en cours par la réalisation d'*un programme de signalisation d'intérêt local* afin de répondre aux enjeux et objectifs suivants :

- Contribuer à la mise en œuvre de l'objectif stratégique « Mobilité » du rapport « Alpes vaudoises 2020 ».
- Coordonner la signalisation de l'ensemble des pôles d'une même région (pôles d'importance cantonale, régionale et locale).
- Servir de projet-pilote pour les Alpes vaudoises et les communes touristiques du canton de Vaud.

Suite à l'élaboration des schémas directeurs communaux (phase de planification), les communes des Alpes vaudoises souhaitent démarrer la phase de mise en œuvre.

Parmi les mesures retenues, les communes de Château-d'Oex, d'Ollon (Villars), d'Ormont-Dessous (Le Sépey) et de Rougemont ont exprimé la volonté de développer *des panneaux d'information pour piétons (visiteurs et touristes)* sur leur territoire ; de la réalisation du concept jusqu'à l'aménagement du mobilier sur le terrain.

1.2. Objectifs

De manière générale, les panneaux d'information pour piétons doivent permettre :

- D'éviter la signalisation individuelle d'une pléthore de sites (entreprises, restaurants, etc.), surtout lorsqu'ils sont situés en localité ;
- De présenter et localiser les principaux lieux, infrastructures et services d'une localité, voire d'un quartier, de manière collective ;
- D'offrir aux visiteurs de la région une information complémentaire à celle transmise par les offices de tourisme ou prestataires et disponible de manière permanente (24h sur 24, 365 jours par an) ;
- D'orienter les visiteurs en fonction de leur lieu d'intérêt final.

Sur le plan technique, cinq objectifs sont fixés en lien avec la réalisation du projet :

1. Définir le support des panneaux à produire (design, matériaux, ...).
2. Développer le graphisme et la composition du contenu des panneaux d'information.
3. Identifier et analyser les emplacements des panneaux à aménager.
4. Définir les règles de production et d'aménagement des panneaux (financement, sous-traitance, ...).
5. Assurer le suivi des travaux et préparer la phase de communication.

1.3. Réalisation

GOUVERNANCE

La réalisation du projet est sous la responsabilité d'Aigle Région et de Pays-d'Enhaut Région (mandant) et de la CITAV (porteur de projet).

Le projet est au bénéfice d'un soutien de l'Etat de Vaud pour une aide à fonds perdu à raison de 50%.

Sur le plan technique, la réflexion est pilotée par un groupe de suivi composé des partenaires communaux et touristiques suivants :

- André Reichenbach, puis Sonia Lang, commune de Rougemont
- Stéphane Henchoz, puis Mary-Josée Rossier, commune de Château-d'Oex

- Marcel Borloz, commune d'Ormont-Dessous.
- Pierre-Alain Martenet, commune d'Ollon
- Malik Belkacem, puis Daniel Nikles, commune de Leysin
- Sergei Aschwanden, Office du tourisme de Villars
- Frédéric Delachaux, Pays-d'Enhaut Tourisme
- Didier Oppliger, ATALC
- Steve Beck, CITAV

Le groupe de suivi est accompagné par le bureau d'études Signaxis Sàrl spécialisé dans la gestion de projets de signalisation.

En outre, des prestations spécifiques sont sous-traitées à des mandataires responsables :

1. Du développement du design (mobilier) et du graphisme ;
2. De la production du mobilier.

Quant à l'aménagement des panneaux d'information sur le terrain, celui-ci est pris en charge par les services communaux compétents.

MÉTHODOLOGIE

Le projet se compose de quatre étapes principales :

1. Cadrage et analyse du contexte général :
   - Organiser la gouvernance et le financement du projet.
   - Formaliser les objectifs, limites et modalités opérationnelles du projet.
   - Analyser les documents de référence et données principales en lien avec le projet.
2. Développement d'un concept de panneau d'information (contenu, support, emplacement) :
   - Définir les caractéristiques techniques du mobilier (design, dimensions, technologie, matériaux, ...).
   - Définir les caractéristiques techniques du contenu des panneaux d'information (sélection, composition et mise en forme graphique des informations à signaler).
   - Définir les paramètres spécifiques aux emplacements des panneaux d'information.
   - Organiser l'appel d'offres relatif à la réalisation du concept (procédure sur invitation auprès de trois agences).
3. Préparation et suivi des travaux (production et aménagement) :
   - Préparer les travaux liés aux phases de production et d'aménagement des panneaux d'information (estimation des coûts de mise en œuvre, définition du modèle de financement, élaboration des cahiers des charges et sélection des entreprises en charge des travaux, planification des actions à engager).
   - Suivre les travaux des entreprises mandatées.
4. Evaluation des résultats et rédaction du rapport final :
   - Evaluer les panneaux-pilote sur le terrain.
   - Synthétiser les principaux enseignements.
   - Rédiger le rapport final (« boite à outils »).

2. RÉSULTATS

2.1. Concept

Dans l'optique de servir de référence pour l'ensemble des Alpes vaudoises et les communes touristiques du canton de Vaud (« boite-à-outils »), les résultats sont présentés de manière générale sur la base d'un concept composé de six catégories principales :

1. Gouvernance et organisation générale du projet
2. Mobilier (design, matériaux)
3. Contenu et développement graphique
4. Emplacements
5. Financement
6. Travaux (production, aménagement)

1. GOUVERNANCE ET ORGANISATION GÉNÉRALE DU PROJET

En premier lieu, il convient de constater que le développement, la production et l'aménagement d'un panneau d'information pour piétons s'avère être un dossier complexe à gérer, notamment par rapport :

- A la durée relativement longue du processus (nombre important d'étapes à franchir et d'acteurs à intégrer) ;
- Au changement de législature et de perception politique en cours de projet.

Aussi, dans l'optique de maximiser les chances de réussite du projet, il apparaît nécessaire :

- De mettre en place une gouvernance qui intègre l'ensemble des acteurs du périmètre afin de partager les expériences et d'arriver à un ensemble cohérent ;
- De pouvoir s'appuyer sur des mandataires compétents ;
- De régulièrement communiquer sur les objectifs et les résultats du projet ; une communication qui peut aller jusqu'au niveau du Conseil communal[1].

Au final, l'organisation générale du projet mené dans les Alpes vaudoises peut se résumer de la façon suivante :

- Sur le plan opérationnel, présence :
  - D'un chef/ coordinateur du projet qui incarne l'ensemble des Alpes vaudoises (CITAV) ;
  - D'un spécialiste des enjeux relatifs aux panneaux de signalisation pour piétons (bureau Signaxis Sàrl) pour accompagner le chef/ coordinateur du projet et produire les pièces techniques nécessaires ;
  - De mandataires spécialisés dans le design et le graphisme (consortium Plus Design – Müller Marketing & Druck AG) et la production des panneaux d'informations (consortium Oguey – Flotron) ;
  - Des services communaux compétents pour l'aménagement des panneaux-pilote.
- Sur le plan du processus de validation et de communication des propositions techniques, nécessité d'être appuyé par un groupe de suivi composé de représentants des communes-pilote (dimension politique) et des Offices du tourisme correspondants (connaissance du public-cible visé et de l'offre à signaler).

[1] Ex. : Conseil communal de Château-d'Oex du 1er novembre : dépôt d'un postulat pour la réalisation de signalétiques piétonnières de qualité dans le village depuis les parkings existants en direction des éléments constitutifs du « pôle touristique Château-d'Oex » ; un postulat retiré après la présentation du projet de signalisation touristique mené à l'échelle des Alpes vaudoises et du panneau d'information prévu au parking du village.

