



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016



# SOMMAIRE

<b>1   INTRODUCTION &amp; ADMINISTRATION</b>	<b>3-5</b>
1.1   Message de la Présidence et de la Direction	3
1.2   Membres du Comité 2015	4
1.3   Organigramme et employés	5
<b>2   MARKETING &amp; COMMUNICATION</b>	<b>6-13</b>
2.1   Mouvement touristique	6
2.2   Stratégie marketing et actions promotionnelles	7
2.3   Publications	10
2.4   Internet et réseaux sociaux	11
2.5   Communication et Relations publiques	13
<b>3   ACCUEIL &amp; INFORMATION</b>	<b>14-19</b>
3.1   Visites à nos bureaux d'informations	15
3.2   Visites guidées à Nyon	18
3.3   Activités selon label qualité QQ	19
<b>4   STATISTIQUES: NUITÉES &amp; VISITEURS</b>	<b>20-21</b>
<b>5   COMPTES</b>	<b>21-23</b>

---

## IMPRESSUM – NYON RÉGION TOURISME

**TEXTES:** NYON RÉGION TOURISME

**PHOTOS:** NYON RÉGION TOURISME, OLIVIER GISIGER, GUILLAUME MÉGEVAND, CGN, BEST WESTERN CHAVANNES-DE-BOGIS

**GRAPHISME:** TRAFIKDESIGN – **IMPRESSION:** BSR, GLAND – **TIRAGE:** 900 EXEMPLAIRES

**ÉDITION:** V2, 12 JUIN 2017 (ERRATUM DU BILAN)

# 1 | INTRODUCTION & ADMINISTRATION

## 1.1 | Message de la Présidence et de la Direction

---

### 2016, année touristique record pour Nyon Région Tourisme

**Nyon Région Tourisme a eu le plaisir de connaître une année record pour les nuitées hôtelières en 2016. C'est en effet 181'326 nuitées qui ont été recensées par l'Office Fédéral de la statistique, soit une augmentation de 22,9% par rapport à 2015.**

Alors que le tourisme suisse affiche globalement une légère baisse des nuitées en 2016, le tourisme de Nyon Région, à l'instar du canton de Vaud, qui enregistre la plus forte progression du pays en valeur absolue de nuitées, peut se targuer d'une excellente année touristique avec à la clé un record historique de nuitées et une progression de 22,9% par rapport à 2015.

La région de Nyon, qui intègre également les offices du tourisme de Rolle, Coppet et Saint-Cergue, tire profit d'une augmentation sensible de sa capacité d'hébergement hôtelière d'une part et de la mise en place, dans une conjoncture difficile marquée par un franc fort et un environnement politico- économique instable, d'une stratégie de marque régionale d'autre part. En effet, l'utilisation récente d'une marque fédératrice forte «La Côte, JURA-VIGNOBLE-LEMAN», un choix judicieux de marchés prioritaires et une promotion basée sur des domaines d'activités, tels que : l'art de vivre, la nature, culture & patrimoine, l'hiver, les événements & festivals ou le tourisme d'affaires, plutôt que par destinations, expliquent notamment cette évolution réjouissante.

En misant notamment sur les hôtes suisses, Nyon Région Tourisme observe avec satisfaction une croissance importante de cette clientèle en 2016, qui représente 41% de nos visiteurs suivis des hôtes français (9%), anglais (7%), allemand (6,5%) et américains du nord (4%). Par ailleurs, le lancement en 2016 du «Pass La Côte» offert à tous les visiteurs des hôtels de la région et notre positionnement dans l'itinéraire du «Grand Tour Suisse» de Suisse Tourisme, avec notamment un «photo-spot» à Coppet, renforcent à n'en pas douter l'attractivité d'une région qui possède de nombreux atouts, susceptibles d'attirer une clientèle d'affaires ou de loisirs. Cette clientèle de courts séjours complète les excursionnistes de passage toujours très nombreux dans notre région.

Ces résultats record et cette exceptionnelle progression des nuitées helvétiques sont une belle récompense par rapport aux efforts déployés par l'ensemble des prestataires de notre secteur d'activités, à la qualité de l'accueil fourni dans nos offices du tourisme et aux actions ciblées de promotion en faveur de notre belle région. Nous souhaitons remercier les collaboratrices et collaborateurs de nos offices ainsi que nos partenaires et membres de notre association qui contribuent tous à la prospérité touristique de notre région.



