

# Rapport annuel 2022



<b>02</b>	<b>Messages</b>
<b>04</b>	<b>Présentation &amp; chiffres clés</b>
<b>06</b>	<b>Rayonnement événementiel</b>
<b>08</b>	<b>Montreux Riviera 2030</b>
<b>10</b>	<b>Information &amp; Réservation</b>
<b>12</b>	<b>Coordination</b>
<b>14</b>	<b>Marchés &amp; Convention Bureau</b>
<b>16</b>	<b>Rétrospective</b>
<b>18</b>	<b>Médias</b>
<b>20</b>	<b>Développement de produits</b>
<b>22</b>	<b>Communication &amp; campagnes</b>
<b>24</b>	<b>Web &amp; réseaux sociaux</b>
<b>26</b>	<b>Développement durable</b>
<b>28</b>	<b>Remerciements</b>
<b>30</b>	<b>Structure &amp; organisation</b>
<b>32</b>	<b>Comptes annuels &amp; annexes</b>

# Comme en suspension

En apesanteur à l'intérieur d'une capsule lancée à toute allure dans son tournoiement autour du globe, les astronautes observent avec acuité ce qui se présente à leurs yeux. Fascinés, ils vivent ce moment de lévitation, vertigineux, énigmatique et ambigu, tout en sachant que, bientôt, ils devront manœuvrer au plus fin pour poursuivre avec succès leur expédition spatiale.

Le voyage que poursuit la fusée de Montreux-Vevey Tourisme vit, comme un palier de décompression, un tournant semblable. En orbite devenue momentanément stationnaire, ses passagers peuvent contempler l'acquis – qui ne démerite pas – non sans se poser des questions sur l'itinéraire à suivre – les azimuts montrant une direction incertaine et encore fuyante.

La stratégie de vol a montré jusqu'à toute sa pertinence. Les résultats qui sont présentés à l'occasion de ce rapport annuel l'illustrent de manière remarquable. Car, malgré les turbulences, la satisfaction est de mise. Fréquentation événementielle, nuitées hôtelières, croissantes fidélités des hôtes helvétiques, séductions gastronomiques et œnologiques, tout concourt à confirmer la méthode qui préside au positionnement et à la promotion de la destination touris-

tique Montreux Riviera, porte d'entrée des visites lémaniques. Le vaisseau est conduit avec sûreté et efficacité. A n'en pas douter, il est doté d'une force et d'une envergure aptes à lui ouvrir des espaces encore plus lointains et plus ambitieux.

Mais, pour l'heure, l'alignement des planètes n'est pas complètement optimal. La constellation des circonstances géopolitiques, financières ou comportementales affole les boussoles. A l'exogène s'ajoute encore l'endogène. L'absence de l'oxygène – certes provisoire – infusé par l'offre de surfaces de congrès et de salles de spectacle, rayée de la carte régionale en raison de la fermeture temporaire, pour travaux, du 2m2c, rend la respiration organique de l'économie touristique et culturelle plus courte et difficile. Le souffle vient également à manquer en raison du repli de la voi-

sine balise de la promotion cantonale, toute à la révision de ses rouages, si bien qu'elle ne luit pas encore de l'éclat qui permettrait de se diriger avec assurance.

Pour autant, ces flottements et incertitudes ne sont pas de nature à instiller le doute. Montreux-Vevey Tourisme tiendra le cap. Les perspectives d'investissement très importants dans l'hôtellerie, les structures de congrès et les équipements ferroviaires sont autant de signes que la voie tracée est la bonne. Et le moteur que forment la direction et les équipes de l'Office du tourisme régional, tous ses partenaires, l'appui des collectivités publiques et de la Société des Hôteliers Montreux-Vevey-Riviera sont autant de puissants leviers qui permettront, avec une énergie communicative, d'atteindre des objectifs qui sont, à cet instant, comme en suspension.

François Margot  
Président  
Comité de Direction



**Climatique, humanitaires, énergétiques, économiques ou sanitaires: les crises ont marqué 2022 au fer rouge. Une année difficile née dans l'épuisement face au virus, l'incompréhension face à la guerre en Ukraine et qui s'est terminée dans l'angoisse de l'inflation... Le tout sur fond de dérèglements météorologiques devenus quasiment permanents.**

## **Merci à toutes et à tous de faire de Montreux Riviera un endroit véritablement à part.**



Christoph Sturny  
Directeur

Dans ce contexte pesant et face à un avenir peu lisible, on aurait pu craindre que le tourisme apparaisse comme un luxe particulièrement futile – ce qu'il est parfois – plutôt qu'une source bienvenue d'évasion et de plaisirs. Qu'en est-il sous nos latitudes? A en croire les chiffres de fréquentation au sein de notre destination, il semble que le besoin d'ailleurs soit resté une réalité bien tangible. En effet, avec un nombre de nuitées hôtelières proche de 700 000, l'intérêt porté à notre région dépasse amplement les prévisions du mois de janvier.

En se plongeant un peu plus dans les détails, on se doit de relever l'exceptionnelle proportion de visiteurs suisses dans ce total. Une part de marché bien supérieure à ce que l'on avait pu observer en 2019, millésime de choix qui avait su bénéficier de l'extraordinaire levier de la Fête des Vignerons! Alors au cours d'une année où il était globalement plus facile de planifier des vacances hors de nos frontières – par rapport à 2020 et 2021, cela va sans dire – ce constat fait chaud au cœur. Il souligne d'une part, et avec une grande clarté, le puissant magnétisme de notre destination, mais il montre aussi la pertinence des efforts promotionnels déployés par Montreux-Vevey Tourisme, spécialement à l'attention de nos voisins alémaniques.

Quand on met en perspective les troubles de l'époque et les résultats extrêmement probants de notre destination touristique, celle-ci apparaît soudain comme une sorte d'île paradisiaque préservée des turbulences extérieures.

Et s'il y a du vrai dans cette image fantasmée, nous le devons à l'engagement de nos membres, de nos partenaires publics et privés et des multiples groupes de travail auxquels Montreux-Vevey Tourisme a pris part. Nous le devons également à notre Comité de Direction et à son Président François Margot, ainsi qu'aux multiples talents des collaboratrices et collaborateurs qui composent notre organisation.

# Présentation & chiffres clés

Montreux-Vevey Tourisme (MVT) est un office du tourisme régional qui a pour but de favoriser le développement et promouvoir le tourisme dans sa région: Montreux Riviera. Celle-ci comprend un total de 16 communes qui s'étendent de Lutry à Villeneuve et se répartissent sur trois districts.

## MVT et Montreux Riviera

Montreux Riviera est la marque gérée par MVT et désigne l'ensemble de la destination qui s'étend de Villeneuve à Lutry. Ainsi, le logo, les brochures et toutes les publications font référence à Montreux Riviera, mais l'entreprise est inscrite au registre du commerce en tant qu'association sous le nom de Montreux-Vevey Tourisme

## 375 membres cotisants

Restaurateurs ou commerçants, sociétés ou entreprises, particuliers ou associations à but non lucratif: les membres de MVT forment un ensemble représentatif du tissu économique régional. Ils sont à la fois le visage de la destination et un soutien indispensable à l'équilibre financier de l'office du tourisme. Merci à eux!

## 3 Districts

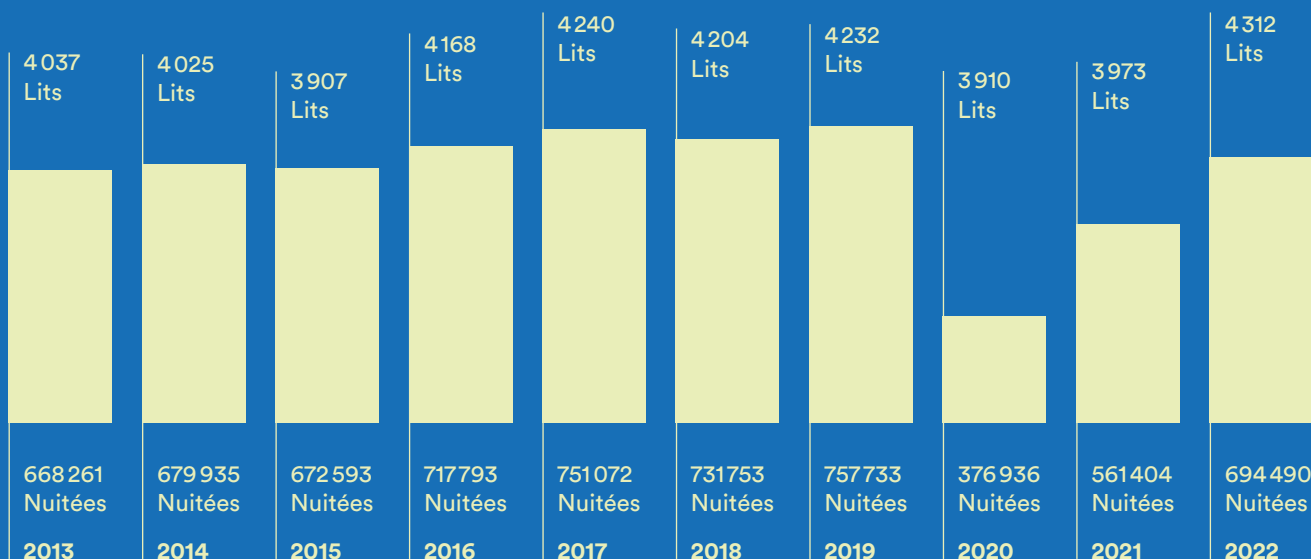
**Lavaux-Oron:** Lutry, Bourg-en-Lavaux, Puidoux, Chexbres, Rivaz, St-Saphorin