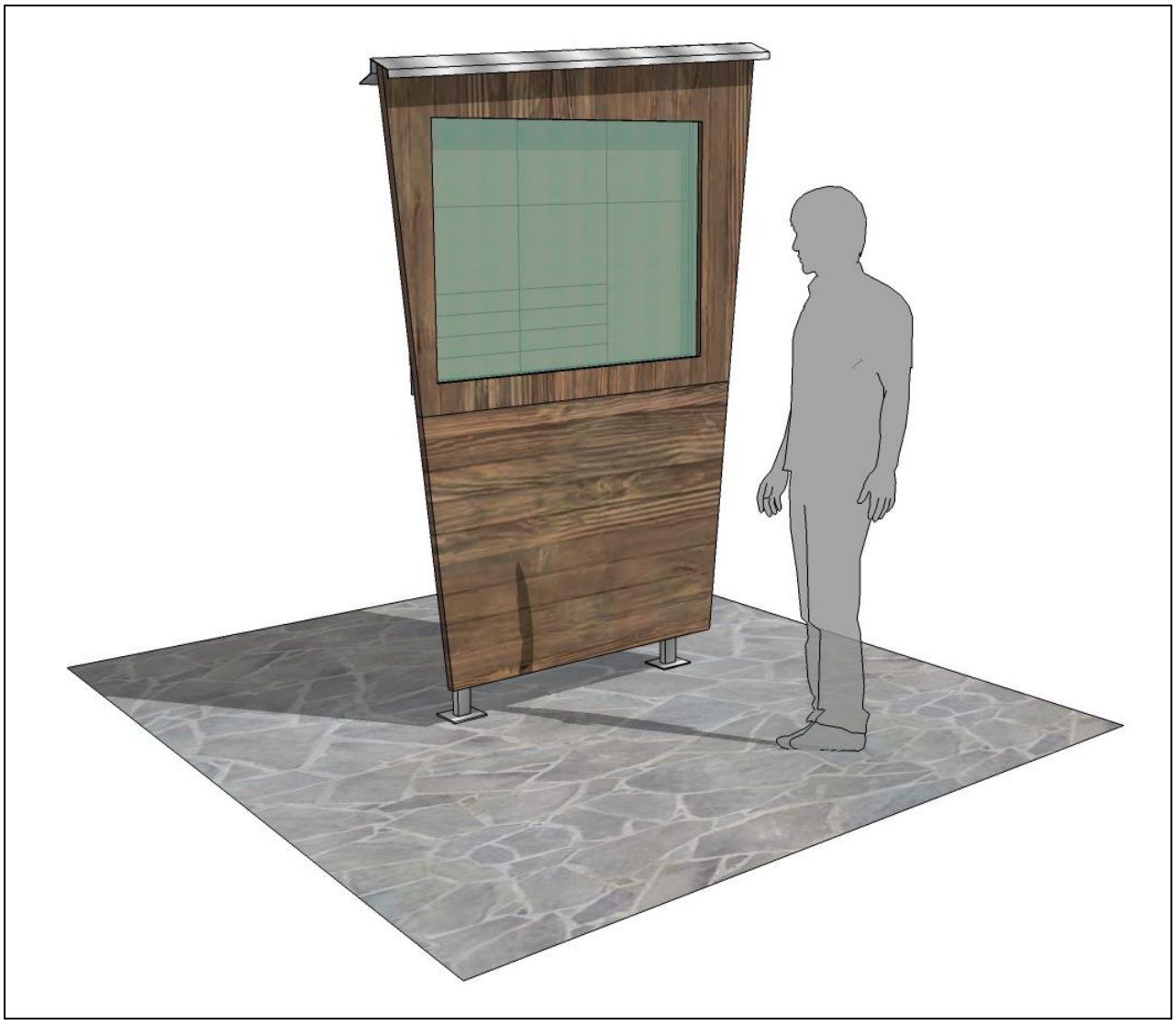
2. MOBILIER (DESIGN, MATÉRIAUX)

Design :

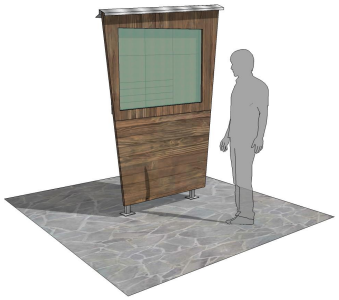
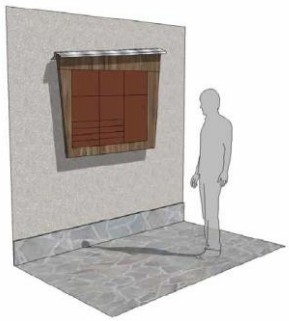
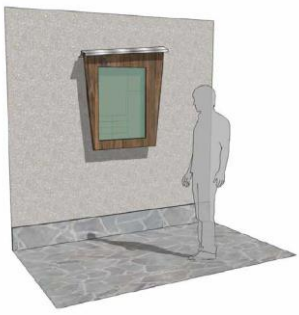
Le développement du design des panneaux d'information fait l'objet d'un concours sur invitation auprès de trois agences. Cette étape permet de comparer trois offres qui, au niveau du cahier des charges, doivent répondre aux objectifs suivants fixés par le groupe de suivi :

- Un design authentique (en lien avec l'identité de la région) et personnalisé, qui s'intègre au mieux au site environnant.
- Un support qui présente des informations adaptées au champ de lecture du visiteur et qui permet de facilement mettre à jour le contenu des panneaux.
- Un matériau de base qui privilégie l'utilisation du bois de la région pour notamment être associé aux démarches menées par le PNR Gruyère Pays-d'Enhaut.
- Un mobilier aux coûts de production raisonnables pouvant être produit par des entreprises locales.
- Un concept qui puisse s'adapter aux conditions générales d'aménagement rencontrées sur place (aménagement au sol, contre un mur, ...).
- Des matériaux qui puissent répondre aux questions de déprédations ou variations météorologiques (résistance des matériaux par rapport à l'usure normale).

Après évaluation des offres, le mandat est confié au consortium Plus Design – Müller Marketing & Druck AG qui présente un concept de panneaux d'information du type « Chalet contemporain ».



Dans l'optique de proposer des panneaux de taille différente et adaptables aux conditions générales d'aménagement qui varient d'un emplacement à l'autre, le concept se décline selon quatre modèles différents[2].

	Modèle	Descriptif	Visuel
1.	N1a	Modèle de grande taille au contenu horizontal, support sur pied ; avec la possibilité d'exploiter le verso du panneau	
2.	N1b	Modèle de grande taille au contenu horizontal, support mural	
3.	N2a	Modèle de petite taille au contenu vertical, support sur pied ; avec la possibilité d'exploiter le verso du panneau	
4.	N2b	Modèle de petite taille au contenu vertical, support mural	

Plusieurs modèles testés lors de la phase-pilote sont abandonnés soit pour des questions de coûts trop élevés (modèle sur pied avec une partie inférieure en pierre), soit pour des questions d'esthétisme peu convaincant (modèle sur pied sans la partie inférieure en bois).

[2] Pour les dimensions, cf. annexe.

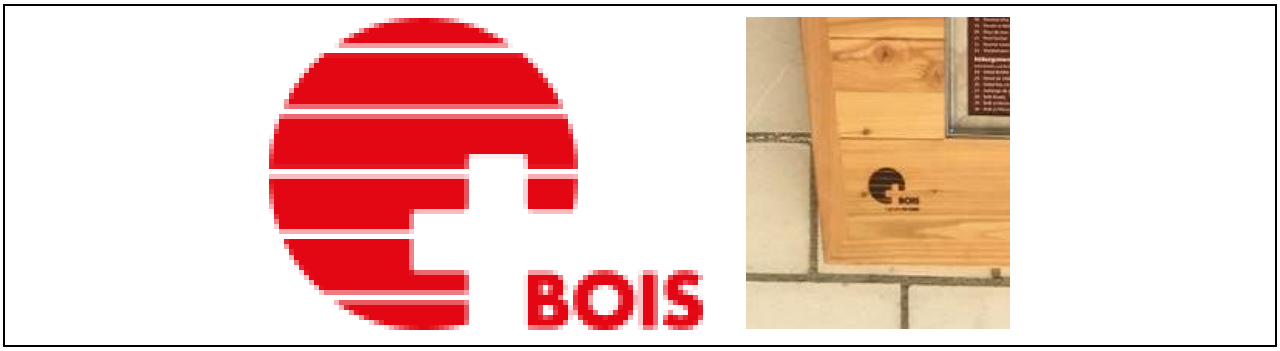
Matériaux :

La structure de base du panneau est composée :

- D'un cadre métallique, tubes 50-50-4mm ;
- De plaques de base en acier plat 220-180-10mm, avec 4 trous pour ancrage ;
- D'un capot de couverture, tôle inox 2mm, pliée et fermée aux 2 extrémités ;
- D'un cadre plus faux cadre de fixation pour les panneaux, tôles inox pliées 20-25-1.5mm avec trous de fixations.

La partie en bois des panneaux se compose d'une structure en panneau trois plis mélèze, de deux panneaux de 27 mm collés l'un sur l'autre avec le veinage inverse et d'un carrelet mélèze pour le pourtour du panneau. Le mélèze est choisi pour sa durabilité (résistance aux variations de température ou d'humidité).

Le bois est d'origine suisse, avec la présence d'un tampon « Bois suisse » comme certification visible sur les panneaux.



Le contenu des panneaux d'information est imprimé sur un autocollant IMAGIN JT9700 WG-PG ; films polymères de qualité supérieure, brillants, blancs, avec un adhésif gris, permanent et opaque spécialement conçu pour le long terme.

L'autocollant est appliqué sur une plaque dibond TalBond ECO Print 3 mm ; panneau composite composé d'un noyau en PE (polyéthylène) noir laminé des deux côtés en aluminium revêtu de PE de 0.2 mm d'épaisseur.

Au niveau dimensions, deux types de plaque sont développés :

- Format horizontal 810 x 1110 mm pour les modèles N1a et N1b.
- Format vertical 610 x 810 mm pour les modèles N2a et N2b.