**François BRYAND**  
Président



**Didier MIÉVILLE**  
Directeur

## 1.2 | Membres du Comité 2016

---

### COMITÉ

François BRYAND	Président
Michèle LIECHTI	Vice-Présidente, Représentante de hotelleriesuisse section la Côte (SSH La Côte)
Ariane VIAL	Trésorière
Charles GENINASCA	Membre, Conservateur du Moulin de Chiblins
Richard ZAUGG	Membre, Directeur TPN, NStCM

### MEMBRES DE DROIT

Fabienne FREYMOND CANTONE	Municipale de la Commune de Nyon
Françoise SAMUEL	Municipale de la Commune de St-Cergue
Isabelle NAVILLE	Municipale de la Commune de Coppet
Loïc HALDIMANN	Municipal de la Commune de Rolle
Gérard PRODUIT	Représentant du CODIR du Conseil Régional du District de Nyon
Robert BUBLOZ	Président de l'Association des cafetiers-restaurateurs et hôteliers de la section La Côte (GastroVaud, Section La Côte)
Marisa BENEDETTO	Présidente de la Société Industrielle et Commerciale de Nyon et environs

---

### COMMISSIONS PERMANENTES

Commission marketing	Président   Charles GENINASCA
Commission des finances	Président   Richard ZAUGG

### SECRÉTAIRE DU COMITÉ

Rita MANCESTI	Assistante de direction NRT
---------------	-----------------------------

## 1.3 | Organigramme et employés

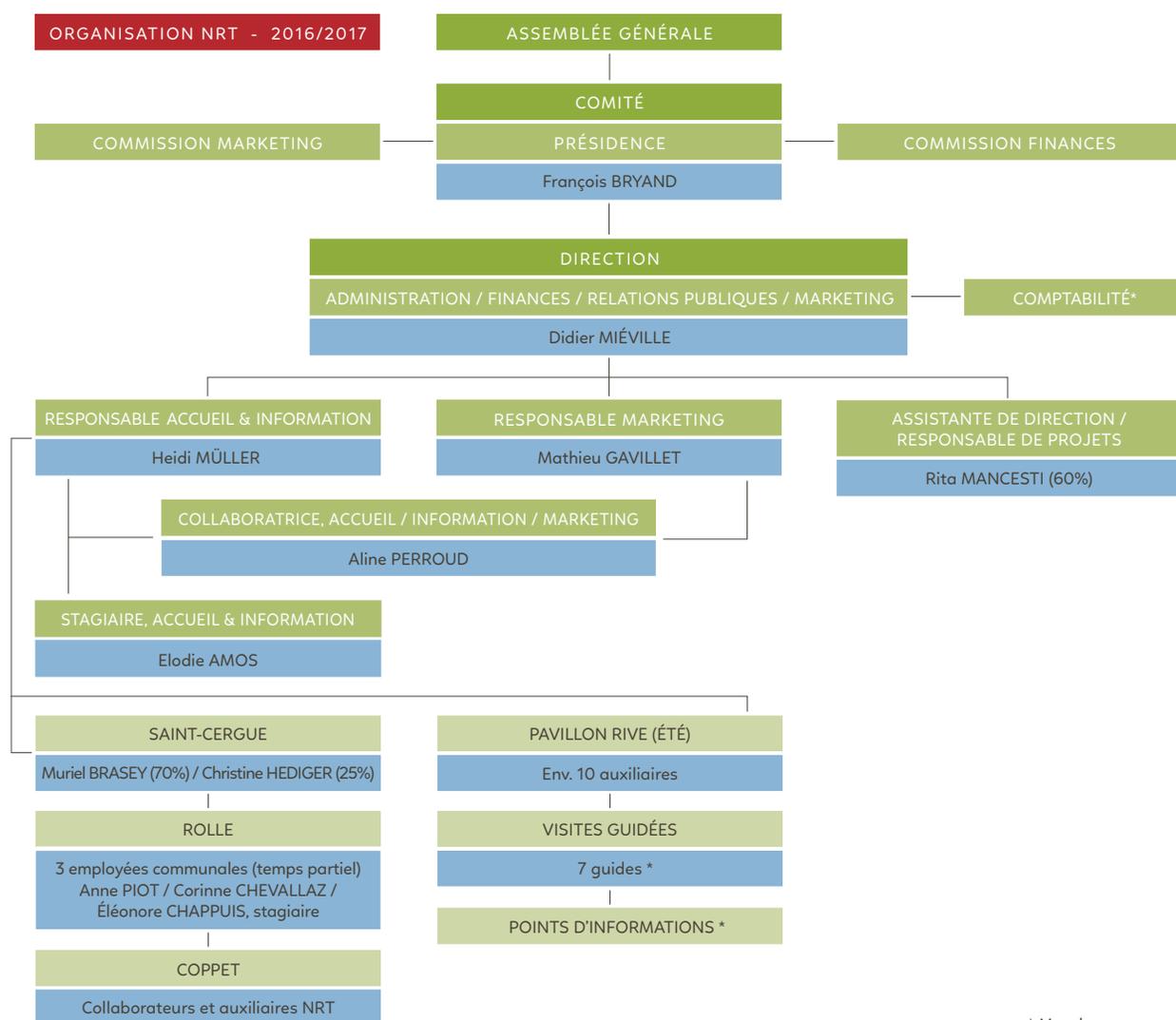
En 2016, Nyon Région Tourisme a eu le plaisir d'accueillir Mesdames Rita Mancesti et Aline Perroud dans l'équipe des employés de NRT. Madame Elodie Amos a pris la place de stagiaire dès août 2016.