**Riviera-Pays d'Enhaut:** Chardonne, Corseaux, Jongny, Corsier, Vevey, Blonay-St-Légier, la Tour-de-Peilz, Montreux, Veytaux

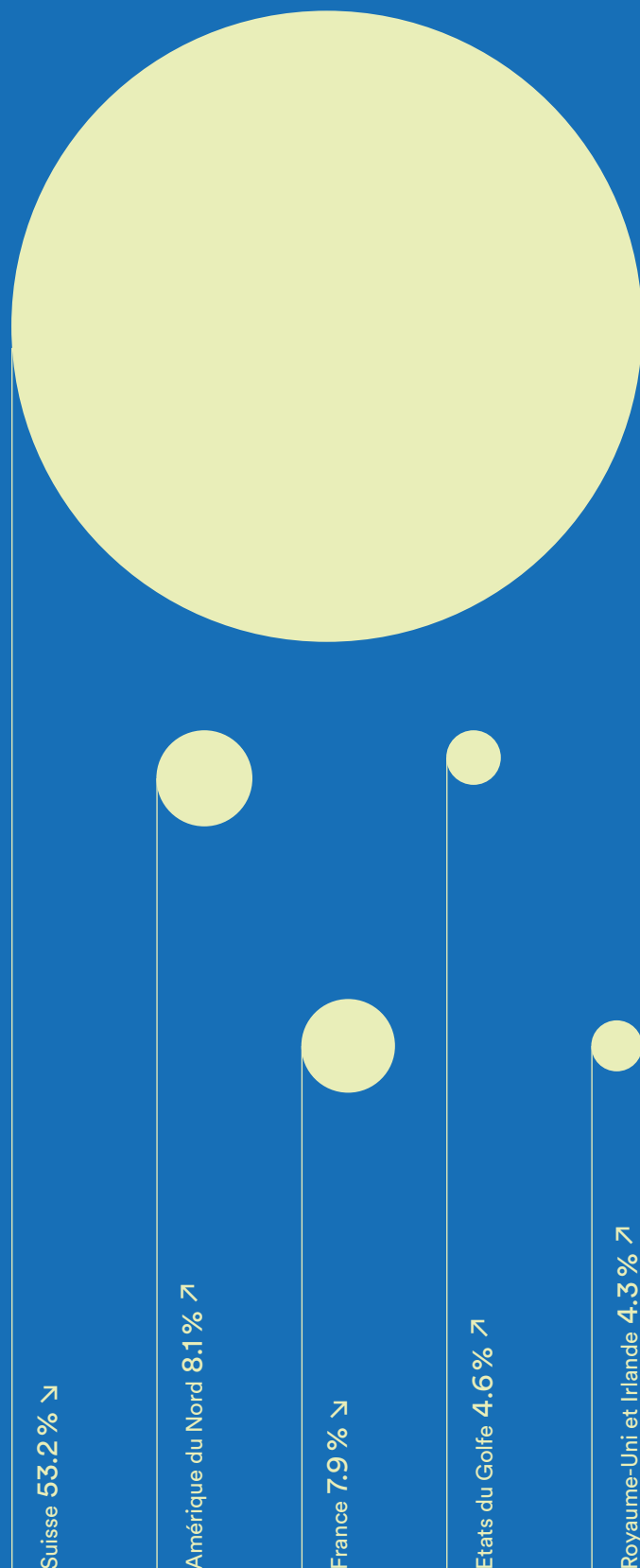
**Aigle:** Villeneuve

**375** membres cotisants nous font confiance. Pourquoi pas vous?

# Évolution des nuitées et de la capacité hôtelière à Montreux Riviera



## Top 5 des nuitées par marchés



## Taux d'occupation des chambres ↗

50 %

## Durée moyenne de séjour ↘

1.93 jours

## Évolution des nuitées dans la région ↗

23.7 %

# Rayonnement événementiel

Si tout n'a pas été simple pour les organisateurs de manifestations, loin s'en faut, 2022 a été synonyme de retour en grâce pour nombre d'événements qui font le sel d'une destination comme Montreux Riviera. Entre nouveautés, records de fréquentation et bonheur de se retrouver pour vibrer à l'unisson, voici un tour d'horizon chronologique et non exhaustif des événements qui ont marqués l'année de leur empreinte.

## Cully Jazz Festival 1.4-9.4

Dans un contexte encore fortement marqué par les restrictions sanitaires, le Cully Jazz a été l'un des – si ce n'est le – premiers à donner véritablement corps à l'idée de «retour à la normale». Et le moins que l'on puisse dire, c'est que le public a répondu présent: avec 92% de remplissage pour les concerts payants et 48 000 spectateurs cumulés, l'affluence a largement dépassé les attentes les plus optimistes des organisateurs. Seule fausse note, une météo extrêmement capricieuse.

## Vibiscum 10.6-11.6

Imaginé et monté en l'espace de 3 mois par le président du club de football de Vevey, le tout nouveau Vibiscum Festival est venu surprendre son monde peu avant l'été avec une programmation éclectique de 14 concerts – dont le mythique groupe de rap IAM – répartis sur 2 jours. Le défi était de taille, mais la magie a bel et bien opéré puisque le Jardin du Rivage, théâtre des événements, a rassemblé 6 000 personnes. Pas mal pour une première!

## Montreux Jazz Festival 1.7-16.7

Événement emblématique de l'été, le Montreux Jazz Festival a retrouvé en 2022 toute sa plénitude. De l'Auditorium Stravinski au Miles Davis Hall, de la scène off repensée à la toute nouvelle Lake House, en passant par les innombrables possibilités de restauration, cette 56<sup>e</sup> édition est parvenue à ravir un peu plus de 250 000 visages. Satisfaction pour MVT également avec la présence de 266 invités dans son espace VIP ainsi que 28 journalistes internationaux.





## 2022 c'était aussi...

- Polymanga | 15.4-18.4
- CDM des Tracassets | 30.4
- Epesses en Fête | 7.5
- PictoBello | 11.6-26.6
- Lavaux Classic | 17.6-26.6
- Montreux Trail Festival | 29.7-31.7
- Animai | 15.8-18.8
- Festival International des Artistes de Rue | 19.8-21.8
- Acroshow | 19.8-21.8

- Nox Orae | 26.8-27.8
- Freddie Celebration Days | 2.9-5.9
- Le Septembre Musical | 19.9-29.9
- Run mate | 24.9-25.9
- Le Bout du Monde | 13.10-15.10
- VIFFF | 27.10-30.10
- En famille aux musées | 5.11-6.11
- La Foire de la St-Martin | 7.11-8.11
- Montreux Art Gallery | 9.11-13.11
- Montreux Comedy | 23.11-3.12

## Et c'était encore...

- Le Théâtre Le Reflet
- La Saison Culturelle
- Le Théâtre Montreux Riviera

- Les Marchés Folkloriques
- Le Café-Théâtre de l'Odéon
- Des dizaines d'expos

## Festival Images 3.9-25.9

C'est sur le thème des retrouvailles et des liens que la photographie s'est emparée des rues de Vevey en septembre. Intitulée «Together. La vie ensemble», cette 8<sup>e</sup> édition a permis de découvrir les œuvres inédites de 50 artistes disséminées en extérieur ou dans des lieux emblématiques de la ville. Une formule qui plaît de plus en plus, en témoignent les 250 000 entrées cumulées en intérieur – nouveau record –, un passage remarqué dans l'émission de TMC Quotidien et une publication TikTok vue par 3 200 000 personnes.

## Le Chat déambule 6.10-28.2

Surprise de l'année, l'exposition itinérante «Le Chat déambule» est venue poser ses pattes sur les quais de Montreux. Dès l'automne, un cortège d'une vingtaine de matous géants en bronze ont ainsi pris place entre le Fort de Chillon et le parc Vernex sous la houlette de Philippe Geluck, créateur du Chat que l'on ne présente plus. Une œuvre et un artiste qui ont également fait un détour par le Montreux Art Gallery et Montreux Noël, preuve irréfutable que félins et artiste apprécient les charmes de la région.

## Montreux Noël 18.11-24.12

Mi-novembre déjà, la magie de Noël prenait ses quartiers sur les rives montreuysiennes du Léman. Une semaine supplémentaire inédite pour les 150 chalets installés sur les quais et le désormais célèbre Père Noël volant dont le succès ne cesse de croître auprès du public et des réseaux sociaux. Après une édition 2021 remaniée, Montreux Noël a pu retrouver toute sa dimension pour le plus grand plaisir des quelque 600 000 visiteurs comptabilisés en 2022. Un nouveau record!



# Montreux Riviera 2030

Documents complets et vidéo  
Montreux Riviera 2030 disponibles  
sur [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com)

## 3 objectifs

Le but: positionner Montreux Riviera comme la porte d'entrée incontournable de la Suisse romande, notamment auprès de nos voisins alémaniques, marché plus prioritaire que jamais.

