

Rapports annuels 2023

02	Messages
04	Présentation & chiffres clés
06	Focus: une année d'anniversaires
08	Montreux Riviera 2030
10	Information & Réservation
12	Coordination
14	Marchés & Convention Bureau
16	Médias
18	Rétrospective
20	Développement de produits
22	Communication & campagnes
24	Web & réseaux sociaux
26	Durabilité
28	Remerciements
30	Structure & organisation
32	Comptes annuels & annexes
40	Glossaire

Hâte-toi lentement

Plus souvent qu'à son tour et malgré qu'il en ait, l'entrepreneur est conduit à tempérer ses ardeurs, freiner son impatience et, sans baisser la garde, poursuivre opiniâtrement son projet en bravant son plus fidèle ennemi : le temps.

Encore faut-il qu'il dispose des ressources pour relever le défi du marathonien, raccourcir sa foulée pour adopter un rythme qui n'est pas toujours le sien tout en trouvant la force de tenir jusqu'à la banderole d'arrivée.

Pour accomplir ce voyage, un bagage de solides convictions et une planification de l'effort sont salutaires. Une méthode de course bien arrêtée est l'auxiliaire du succès. La seule volonté n'y suffit pas. Pour autant, il ne faudrait pas fléchir ! Montreux-Vevey Tourisme vit ce parcours, jour après jour, muscles agi les, démarche assurée et réflexes aux aguets.

L'effort, collectivement assumé par toute une équipe qui porte haut les couleurs de la destination touristique, est couronné de résultats d'étape fort enviables comme l'illustrent les informations qui forment le corps de ce rapport.

La stratégie de course a montré jusque-là toute sa pertinence. Malgré les difficultés du parcours, la satisfaction est de mise. Fréquentation événementielle, nuitées hôtelières, croissante fidélité des hôtes helvétiques et regain de la présence des visiteurs étrangers, séductions gastronomiques et œnologiques, tout concourt à confirmer la méthode qui préside au positionnement et à la promotion de la destination touristique Montreux Riviera.

Certes la vision de la faire accéder sur le podium de « check-in de la Romandie » est encore un fanion qui se distingue dans le lointain, comme l'est

l'ambition de voir la durée du séjour des hôtes s'allonger. Mais la perspective de pouvoir disposer de surfaces de congrès mises au goût du jour et d'infrastructures d'équipements touristiques soutenues par des investissements massifs donne du cœur à l'ouvrage et dope le corps agissant de Montreux-Vevey Tourisme !!

La voie tracée est la bonne. Et le team d'athlètes que forment la direction et les équipes de l'Office du tourisme régional, l'appui enthousiaste de tous ses partenaires, le concours des collectivités publiques et de la Société des Hôteliers Montreux-Vevey-Riviera sont autant de puissants soutiens qui permettront, avec une énergie partagée, à Montreux-Vevey Tourisme de poursuivre à grandes enjambées son périple pour atteindre les objectifs qui sont les siens.

François Margot
Président
Comité de Direction



Un beau millésime



Christoph Sturny
Directeur

Juste après 2019 et 2017, 2023 se place comme la troisième année la plus prolifique en termes de nuitées hôtelières à Montreux Riviera. Il y a tout lieu de s'en réjouir, voire de s'en féliciter. D'autant plus lorsqu'on repense au coup d'arrêt brutal de 2020. Mais est-ce une raison suffisante pour déboucher le chasselas et se dire que tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes ?

Du côté des satisfactions, il faut commencer par mentionner la fréquentation des visiteurs suisses qui, avec 350'425 nuitées, établissent un nouveau record dans la destination. Splendide performance également du côté de l'Amérique du Nord avec 78'044 nuitées, soit 25% de plus que le plus haut historique mesuré en 2019. Saluons aussi la constance de la clientèle française et des 56'586 nuitées qu'elle a générées. Pris ensemble, ces trois marchés représentent 65% de l'activité touristique enregistrée au sein de notre destination en 2023. Ces excellents scores compensent pour le moment la diminution des visites en provenance des Pays du Golfe, déjà constatée en 2019, et le redémarrage encore timide de la Chine.

Deux constats viennent cependant nuancer le tableau : la baisse de la durée moyenne de séjour et la fréquentation relativement faible des mois de novembre, janvier, février et mars. Ces deux tendances ne sont pas nouvelles, mais elles nous invitent plus que jamais à agir pour y remédier.

Pour résumer la situation, on peut dire que notre destination plaît de plus en plus à nos compatriotes, à nos voisins français et à des personnes qui sont prêtes à traverser l'océan Atlantique pour découvrir tout ce que Montreux Riviera a de merveilleux à offrir. Cela doit nous rendre fiers ! Mais pendant que nous ouvrons une bonne bouteille pour fêter ça, prenons le temps tous ensemble de travailler sur nos points faibles en imaginant et créant les raisons qui feront que, demain, nos visiteurs décideront de rester plus longtemps chez nous tout au long de l'année.

D'ici là, je tiens à remercier chaleureusement nos partenaires publics et privés, les différents groupes de travail, nos membres cotisants, le Comité de Direction et notre Président François Margot ainsi que, bien entendu, l'ensemble des collaborateurs de MVT. Votre dévouement pour la destination est le moteur de son rayonnement.

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

370 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

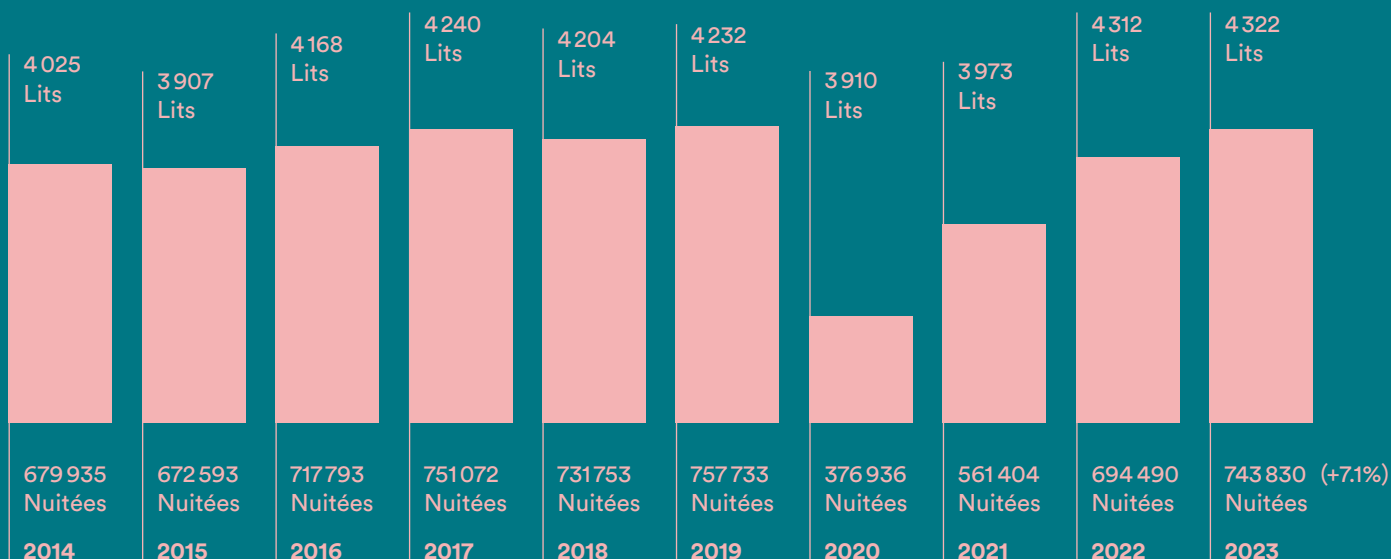
Lavaux-Oron: Lutry, Bourg-en-Lavaux, Puidoux, Chexbres, Rivaz, St-Saphorin