Un stratifié PVC transparent avec protection anti-graffiti LAG 100 ANTI-GRAFFITI-LAMINAT SEMIGLOSS est apposé sur l'autocollant. Ce stratifié peut être nettoyé avec un dissolvant de graffitis commercial.

Lors de la mise à jour du contenu, seuls l'autocollant et le stratifié sont remplacés.

A noter que plusieurs autres matériaux testés lors de la phase-pilote sont abandonnés, principalement pour des questions de coûts trop élevés (contenu imprimé sur des modules aimantés ou présenté à l'intérieur d'un bloc vitré).

3. CONTENU ET DÉVELOPPEMENT GRAPHIQUE

Le développement graphique du contenu des panneaux d'information fait également partie du cahier des charges des agences invitées à soumissionner avec, comme objectif principal, la présentation au sein d'un même panneau les informations suivantes :

1. Point « I » visible sous la forme d'un pictogramme blanc sur fond bleu, situé à l'extérieur de la plaque dibond et collé au niveau du mobilier en bois.
2. Carte pour situer la destination touristique considérée sur le plan régional.

3. Carte locale (zoom) de la destination touristique considérée, de taille plus importante que la carte régionale, avec notamment la présence d'un quadrillage, des bâtiments, des rues et de leur nom respectif, des principaux éléments naturels (rivières, forêts), de l'emplacement du panneau, de l'échelle, de l'étoile des vents (direction du Nord), d'un cercle situé autour de l'emplacement du panneau d'un rayon équivalent à 500m..
4. Liste des pôles à signaler ; des pôles qui sont :
   - localisés sur la carte ;
   - listés dans un module spécifique (légende traduite en allemand et en anglais) avec, pour chaque pôle, les références liées à sa localisation (position par rapport au quadrillage présent sur la carte (B2, H4, ...)).
5. Module « Texte » traduit en allemand et en anglais qui présente la destination touristique considérée.
6. Module « Texte et images » qui présente les pôles les plus importants de la région :
   - Textes traduits en allemand et en anglais ;
   - Images : soit une photo principale, soit 4 photos de taille plus petite.
7. Références de l'Office du tourisme concerné (site web, no de tél.), complétées par celles du PNR Gruyère Pays-d'Enhaut pour Château-d'Oex et Rougemont.

L'articulation des différents modules est suffisamment souple afin de s'adapter :

- Aux formats « Portrait » et « Paysage » des panneaux d'information ;
- A un contenu qui varie quantitativement d'une destination à l'autre (ex. : 31 pôles signalés à Rougemont ; 75 à Château-d'Oex) ;
- A des panneaux de taille variable.

Le contenu est visible dans son ensemble sur une seule face.

La couleur « marron » utilisée pour la signalisation routière des sites touristiques, sites naturels et pôles « produits du terroir », ainsi que les pictogrammes existants au niveau des normes fédérales en vigueur sont repris afin de garantir une continuité visuelle avec les informations signalées sur le réseau routier.

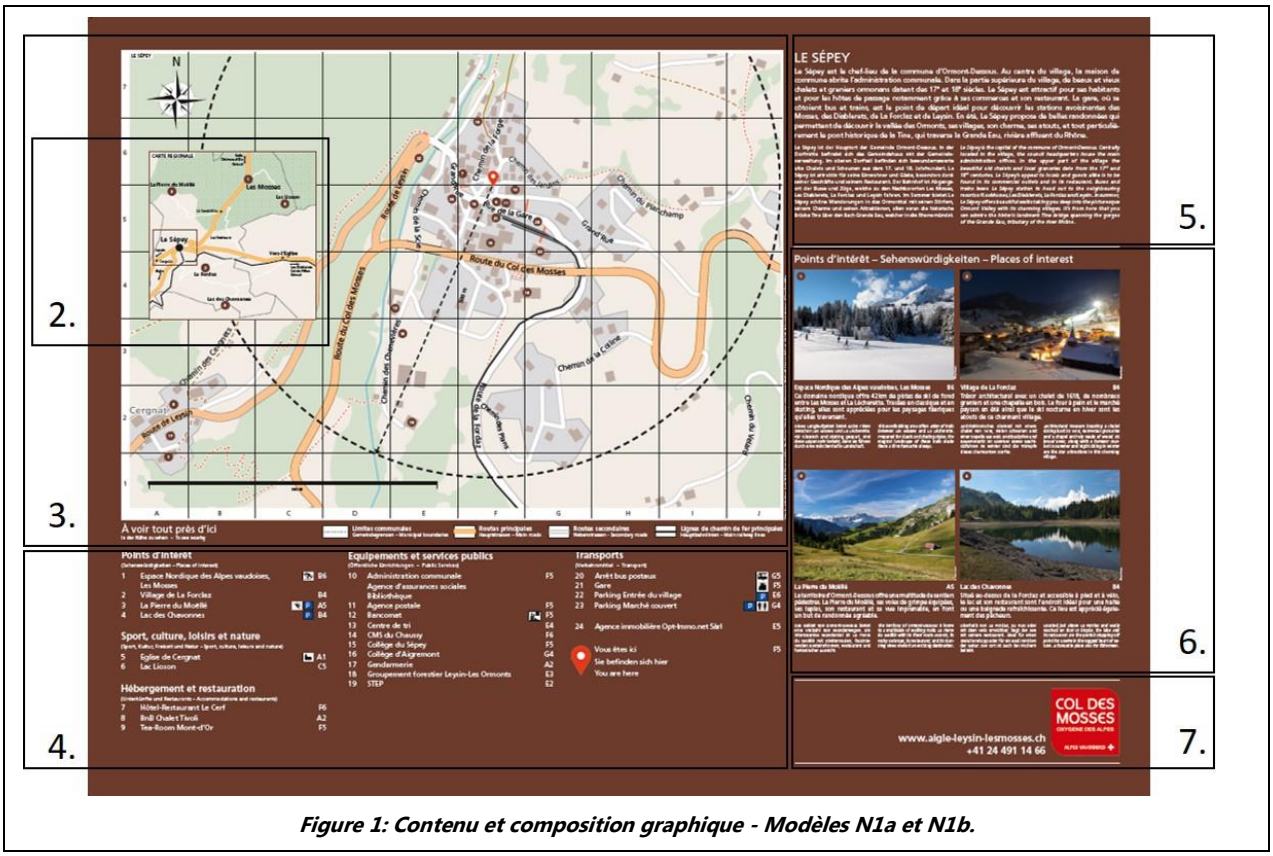


Figure 1: Contenu et composition graphique - Modèles N1a et N1b.

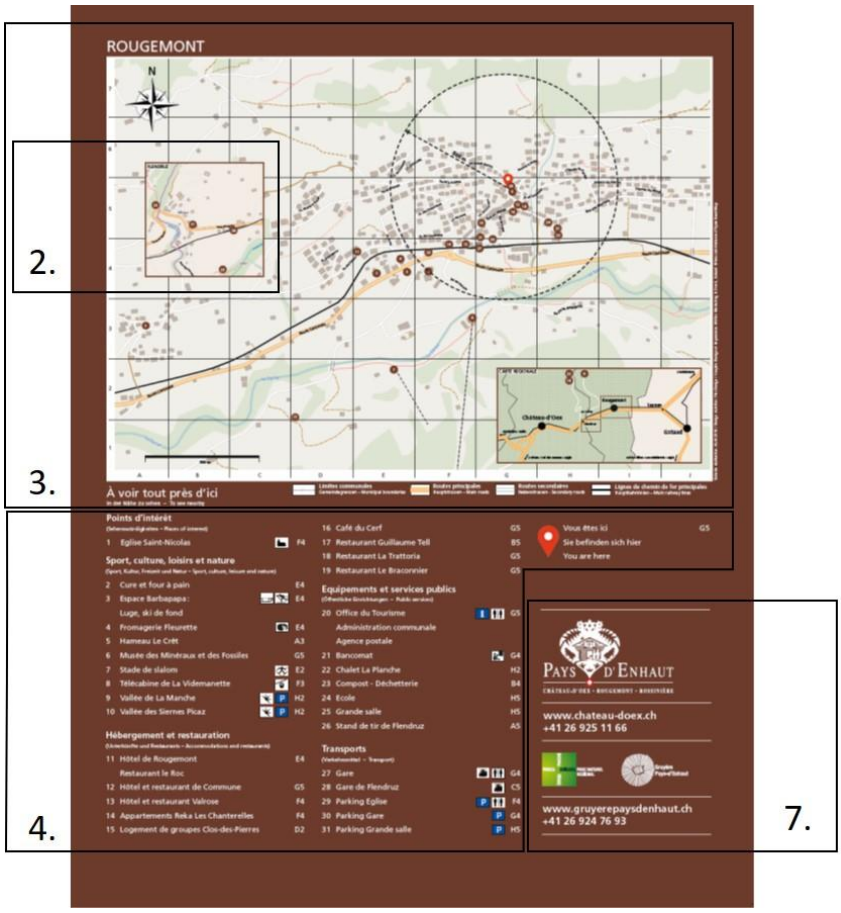


Figure 2: Contenu et composition graphique - Modèles N2a et N2b.