### <sup>1</sup> Positionner Montreux Riviera comme le «Romandie check-in»

### <sup>2</sup> Augmenter la durée de séjour des hôtes

### <sup>3</sup> Favoriser un tourisme qualitatif et durable

Afin de mieux répondre aux évolutions globales de la société et aux habitudes de voyage des visiteurs du monde entier, MVT a entamé dès 2020 une réorientation de sa stratégie baptisée Montreux Riviera 2030. Un travail de fond mené en partenariat avec l'agence Schmid Pelli & Partner ainsi qu'un groupe d'experts externes qui vise également à mieux mettre en valeur les atouts de la destination.

## 13 flux touristiques

Le concept des flux touristiques est basé sur la segmentation des profils de visiteurs. Une façon de cerner la demande qui doit servir à mieux articuler et mieux personnaliser l'offre touristique de la destination.

## Loisirs



Voyageurs  
culturels



Visiteurs  
d'événements



Vin & gastronomie  
aficionados



Expats &  
étudiants



Touristes  
d'attractions



Slow  
tourers



International  
tourers



Hôtes  
bien-être



Patients en  
médecine



Voyageurs  
d'affaires



organiseurs  
d'incentives



organiseurs  
de séminaires



organiseurs  
de congrès

## Affaires

## Tenants et aboutissants

L'approche basée sur les domaines d'activités stratégiques (DAS) fait place à une logique de flux de visiteurs composée de 13 profils distincts. Du côté de la promotion, une place de choix est accordée aux icônes que sont Lavaux, le lac Léman, le Château de Chillon et le Montreux Jazz Festival. Quatre emblèmes distinctifs qui portent en eux la quintessence de la région: beauté des paysages, diversité des expériences et, surtout, un tourisme de qualité à forte valeur ajoutée.

Pleinement déployée en 2022, Montreux Riviera 2030 s'accorde également avec la re-définition stratégique dévoilée fin 2021 par Promove. Ce rapprochement entre les deux institutions constitue un socle robuste et pertinent qui doit aussi servir à renforcer le poids des intérêts économique-touristiques auprès des autorités communales.

### 4 icônes

Une image efficace se reconnaît entre autres à sa lisibilité. Dans cette optique, Montreux Riviera 2030 préconise de concentrer les efforts de promotion sur 4 piliers identifiables, percutants et emblématiques.



#### <sup>1</sup> Lavaux



#### <sup>2</sup> Le lac Léman



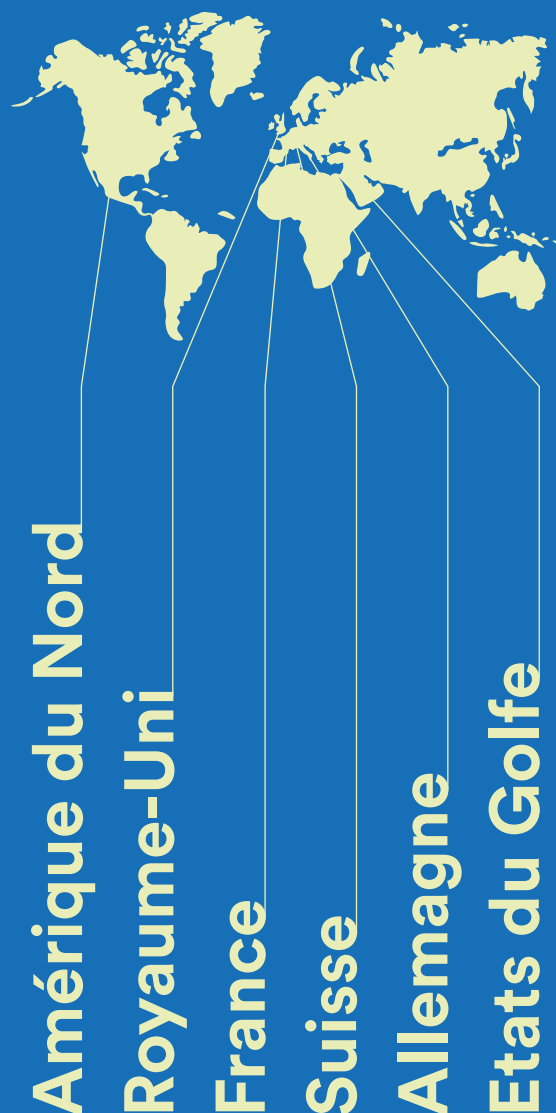
#### <sup>3</sup> Le Château de Chillon



#### <sup>3</sup> Le Montreux Jazz Festival

### 6 marchés prioritaires

En complément à cette approche de flux, la stratégie Montreux Riviera 2030 se focalise sur une sélection de marchés désignés comme prioritaires. Ceux-ci peuvent naturellement évoluer au cours du temps en fonction des risques et des opportunités.



Véritable point de contact entre les visiteurs et la destination, le département Information & Réservation de MVT recouvre un important panel d'activités: renseignements, envoi de documents touristiques, gestion de l'hébergement des groupes et des congressistes, création d'offres spéciales, classification des logements de vacances, billetterie ou encore ventes diverses aux touristes et aux indigènes.

## Information & Réservation

### Le point sur les «i»

Réparties entre les bureaux d'information – points «i» pour les intimes – de Villeneuve, Montreux, Vevey, Chexbres et Cully, 10 collaboratrices (7.3 EPT) de MVT ont pour mission principale d'accueillir les visiteurs curieux de découvrir les splendeurs de la région. Entre conseils, itinéraires et bonnes adresses, l'équipe des points «i» a distillé ses précieuses connaissances à un peu plus de 55 000 personnes en 2022, sans compter le traitement d'innombrables mails et la tenue d'une permanence téléphonique 7 jours sur 7. Un grand merci aux équipes, mais aussi aux points «i» partenaires de Glion et Lutry.

### Qui est TOMAS?

Acronyme de Touristic Online Management System, TOMAS est la plateforme de réservation informatique utilisé par les points «i» et le Booking Centre de MVT. Cette plateforme sert non seulement à gérer les demandes d'hébergement (individuels, groupes et congrès), mais elle est aussi un canal de vente pour les forfaits hôteliers, les visites guidées et les expériences touristiques. En 2022, un important travail d'optimisation a été entrepris par le Booking Centre afin de rendre TOMAS plus fluide, clair et agréable pour les internautes.

### Tenir la ligne

Centre névralgique des transactions en ligne sur [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com), TOMAS a généré près d'un million de francs de CA en 2022. En observant le détail, on note que 80 % de ce montant provient assez logiquement des groupes et des congrès. Le solde se répartit ensuite essentiellement entre les forfaits hôteliers, Lavaux Panoramic, Montreux Noël (et plus précisément les quelques semaines de Light On Ice début 2022), le concert Art'emporel et les visites guidées de LPm.

**«Le personnel d'hôtel, tout comme les habitants, sont faciles à vivre et heureux d'aider les touristes venus du monde entier.»**



**55 000**  
**personnes**

accueillies dans les points «i»

**CHF**  
**800 000.-**

CA TOMAS congrès et groupes

**CHF**  
**145 000.-**

CA TOMAS expériences et visites

# Coordination

## Réinvestir dans la culture

MVT siège à la CITS avec une voix consultative tout en assurant un rôle de coordination avec les organisateurs d'événements. La mission du coordinateur consiste entre autres à réceptionner les demandes de subventions afin d'établir les dossiers qui sont ensuite traités en séance. Au cours d'une année qui a vu renaître le secteur de l'événementiel, la CITS a accepté 82 dossiers et accordé une enveloppe globale de CHF 1100 000.– en subventions.