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

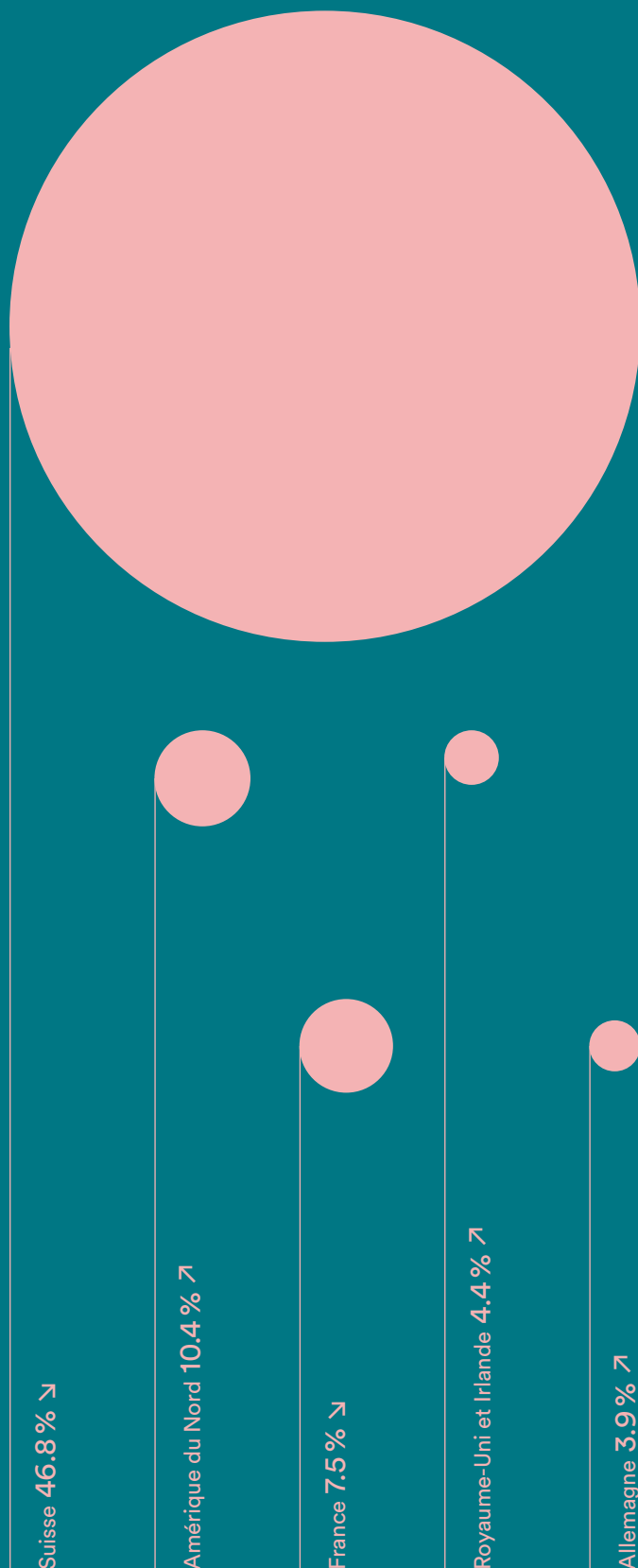
Aigle: Villeneuve

370 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 ↗

53.3 %

Durée moyenne de séjour ↘

1.84 jours

Nuitées Montreux Riviera dans le canton (VD) ↗

25.7 %

Une année d'anniversaires

De l'intrépide vingtaine jusqu'aux âges les plus séculiers, plusieurs institutions de la région ont célébré un anniversaire important au cours de l'année 2023. L'occasion de mettre en lumière quelques-unes d'entre elles à travers une série de courtes présentations où se mêlent histoires, chiffres, dates et anecdotes. Tous nos vœux à ces organisations qui, chacune à leur manière, ont su s'inscrire dans la durée pour faire rayonner la destination !

CGN 150 ans

Emblème historique de Montreux Riviera, la flotte de la CGN sillonne le Léman depuis un siècle et demi. Si les célébrations ont été plutôt discrètes pour le grand public, prenons le temps de souligner la longévité exceptionnelle d'une entreprise qui, depuis sa fondation le 16 janvier 1873, a traversé les époques, les modes, les crises et les guerres avec un sens certain de la résilience et de l'innovation. Signe de son inusable vitalité, la CGN prévoit le lancement d'un nouveau bateau d'ici fin 2024.



Maison du Père Noël 20 ans

C'est en 2004 que le véritable Père Noël a officialisé sa résidence principale aux Rochers-de-Naye. On estime depuis que 400'000 personnes – dont une moitié d'enfants – sont venues lui rendre visite. A la racine de ce succès, en plus d'une collaboration efficace entre le MOB et Montreux Noël, il convient de saluer le travail d'Anne et Hervé Déglise qui consacrent environ 180 heures chaque année pour habiller les lieux. Bravo également aux lutins qui réceptionnent quelque 5'000 lettres d'enfants chaque année.



VMCV 135 ans

Après 2022 et les 65 ans d'existence de sa ligne de trolleybus, VMCV a pris soin, l'année passée, d'honorer un autre anniversaire. C'est en effet à partir du 4 juin 1888 que le public peut voyager entre Vevey et Territet à bord du premier tramway électrique de Suisse ! Une révolution technologique qui se prolonge le 16 septembre de la même année avec l'ouverture du tronçon Territet – Chillon. Le début d'une longue et belle histoire entre la Riviera, VMCV et ses plus de 10 millions de passagers annuels en 2023.





Cully Jazz Festival 40 ans

Concrétisation du rêve de deux jeunes passionnés, Daniel Thentz et Emmanuel Gétaz, le Cully Jazz rencontre rapidement un vif succès populaire. D'abord organisé sur 2, puis très vite 4, 7 et finalement 9 jours, « le plus petit des grands festivals » se développe sereinement au fil des ans sans toucher à sa recette d'origine : un site splendide entre lac et bourg viticole et une programmation à la fois pointue et diversifiée. En dépit d'une météo souvent capricieuse, la manifestation accueille chaque année entre 50'000 et 70'000 personnes.

Lavaux Classic 20 ans

Faire vivre l'immensité du répertoire classique dans une ambiance décomplexée, telle est l'ambition de celui qui s'est d'abord appelé Cully Classique. Signe particulier de cette manifestation qui rassemble 4'000 mélomanes à chaque édition : un casting d'interprètes 5 étoiles où les grands noms internationaux partagent l'affiche avec les talents régionaux les plus prometteurs, mais aussi une volonté de surprendre le public avec des concerts en extérieur ou encore des cartes blanches entre musiciens et vigneron.

Rocking Chair 30 ans

IAM, Gotthard, Asia Argento, Buvette, James Taylor Quartet, ... Un rapide coup d'œil aux artistes passés entre les murs du Rocking Chair – RKC pour les intimes – situe immédiatement le souci d'éclectisme qui anime la salle de concert veveysanne depuis ses débuts. Fidèle à ses principes fondateurs, l'association s'appuie sur son comité et une équipe de bénévoles pour organiser une cinquantaine d'événements par année. Pour le plus grand bonheur des 11'000 personnes venues se déhancher au cours de la saison 22/23.