Nous remercions Mesdames Caroline Demierre Burri et Aline Esseiva qui ont quitté NRT durant l'année.

A la fin de l'année 2016, l'équivalent plein temps de NRT était de 6,55, réparti sur 8 personnes entre Nyon et St-Cergue.

Elles sont accompagnées d'un pool d'auxiliaires, de guides, et d'un mandat à notre trésorière Madame Ariane Vial pour la comptabilité.

A Rolle, ce sont des employées communales qui travaillent à l'office du tourisme sous la supervision de NRT. A Coppet ce sont des employés de NRT Nyon qui se relaient pour ouvrir l'office 2 à 3 après-midi par semaine, y compris le samedi. Le reste du temps, l'office de Coppet reste ouvert en libre-service durant les horaires d'ouverture automatique.



\* Mandats externes

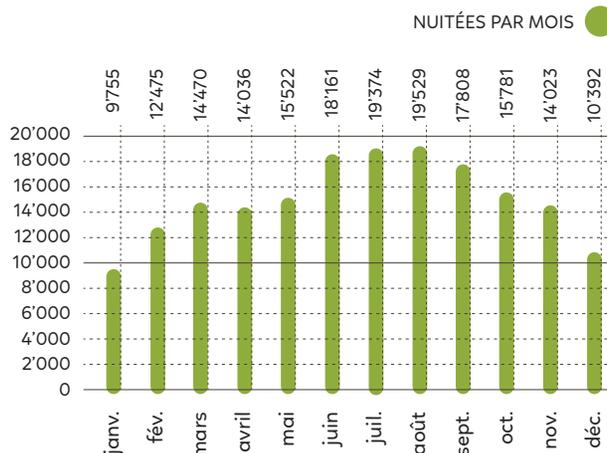
## 2 | MARKETING & COMMUNICATION

### 2.1 | Mouvement touristique

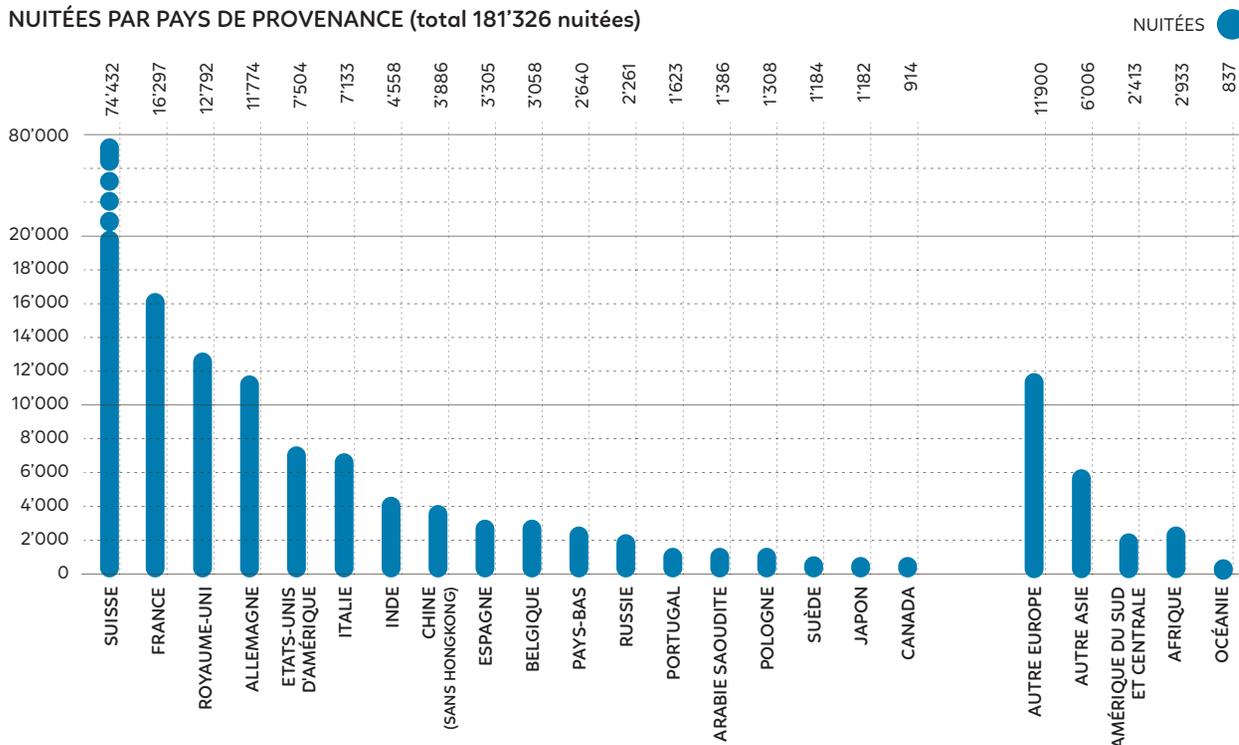
#### 2.1.1 | Nuitées hôtelières

La région de Nyon a connu une année record en 2016 avec 181'326 nuitées hôtelières réparties dans les quelques 40 hôtels de la région.

La durée de séjour a augmenté à 2,17 nuitées en moyenne et le taux d'occupation a lui aussi progressé pour atteindre les 48% (augmentation de 2.4%). Le mois de décembre reste le mois le plus difficile avec 34.2% d'occupation des chambres, alors que juin a culminé à 57,9%. Nous aimerions aussi signaler que les différents hébergements de para-hôtellerie (bed & breakfast, camping, port, chalet, pensionnat, etc.) comptent pour environ 100'000 nuitées supplémentaires à l'hôtellerie dans la région.



#### NUITÉES PAR PAYS DE PROVENANCE (total 181'326 nuitées)



Concernant, les 181'326 nuitées hôtelières nous relèverons l'importance des nuitées «suisses» qui ont connu une forte augmentation et qui ont compté en 2016 pour 41% de nos hôtes. Les nuitées en provenance de la France, du Royaume-Uni et des Etats-Unis ont aussi eu de belles augmentations en 2016. Les hôtes du Japon et de l'Inde ont été moins nombreux.