## A la page

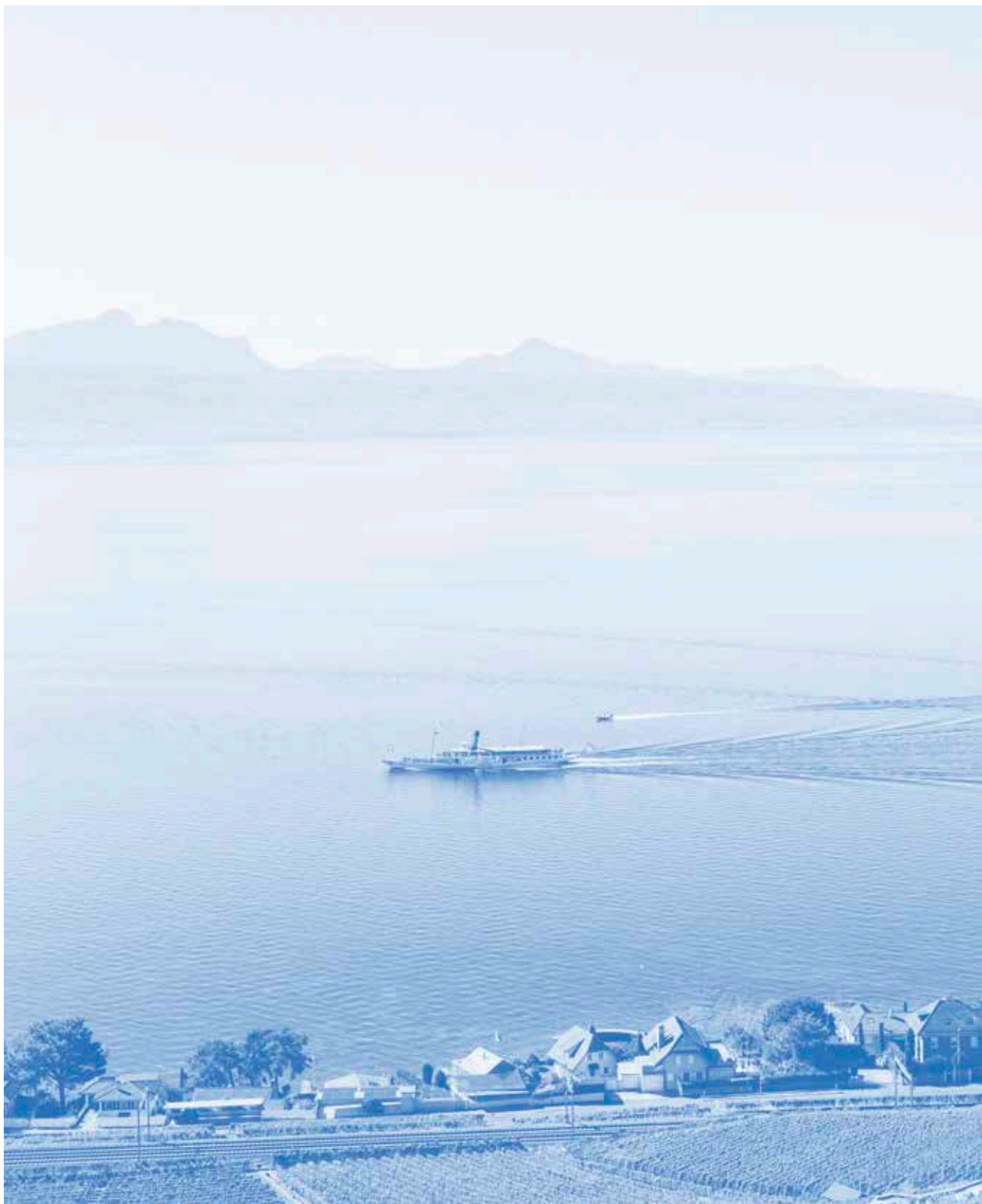
Fruit d'une étroite collaboration entre le Service Culturel de la Ville de Vevey et MVT, l'Agenda Riviera présente les manifestations et événements de la région à un rythme bimestriel. MVT entretient le lien avec les organisateurs tout en assurant la relecture des textes pour la version numérique disponible sur montreuxriviera.com et pour l'agenda papier distribué l'année dernière à 6 reprises aux quelque 50 000 ménages de la Riviera.

## Bien plus qu'une carte

Intégralement financée par la taxe de séjour, la MRC est un cadeau offrant gratuités et réductions diverses à chaque visiteur passant une nuitée dans un établissement situé entre Villeneuve et Vevey. La gestion de ce service fait partie des tâches de coordination effectuées par MVT au sein de la CITS, tout comme l'établissement de conventions avec les partenaires MRC, la tenue des statistiques et les décomptes d'utilisation des cartes. Fin 2022, on dénombrait ainsi un total de 260 000 MRC remises à nos visiteurs.

**«Un voyage dans la dimension la plus hédoniste et la plus cultivée de la nation des records inattendus.»**





**82 dossiers  
CITS**

acceptés

**CHF  
1100 000.–**

total des subventions CITS

**260 000  
MRC**

distribuées

Renforcer l'image de la région auprès des professionnels du tourisme de loisirs et du tourisme d'affaires, telle est la mission principale du département Marchés & Convention Bureau. En étroite collaboration avec le Booking Centre, il a aussi la tâche de planifier et d'organiser la réception de la clientèle potentielle ou effective. Tout comme de représenter les atouts de Montreux Riviera lors d'événements en Suisse et à l'étranger.

«Ici, à Montreux, l'idée qu'une légende ne meurt jamais est un sentiment internationalement partagé.»

Antipode Mook

## Marchés

### Le souffle de la reprise

Après 2 longues années à éprouver les joies du travail à distance, 2022 a sonné la reprise des salons touristiques. De Londres à Cannes, en passant par Zurich ou St-Moritz, MVT a participé à 8 événements professionnels nationaux ou internationaux – dont les nouveaux workshops Brésil et USA de ST. Un retour au présentiel qui s'est traduit par un total de 1500 rencontres avec des clients. Du côté réceptif, MVT a pris soin d'organiser 47 fam trips au sein de la destination pour accueillir par moins de 398 professionnels du voyage.

### Parfum d'Orient

Marché stratégique pour la destination, le Moyen-Orient a fait l'objet de plusieurs attentions au cours de l'année. A commencer par le Discover Europe Travel Summit, du 6 au 9 mai, qui a réuni une centaine de clients à Dubaï. A Montreux Riviera ensuite, du 18 au 20 septembre, avec la tenue du GCC Workshop rassemblant 68 agences sélectionnées par ST et 90 professionnels suisses. Et enfin mi-novembre grâce au Switzerland Travel Experience organisé par ST à travers toute la péninsule arabe et qui a permis à MVT de promouvoir la destination auprès de 700 clients.

### Rencontrer les meilleures

Retour au premier plan pour les Montreux Riviera Meets, une formule imaginée par MVT et financée par la SHMV (Société des Hôteliers Montreux Vevey Riviera) pour qu'hôteliers et représentants de la destination puissent aller à la rencontre d'agences touristiques ou événementielles de référence. En 2022, 3 événements sur mesure ont ainsi été organisés à Genève (14 septembre), Paris (18 octobre) et Zurich (17 novembre) dans des lieux emblématiques pour un total de 80 clients. De quoi remplir le carnet d'adresses et poser les bases de collaborations fructueuses.

8  
salons

touristiques

47  
fam trips\*

\*voyages de familiarisation

1917  
rencontres

professionnelles





## Convention Bureau

### Le retour des congrès

Belle année pour le secteur du tourisme d'affaires à Montreux Riviera! En effet, après 2 années désespérément blanches, MVT a pu reprendre l'organisation de congrès. L'entreprise française Colas, la commission internationale du sauvetage alpin (ICAR) ou encore la rencontre médicale de pointe IHE Connectathon, toutes ont choisi Montreux Riviera et le 2m2c pour renouer avec des rassemblements bien tangibles. Une confiance qui se chiffre à hauteur de 4167 nuitées réservées via le Booking Centre de MVT et 500 francs de retombées économiques par personne et par jour.

### L'art de recevoir

En collaboration avec SCIB et VP, mais aussi grâce au soutien de la SHMV, Montreux Riviera a eu l'opportunité d'accueillir 2 événements phares du tourisme d'affaires: le Site Incentive Summit Europe (13-15 mars) et le Meeting Trophy (17-18 juin). Entre dégustation en Lavaux, atelier chocolat, découverte du patrimoine musical de Montreux et soirées aux chalets de Claude Nobs, à Chillon ou à Chaplin's World, les programmes n'ont pas manqué de ravir les quelque 145 spécialistes des incentives et séminaires conviés à découvrir la région.

### Un réseau d'ambassadeurs

Faire rayonner la destination et contribuer activement à l'organisation d'un événement professionnel (conférence, colloque, séminaire, ...) dans la région: telles sont les tâches qui incombent aux 26 personnalités ayant décidé de rejoindre le programme «Ambassadeurs» inauguré le 15 septembre par LMC. Actifs et reconnus dans les domaines les plus variés de la science, de la médecine, de l'économie, de la culture ou du sport, ces figures de proue sont appelées à développer encore davantage l'attrait de Lausanne et Montreux sur un segment très concurrentiel.

**10 150**  
**nuitées**

liées aux congrès

**42 % des**  
**nuitées**

gérées par le Booking Centre

**CHF**  
**5 000 000.-**

en retombées économiques

# Rétrospective 2022

Passage en revue rapide et tout à fait subjectif des informations qui ont émaillé l'année dans la région, le pays et le monde.



## Tous à la maison

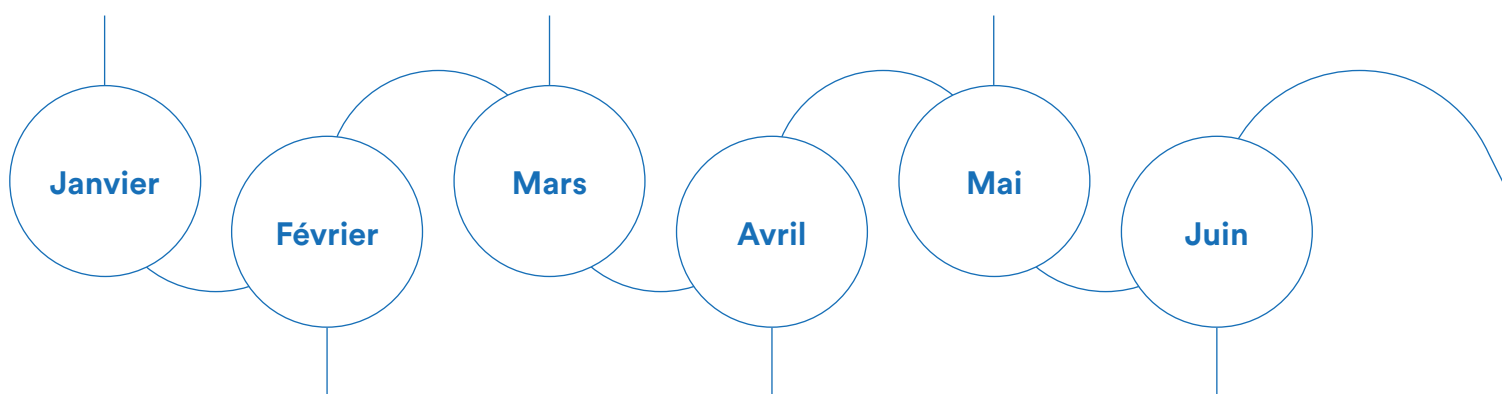
Les employés de bureau de tout le pays se voient dans l'obligation de prolonger leur expérience plus ou moins heureuse avec le télétravail pour cause de variant Omicron. Dans le sud-est des Etats-Unis, la population reste également au chaud en raison d'une violente tempête de neige.