Montreux Riviera 2030

Documents complets et vidéo
Montreux Riviera 2030 disponibles
sur 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.

¹ Positionner Montreux Riviera comme le «Romandie check-in»

² Augmenter la durée de séjour des hôtes

³ 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.



¹ Lavaux



² Le lac Léman



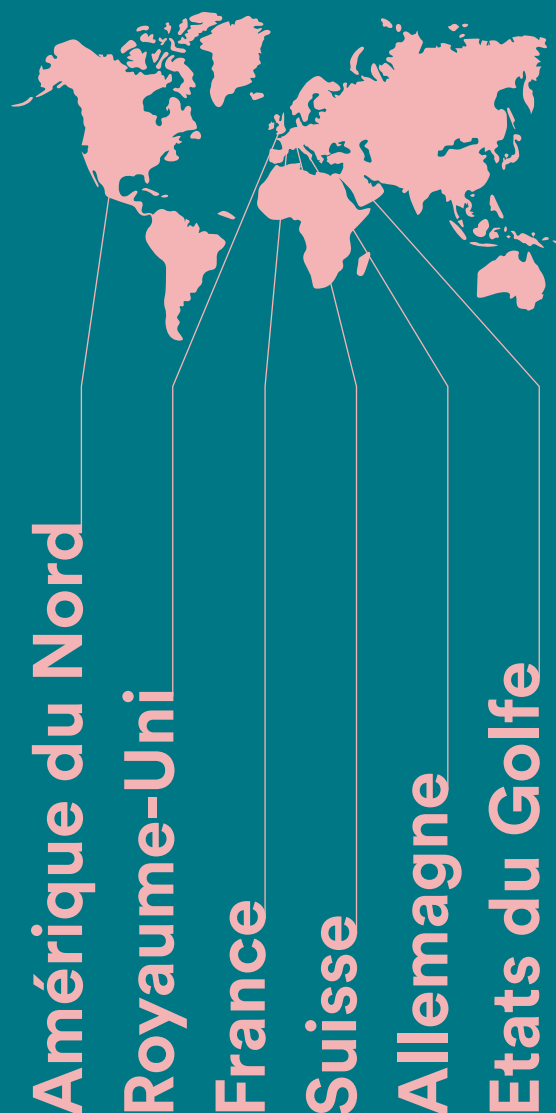
³ Le Château de Chillon



³ 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

Prochain arrêt : Chexbres

Le 7 septembre, la Gare de Chexbres a inauguré officiellement son tout nouvel espace dédié à l'accueil touristique, aux vins du cru et aux produits du terroir. L'aboutissement d'un projet mené par la commune de Chexbres, la Société de développement des communes de Chexbres, Puidoux, Rivaz et St-Saphorin, VP, le canton de Vaud, mais aussi Lavaux Patrimoine mondial, Lavaux Panoramic et MVT.

Des vins à la Grenette

Depuis le mois d'août, les collaborateurs du point « i » de Vevey partagent le rez-de-chaussée de la Grenette avec un espace de vente dédié aux crus et boissons des Vignes de Vevey. Une initiative qui émane du Bureau de l'économie, du tourisme et des vignes pour accroître la visibilité de la production viticole veveysanne dans le centre-ville. Après quelques aménagements, la boutique se destine à accueillir également d'autres produits locaux.

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 2023, un important travail d'optimisation a été entrepris par le Booking Centre afin de rendre TOMAS plus fluide, clair et agréable pour les internautes.

« L'Hôtel des Trois Couronnes s'occupe de ses clients comme s'ils étaient de véritables rois »

Destination of the World



60 249
personnes

accueillies dans les points «i»

CHF
306 162.-

CA TOMAS hôtellerie

CHF
142 034.-

CA TOMAS expériences et visites

Coordination

Réinvestir dans la culture

MVT siège à la CITS avec un droit de vote 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. En 2023, la CITS a donc accepté 47 dossiers et accordé une enveloppe globale de CHF 1'342'000.- en subventions.

Agenda à la page

Fruit d'une étroite collaboration entre le Service Culturel de la Ville de Vevey, le SAI et MVT, le site agendariviera.ch a été revu de fond en comble en 2023. L'objectif : améliorer l'expérience utilisateur tout en simplifiant le partage de données avec montreuxriviera.com, culturevevey.ch, myswitzerland.com et tout autre organisme qui le souhaiterait. MVT poursuit également son travail de relecture pour les versions online et papier de l'agenda culturel. Cette dernière est toujours distribuée 6 fois l'an à 50'000 ménages de la région.

Montreux Riviera Card

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 convention avec les partenaires MRC, la tenue des statistiques et les décomptes d'utilisation des cartes. Fin 2023, on dénombrait ainsi un total de 284'794 MRC remises à nos visiteurs.

« Les acclamations furent unanimes, la communion populaire irrésistible »

Radio France internationale, à propos du Cully Jazz



**47 dossiers
CITS**

acceptés

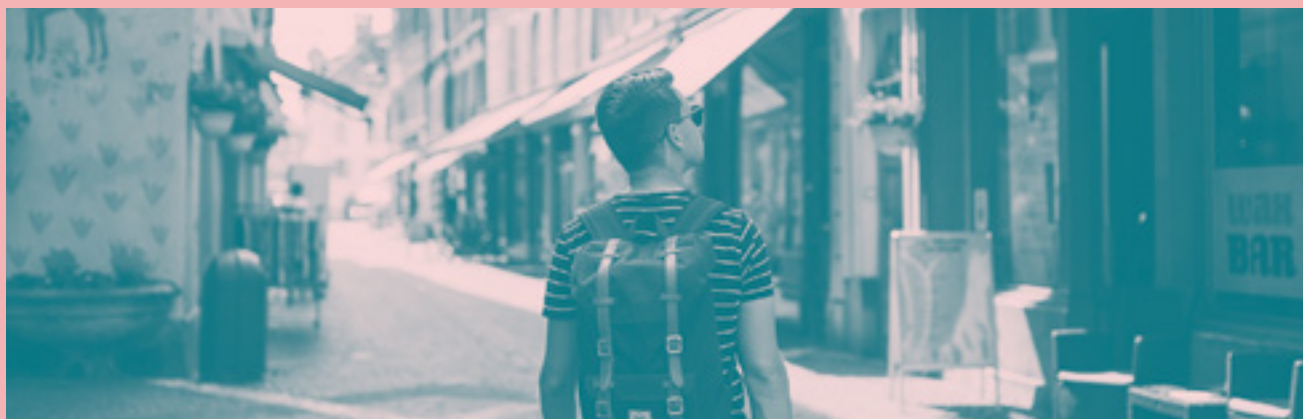
**CHF
1342 000.–**

total des subventions CITS

**284 794
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.



Marchés

Montreux Riviera et le monde

Etats-Unis, Allemagne, France, Pays du Golfe, Royaume-Uni ou encore Suisse : MVT a cumulé quelques miles pour promouvoir les atouts de la destination auprès de ses marchés principaux. Entre Sales Calls, workshops, salons, webinaires et roadshow, 1'562 rencontres professionnelles ont ainsi pu être organisées en 2023. Du côté réceptif, MVT a également pris soin d'accueillir un peu plus de 400 clients au sein de la destination.