Bien que le tourisme d'affaire reste très important dans notre région, nous avons plaisir à relever que les mois de juillet et août ont connu la plus belle fréquentation avec respectivement 19'374 et 19'529 nuitées, preuve en est donc de la plus-value du tourisme de loisirs.

## 2.2 | Stratégie marketing & actions promotionnelles

### 2.2.1 | Les Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)

Pour rappel, NRT avait en 2011 entamé une réflexion sur l'angle d'approche pour la promotion touristique de la région. Il en était ressorti la nécessité de regrouper les activités sur certains thèmes appelés Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).

Ce processus a été repris par l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV). Six DAS ont été identifiés, similaires à ceux de NRT, notre organisme s'est donc aligné sur la stratégie cantonale. Il faut relever que cette stratégie porte ses fruits puisque le Canton Vaud s'est placé à la 1ère place en croissance de nuitées en Suisse en 2016 (résultat historique). Ces DAS ont donc été reconduits dans le prochain plan stratégique de l'OTV:

- **événements & festivals**
- **culture & patrimoine** (châteaux et musées)
- **nature** (excursions, VTT, montagne hors saison d'hiver, activités lacustre, etc.)
- **hiver** (répondant à l'attrait spécifique de notre canton et de notre région aux activités hivernales)
- **art de vivre** (œnotourisme, gastronomie, bien-être, agrotourisme)
- **tourisme d'affaires**

Il faut relever que les 5 premiers DAS ressortent du tourisme de loisirs. Le sixième correspond donc aux nuitées générées par les entreprises de la région ou lors de séminaires/congrès. Un plan marketing est élaboré par NRT pour la promotion de ces DAS et certaines priorités ont été dégagées malgré la belle diversité de notre région.

Le NStCM a fêté ses 100 ans en 2016.