## Il n'y a plus de saisons

Météo suisse évoque un mois «très ensoleillé et extrêmement peu pluvieux en Suisse». Des conditions idéales pour le 20<sup>e</sup> Erika Hess Open organisé aux Pléiades qui, à une dizaine de jours près, échappe au nuage de sable saharien venu prendre des vacances sous nos latitudes.

## Vertiges stellaires

L'Event Horizon Telescope dévoile le 12 mai la toute première image de Sagittarius A\*, trou noir supermassif au centre de notre galaxie. Dix jours plus tard, sur Terre, la parade navale de la CGN sème d'innombrables étoiles dans les yeux des 7 000 spectateurs massés sur les quais.



## Guerre en Europe

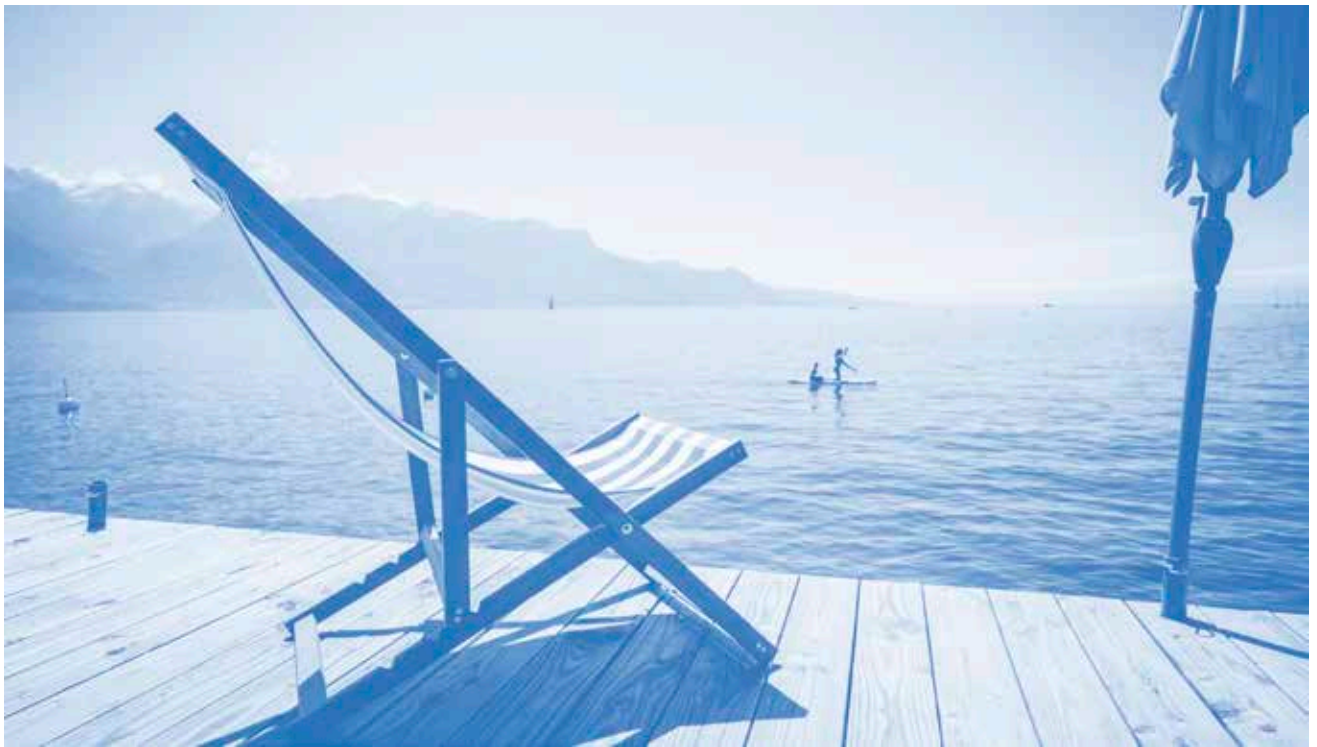
Quatre jours après les XXIV<sup>es</sup> Jeux Olympiques d'hiver de Pékin, du 4 au 20 février, Vladimir Poutine décide d'entrer en conflit ouvert avec l'Ukraine. Les 14 médailles de la délégation suisse semblent tout à coup bien dérisoires face à la guerre d'agression menée par la Russie.

## Un air démocratique

Le Cully Jazz Festival est revenu en force du 1<sup>er</sup> au 9 avril avec une 39<sup>e</sup> édition marquée par un très beau succès populaire (détails en page 8). Le dernier jour du festival était également synonyme d'élections: cantonales en terres vaudoises et présidentielles chez nos voisins français.

## Carpe diem

Dolce Riviera s'empare des rives de La Tour-de-Peilz et Vevey. Première édition pour le Vibiscum Festival qui fait venir le groupe IAM au Jardin du Rivage. Ambiance festive également au Rallye cantonal des Jeunesses, aux Fêtes de Blonay et à l'occasion des 70 ans de règne d'Elisabeth II.



### Petite reine et grands vins

Les températures s'affolent, ce qui explique la pénurie de bières qui frappe les derniers jours d'un Montreux Jazz Festival pleinement retrouvé. Pas de quoi perturber le peloton du Tour de France, de passage dans la région, ni Serge Diserens, devenu Champion du Monde du Chasselas pour la 2<sup>e</sup> fois.

### God save the King

Deux mois après son jubilé, la reine Elisabeth trépassse et cède le trône britannique à son fils Charles. Manifestement ému, Roger Federer annonce sa retraite sportive dans la foule tout en gardant quelques larmes en réserve pour sa dernière apparition en compétition officielle, le 23.

### Mieux vaut en rire

Coup d'envoi de la coupe du monde de foot au Qatar avec «la meilleure équipe de Suisse de l'histoire». Humour toujours avec le 33<sup>e</sup> Montreux Comedy Festival qui attire 20 800 spectateurs, un nouveau record. Une conséquence de la population mondiale qui franchit la barre des 8 milliards?

Juillet

Août

Sept.

Octobre

Nov

Déc.

### Vol libre

Une perquisition est menée par le FBI le 8 août dans une propriété de Donald Trump. En cause, des milliers de documents confidentiels que l'ancien président aurait dû restituer. A Ville-neuve, une douce euphorie s'empare des cieus avec le retour d'Acroshow. Deux facons de concevoir le vol libre.

### Titi et Grosminet

L'exposition itinérante de Philippe Geluck «Le Chat déambule» s'installe à Montreux pour 4 mois. De l'autre côté de l'Atlantique, Elon Musk s'offre Twitter pour la bagatelle de \$ 44 milliards tandis que le succès de «Mid-nights», dernier album de Taylor Swift, provoque des pannes sur Spotify.

### Frisson de la nouveauté

Le 7 décembre, Albert Rösti et Elisabeth Baume-Schneider accèdent au Conseil fédéral. Quatre jours plus tard, le GoldenPass Express – qui relie Montreux à Interlaken – est inauguré. En fin d'année, l'app ChatGPT dévoile ses capacités glaçantes en matière de création de contenus. Brrrr!

**TV, radio, presse écrite, web et réseaux sociaux, le travail des médias agit comme un véritable multiplicateur pour développer la visibilité et la notoriété de Montreux Riviera à travers le monde. Et cela passe notamment par le soin accordé à l'accueil des journalistes, raison pour laquelle MVT s'attache à leur concocter des programmes ciblés en fonction de leurs intérêts et de l'actualité de la destination.**

## Médias

### L'Amérique

Triple opération de séduction en direction des Etats-Unis avec la réception fin avril, entre Lausanne et Montreux Riviera, de Travel Classics – événement réunissant chaque année une centaine d'écrivains, d'éditeurs et de journalistes pour lesquels MVT a organisé des visites de presse sur mesure – puis l'accueil début juillet, grâce à ST, du chef cuisinier aux 670 000 followers Instagram Marcus Samuelsson et, enfin, la venue de l'émission Curious Traveler pour le tournage d'un épisode dont la diffusion est prévue à l'été 2023 pour les 650 000 téléspectateurs hebdomadaires de la chaîne PBS.

### Un train d'avance

Le jeudi 1<sup>er</sup> décembre, médias suisses et internationaux ont répondu en masse à l'invitation du MOB. Au menu de la journée, un trajet en avant-première à bord du tout nouveau GoldenPass Express reliant Montreux à Interlaken sans changement de train. Une prouesse technique mais aussi un formidable produit capable de relier deux hauts lieux touristiques dans le confort et la simplicité. Ce que n'ont pas manqué de souligner les journalistes du Telegraph, du Times, du Guardian, du Figaro ou encore du Dauphiné Libéré.

### 4 millions de Français

C'est du moins l'audience moyenne réalisée quotidiennement par le Journal de 13 h de TF1. Alors quand le journaliste Matthieu Dupont a proposé quelques minutes de reportage sur Montreux Noël dans le cadre d'une série consacrée aux marchés de Noël proches de la nature, MVT a sauté sur l'occasion. Comme on peut le voir sur les très belles images capturées entre les Rochers-de-Naye et les rives du lac, l'ensoleillement s'est avéré particulièrement généreux ce jour-là. Une excellente publicité diffusée début décembre.

