

## marketing urbain: une nouvelle politique pour promouvoir Lausanne et son centre-ville

La Municipalité de Lausanne souhaite mettre en place une véritable stratégie de marketing urbain afin de promouvoir la ville à l'étranger et en Suisse, mais également auprès de ses habitants. Un projet de City Management, élaboré par l'association DECLIC (Développement Economique du Commerce Lausannois et des Intérêts Communs), complétera cette nouvelle politique.

Depuis les années 90, la promotion de Lausanne en Suisse et à l'étranger est assurée par Lausanne Tourisme, pour l'aspect touristique, et par Lausanne Région et le DEWS (organe intercantonal de promotion économique pour la Suisse occidentale), pour l'aspect économique. Aujourd'hui, il apparaît que certains créneaux appellent des développements spécifiques.

Durant les vingt prochaines années, la population du canton devrait augmenter d'environ 5000 habitants par année. Pour faire face aux conséquences de cette croissance, la Municipalité de Lausanne poursuit depuis plusieurs années une politique visant à densifier les activités économiques et l'implantation de logements à proximité de transports publics, par exemple dans la perspective de l'ouverture du m2 et du nouveau réseau des tl en 2008.

Dans cette optique, la Municipalité estime nécessaire de redonner un rôle important à un centre-ville facilement accessible. Elle se propose d'intensifier la promotion de Lausanne par le biais d'une véritable stratégie de marketing urbain. Quatre pôles d'excellence ont été identifiés:

- **l'éducation et la recherche:** l'agglomération lausannoise accueille plusieurs écoles de réputation mondiale, telles que l'EPFL, l'UNIL, l'IMD ou l'Ecole hôtelière, et des pôles de recherche de pointe dans les sciences de la vie, les biotechnologies ou les télécommunications.
- **le sport:** la présence du Comité international olympique (CIO) et de nombreuses fédérations sportives internationales ainsi que le titre de capitale olympique confèrent à Lausanne un statut exceptionnel.
- **la culture:** l'offre culturelle à Lausanne se démarque par sa qualité et sa diversité, comme l'atteste la réputation internationale d'institutions telles le Bèjart Ballet Lausanne, le Théâtre Vidy-Lausanne, le Prix de Lausanne pour jeunes danseurs, l'Opéra de Lausanne ou l'Orchestre de chambre.
- **le développement durable et la qualité de vie:** la conception lausannoise de l'Agenda 21 est l'une des plus avancées d'Europe et la politique de développement durable qui en découle est également l'une des plus complètes.

Autour de ces thèmes, la Ville de Lausanne cherchera à développer des réseaux avec d'autres villes en Europe et dans le monde pour mieux se faire connaître. Auprès de ses habitants, elle intensifiera la promotion de ses services commerciaux et des produits du terroir. Un nouveau logo, reprenant les anneaux olympiques, sera créé et modulé pour chacun des quatre thèmes. Ce symbole, le seul à identifier Lausanne à l'échelon planétaire, a été choisi en accord avec le CIO.

---



La mise en œuvre de cette politique sera confiée au Service des études générales et relations extérieures (SEGRE) de la Ville, qui se chargera de la mise en valeur du logo, de la promotion auprès des habitants et de la coordination avec Lausanne Tourisme et l'association DECLIC. Un poste de responsable du marketing urbain sera créé au SEGRE. Un groupe de coordination, présidé par la Ville et composé de Lausanne Tourisme et de DECLIC, planifiera et évaluera les projets à mettre en œuvre.

### **le City Management**

Ce concept, développé par DECLIC, devra avant tout permettre le retour d'une partie du commerce au cœur de la ville en positionnant le centre par complémentarité avec les centres commerciaux de la périphérie. Le City Manager proposera des animations combinant activités de loisirs et activités commerciales. La Ville de Lausanne, DECLIC (au nom des associations membres soit l'Association des commerçants lausannoise (ACL), le Trade Club, les cafetiers, les hôteliers, la SIC et les parkings privés) et Lausanne Tourisme concerteront leurs efforts au sein de la future Fondation City Management Lausanne. Le financement du City Management dépendra d'une taxe prélevée à titre de charge de préférence sur le commerce lausannois et par une contribution annuelle de la Ville de 400'000 francs.

Administration générale et finances

**Pour tout renseignement complémentaire, prendre contact avec Daniel Brélaz, syndic de Lausanne, tél. 021 315 22 00**

*Le préavis n° 2006-51 se trouve sur internet à l'adresse : [www.lausanne.ch/preavis](http://www.lausanne.ch/preavis)*

Lausanne, le 10 octobre 2006