### 2.2.2 | Collaborations & coordinations

Nyon Région Tourisme joue un rôle moteur dans plusieurs partenariats avec des acteurs touristiques de la région.

Ces collaborations permettent de créer des synergies entre les différents acteurs pour permettre de plus grands moyens dans la promotion de la région et la valorisation des produits touristiques dans les marchés cibles.

- **Collaboration avec l'OTV:** de nombreuses actions marketing élaborées avec l'OTV l'instance faîtière du tourisme vaudois (NRT siège au Comité Directeur, au Conseil Consultatif et à la Commission Marketing de l'OTV).
- **Collaboration «Pool Marketing La Côte» avec Morges Région Tourisme et hôtellerie suisse, section La Côte:** des campagnes avec des actions ciblées par le biais du «Pool marketing La Côte», qui regroupe nos partenaires stratégiques comme Morges Région Tourisme et les hôteliers de la section La Côte.
- **Parc Jura vaudois:** un pool pour la promotion du Jura Vaudois à travers le Parc Naturel du Jura Vaudois et des quatre régions concernées (Nyon, Morges, Vallée de Joux et Yverdon). NRT a terminé sa représentation de ces offices au sein du Comité du Parc (tournus) mais a gardé un rôle moteur dans la promotion coordonnées de ces institutions. Un produit « bike tour » a été créé avec un prestataire spécialisé ([www.swissbackstage.com/bike-tour-parc-jura-vaudois](http://www.swissbackstage.com/bike-tour-parc-jura-vaudois)).
- **Plateforme des Festivals de la Ville de Nyon:** une plateforme, coordonnée par NRT depuis presque 10 ans, qui permet une promotion commune des festivals majeurs dans la région et en dehors (Nyon ville de festivals).
- **Plateforme des Musées:** une plateforme qui regroupe les 9 musées de la région. Une relation formelle, à nouveau coordonnée par NRT, a permis l'élaboration et la promotion d'un Pass des Musées.
- **Partenaires spécifiques:** Transport Public Nyonnais, chemin de fer NStCM, Vins de Nyon, GastroVaud Section La Côte, Télédôle et Espace Dôle (Sogestar).
- **Événements partenaires :** semi-marathon de La Côte, Caves Ouvertes vaudoises, les Hivernales Festivals, Visions du Réel, etc.

## 2.2.3 | Les actions promotionnelles

Au total une cinquantaine d'actions promotionnelles ont été menées durant l'année, via des supports papier et digitaux. Des actions combinées orientées, en fonction de nos DAS, ont permis d'atteindre les objectifs fixés dans le plan marketing. Un marketing qui vise à faire découvrir La Côte, encore méconnue, aux touristes suisses allemands, allemands, français et d'ailleurs.

Ces campagnes ont été menées indépendamment ou conjointement avec nos partenaires comme Morges Région Tourisme et les hôteliers de la Côte (Pool Marketing La Côte), l'Office du Tourisme Vaudois (OTV) ainsi que tous les partenaires avec lesquels nous collaborons par plateformes. En 2016, NRT a pu investir, directement ou avec ses partenariats, plus de 345'000.- dans la promotion et l'édition de documents (comparé à 312'000.- en 2015 et 214'000 en 2014).

Voici une liste des actions, non-exhaustive :

### ACTIONS PROMOTIONNELLES – GUIDÉES PAR L'OTV, PARTICIPATION AVEC LE POOL LA CÔTE

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Campagne Cœnotourisme	Campagne générale, tous supports (médias, concours, offres, etc.)	Suisse allemande	Art de vivre (œnotourisme)	3.5 mio print, 1.5 mio FB, 100'000 impressions Google, 90'000 visiteurs aux Caves Ouvertes (CHIFFRES OTV)
Campagne "Hiver" (Jura, St-Cergue)	Priorité 1: spot TV Priorité 2 : digital.	Suisse allemande	Hiver	6 mio TV, 2,7 mio réseaux sociaux (CHIFFRES OTV)
Courier International, Le Point, Le Monde, Le Routard, Blogueur, Expo sur la place Défense, à Paris	Magazine, Web: Publireportage, Exposition	France	E&F, Nature, Art de vivre, C&P (Grand Tour of SUI)	110 mio (CHIFFRES OTV)
Magazine Merian	Magazine : Annonce	Allemagne	E&F, Nature, Art de vivre, C&P	80'000 exemplaires / 700'000 contacts
Konferenz Arena	Présence sur plateforme vaudoise	Suisse allemande	Business	50
Salon de la Randonnée	Présence sur stand OTV/ST	France, Lyon	Nature	500