**«GoldenPass Express: le nouveau train suisse qui réinvente le voyage ferroviaire de luxe.»**

The Times



**433**  
**+42%**

journalistes ou influenceurs

**Top 5**  
**provenance des médias**

USA, Suisse, Royaume-Uni, Pays du Golfe, France.



En perpétuelle mutation, l'industrie touristique évolue dans un contexte extrêmement concurrentiel. Pour rester dans la course, il est indispensable de comprendre les attentes des clients et d'y répondre aussi bien par l'amélioration de l'offre existante qu'en développant de nouveaux produits et services. Une démarche qui implique des collaborations privilégiées entre MVT et les partenaires de la région.

## Développement de produits

### L'or blanc

Création de contenus multimédias originaux, refonte de la page web «hiver», campagne sur les réseaux sociaux, habillage d'un bus VMCV, publication d'une brochure dédiée ou encore publipostages dans des grands titres romands et alémaniques: la communication hivernale centrée sur les Pléiades et les Rochers-de-Naye a pris de multiples visages en 2022. Autant d'approches qui s'appuient sur une collaboration toujours plus étroite avec les partenaires régionaux tels que les ESS, le MOB, les remontées mécaniques, les communes et les services des sports.

### Sur des rails

9<sup>e</sup> année de collaboration entre MVT et les CFF pour valoriser les attraits de la ligne Lausanne-Villeneuve auprès du marché alémanique: il en ressort une brochure imprimée à 28 000 exemplaires, 2 campagnes de communication (printemps et fin de l'été) sur les réseaux sociaux, une newsletter CFF envoyée à plus de 2 500 000 contacts et dont le taux d'ouverture culmine à 44 %, une campagne d'influenceurs, une couverture médiatique dans Le Matin Dimanche et 20 Minutes, une campagne d'affichage ainsi qu'une landing page [cff.ch/lavaux](http://cff.ch/lavaux).

### Info à 2000 mètres

Rendre l'information accessible aux visiteurs est l'une des missions quotidiennes de MVT. Une mission qui, en 2022, s'est notamment matérialisée par la création de grands panneaux signalétiques qui prendront place à proximité de la Buvette de Jaman, à la gare des Rochers-de-Naye et non loin du sommet. Porté par la commune de Veytaux et soutenu par les autorités de Montreux ainsi que Promove et MVT, le projet s'inscrit dans le cadre du programme Enjoy dont l'ambition consiste à mieux mettre en valeur les possibilités touristiques de la destination.

**«J'ai trouvé un pays de culture et d'expériences si riches qu'elles ont failli faire sauter ma moustache.»**



**1 Bus  
VMCV**

dédié à l'hiver

**28 000  
exemplaires**

de la brochure CFF-MVT

**3 panneaux  
signalétiques**

entre Jaman et les Rochers-de-Naye

Pour une destination touristique, signaler son existence et mettre en avant ses atouts auprès des publics cibles est une priorité. Face à une concurrence vive et à la multiplicité des canaux de communication existants, la tâche implique un certain sens du timing et du dosage pour diffuser un savant mélange d'images percutantes et d'informations concrètes sur les plateformes les plus adaptées.

## Communication & campagnes

### Offensive suisse alémanique

Vélo, gastronomie, Dolce Riviera, Lavaux et activités hivernales ont constitué les grandes phases des campagnes menées en 2022 via Facebook, Instagram et Google ou à travers des publiereportages dans la presse. Principalement destinées à nos voisins d'outre-Sarine, ces actions de communication sont parvenues à toucher davantage d'individus qu'en 2021. Un constat réjouissant, à nuancer par des réservations hôtelières en baisse. L'augmentation des tarifs et la plus grande liberté de voyage constatées en 2022 expliquant en partie ces résultats.

### Séduire la France

2<sup>e</sup> marché le plus important pour MVT, après la Suisse, la France a fait l'objet de plusieurs campagnes de communication cofinancées par ST et VP. L'objectif: promouvoir un tourisme durable en Suisse, dans le canton de Vaud et à Montreux Riviera dans des vidéos, des posts sur les réseaux sociaux ou des articles diffusés par Le Figaro, Tripadvisor, Konbini ou encore Le Monde. Des relais de choix sélectionnés pour la diversité de leur audience et la cohérence de leur ligne éditoriale.

### 3 en 1

Qui a dit que novembre était synonyme de morosité? Certainement pas les organisateurs de manifestations sur la Riviera! En effet, du mercredi 23 au samedi 26, Montreux Noël, Autumn of Music – Montreux Jazz Festival et le Montreux Comedy Festival se sont mis en tête d'occuper conjointement le haut de l'affiche pour composer une offre culturelle inédite. L'occasion parfaite de déployer une communication commune visant à souligner la densité des événements proposés dans la région.

## «Chaplin, châteaux et cuisine: la magie de Montreux Riviera.»





**67700 000**  
**impressions**

pour les campagnes 2022

**1700 000**  
**pages vues**

sur montreuxriviera.com à travers les campagnes 2022

**Fournir le contenu adéquat au bon moment et à la bonne cible, entretenir et fidéliser les communautés tout en générant du trafic sur montreuxriviera.com: les missions du Community Manager et du Webmaster se complètent pour former un environnement digital pertinent au sein duquel l'information doit à la fois se montrer précise, véhiculer de l'émotion et servir l'aspect commercial.**

## Web & réseaux sociaux

### Créations originales

Que ce soit pour le web ou les réseaux sociaux, MVT et son partenaire KENOA s'attachent à produire des contenus à visage humain. Autrement dit, un mix de photos, textes et vidéos qui s'éloignent de la promotion pure pour glisser vers une logique de conseils ou de bons plans, à l'image des 5 nouvelles «Ma journée ...» publiées au cours de l'année, de la couverture de 9 événements phares de la région, des campagnes «vélo» et «Château de Chillon» réalisées en collaboration avec Swiss Cities ou encore du focus sur 7 plages présenté pendant l'été.

### Alimenter les réseaux sociaux

Avec une communauté Instagram et Facebook composée de quelque 213 000 personnes, il est primordial de soigner ses interactions! Ce qui est précisément l'une des tâches que MVT a confiée depuis maintenant 2 ans à l'agence de communication villeneuveoise KENOA. Tous réseaux et formats confondus (feed, stories, Reels), l'entreprise a fourni en 2022 un total de 770 posts – la plupart en français, allemand et anglais – pour une portée estimée à 4,3 millions d'individus.

### World wide web

Porte d'entrée virtuelle de la destination, le site web montreuxriviera.com se déploie sur près de 1500 pages disponibles en allemand, anglais et français. Un contenu vertigineux consulté en 2022 par 925 000 utilisateurs (+19%) répartis aux quatre coins de la planète. Tendance de fond depuis plusieurs années, la prédominance d'une navigation sur smartphone – deux tiers des internautes dans notre cas – implique une importante souplesse dans la création et la présentation du contenu.

## «Un nuage de douceur: Vevey, Suisse.»

Forbes



**925 845 utilisateurs  
(+19 %)**

sur [montreuxriviera.com](https://montreuxriviera.com)

**Top 5 provenance  
des utilisateurs**

Suisse, France, Allemagne, Royaume-Uni, USA

**Tourisme et durabilité sont-ils compatibles? Sommes-nous face à un oxymore ou existe-t-il des moyens pragmatiques, cohérents et réalistes pour que l'ensemble de l'industrie allège son empreinte écologique? Empreinte estimée tout de même à 8 % des émissions mondiales de CO2... De vastes et légitimes questions auxquelles MVT entend répondre par la volonté de faire évoluer certaines pratiques et d'encourager les initiatives les plus prometteuses.**

## Développement durable

### Suisse et durable

Lancé en 2021 par ST, le programme Swisustainable – habile contraction de «Swiss» et «Sustainable» – commence à porter ses fruits. Portée par LMC et sa stratégie LMCare, la démarche est parvenue à rassembler 45 partenaires reconnus de niveau I, II ou III. Un chiffre qui grimpe à 94 si l'on compte les entreprises en cours d'intégration dans le projet, soit 57 % du total cantonal répartis entre Lausanne et Montreux Riviera. A l'échelle du pays, on dénombre fin 2022 1425 entités Swisustainable, chiffre en constante progression.

### Lobbying cantonal

Groupe de réflexion réuni sous la bannière de LMCare, la green team rassemble une quarantaine de spécialistes de la durabilité actifs dans des domaines aussi variés que l'hôtellerie, la restauration, le commerce, les transports ou la culture. L'objectif de cette task force: promouvoir les intérêts d'une approche durable et faire progresser la qualité de l'offre touristique à l'échelle du canton. Un véritable travail de lobby qui doit produire des effets concrets à court et moyen terme.

### Semaine verte

Quand on s'attache à défendre une certaine idée de la durabilité, il est de bon ton d'appliquer ses propres préceptes. C'est en tout cas dans cette optique que MVT et LT ont participé conjointement à la Semaine Européenne du Développement Durable. Ainsi, du 20 au 26 septembre, les collaborateurs des 2 entités étaient invités à prendre part à différentes activités de sensibilisation autour des 3 grands piliers de la durabilité: l'environnement, le social et l'économie. Idéal pour joindre la théorie à la pratique!