Salon incontournable

Du 11 au 14 septembre, à Genève, 3 soirées et 2 jours de réseautage intense pour MVT et les représentants de la destination lors du STM, plus important salon suisse dédié aux professionnels internationaux du tourisme. Un déplacement réjouissant pour la délégation de Montreux Riviera qui a enchaîné 120 rendez-vous et accueilli également une cinquantaine de TO dans le cadre de pré- et post-tours. A la clé, de nouvelles offres ciblées disponibles en 2024.

I love America

En collaboration avec ST et VP, MVT a accueilli du 1^{er} au 4 octobre la Tauck Travel Academy, un voyage de familiarisation réunissant 40 agences américaines de premier plan. Au menu : un hébergement au Fairmont Le Montreux Palace, des formations en matinée et une découverte de la région les après-midi (Freddie Tour, CGN, Chillon, Lavaux, Chaplin's World et même Picotin). Un succès qui s'est matérialisé par la création de nouvelles offres pour 2024 et 2025.

415
clients

reçus à Montreux Riviera

58
fam trips*

*voyages de familiarisation

40 déplacements

effectués

« Au cours d'une journée typique à Montreux Riviera, vous pouvez profiter de l'ambiance relaxante, savourer une cuisine gastronomique et être émerveillé par une infinité de vues à couper le souffle »

Asian Wedding Magazine

Convention Bureau

Plus forts ensemble

Malgré un 2m2c au repos forcé depuis juillet 2023 pour causes de rénovations, LMC n'a pas chômé pour vanter les qualités de Lausanne et Montreux en matière d'organisation de congrès. Entre la Suisse, l'Europe et les Etats-Unis, l'équipe de LMC a entrepris 15 déplacements professionnels afin de promouvoir les collaborations, d'attirer de nouveaux clients et de placer Montreux et Lausanne sur le radar des associations internationales. De quoi préparer au mieux la réouverture du Centre des Congrès.

Rencontres sur mesure

Réunir des clients dans un lieu iconique pour présenter les atouts de la destination et nouer des collaborations : voici en substance l'ADN de Montreux Riviera meets. Une formule qui a vu en 2023 MVT, le 2m2c et plusieurs partenaires hôteliers se rendre à Londres (14 juin), Zurich et Munich (18 octobre). Le 12 juillet, c'est au MJF que MVT a accueilli des agences françaises, romandes et alémaniques. Une jolie façon de les inciter à poursuivre leurs efforts de promotion en faveur de notre région.

Vive les mariés !

En collaboration avec ST, MVT a organisé du 4 au 6 septembre la réception de 15 wedding planners venus des quatre coins du monde. Au menu : fleurs, gâteaux de mariage et ambiance festive pour donner un aperçu des prestations disponibles. Accueilli au Fairmont Le Montreux Palace, le groupe a pu découvrir les nombreux lieux d'exception de la région. A en juger par les réactions des participants, on ne s'étonnera pas d'assister à un futur boom de « oui, je le veux » à Montreux Riviera.

1977
rencontres

professionnelles effectuées

21365 prises
de contact

avec des clients

Top
présence

sur les marchés :
Suisse, Royaume-Uni, Allemagne

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

Objectif France

TGV Lyria, TV5 Monde et France 2, tels ont été les 3 principaux vecteurs sélectionnés par MVT pour stimuler le marché français. Si 5 influenceurs cumulant 756'000 followers se sont chargés de vanter l'offre de transport entre Paris et la Suisse, l'émission Epicerie Fine de TV5 Monde a permis de parler viticulture et pêche avec Mélanie Weber et Jérémie Clerc pour un public potentiel de 60 millions de téléspectateurs. Les 800'000 fidèles de Télématin ont découvert quant à eux Lavaux et... les tracassets.

Les petits plats dans les grands

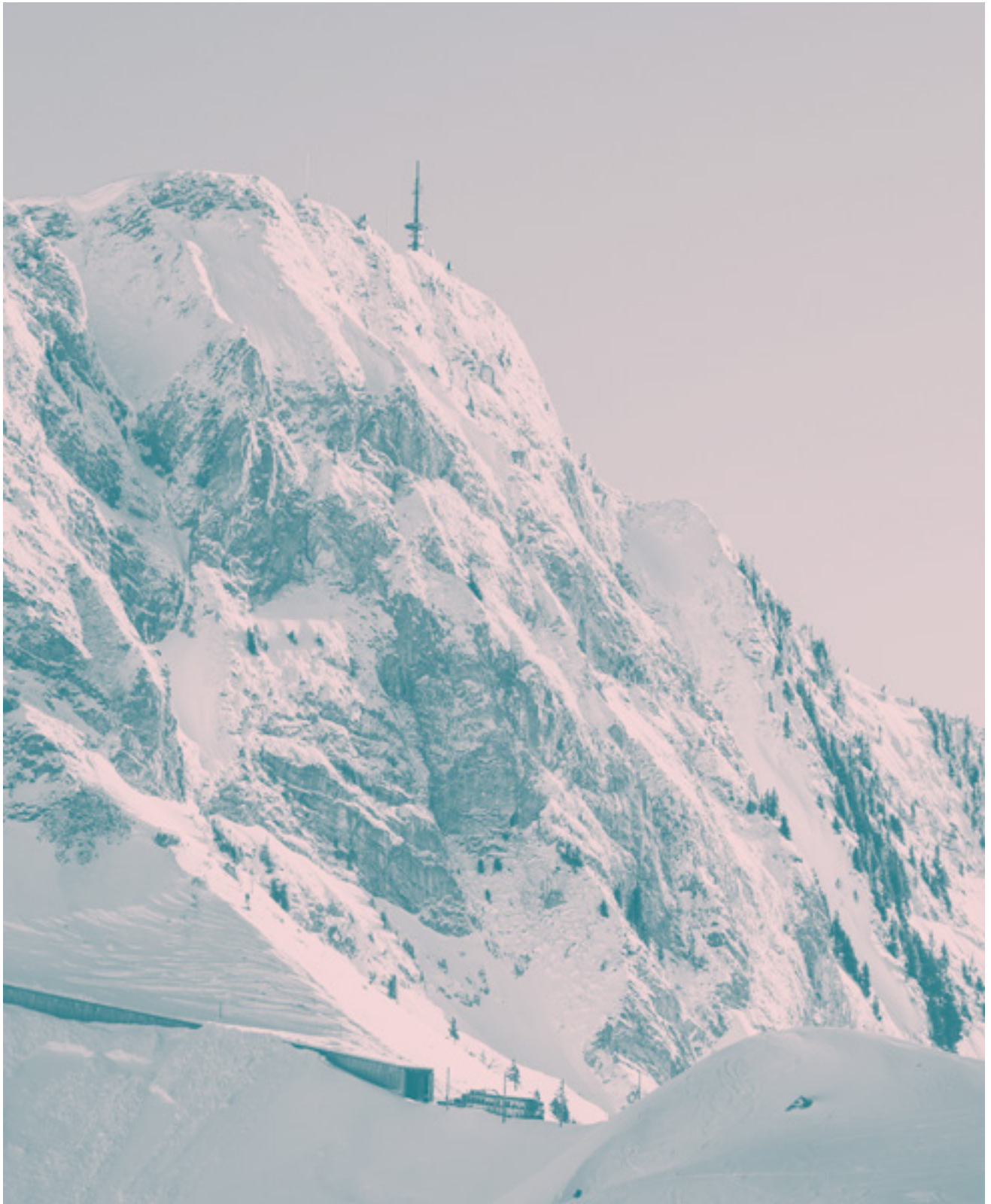
Chef cuisinier soleurois qui a fait l'essentiel de sa carrière à Londres, Anton Mosimann a cuisiné aussi bien pour le gotha britannique que la famille royale. Un statut qui l'a conduit à Montreux du 18 au 19 juin afin d'assurer la promotion de la gastronomie helvétique, de l'hôtellerie de luxe et du Grand Tour de Suisse. Pour couvrir l'événement, MVT s'est entouré de The Telegraph, Gault&Millau et de 2 influenceuses spécialisées dans le haut de gamme.