Sur le plan opérationnel, les enseignements suivants apparaissent comme déterminants pour une gestion efficace des travaux à réaliser :

- L'utilisation d'un fond de carte du type OSM[3] a l'avantage d'être libre de droits mais nécessite un travail d'actualisation des couches utilisées (routes, bâtiments) ; une mise à jour à faire notamment sur la base des données disponibles auprès des services communaux compétents.
- L'ensemble des informations doit être préparé à l'avance avant d'être transmis à l'agence afin d'éviter des adaptations de dernière minute engendrant des coûts supplémentaires au niveau du développement graphique, voire des retards de livraison au final :
  - Nécessité de disposer d'une liste stabilisée[4] des pôles à signaler.
  - Le cas échéant, un arbitrage des points d'intérêt à signaler sur la carte qui doit se faire de manière concertée.
- La vérification des informations (localisation et dénomination des pôles à signaler sur la carte, textes traduits en trois langues) nécessite un travail important de la part des représentants de la destination touristique concernée. Une systémique de transmission des corrections à l'agence mérite d'être définie en amont du processus de réalisation graphique.

En outre, il est intéressant de noter que les plans peuvent être repris par les Offices du tourisme et intégrés au sein d'autres supports de communication (brochure, site web, etc.), renforçant ainsi la cohérence visuelle des informations signalées.

[3] Open Street Map.

[4] Ex. : volatilité des pôles de la catégorie « Hébergement et restauration » : fermeture/ réouverture d'établissements, modification des enseignes dans un court laps de temps, etc..

4. EMPLACEMENTS

Le choix des emplacements susceptibles d'accueillir un panneau d'information se définit sur la base d'une vision globale du territoire concerné par le projet, à l'échelle des limites géographiques communales.

Les emplacements privilégiés sont identifiés au niveau des principales portes d'entrée du territoire (parking pour les automobilistes ; gare et arrêt de bus pour les usagers des transports publics) et de ses principaux points d'information (Office du tourisme) ; là où il y a des passages fréquents et réguliers de piétons en quête d'informations. Ces emplacements sont considérés comme des relais en direction des autres pôles de la destination touristique concernée.

Une fois identifiés, les emplacements font l'objet d'une analyse spécifique pour connaître les enjeux relatifs :

- Aux flux des piétons existants ;
- A la visibilité du panneau par rapport au site environnant (chaussée, végétation, bâtiments, ouvrages d'art, ...) et aux éventuelles infrastructures déjà en place (panneau de signalisation[5], mobilier, ...) ;
- A la localisation et au statut de la parcelle concernée (domaine public, propriété privée, ...).

Cette analyse permet notamment de déterminer le modèle le plus adapté aux conditions générales d'implantation. Puis, sur la base de photos-montage, les emplacements font l'objet d'une démarche d'information auprès des autorités et propriétaires de parcelles concernées afin d'obtenir leur validation.

Au final, le projet-pilote des Alpes vaudoises se compose de sept emplacements aux caractéristiques relativement différentes dans l'optique de disposer d'un retour sur expérience le plus riche possible.

No	Commune	Public-cible	Emplacement	Modèle
1.	Château-d'Oex	Visiteurs arrivant à pied depuis les trains qui s'arrêtent en gare de Château-d'Oex	Place de la gare du MOB	N1a
2.	Château-d'Oex	Visiteurs arrivant à pied depuis les places de parc du parking du village	Sortie Est du parking du village	N2b
3.	Ollon (Villars)	Visiteurs arrivant à pied depuis les places de parc du parking du Rendez-vous	Sortie Sud du parking du Rendez-vous	N1a
4.	Ormont-Dessous (Le Sépey)	Visiteurs arrivant à pied au centre du village	Centre de la place du Tilleul	N1a
5.	Ormont-Dessous (Les Mosses)	Visiteurs qui descendent des bus qui s'arrêtent au col des Mosses ou qui se rendent à l'Office du tourisme	A droite de l'entrée du bâtiment qui mène à l'Office du tourisme	N2b
6.	Rougemont	Visiteurs arrivant à pied depuis les places de parc du parking de l'Eglise	Centre du parking de l'Eglise	N1b
7.	Rougemont	Visiteurs arrivant à pied à l'Office du tourisme, à l'administration communale, à la poste ou au musée des minéraux et des fossiles	A droite de l'entrée du bâtiment	N2b

[5] Ex. : pictogramme « Point d'information » du panneau aménagé sur la place de la gare MOB de Château-d'Oex qui est caché par un panneau déjà installé dans le périmètre.

5. FINANCEMENT

De manière générale, le financement du projet concerne les prestations liées aux phases d'accompagnement, de développement (design, graphisme, emplacement) et de production (mobilier). L'investissement des membres du groupe de suivi, ainsi que les frais relatifs aux travaux d'aménagement assumés par les services communaux compétents ne sont pas comptabilisés.

L'enjeu financier principal se situe au niveau des capacités budgétaires communales existantes qui sont clairement limitées, tout en maintenant les objectifs :

- De travailler avec des fournisseurs et matériaux de la région ;
- De privilégier un design personnalisé par rapport aux panneaux d'information standardisés (produit-catalogue).

Pour ce faire, il est notamment décidé :

- De développer des panneaux d'information qui ne sont pas éclairés ;
- D'abandonner la pierre comme élément constitutif du design ;
- De développer un support pour les informations signalées qui ne soit pas numérique ;
- D'abandonner les technologies qui présentent les informations sur des modules aimantés ou derrière un caisson vitré ;
- De développer un modèle de financement sans partenaire privé afin d'éviter que les panneaux d'information deviennent de potentiels supports publicitaires.

Au final, le financement des modèles développés pour les Alpes vaudoises se traduit par les coûts opérationnels suivants TTC :

Modèle	Développement, accompagnement et frais divers	Graphisme	Mobilier – Partie « Bois »	Mobilier – Structure métallique	TOTAL TTC
N1a	1'500	2'500.-	1'500.-	1'500.-	7'000.-
N1b	1'500	2'500.-	1'400.-	1'400.-	6'800.-
N2a	1'500	2'000.-	1'300.-	1'300.-	6'100.-
N2b	1'500	2'000.-	1'200.-	1'200.-	5'900.-

Le montant total par panneau se monte au maximum à 7'000.- TTC par unité ; ce qui rend le modèle « Chalet contemporain Alpes vaudoises » produit localement tout à fait concurrentiel par rapport à des produits standardisés/industriels.

Sur le plan opérationnel, les enseignements suivants apparaissent comme déterminants pour garantir un financement pertinent :

- La prise en charge de 50% des frais par l'Etat de Vaud est une impulsion fortement appréciée ; le 50% restant étant à la charge de la destination touristique concernée (budget communal, fonds d'équipement touristique, ...).
- Lorsqu'un contenu graphique existant est utilisé pour un nouveau panneau à développer, les coûts sont fortement réduits puisque la majorité des informations peut être reprise.
- En termes de développement graphique, comme mentionné au préalable, il s'avère nécessaire de disposer d'un contenu stabilisé avant d'être transmis à l'agence et de mettre en place une systémique de transmission des corrections pour éviter des coûts supplémentaires.

6. TRAVAUX (PRODUCTION, AMÉNAGEMENT)

Sur la base des résultats du concept (design, contenu à signaler), des modèles-pilote à développer et du budget à disposition, une recherche d'entreprises susceptibles de répondre au cahier des charges relatif à la phase de production des panneaux d'information est menée à l'échelle des Alpes vaudoises (appel d'offres).

Après analyse des offres, la phase de production est attribuée au consortium Oguey (partie bois) – Flotron (partie métallique).