**«A chaque rayon de soleil, les narcisses brillent comme des petites étoiles. Une véritable mer de fleurs qui ondulent au vent.»**





**94**  
**entreprises**

Swisustainable entre Lausanne et  
Montreux Riviera

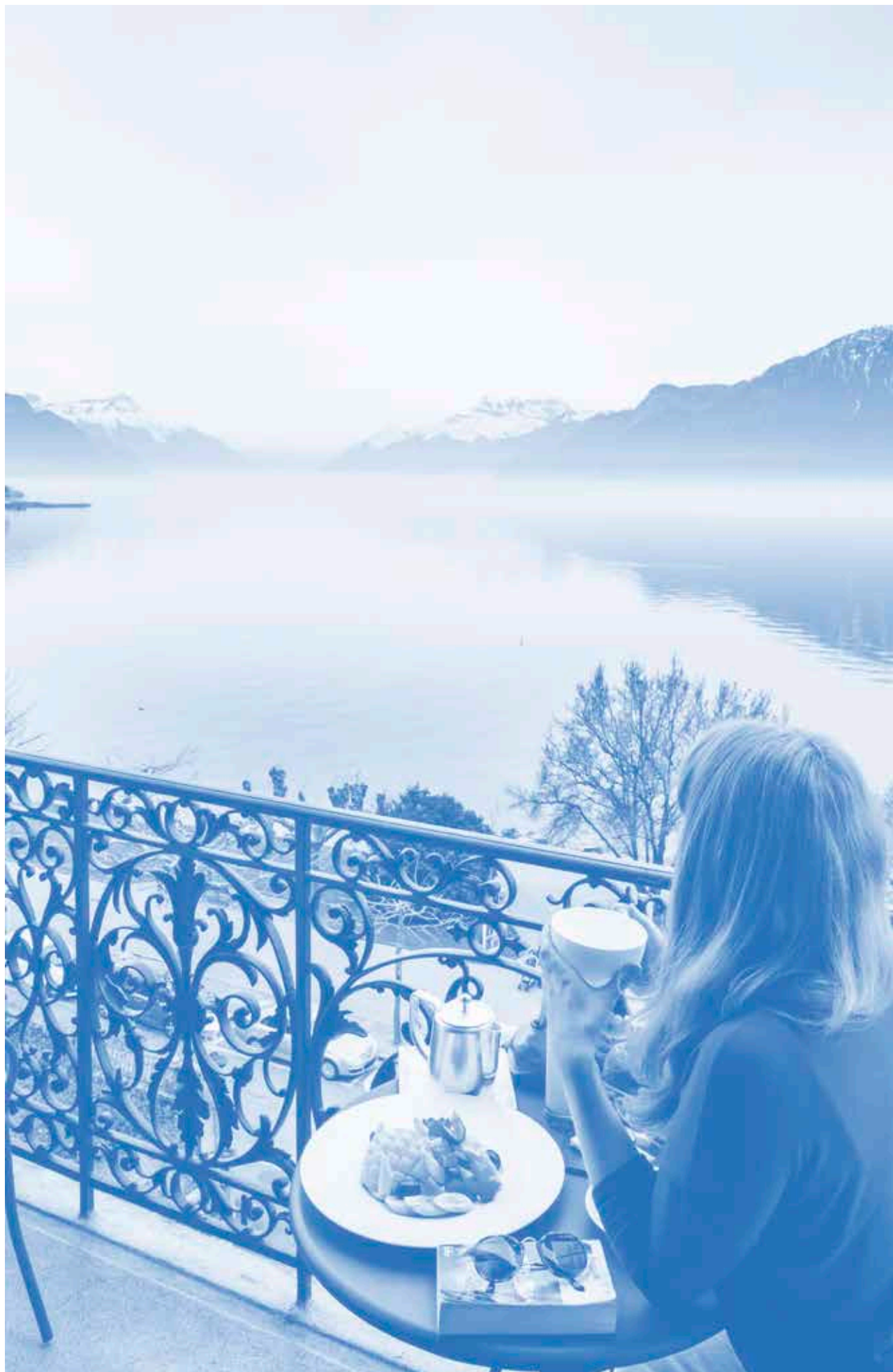
**57% des**  
**entreprises**

Swisustainable vaudoises  
entre Lausanne et Montreux

**1425**  
**entreprises**

Swisustainable  
en Suisse

# Remerciements







**Seul, un office du tourisme est bien peu de choses. Au-delà de la splendeur des paysages qui nous entourent, l'attrait de notre destination réside dans la diversité et la qualité des êtres humains qui la composent. Que ce soit au travers de conventions officielles, de collaborations ponctuelles ou d'échanges de bons procédés, MVT a la chance de travailler main dans la main avec des partenaires régionaux engagés pour un tourisme fort.**

**Nos plus vifs remerciements s'adressent donc aux municipalités, hôtelières et hôteliers, restauratrices et restaurateurs, aux commerçant(e)s, vigneron(ne)s, actrices et acteurs culturels, organisatrices et organisateurs d'événements, écoles et cliniques privées, aux compagnies de transports, organisations sportives, associations, aux commissions touristiques, à la population... et à toutes celles et ceux qui nous accompagnent au quotidien.**

# Structure & Organisation

## Montreux-Vevey Tourisme

### Organe de décision

#### Comité de Direction

##### Président

François Margot

##### Vice-Président

Nicolas Ming (SHMV)

#### Membres

Alain Bovay, Communes de la région Montreux-Vevey

François Cardinaux, Commerçants et entreprises

Marta Dos Santos, Château de Chillon

Jay Gauer, SHMV, Vevey

Vincent Imhof, Commune de Vevey

Estelle Mayer, SHMV, Montreux et Vevey

Charles Monod, Communes de Lavaux

Georges Oberson, MOB

Jean-Baptiste Piemontesi, Commune de Montreux

Benoît Samson, Ecoles et cliniques (Summit Education)

Bernard Schmid, Promove

### Départements opérationnels

#### Direction

Christoph Sturny

Stratégie et Marketing de destination,  
Management, Régionalisation, Partenariats

#### Sous-direction

Grégoire Chappuis

#### Secrétariat de Direction

Sibylle Savoy

Secrétariat, Ressources humaines,  
Membres cotisants, Lunch de Printemps

#### Information & Réservation

Andreas Ryser

Accueil, Information (Points «i» Montreux,  
Vevey, Chexbres, Cully, Lutry et Villeneuve),  
Booking Centre, Taxe de Séjour

#### Marketing & Communication

Grégoire Chappuis

Communication, Conception de produits,  
Accueil média, Partenariats, Coordination, FLR

#### Marchés & Convention Bureau

Karin Subert Hagemann

Promotion, Vente, LMC Démarchage congrès,  
Accueil de professionnels du tourisme,  
Organisation d'événements promotionnels

#### Finances & Gestion

Christian Ducros

Finances, Comptabilité, Informatique, Téléphonie,  
Ressources humaines



# Organigramme Montreux-Vevey Tourisme

## Direction

Christoph Sturny

## Secrétariat de Direction

Sibylle Savoy

## Sous-direction

Grégoire Chappuis

## Projets spéciaux

Laurent Antoine

## Information & Réservation

Andreas Ryser

## Marketing & Communication

Grégoire Chappuis

## Marchés & Convention Bureau

Karin Subert Hagemann

## Finances & Gestion

Christian Ducros

## Information

### Point «i» Montreux

Valérie Burnier

- ↳ Anna Frigeri
- ↳ Jessica Jarriccio
- ↳ Elodie Amos
- ↳ Stagiaire

### Point «i» Vevey

Valérie Burnier

- ↳ Estelle Corminboeuf
- ↳ Nathalie Stillavato
- ↳ Sylwia Gryndziak
- ↳ Apprenti / e

### Point «i» Chexbres

Natascha Morel

### Point «i» Cully

Katya Jobin

### Point «i» Villeneuve

Chantal Logean

### Point «i» Lutry

## Développ. produits

Marion Duc

Corinne Guignard

## Médias

Tiffany Duc

## Publications

Vacant

Steve Maibach

Maxime Fontannaz

Apprenti/e

Céline Guido  
Nicole Mermoud  
Martina Fuhrer

## Comptabilité

Esther Waltisberg Cherix  
Apprenti/e

## Services Généraux

Michael Pötzi

## Booking Centre

Sonia Francescato

Jimmy Barjou

Laetitia Manolescu

Apprenti(e)s: Kim Pencherek, Lise Mottier, Alice Valazza  
Stagiaire: Deana Madern

# Comptes annuels

## Bilans

<b>Actif</b> en CHF		31.12.2022	31.12.2021
<b>Actif circulant</b>		<b>1 601 858</b>	<b>1 910 886</b>
Trésorerie	1	1 231 029	1 501 879
Clients-débiteurs		220 336	245 606
Provision pour pertes sur débiteurs		-8 947	-8 792
Autres débiteurs	2	77 583	80 062
Actifs de régularisation	3	75 912	85 990
Stock matériel		5 946	6 142
<b>Actif immobilisé</b>		<b>81 517</b>	<b>91 194</b>
Immobilisations corporelles	4	81 517	91 194
<b>Total Actif</b>		<b>1 683 375</b>	<b>2 002 080</b>