Moteur, action !

950 figurants et 2 mois et demi de tournage dans la région en 2023 : voici un aperçu de ce qu'a impliqué la création de la série Winter Palace, première collaboration entre PointProd, la RTS et Netflix. Avant même sa diffusion fin 2024, l'œuvre a donc déjà engendré des retombées économiques bien concrètes pour la destination (nuitées hôtelières, repas, transports, ...). De quoi réjouir FLR – structure de soutien logistique à la fiction rattachée à MVT – qui a accueilli 15 autres projets en 2023.

« Chaque verre dégusté dans les caveaux de Lavaux se classe parmi les blancs les plus délicats et rafraîchissants que nous ayons jamais bus »

The Guardian



436 professionnels des médias*

653 nuitées

*dont 59% journalistes, 32% influenceurs, 9% autres

Top 5 provenance des médias

France, Suisse, Royaume-Uni, Allemagne, Etats-Unis

Rétrospective 2023

Politique, météo, événements, sport, faits divers : passage en revue rapide et tout à fait subjectif des informations qui ont émaillé l'année dans la région, le pays et le monde.



Redoux

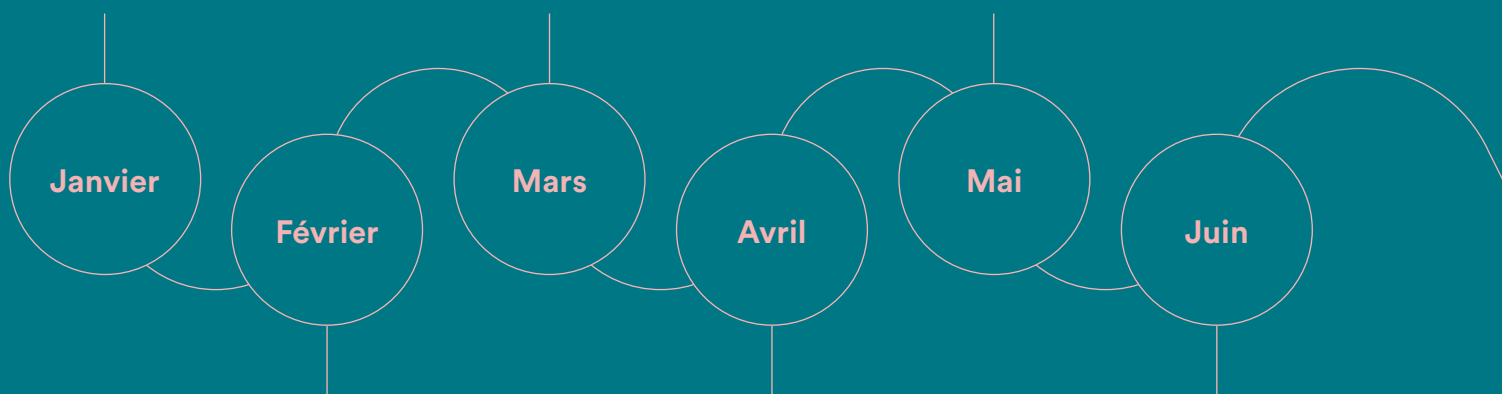
Le 1^{er} jour de l'an voit la Croatie devenir le 20^e membre de la zone Euro. Au même moment, Jair Bolsonaro cède la présidence du Brésil à Lula avec un fair-play très relatif. Plus proche de nous, à Delémont, une température journalière moyenne de 18,1 °C établit un nouveau record national de chaleur. Ambiance caliente également au Rocking Chair, haut lieu des soirées veveysannes qui fête ses 30 ans les 28 et 29 (voir page 7).

Pente glissante

On chante Claude Nougaro à Montreux le 5 dans le cadre de la Saison Culturelle. Un moment de poésie qui contraste avec l'effondrement du Crédit Suisse, racheté par UBS le 19 pour une bouchée de pain suite à une décision du Conseil fédéral. Un jour plus tôt, Marco Odermatt s'était chargé de redorer la fierté nationale en décrochant son 2^e grand globe de cristal au terme d'une nouvelle saison éblouissante.

Du neuf avec du vieux

Le 6, Charles III accède officiellement au trône du Royaume-Uni. Clin d'œil à la météo d'outre-Manche, mai se révèle particulièrement pluvieux à Montreux Riviera. L'éclaircie vient alors du Septembre Musical (31.5-8.6), avancé au printemps pour cause de futurs travaux au 2m2c. Les mots métavers, complosphère, crush ou encore l'expression « être en PLS » intègrent l'édition 2024 du Robert.



Stupeur et tremblements

Vraisemblablement poussé par le vent, un ballon d'observation météo chinois pénètre l'espace aérien des Etats-Unis le 2 février : il est abattu le 4 par l'US Air Force qui pensait avoir affaire à une manœuvre d'espionnage. Deux jours plus tard, deux séismes titanesques frappent la Turquie et la Syrie, causant au moins 50'000 morts. Le 26, Montreux Riviera et la Suisse romande essuient une tempête de bise noire. Ça va.

Fiat Lux

Un soleil radieux accompagne la dernière édition montreuvisienne de Polymanga, du 7 au 10. Quatre jours plus tard, le Cully Jazz ouvre sa 40^e édition sous une météo certes moins engageante mais avec, au final, un bilan lumineux de 62'000 personnes, 120 concerts et près de 14'000 billets vendus. Le 20, une éclipse solaire hybride traverse l'Australie et une bonne partie de l'Asie du sud-est.

Civilisation

Têtes d'affiche du 2^e Vibiscum Festival, Orelsan et DJ Snake enflamment la Place du Marché de Vevey les 8 et 10. Lancement de la 2^e édition de Zoom artiste, à Veytaux, le 16. Le 27, MVT lance Fredd-IA, agent conversationnel programmé pour répondre aux questions des internautes sur montreuxriviera.com. Plutôt convaincant sur certaines requêtes précises, l'algorithme a encore du travail pour parvenir à la cheville du personnel des points « i ».



Reconstruction

Juste après la 57^e édition du MJF, le 2m2c entame les grands travaux de rénovation qui doivent le conduire à une réouverture agendée à l'été 2025. Reconstruction également à la Chaux-de-Fonds dès le 25, au lendemain d'une tempête inouïe qui aura coûté la vie à une personne et causé des dizaines de millions de francs de dégâts. Finale d'anthologie à Wimbledon remportée par le prodige du tennis Carlos Alcaraz.