## ACTIONS PROMOTIONNELLES – POOL LA CÔTE

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Création et promotion du "Pass La Côte" (20'000 exemplaires en anglais, 15'000 en français)				
Illustré	Pub + reportage	Suisse romande	Nature, Art de vivre, C&P	Lectorat: 320'000
Schweizer Illustriert	½ page pub, spécial 1 <sup>er</sup> août	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Tirage: 700'000
Ferientrends	½ page pub	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Tirage: 180'000
Freizeit.ch	Bannière + key story	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impression: 671'000
Campagnes avec l'agence Gammed	Bannière web (programatic)	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impression: 6 mio
Google Ads	Achat mots-clés	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impression: 95'000
Schweizer Familie	Magazine : concours	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Tirage: 660'000
Salon SETA Genève	Stand	Suisse romande	business	Distribution: 50

## ACTIONS PROMOTIONNELLES – COLLABORATIONS AVEC PNRJV ET LES 4 OTs DU PÉRIMÈTRE

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Promo PNRJV – 4 OTs NRT, MRT, VdJ, Romainmôtier	Création du Bike Tour, diverses actions	Suisse allemande	Nature	100'000

Saint-Cergue - Bière - Romainmôtier - Vallée de Joux

# Bike Tour Parc Jura vaudois

OFFRE ESTIVALE DÈS CHF 190.- \*

[WWW.SWISSBACKSTAGE.COM/BIKE-TOUR](http://WWW.SWISSBACKSTAGE.COM/BIKE-TOUR)

- 1 nuit d'hôtel en demi-pension
- Transport des bagages
- 120 km d'itinéraire en 2 ou 3 étapes
- 4 points de départ à choix
- E-Bikes disponibles

\*Prix par personne, base chambre double. Offre valable jusqu'au 30.10.2016

Logos: Parc Jura vaudois, VALLEE DE JOUX, REGION YVERDONNAISE BAUGES SAAS-LENNE, La Côte, MORGES REGION, Backstage Swiss Boutique Travel

## DIVERSES ACTIONS NRT

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Affichage, flyer	Visites guidées	Suisse romande	C&P	10'000
Pass Musées	Diverses actions	Suisse romande, FRA	C&P	100'000
Magazine été La Côte journal	Annonce Pass Musée + Visite Guidée	Suisse romande	C&P	75'000
Facebook, Youtube	Clip vidéo	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	250'000
Passeport Loisirs	Offres spéciale	Suisse romande	Hiver	9'500
Loisirs.ch	Bannière web 5 semaines	Suisse romande	Hiver	22'010
Journal La Côte	Publicité "Hiver"	Suisse romande	Hiver	75'000
Clip, Flyer des Festivals	Diverses actions	Suisse romande, allemande	E&F	100'000
Berlinale (festival)	Soirée NRT	Allemagne	E&F, Nature, Art de vivre, C&P	

## 2.3 | Publications

Dans la continuité de notre démarche d'«harmonisation graphique» de nos publications, l'édition 2016-2017 de notre Guide touristique Nyon Région a fait peau neuve. Nous avons ainsi revu son graphisme et cherché à améliorer sa lecture. Ce guide est notre outil de travail précieux au quotidien, présentant l'ensemble des activités de nos prestataires touristiques. Notre brochure Hébergements, regroupant les hôtels et la parahôtellerie de la région de La Côte a également été rééditée, en collaboration avec Morges Région Tourisme.

En début d'hiver, un nouveau dépliant sur les téléskis de St-Cergue et St-George a été élaboré en partenariat avec Régionyon, afin d'informer et de promouvoir l'offre de ces téléskis régionaux.

Dans le courant de l'année 2016, nous avons ainsi imprimé les publications suivantes :

TITRE DE LA PUBLICATION	NOMBRE D'EXEMPLAIRES IMPRIMÉS
Guide touristique Nyon Région 2016	15'000
Brochure hébergements La Côte 2016	5'000
Plan de la Ville de Nyon*	6'000
Guide touristique Nyon Région, activité hivernales dans le Jura 2016	10'000
Dépliant Téléskis de St-Cergue et St-George (Partenariat Régionyon)*	5'000
<b>TOTAL</b>	<b>41'000</b>

\*ces documents ne sont pas imprimés chaque année, ils sont mis à jour et réimprimés selon nos besoins.