<b>Passif</b> en CHF			
<b>Capitaux étrangers à court terme</b>		<b>617 028</b>	<b>913 405</b>
Créanciers-fournisseurs		232 063	267 858
Autres créanciers	5	63 963	186 801
Passifs de régularisation	6	321 002	458 746
<b>Capitaux étrangers à long terme</b>		<b>853 399</b>	<b>867 214</b>
Provisions	7	853 399	867 214
<b>Capitaux propres</b>		<b>212 948</b>	<b>221 461</b>
Fortune		221 461	207 581
Bénéfice/-Perte net(te) de l'exercice		-8 513	13 880
<b>Total Passif</b>		<b>1 683 375</b>	<b>2 002 080</b>

# Comptes annuels

## Comptes de Profits et Pertes

<b>Produits</b> en CHF		31.12.2022	Budget 2022	31.12.2021
<b>Contributions et taxes</b>		<b>4 869 535</b>	<b>4 849 068</b>	<b>4 742 802</b>
Subventions communales	8	2 742 317	2 735 573	2 738 219
Taxes de séjour		1 583 964	1 594 125	1 586 555
SHMV		452 958	422 370	325 395
Membres & donateurs		90 296	97 000	92 633
<b>Prestations &amp; services</b>		<b>899 038</b>	<b>844 685</b>	<b>550 968</b>
Information & Réservation		414 921	361 000	145 539
Marketing & Communication		161 709	207 355	302 666
Markets & Convention bureau		231 812	176 330	65 166
Participations documentation		90 597	100 000	37 598
<b>Autres produits</b>		<b>55 915</b>	<b>47 700</b>	<b>45 186</b>
Frais récupérés		55 915	47 700	45 186
<b>Total Produits</b>		<b>5 824 489</b>	<b>5 741 453</b>	<b>5 338 955</b>
<b>Charges</b> en CHF				
<b>Charges d'exploitation</b>		<b>2 482 282</b>	<b>2 345 280</b>	<b>2 117 679</b>
Information & Réservation		248 564	241 980	131 557
Marketing & Communication		983 858	971 800	1 275 307
Markets & Convention bureau		555 354	501 800	117 185
Documentation		374 706	328 500	255 577
Frais de gestion & d'administration		319 800	301 200	338 053
<b>Charges de personnel</b>	9a	<b>2 913 882</b>	<b>2 944 900</b>	<b>2 751 297</b>
Salaires et Charges sociales		2 913 882	2 944 900	2 908 786
./. Indemnités RHT perçues	9b	0	0	-157 489
<b>Frais de locaux</b>	10	<b>409 262</b>	<b>425 800</b>	<b>413 783</b>
<b>Amortissements &amp; provisions</b>		<b>27 576</b>	<b>35 000</b>	<b>42 317</b>
Amortissements	11	39 602	47 026	54 344
Provisions	12	-12 026	-12 026	-12 027
<b>Total Charges</b>		<b>5 833 002</b>	<b>5 750 980</b>	<b>5 325 075</b>
Résultat de l'exercice (Bénéfice/-Perte)		-8 513	-9 527	13 880

# Annexes aux comptes Bilans

## Informations sur l'entité

Raison sociale: Montreux-Vevey Tourisme  
Forme juridique: Association  
Siège social: Montreux  
Emplois à plein temps: les emplois à plein temps ne dépassent pas 50

## Comptabilisation des amortissements

Mobilier & locaux: linéaire sur 5 ans  
Aménagement Point «i» Gare, Vevey: linéaire sur 10 ans  
Machines, Informatique, web & véhicules: linéaire sur 3 ans

## Principes comptables

Les présents comptes ont été établis selon les dispositions sur la comptabilité du Code suisse des obligations (art. 957 - 963b CO, dans la version applicable au 1er janvier 2013).

Les comptes présentés ont été arrondis au franc, ce principe peut engendrer des différences sur les sommes et totaux.

## Informations sur les postes du Bilan <sup>en CHF</sup>

		31.12.2022	31.12.2021
<b>Trésorerie / Titres</b>	1	<b>1 231 029</b>	<b>1 501 879</b>
Caisses		12 346	7 425
PostFinance		50 499	9 674
Banques / Titres		1 168 183	1 484 780
<b>Autres débiteurs</b>	2	<b>77 583</b>	<b>80 062</b>
C/C Débiteurs tiers		76 873	79 106
C/C Impôt anticipé		710	956
<b>Actifs de régularisation</b>	3	<b>75 912</b>	<b>85 990</b>
Produits à recevoir		8 105	17 440
Charges payées d'avance		67 807	68 549
<b>Immobilisations corporelles</b>	4	<b>81 517</b>	<b>91 194</b>
Pavillon d'information Montreux		1	1
Pavillon d'information Vevey Gare		48 106	60 132
Informatique, mobilier, machines, locaux & véhicules		33 410	31 061
<b>Autres créanciers</b>	5	<b>63 963</b>	<b>186 801</b>
C/C Créanciers tiers		42 492	162 982
C/C TVA		21 471	23 819
<b>Passifs de régularisation</b>	6	<b>321 002</b>	<b>458 746</b>
Charges à payer		307 229	271 728
Produits reçus d'avance		13 773	187 018
<b>Provisions</b>	7	<b>853 399</b>	<b>867 214</b>
Fonds de renouvellement		160 000	160 000
Fonds pour projets spéciaux		150 000	150 000
Fonds amortissement Gare Vevey		77 340	89 366
Fonds de régulation IR/MC/CB		150 000	150 000
Fonds Elsbeth Gessner		316 059	317 848

# Annexes aux comptes

## Profits et Pertes

<b>Informations sur les postes des Profits et Pertes</b> <sup>en CHF</sup>		31.12.2022	31.12.2021
<b>Subventions (montants bruts sans RDIP)</b>	8	<b>2 813 464</b>	<b>2 805 753</b>
Communes du district Riviera-Pays-d'Enhaut		2 300 461	2 300 498
Communes du district Lavaux-Oron		422 198	414 450
Commune de Villeneuve		90 805	90 805
<b>Charges de personnel</b>	9a	<b>2 913 882</b>	<b>2 751 297</b>
Information & Réservation		1 127 924	1 114 383
Marketing & Communication		1 040 272	1 131 704
Markets & Convention bureau		427 409	209 507
Administration & Finances		318 277	295 703
<b>RHT perçues</b>	9b	<b>0</b>	<b>-157 489</b>
<b>Frais de locaux</b>	10	<b>409 262</b>	<b>413 783</b>
Siège social, Montreux		227 453	219 344
Point «i» Montreux		15 072	10 882
Point «i» Vevey Grenette		65 963	87 125
Point «i» Vevey Gare		57 542	57 027
Point «i» Chexbres		14 634	14 691
Point «i» Cully		7 442	7 240
Point «i» Villeneuve		13 955	13 085
Point «i» Lutry		7 200	4 389
<b>Amortissements</b>	11	<b>39 602</b>	<b>54 344</b>
Mobilier & machines		1 551	19 039
Aménagements locaux		15 526	15 939
Informatique & web		22 525	19 365
<b>Attribution / Dissolution Provisions</b>	12	<b>-12 026</b>	<b>-12 027</b>
Dissol. Prov. amortissements Point «i» Vevey Gare		-12 026	-12 027

### Autres informations hors Bilan

<sup>en CHF</sup>

<b>Valeur résiduelle d'engagements non portés au bilan</b>		<b>917 978</b>	<b>1 045 858</b>
Leasing copieur		19 731	25 803
Leasing véhicule		16 077	5 724
Location terminaux SIX		540	540
Engagement baux commerciaux < 1an		287 380	297 940
Engagement baux commerciaux > 1an		594 250	715 851
<b>Dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle</b>		<b>3 472</b>	<b>néant</b>

A l'Assemblée générale de  
**Montreux-Vevey Tourisme, Montreux**

Lausanne, le 20 avril 2023

## Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de profits et pertes et annexes) de Montreux-Vevey Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2022.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Comité de Direction alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ou d'autres violations de la loi ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi suisse et aux statuts.

Ernst & Young SA



Karine Badertscher  
Chamoso (Qualified  
Signature)

Experte-réviseur agréée  
(Réviseur responsable)



Victoria Tataru  
(Qualified  
Signature)



## Institutions

CITS	Commission Intercommunale de la Taxe de Séjour de la Riviera et de Villeneuve
CGN	Compagnie générale de navigation sur le Lac Léman
ESS	Ecole Suisse de Ski
FLR	Film Location Riviera
MOB	Compagnie du Chemin de Fer Montreux Oberland bernois
MRCB	Montreux Riviera Convention Bureau
MVT	Montreux-Vevey Tourisme
LMC	Lausanne Montreux Congress
LPm	Lavaux Patrimoine mondial
LT	Lausanne Tourisme
SCIB	Switzerland Convention & Incentive Bureau
SHMV	Société des Hôteliers Montreux Vevey Riviera
ST	Suisse Tourisme
VMCV	Transports publics Vevey-Montreux-Chillon-Villeneuve
VP	Vaud Promotion

## Abréviations et jargon touristique

CA	chiffre d'affaires
EPT	équivalent plein-temps
Fam trip	voyage de familiarisation pour les professionnels du tourisme
GCC	ensemble des pays du golfe Persique
MRC	Montreux Riviera Card

Montreux-Vevey Tourisme  
Rue du Théâtre 5  
CH-1820 Montreux  
T + 41 21 962 84 84  
montreuxriviera.com  
info@montreuxriviera.com



Suisse.

VAUDE   
TERRE D'INSPIRATION