Tragédie et stratégie

Inauguration du tout nouveau point « i » de la gare de Chexbres le 7, soit un jour avant le tremblement de terre qui ravage les provinces d'Al Haouz et de Taroudant, au Maroc. On se console en apprenant que la population de rhinocéros augmente en Afrique pour la 1^{ère} fois depuis 10 ans. De son côté, Vaud Promotion lance en grande pompe sa nouvelle stratégie le 14 avec l'objectif de mieux mettre en valeur les atouts du canton.

Bon pied bon oeil

Le 9, à New York, les équipes du centre médical NYU Langone Health réalisent la première transplantation totale d'un œil humain. Pendant ce temps, Montreux rejoint le réseau des villes créatives de l'UNESCO dans la catégorie « musique », une reconnaissance qui intervient quelques jours avant la qualification poussive de la Nati pour l'Euro 2024 et le renouvellement de la concession du Casino Barrière de Montreux.

Juillet

Août

Sept.

Octobre

Nov.

Déc.

I wonder

Le génial auteur-compositeur-interprète américain Sixto Rodriguez, tête d'affiche du MJF en 2013, s'envole au paradis des artistes le 8. Vague à l'âme toujours en apprenant que l'été 2023 est le plus chaud jamais enregistré, en témoignent les habitants de Vevey qui, la nuit du 22, ont dû chercher le sommeil avec une température culminant à 24,7 °C. Pas de quoi perturber les sculptures de la Biennale de Montreux, installées le 12 sur les quais.

Le sang de la terre

Israël et la Palestine se déchirent à nouveau dans une guerre sans fin. Optimisme en revanche chez les vigneron·nes de Lavaux qui s'attendent à une cuvée 2023 d'excellente facture. Un millésime que ne goûtera pas Matthew Perry, acteur rendu mondialement célèbre pour son rôle de Chandler dans la série Friends, décédé le 28 à l'âge de 54 ans. Bien vivant, l'éternel Lionel Messi aligne quant à lui un 8e Ballon d'Or sur sa cheminée.

C'était l'hiver

Carnet noir pour débiter le mois avec la disparition du mécène et promoteur valaisan Léonard Gianadda, le 3, à l'âge de 88 ans. Atmosphère beaucoup plus joyeuse du côté de Vevey et Montreux Noël – qui fêtait les 20 ans de la maison du Père Noël (voir page 6) – mais aussi au Caux Palace pour la 1^{ère} édition des Emergences Musicales Montreux Riviera (3-10.12), série de concerts imaginée par la Saison Culturelle et parrainée par Francis Cabrel.

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

Au fil de l'eau

Thématique de communication de ST et MVT en 2023, l'eau s'est retrouvée au centre de toutes les attentions. Un axe qui a été exploité avec la création d'une nouvelle offre hôtelière estampillée Dolce Riviera soutenue par une série de photos des quais de Vevey et de La Tour-de-Peilz ainsi qu'un clip consacré aux sports nautiques. Diffusé en Suisse alémanique et en France, ce dernier a généré un total de 3,4 millions d'impressions pour un peu plus de 68'000 clics.

Se mettre en train

10e 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 8'000 exemplaires, une campagne de communication sur les réseaux sociaux, une newsletter CFF envoyée à plus de 2'700'000 contacts et dont le taux d'ouverture culmine à 45%, une couverture médiatique dans Le Matin Dimanche, le Tages-Anzeiger, la Berner Zeitung et 20minutes.ch, une campagne d'affichage ainsi qu'une landing page cff.ch/lavaux.

Etoile des neiges

Optimisation de la page web « hiver », campagne sur les réseaux sociaux, habillage d'un bus VMCV ou encore publication d'une brochure dédiée : la communication hivernale centrée sur les Pléiades et les Rochers-de-Naye a pris de multiples visages en 2023. 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 marchés de Noël, les communes et les services des sports.

« Si vous êtes à Montreux, vous devez prendre ce train »

Wanderlust, à propos du GoldenPass Express



**3,4
millions**

d'impressions pour la campagne « eau »

**2,7
millions**

de contacts pour la newsletter CFF

**1 bus
VMCV**

dédié à l'hiver

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

A l'eau !

En 2023, ST a choisi le thème de l'eau pour vanter les beautés du pays. Un vecteur idéal pour MVT qui a pu miser sur les nombreuses expériences en lien avec le lac Léman à travers une grande campagne digitale sur Meta et Google (portée de 42 millions de personnes pour 400'000 clics) ainsi qu'une campagne médiatique nationale (100'000 clics sur NZZ, Blick, 20 Minuten et loisirs.ch) et internationale auprès des marchés suisse, français et britannique. Une offre hôtelière Dolce Riviera a également vu le jour pour l'occasion.

Actions ciblées

Outre les traditionnelles campagnes digitales en collaboration avec VP, MVT s'est associé à plusieurs institutions pour promouvoir la destination, à commencer par Gault & Millau pour une série de portraits consacrés à 6 vigneronnes de Lavaux. Coup de projecteur également sur le Cully Jazz, Montreux Noël et le MOB via un mix médias off et online avec Schweizer Familie et Falstaff. D'une manière plus générale, MVT a aussi pris soin de mutualiser sa communication avec la plupart des événements de grande envergure.

Tour de tables

Mettre en lumière le bon et le beau : tel pourrait être le plus court résumé des ambitions poursuivies par le Montreux Riviera Gourmet Tour, une série de capsules vidéo centrées sur la gastronomie, le monde du vin et la culture. Imaginé par MVT, Magnificients et La Télé – qui diffuse l'émission – le concept se prolonge également sur le site mrgt.ch. En 2023, 3 épisodes comprenant chacun 3 capsules ont été présentés au public. Au minimum 7 autres sont prévus pour 2024.

« Laissez-vous éblouir par les vignobles étagés de la région de Lavaux, l'une des plus belles destinations de Suisse »



42 000 000
impressions

pour la campagne digitale 2023

34%

taux de conversion

0,92

coût par clic (CPC) moyen

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

Des visages, des figures

Que ce soit pour le web ou les réseaux sociaux, MVT s'attache 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 d'une série de 7 interviews (guide du Château de Chillon, illustrateur amoureux de Lavaux, capitaine de la CGN, ...) égrainées au fil de l'année, d'une refonte de la page web « automne » ou encore de suggestions gastronomiques inédites.