La proximité géographique de ces entreprises facilite les interactions, notamment lorsqu'il s'agit :

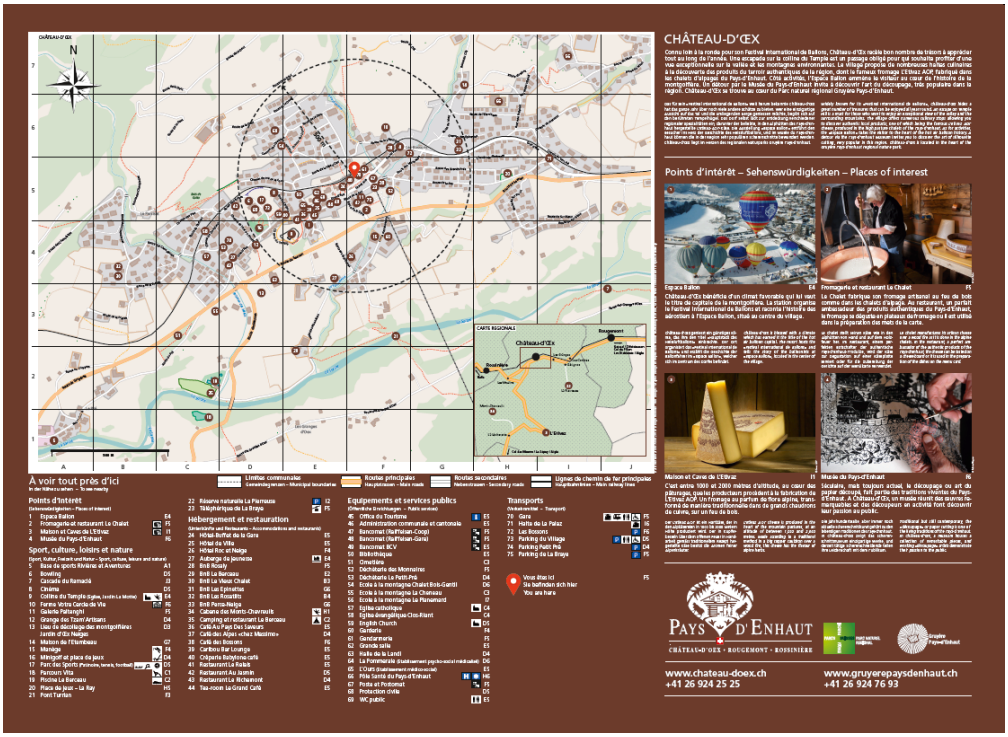
- De suivre les travaux (ajustements nécessaires en cours de développement pour le calibrage des machines, etc.) ;
- De se faire livrer les panneaux pour la phase d'aménagement (coordination avec les services communaux responsables de la pose).

Une fois les panneaux produits, la phase d'aménagement et de pose peut démarrer. A ce titre, les autorités communales transmettent le dossier aux représentants du service technique responsable de mener à bien les travaux.

Comme mentionné au préalable, la prise en charge de cette phase du projet par les services communaux concernés représente clairement un avantage sur le plan financier.

2.2. Panneaux-pilote

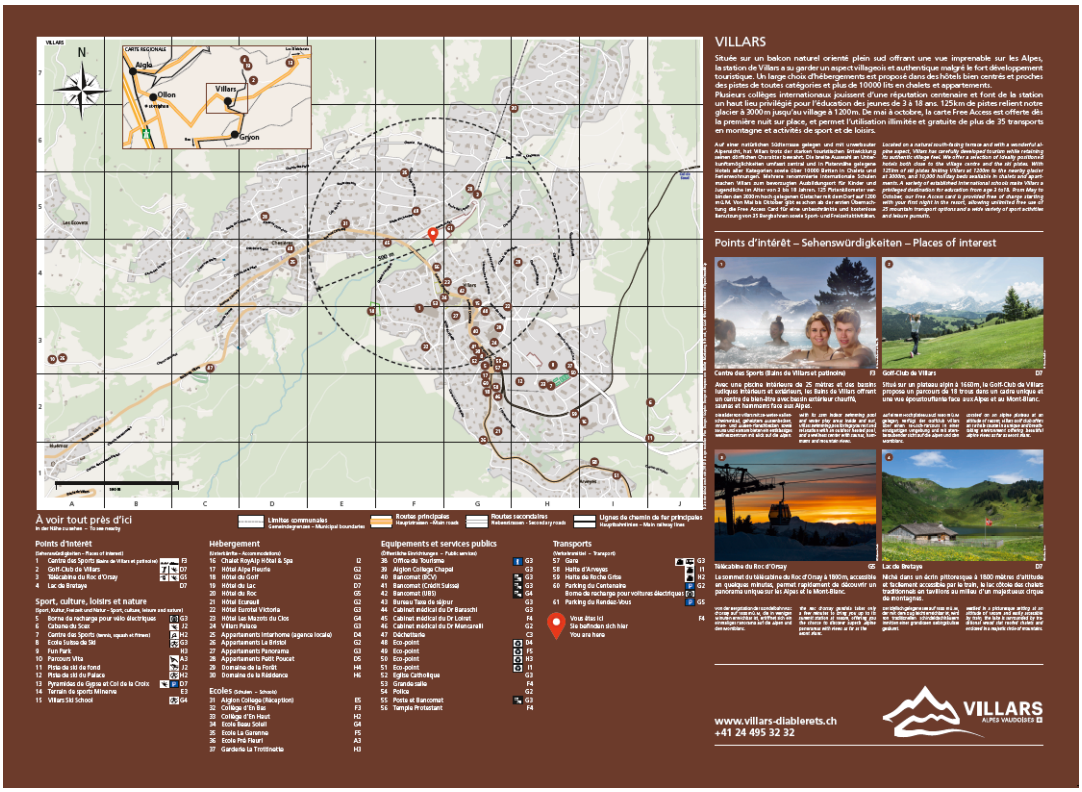
1. CHÂTEAU-D'OEX, PLACE DE LA GARE

<table>
<tr><td colspan="2"> </td></tr>
<tr><td>Public-cible</td><td>Visiteurs arrivant à pied depuis les trains qui s'arrêtent en gare de Château-d'Oex.</td></tr>
<tr><td>Localisation</td><td>Place de la gare de Château-d'Oex.</td></tr>
<tr><td>Modèle</td><td>N1a.</td></tr>
<tr><td>Contenu</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>Remarque(s)</td><td>• Pictogramme « Point d'information » non visible par rapport aux panneaux déjà installés dans le périmètre.
• Ajout d'un pictogramme « Point d'information » sur le verso du panneau visible depuis la Grand Rue.</td></tr>
</table>

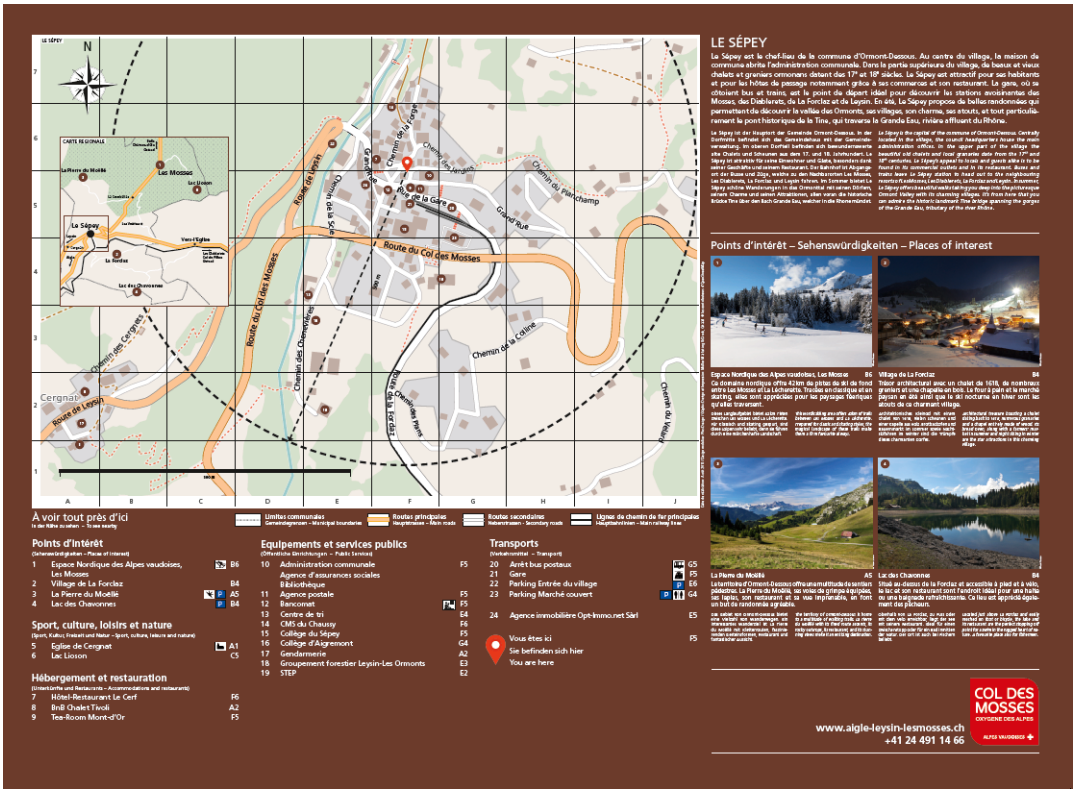
2. CHÂTEAU-D'OEX, PARKING DU VILLAGE

Public-cible	Visiteurs arrivant à pied depuis les places de parc du parking du village.
Localisation	Sortie Est du parking du village.
Modèle	N2b.
Contenu	
Remarque(s)	-