## 2.4 | Internet et réseaux sociaux

### 2.4.1 | Site internet

En terme de fréquentation le site internet de Nyon a connu une baisse des visites à hauteur de 5%, alors que celui dédié à St-Cergue une augmentation des visites de 11%. Comme en 2015, le 70% de ces visites proviennent des différents moteurs de recherche (organic search).

On note un pic de fréquentation sur le site de Nyon durant les mois d'été de juin à août, tandis que pour le site de St-Cergue, ce même pic équivaut à la saison hivernale et l'ouverture des pistes de ski alpin et nordiques (décembre à mars).

En 2016, les pages au sujet des excursions, randonnées, loisirs et restaurants restent les plus consultées. La page qui génère de loin le plus grand nombre de visites sur nos sites correspond à la page des webcams de St-Cergue avec 216'965 vues (desktop et mobile).

A relever que les visites réalisées via le mobile continuent d'augmenter, avec plus de 22% du total des sessions.

Pour terminer, on peut souligner l'augmentation de 86% des visites suisses allemandes par rapport à 2015. Ces visites continuent ainsi de progresser et représentent 5.6% de l'ensemble des sessions en 2016.

#### NYON-TOURISME.CH | CHIFFRES CLÉS (2016 VS 2014)

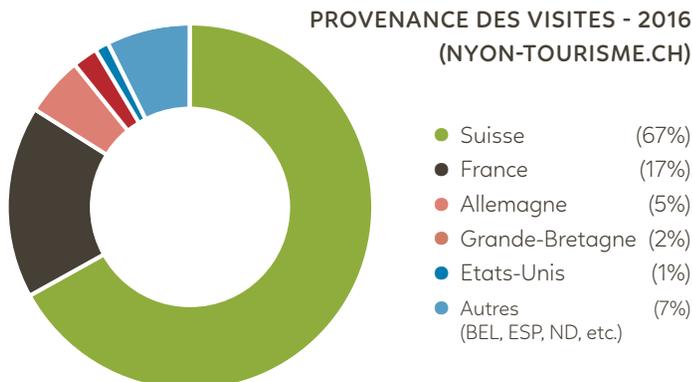
	2016	2015	+/-
Visites	99'184	104'903	-5.45%
Visiteurs uniques	77'383	82'290	-5.96%
Nouvelles visites	76.56%	76.08%	+0.64%
Pages visitées	385'438	443'478	-13.09%
Taux de rebond	49,56%	47,05%	+ 5,35%
Temps moyen par visite	2:13 min.	2:26 min.	-9.16%

#### SAINT-CERGUE-TOURISME.CH | CHIFFRES CLÉS (2016 VS 2015)

	2016	2015	+/-
Visites	350'400	315'852	10,94 %
Visiteurs uniques	153'273	148'596	3,15 %
Nouvelles visites	41,17 %	43,88 %	-6,18 %
Pages visitées	871'905	850'593	2,51 %
Taux de rebond	52,30 %	47,05%	+ 5,44 %
Temps moyen par visite	1:48 min	1:55 min	-6,77 %

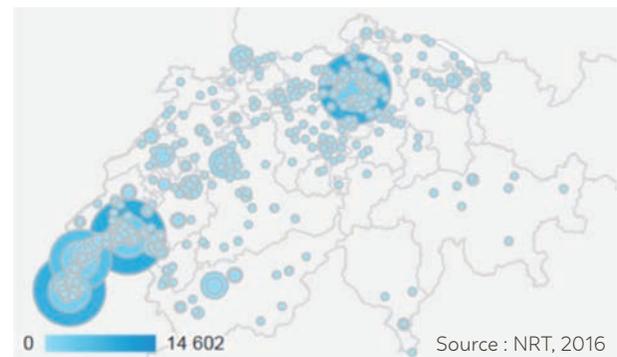
Les données géographiques des visites nous offrent une bonne vue d'ensemble sur la provenance de nos hôtes. Des informations qui peuvent ainsi être croisées avec nos statistiques en termes d'arrivées et nuitées dans notre région. Les chiffres de 2016 confirment la tendance rapportée ces deux dernières années. Avec le 67% de nos visites, les internautes suisses restent ainsi en tête.

La grande majorité de ces visites proviennent des régions de Genève (19%) et Vaud (42%). Les sessions venant de France se place en 2<sup>e</sup> position par pays avec 17% des visites. On relèvera encore les 5% de visiteurs d'Allemagne, ainsi que les 2% provenant de Grande-Bretagne. Le reste des sessions sont équilibrées et partagées entre une quinzaine de pays (7% «Autres»).