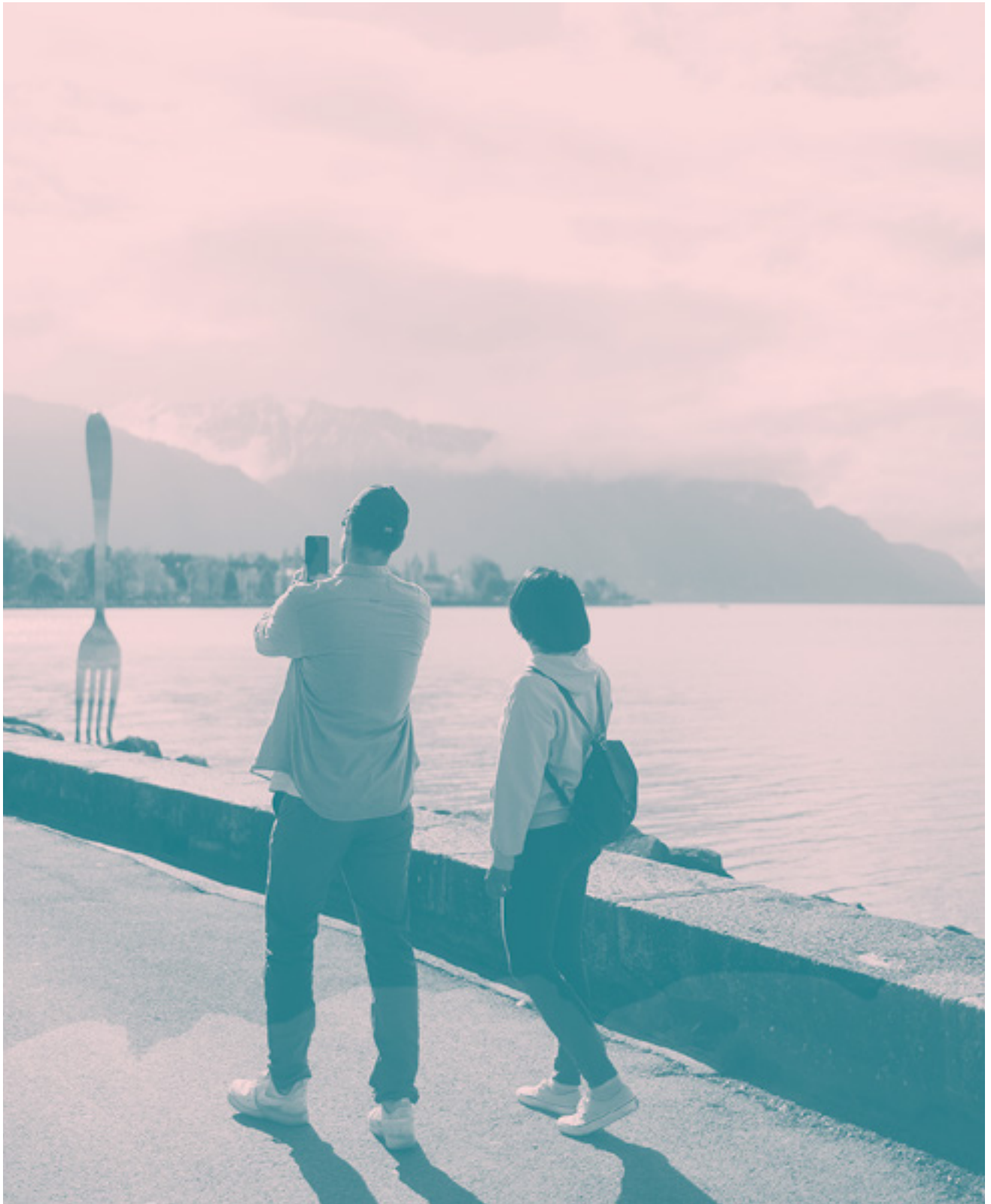
Entretenir la flamme

Avec une communauté composée de quelque 218'000 personnes, il est primordial de soigner ses interactions ! Externalisée pendant un peu plus de 2 ans, cette tâche a fait son retour au sein de MVT avec l'engagement en 2023 de Jasmine Al-Osami, Social & Digital Media Manager. Sous sa houlette, MVT a poursuivi ses actions sur Facebook et Instagram tout en développant une présence accrue sur LinkedIn. Tous réseaux confondus, la portée de l'ensemble est estimée à 3,4 millions de personnes.

Tisser sa toile

Porte d'entrée virtuelle de la destination, le site web montreuxriviera.com se compose de quelque 2'300 pages disponibles en allemand, anglais et français. Un contenu vertigineux consulté en 2023 par 996'000 utilisateurs 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.

« Nous embarquons à Montreux, ville aux airs méditerranéens, puis nous naviguons jusqu'à Villeneuve, avant de revenir en direction de Chillon et de son château de conte de fées »



218 000
individus

sur Facebook & Instagram

2,4 mio de
pages vues

sur montreuxriviera.com

CHF
170 000.–

CA e-commerce

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 sur l'environnement ? Empreinte estimée tout de même à 8% des émissions mondiales de CO2... En plus des problématiques écologiques, la durabilité englobe également un volet économique et social. Autant d'aspects que MVT tâche d'intégrer progressivement dans son fonctionnement.

Durabilité

Au bonheur des bulbes

Dans le cadre de La Semaine Européenne du Développement Durable, plusieurs collaborateurs de MVT ont pris un peu de leur temps pour participer à la replantation des bulbes de narcisses dans les prairies des Avants. Une activité qui permet de prendre pleinement conscience de la fragilité de ce patrimoine floral emblématique de la région et l'occasion, aussi, de saluer le travail de l'association Narcissés Riviera sans qui « la neige de mai » ne serait plus qu'un lointain souvenir.

Heures de vol

En 2023, les déplacements en avion des collaborateurs de MVT ont généré un total de 6,85 tonnes de CO2, soit l'équivalent de 20'000 kilomètres en voiture à essence. Pour adoucir son empreinte, MVT a donc décidé de convertir ce bilan carbone en coup de pouce financier pour la renaturation du haut marais de Sous-Martel-Dernier, dans le canton de Neuchâtel. Un projet soutenu par la fondation myclimate et qui vise justement à redonner vie à un écosystème marécageux qui stocke naturellement le dioxyde de carbone.

Accessibilité

L'une des dimensions sociales de la durabilité concerne l'information destinée aux individus à mobilité réduite, c'est-à-dire les personnes handicapées, les seniors mais aussi les familles avec poussette. C'est donc dans l'optique d'améliorer sa communication à ce sujet et de faciliter la vie des personnes concernées que les points « i » de Montreux, Vevey et Villeneuve ont rejoint en 2023 le programme OK:GO lancé en 2019 par l'association Suisse sans obstacle.

« Un miracle sauvage tout de blanc vêtu »

Reutlinger General-Anzeiger, à propos des narcisses



**6,85 tonnes
de CO₂**

Compensées par MVT

**45% des
entreprises**

Swisustainable vaudoises
entre Lausanne et Montreux

**114
entreprises**

Swisustainable
entre Lausanne et Montreux

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 (Sommet Education)

Bernard Schmid, Promove

Départements opérationnels - Collège de direction

Direction

Christoph Sturny

Stratégie et Marketing de destination,
Management, Régionalisation, Partenariats

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, Coordination

Marketing & Communication

Grégoire Chappuis

Marketing, Communication, Médias, Partenariats,
Marketing digital, Développement de produits
et de destination, Film Location Riviera

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

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

↳ Estelle Sauge

↳ Jessica Jarriccio

↳ Elodie Amos

↳ Valerio Alessandri

↳ Stagiaire

Point «i» Vevey

Valérie Burnier

↳ Estelle Corminboeuf

↳ Nathalie Pertuiset

↳ Sylwia Gryndziak

↳ Apprenti / e

Point «i» Chexbres

Natascha Bianca Morel

Point «i» Cully

Katya Jobin

Point «i» Villeneuve

Chantal Logean

Point «i» Lutry

Booking Centre

Sonia Francescato

Jimmy Barjou

Laetitia Manolescu

Développ. produits

Jonathan Busset

Corinne Guignard

Médias

Tiffany Duc

Lucie Wüthrich

Publications

Jasmine Al-Osami

Steve Maibach

Maxime Fontannaz

Yann Guerry

Apprenti/e

Céline Guido

Nicole Mermoud

Martina Fuhrer

Lucie Wüthrich

Comptabilité

Esther Waltisberg Cherix

Apprenti/e

Services Généraux

Michael Pötz

Apprenti(e)s: Lise Mottier, Alice Valazza, Sofiane Sabbar

Stagiaire: Manon Leyvraz

Au 31.12.23, l'effectif de MVT compte 38 collaboratrices et collaborateurs, dont 3 apprentis et 1 stagiaire, soit 31.8 EPT (emploi plein temps).