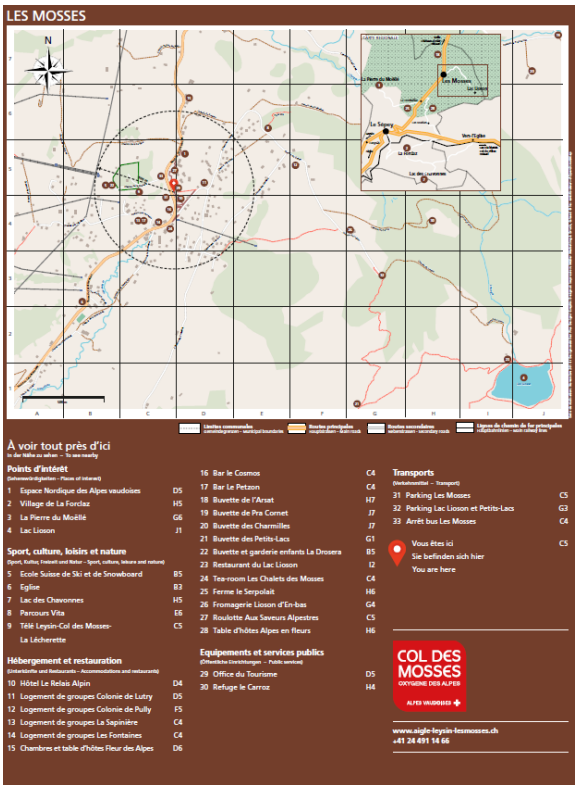
3. OLLON (VILLARS), PARKING DU RENDEZ-VOUS

Public-cible	Visiteurs arrivant à pied depuis les places de parc du parking du Rendez-vous.
Localisation	Sortie Sud du parking du Rendez-vous.
Modèle	N1a.
Contenu	
Remarque(s)	Des supports en métal visibles qui seront cachés par une plaque en bois en temps voulu.

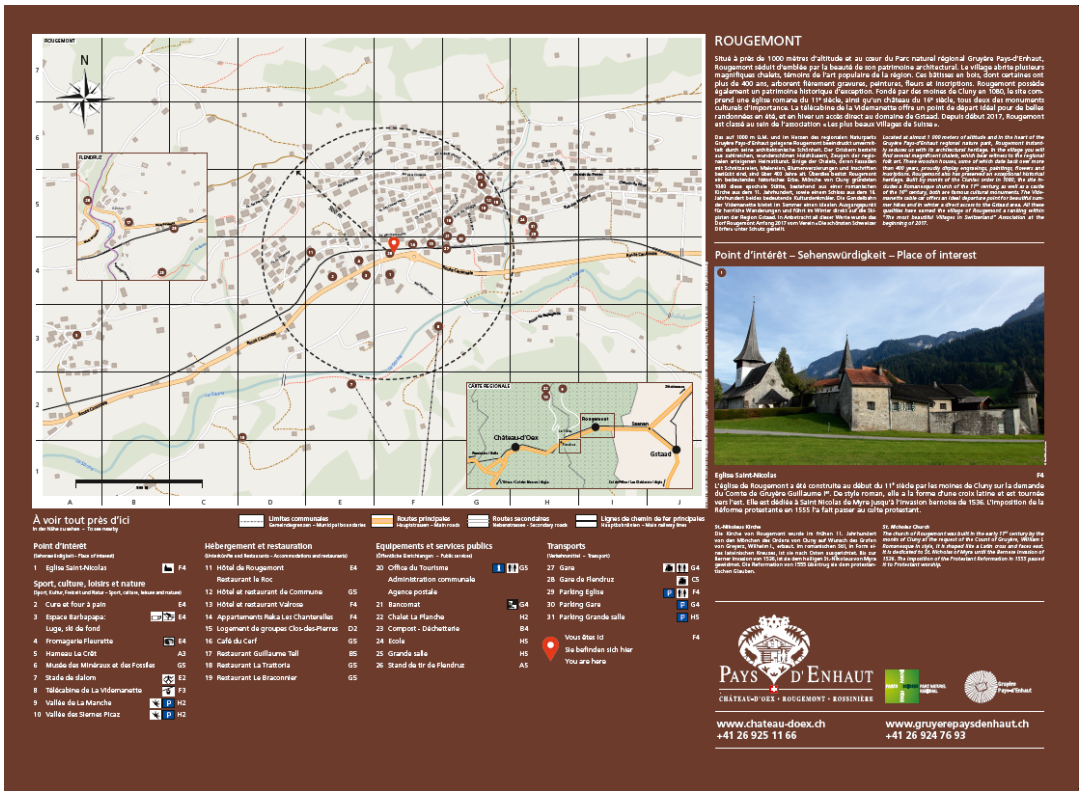
4. ORMONT-DESSOUS (LE SÉPEY), PLACE DU VILLAGE

Public-cible	Visiteurs arrivant à pied au centre du village.
Localisation	Centre de la place du Tilleul.
Modèle	N1a.
Contenu	
Remarque(s)	-

5. ORMONT-DESSOUS (LES MOSSES), OFFICE DU TOURISME

Public-cible	Visiteurs qui descendent des bus qui s'arrêtent au col des Mosses ou qui se rendent à l'Office du tourisme.
Localisation	A droite de l'entrée du bâtiment qui mène à l'Office du tourisme.
Modèle	N2b.
Contenu	
Remarque(s)	-

6. ROUGEMONT, PARKING DE L'EGLISE

Public-cible	Visiteurs arrivant à pied depuis les places de parc du parking de l'Eglise.
Localisation	Centre du parking de l'Eglise.
Modèle	N1b.
Contenu	
Remarque(s)	Le banc devra être déplacé à terme pour faciliter l'accès au panneau d'information.

7. ROUGEMONT, ADMINISTRATION COMMUNALE ET OFFICE DU TOURISME

Public-cible	Visiteurs arrivant à pied à l'Office du tourisme, à l'administration communale, à la poste ou au musée des minéraux et des fossiles.
Localisation	A droite de l'entrée du bâtiment.
Modèle	N2b.
Contenu	
Remarque(s)	-

2.3. Perception des panneaux à ce jour

Même s'il est difficile d'évaluer précisément l'impact des panneaux d'information sur la qualité du séjour des hôtes des Alpes vaudoises, il est possible à ce stade de la réflexion de faire les constats généraux suivants :

- Les objectifs de départ sont atteints :
  - Le choix des emplacements pour les panneaux-pilote est pertinent (présence de flux de piétons importants à proximité, bon niveau de visibilité).
  - Le design est personnalisé « Alpes vaudoises ».
  - Le design est modulable (plusieurs tailles de panneaux, orientation horizontale ou verticale des informations, aménagement sur pied ou mural).
  - Le contenu final correspond aux besoins des clients (information 24h/24, orientation) et des Offices du tourisme.
  - Le contenu pourra facilement être mis à jour sur le plan technique.
- Le résultat final est probant ; un constat relevé par plusieurs acteurs.
- Les panneaux s'intègrent parfaitement aux différents sites environnants (au milieu d'une place publique, contre une façade de bâtiment) ; notamment grâce au design du mobilier réalisé par des architectes spécialisés et à l'utilisation du bois qui se retrouve dans la région.
- Aucune réclamation n'a été reçue pour l'heure ; un constat positif qui montre que les panneaux sont bien adaptés et bien positionnés.

3. PRÉPARATION DES CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE – PHASE 2

La phase-pilote du projet étant terminée, une nouvelle phase opérationnelle est envisagée afin de finaliser l'objectif d'uniformisation des panneaux d'information pour piétons à l'échelle des Alpes vaudoises.

A ce stade de la réflexion, plusieurs conditions de mise en œuvre sont définies ; autant de recommandations à considérer pour le développement de tout nouveau panneau.

1. GOUVERNANCE ET ORGANISATION GÉNÉRALE DU PROJET

De manière générale, il est recommandé de reprendre le modèle de gouvernance établi pour la phase-pilote.

De manière plus spécifique, au niveau des mandataires en charge du développement graphique, deux variantes sont proposées :

1. Reprendre le mandataire Müller Marketing & Druck AG de la phase-pilote qui bénéficie d'une expérience privilégiée et des « templates » de base spécifiques au contenu des panneaux.
2. Faire appel à de nouveaux mandataires basés sur le territoire de la commune concernée, en s'assurant qu'ils disposent des compétences nécessaires et que les objectifs et enjeux du projet soient clairement explicités avant le début des travaux.

Concernant la production des panneaux, il est proposé de travailler avec le mandataire de la phase-pilote, le consortium Oguey – Flotron, qui a beaucoup investi lors de la phase de développement du projet (calibrage des machines, pertinence des matériaux utilisés, etc.) et qui de fait bénéficie d'une expérience privilégiée[6].

[6] Le fait de travailler avec un autre mandataire nécessiterait de passer à nouveau par la phase de réglages des machines, avec inévitablement des coûts supplémentaires relatif à la phase de production.

2. MOBILIER (DESIGN, MATÉRIAUX)

Au niveau du mobilier, le projet-pilote a permis de définir précisément le design général, la déclinaison en quatre modèles et les matériaux des panneaux d'information qu'il s'agit de reprendre pour tout autre nouveau panneau à développer sur le territoire des Alpes vaudoises.

3. CONTENU ET DÉVELOPPEMENT GRAPHIQUE

Globalement, le graphisme du contenu peut être développé sur la base des principes établis lors de la phase-pilote.

En outre, l'évaluation des panneaux-pilote souligne la nécessité d'ajuster quelques éléments. Il s'agit notamment :

- D'améliorer la carte régionale qui fait un peu « bricolage » ;
- D'augmenter les contrastes de la carte locale qui est un peu fade ;
- De styliser la rose des vents qui fait un peu « vieillotte » ;
- D'ajouter le logo des Alpes vaudoises comme marque « signature ».

4. EMPLACEMENTS

La définition des emplacements peut se faire sur la base des règles et principes définis dans le cadre du projet-pilote.

5. FINANCEMENT

Le modèle de financement du projet-pilote peut être repris ; un modèle qui nécessite :

- D'adresser une nouvelle demande au SPEI afin de formaliser la prise en charge de 50% des frais par l'Etat de Vaud, sur la base d'une estimation du nombre de panneaux restant à aménager ;
- De s'assurer que la part communale est garantie (budget ordinaire, budget spécial validé par le Conseil communal, soutien du fonds d'équipement touristique) ;
- Le cas échéant, de définir l'année de réalisation[7].

A terme, il est également recommandé de réfléchir aux coûts d'entretien et de modification du contenu.

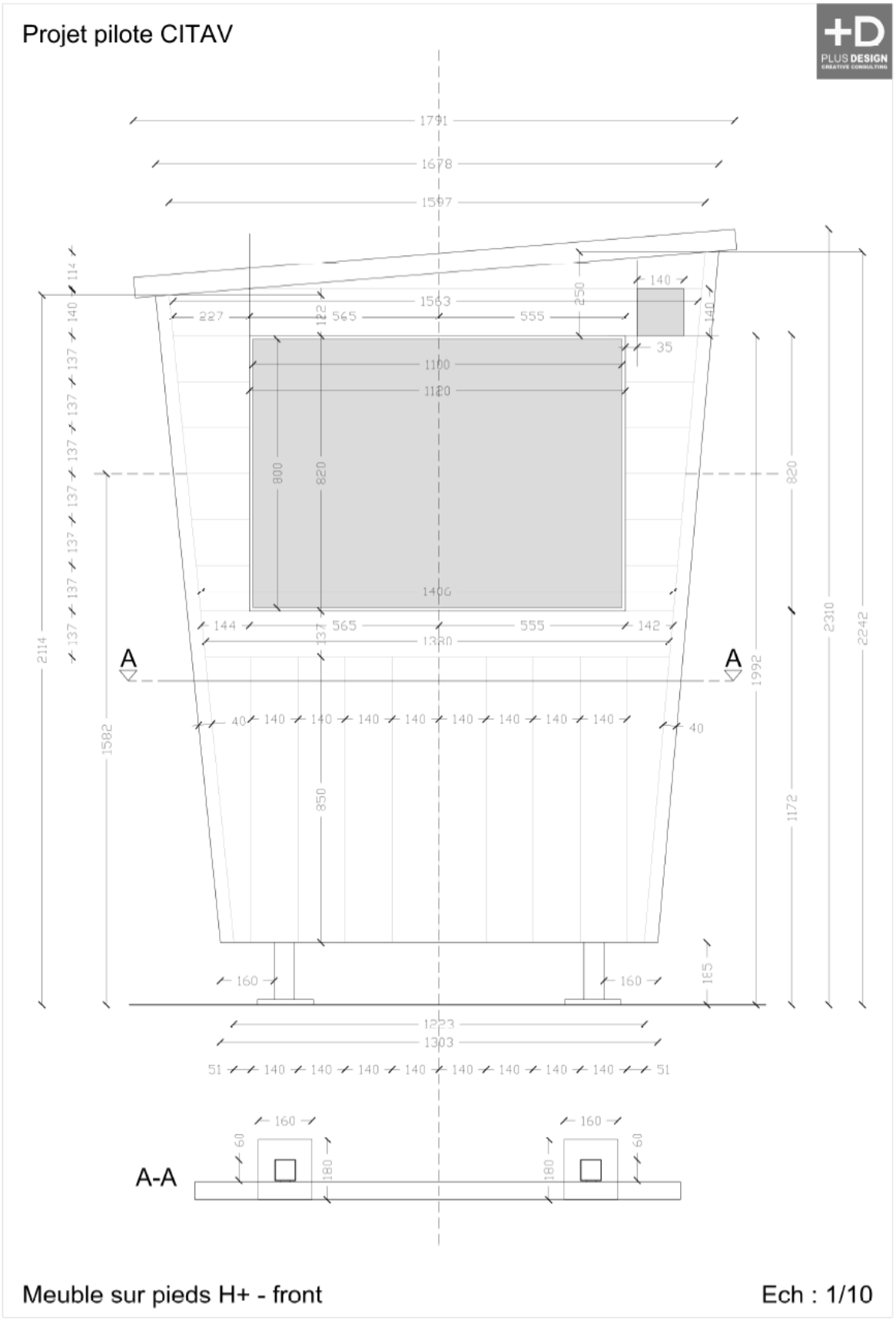
6. TRAVAUX (PRODUCTION, AMÉNAGEMENT)

Au niveau des travaux, il est recommandé de reprendre le modèle défini au terme du projet-pilote.

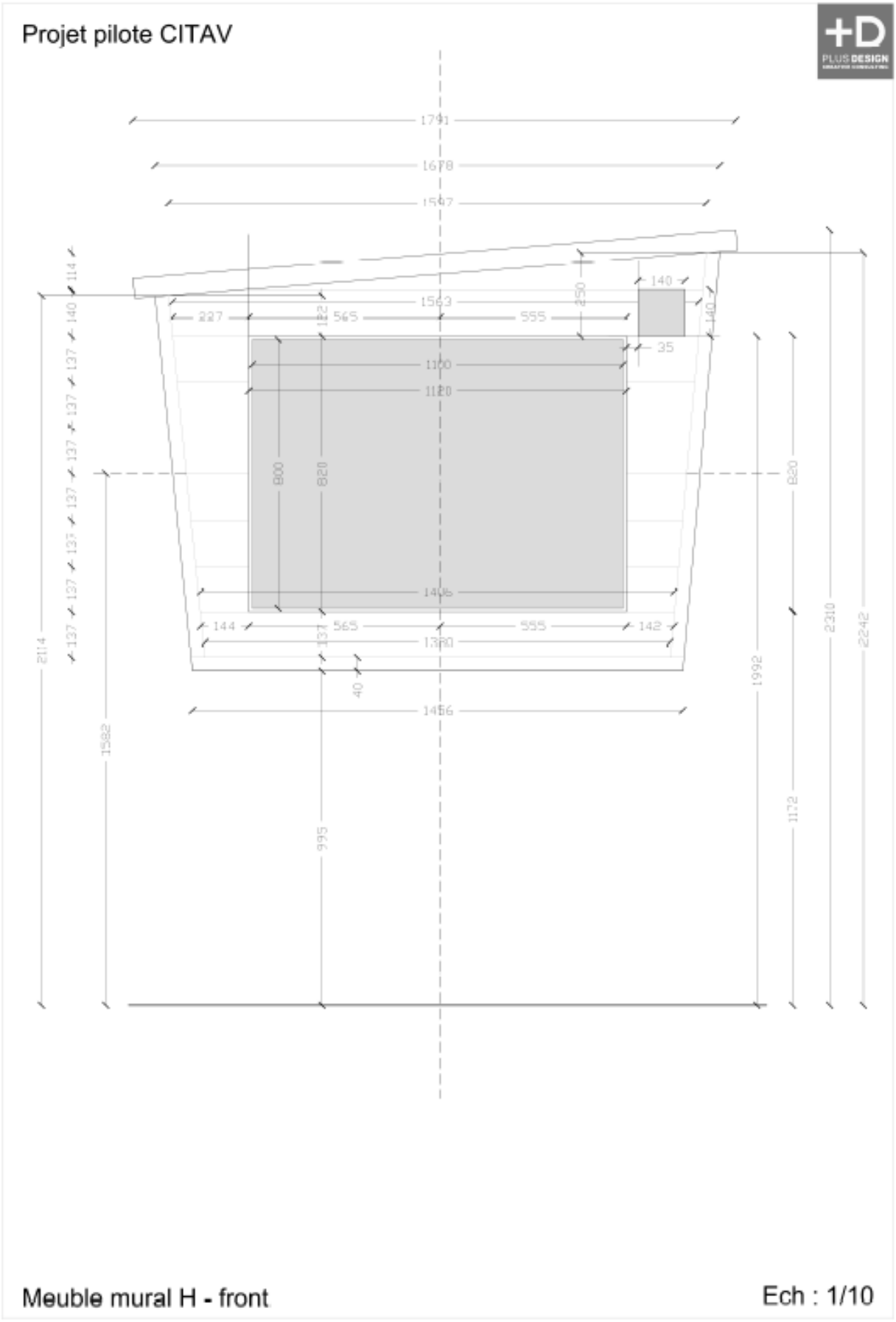
[7] Ex. : pas de financement en 2019 pour la pose de panneaux supplémentaires à Rougemont.