Par département / service: Finances & Gestion 4 personnes, Information & Réservation 16, Marketing & Communication 13, Marchés & Convention Bureau 5

Comptes annuels

Bilans

Actif en CHF		31.12.2023	31.12.2022
Actif circulant		1 577 664	1 601 858
Trésorerie	1	1 074 039	1 231 029
Clients-débiteurs		374 053	220 336
Provision pour pertes sur débiteurs		-16 424	-8 947
Autres débiteurs	2	65 894	77 583
Actifs de régularisation	3	74 550	75 912
Stock matériel		5 552	5 946
Actif immobilisé		71 440	81 517
Immobilisations corporelles	4	71 440	81 517
Total Actif		1 649 104	1 683 375

Passif en CHF			
Capitaux étrangers à court terme		517 189	617 028
Créanciers-fournisseurs		124 589	232 063
Autres créanciers	5	71 858	63 963
Passifs de régularisation	6	320 742	321 002
Capitaux étrangers à long terme		908 940	853 399
Provisions	7	908 940	853 399
Capitaux propres		222 976	212 948
Fortune		212 948	221 461
Bénéfice/-Perte net(te) de l'exercice		10 028	-8 513
Total Passif		1 649 104	1 683 375

Comptes annuels

Comptes de Profits et Pertes

Produits en CHF		31.12.2023	Budget 2023	31.12.2022
Contributions et taxes		4 950 085	4 951 203	4 869 535
Subventions communales	8	2 739 666	2 735 573	2 742 317
Taxes de séjour		1 665 454	1 662 375	1 583 964
SHMV		458 719	456 255	452 958
Membres & donateurs		86 246	97 000	90 296
Prestations & services		718 542	559 425	899 038
Information & Réservation		384 232	346 400	414 921
Marketing & Communication		222 080	125 555	161 709
Markets & Convention bureau		91 782	87 470	231 812
Participations documentation		20 447	0	90 597
Autres produits		39 875	38 700	55 915
Frais récupérés		39 875	38 700	55 915
Total Produits		5 708 502	5 549 328	5 824 489
Charges en CHF				
Charges d'exploitation		2 324 822	2 027 920	2 482 282
Information & Réservation		344 386	292 020	248 564
Marketing & Communication		1 048 081	804 800	983 858
Markets & Convention bureau		376 528	443 500	555 354
Documentation		255 134	167 500	374 706
Frais de gestion & d'administration		300 693	320 100	319 800
Charges de personnel	9a	2 931 198	3 131 400	2 913 882
Salaires et Charges sociales		3 010 357	3 131 400	2 913 882
./. Indemnités RHT perçues	9b	-79 159	0	0
Frais de locaux	10	353 746	398 800	409 262
Amortissements & provisions		88 707	36 000	27 576
Amortissements	11	40 734	48 027	39 602
Provisions	12	47 973	-12 027	-12 026
Total Charges		5 698 473	5 594 120	5 833 002
Résultat de l'exercice (Bénéfice/-Perte)		10 028	-44 792	-8 513

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 ^{en CHF}

		31.12.2023	31.12.2022
Trésorerie / Titres	1	1 074 039	1 231 029
Caisses		10 328	12 346
PostFinance		80 967	50 499
Banques / Titres		982 744	1 168 183
Autres débiteurs	2	65 894	77 583
C/C Débiteurs tiers		64 470	76 873
C/C Impôt anticipé		1 424	710
Actifs de régularisation	3	74 550	75 912
Produits à recevoir		5 368	8 105
Charges payées d'avance		69 182	67 807
Immobilisations corporelles	4	71 440	81 517
Pavillon d'information Montreux		1	1
Pavillon d'information Vevey Gare		36 079	48 106
Informatique, mobilier, machines, locaux & véhicules		35 360	33 410
Autres créanciers	5	71 858	63 963
C/C Créanciers tiers		49 365	42 492
C/C TVA		22 493	21 471
Passifs de régularisation	6	320 742	321 002
Charges à payer		314 180	307 229
Produits reçus d'avance		6 561	13 773
Provisions	7	908 940	853 399
Fonds de renouvellement		220 000	160 000
Fonds pour projets spéciaux		150 000	150 000
Fonds amortissement Gare Vevey		65 313	77 340
Fonds de régulation IR/MC/CB		150 000	150 000
Fonds Elsbeth Gessner		323 627	316 059

Annexes aux comptes

Profits et Pertes

Informations sur les postes des Profits et Pertes ^{en CHF}		31.12.2023	31.12.2022
Subventions (montants bruts sans RDIP)	8	2 805 716	2 813 464
Communes du district Riviera-Pays-d'Enhaut		2 300 461	2 300 461
Communes du district Lavaux-Oron		414 450	422 198
Commune de Villeneuve		90 805	90 805
Charges de personnel	9a	2 931 198	2 913 882
Information & Réservation		1 111 247	1 127 924
Marketing & Communication		1 082 705	1 040 272
Markets & Convention bureau		415 444	427 409
Administration & Finances		321 802	318 277
RHT perçues	9b	-79 159	0
Frais de locaux	10	353 746	409 262
Siège social, Montreux		229 787	227 453
Point «i» Montreux		13 452	15 072
Point «i» Vevey Grenette		31 354	65 963
Point «i» Vevey Gare		36 200	57 542
Point «i» Chexbres		14 349	14 634
Point «i» Cully		7 300	7 442
Point «i» Villeneuve		14 104	13 955
Point «i» Lutry		7 200	7 200
Amortissements	11	40 734	39 602
Mobilier & machines		1 846	1 551
Aménagements locaux		16 927	15 526
Informatique & web		21 961	22 525
Attribution / Dissolution Provisions	12	47 973	-12 026
Dissol. Prov. amortissements Point «i» Vevey Gare		-12 027	-12 026
Attribution fds de renouvellement		60 000	0

Autres informations hors Bilan ^{en CHF}

Valeur résiduelle d'engagements non portés au bilan		631 209	917 978
Leasing copieur		13 222	19 731
Leasing véhicule		5 359	16 077
Location terminaux SIX		1 140	540
Engagement baux commerciaux < 1an		290 484	287 380
Engagement baux commerciaux > 1an		321 004	594 250
Dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle		21 816	3 472



Ernst & Young SA
Avenue de la Gare 39a
Case postale
CH-1002 Lausanne

Téléphone +41 58 286 51 11
www.ey.com/fr_ch

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

Lausanne, le 22 avril 2024

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 2023.

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-réviser agréée
(Réviser responsable)



Victoria Tataru
(Qualified Signature)

Institutions

2m2c	Montreux Music & Convention Centre
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
MJF	Montreux Jazz Festival
MOB	Compagnie du Chemin de Fer Montreux Oberland bernois
MRCB	Montreux Riviera Convention Bureau
LMC	Lausanne Montreux Congress
LPm	Lavaux Patrimoine mondial
LT	Lausanne Tourisme
SAI	Service des affaires intercommunales de la Riviera
SCIB	Switzerland Convention & Incentive Bureau
SHMV	Société des Hôteliers Montreux Vevey Riviera
ST	Suisse Tourisme
STM	Switzerland Travel Mart
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
TO	Tour-opérateur

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

swi+zerland

VAUD+
TERRE D'INSPIRATION