ANNEXE « DIMENSIONS DES PANNEAUX D'INFORMATION »

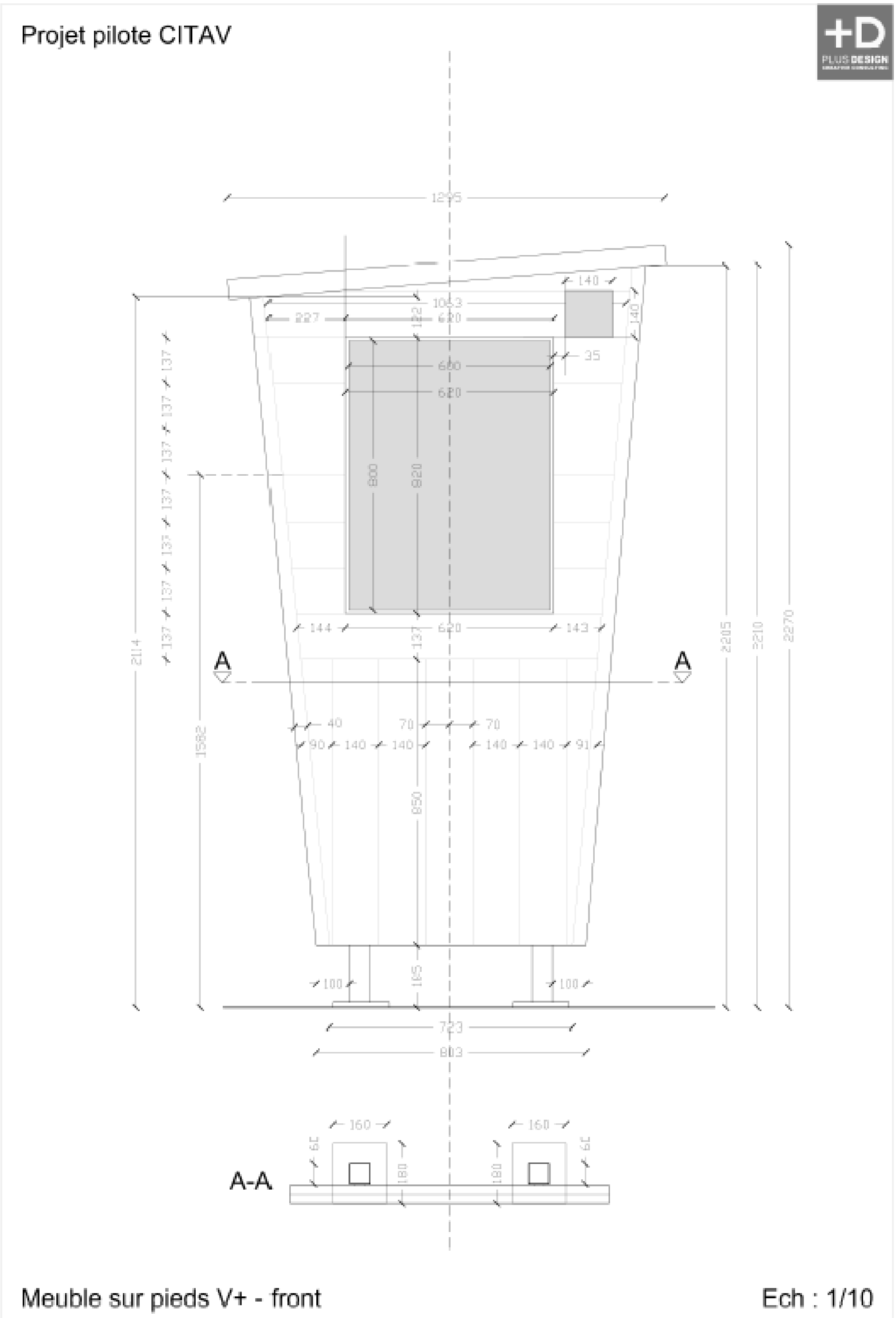
MODÈLE N1A



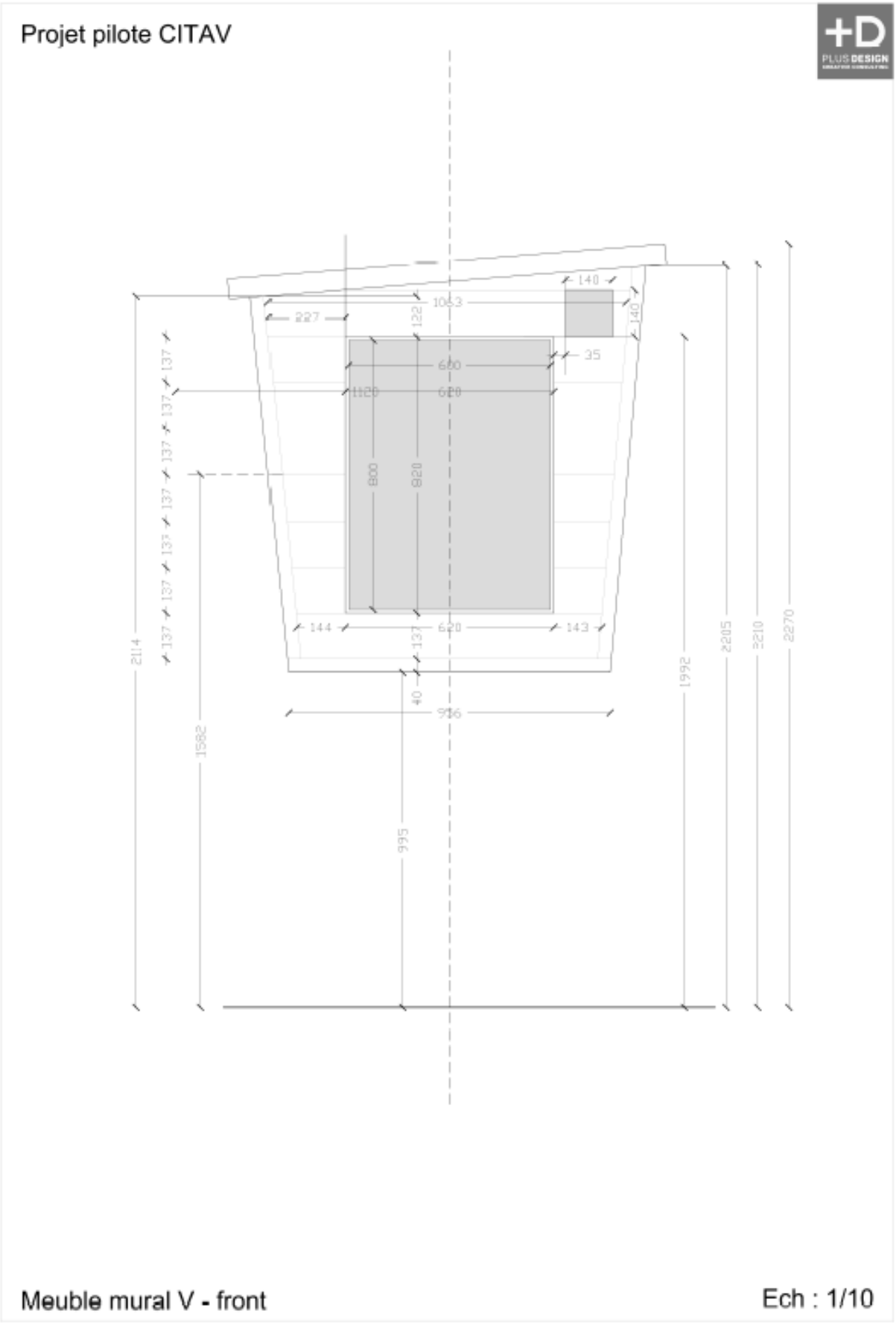
MODÈLE N1B


Projet pilote CITAV
+D
PLUS DESIGN
1791
1678
1547
1563
227
122
565
555
250
140
35
1100
1120
800
820
1406
144
137
565
555
142
1380
40
1456
1582
995
1992
1172
2310
2242
2114
Meuble mural H - front
Ech : 1/10

MODÈLE N2A


Projet pilote CITAV
+D
PLUS DESIGN
1295
140
1063
227
620
140
35
600
620
800
920
144
620
143
A
A
40
70
70
90
140
140
140
140
91
850
185
100
100
723
803
2114
1582
2205
2210
2270
160
160
A-A
180
180
Meuble sur pieds V+ - front
Ech : 1/10

MODÈLE N2B


Projet pilote CITAV
+D
PLUS DESIGN
140
1063
227
122
140
35
600
1120
620
137
800
820
144
620
143
2114
1582
40
956
995
1992
2205
2210
2270
Meuble mural V - front
Ech : 1/10