Source : NRT, 2016

#### REPARTIONS DES VISITES sur www.nyon-tourisme.ch en Suisse, du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2016





## UN NOUVEAU SITE POUR 2016 – WWW. LACOTE-TOURISME.CH

Depuis 2014, l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV) a lancé le projet «Partner Websites» qui a pour but de moderniser le réseau de sites Internet des destinations en regroupant les principales attractions et prestataires touristiques vaudois. Ce projet nous permettra ainsi d'adapter notre contenu web à l'évolution des nouvelles technologies et de répondre de manière appropriée aux besoins et attentes des touristes suisses et internationaux.

Une démarche qui offre la possibilité de pouvoir regrouper toute l'offre touristique de Nyon et sa région de façon dynamique et renforcera pour sûr son attractivité. Pour ce faire, une

véritable base de données de tous les contenus touristiques de notre région a été constituée sous une même plateforme.

A travers un nouveau site web, notre offre touristique sera organisée en «points d'intérêts» et pourra être présentée de manière personnalisée auprès des visiteurs.

En conséquence, l'approche du nouveau site cherche à cibler à cibler parfaitement chaque visiteur en lui proposant directement des activités qui correspondent à ces intérêts. Le CMS a été développé dans ce sens et répondra aux besoins spécifiques de la branche du tourisme.

### 2.4.2 | Réseaux Sociaux

Les réseaux sociaux sont un moyen d'échange rapide et instantané auxquels Nyon Région Tourisme s'intéresse particulièrement afin de promouvoir la région, répondre aux demandes et informer sur les actualités. Afin de dynamiser notre communication sur les réseaux, plusieurs actions promotionnelles ont été menées via ces canaux, notamment

à travers des Posts, vidéos sponsorisés et concours tout au long de l'année. Ces actions ont permis de renforcer et agrandir notre audience de fans.

Le tableau suivant résume l'activité de Nyon Région Tourisme sur les réseaux sociaux entre 2015 et 2016.

	2016		2015		Augmentation en % des fans/followers
	Abonnés/fans/followers	Nombre de publications	Fans/followers	Nombre de publications	
Facebook	2'980	675	1'836	379	+62% (1'144)
Twitter	934	86	715	49	+30% (219)
Instagram	485	121	146	62	+ 232% (339)
Youtube	30	17'525 (vues)	19	1'469 (vues)	+26% (11)

### 2.4.3 | Newsletter

Afin de maintenir une communication avec les visiteurs et nos membres, 8 newsletters ont été envoyées à plus de 800 abonnés en 2016, soit 100 abonnés de plus qu'en 2015.

Nos newsletters présentent la thématique du mois avec les activités de nos partenaires membres. Le taux d'ouverture moyen par newsletter reste le même qu'en 2015 avec quelques variations selon les périodes, soit 35% de taux d'ouverture moyen par newsletter et près de 5% de clics.

## 2.5 | Communication et Relations publiques

### 2.5.1 | Visites de presse et accompagnement de journalistes

En 2016, nous avons accueilli 9 groupes de journalistes des divers pays et médias résumés dans la liste ci-dessous. Nous avons été en contact avec 19 journalistes au total. Les thématiques sollicitées portaient sur la nature, le vignoble et la gastronomie. Une édition spéciale sur LFM concernait notre offre hivernale à St-Cergue et une deuxième émission radio de Rete Uno portait sur l'offre culturelle et le Paléo Festival. Une médiatisation importante de la thématique « Tintin » dans le Migros Magazin a généré une forte demande pour les visites guidées.

Un choix judicieux des partenaires et un accompagnement de qualité permettent de maximiser la couverture médiatique de notre région.



MÉDIA	PAYS	MOIS	THÈME
Merian	Allemagne	Janvier	Vignoble
Republicca voyage	Italie	Mars	Gastronomie   Vignoble
Bloggeuse   Alexandra Duhamel	France	Avril	Vignoble
Migros Magazin	Suisse	Juin	Tintin
HSM Magazine	Espagne	Juillet	Grand Tour   Snack Box
Grands Reportages- Nature lover	France	Août	Nature
Jotdown.es & page El Pais	Espagne	Septembre	Lord Byron
Magazines Beef et Géo	Espagne	Septembre	Nature
Allemagne, divers	Allemagne	Octobre	Gastronomie

Tout au long de l'année 2016, notre collaboratrice Madame Heidi Müller a assuré l'organisation et l'accompagnement des visites de presse, mentionnées ci-dessus. NRT prend à cœur d'encadrer les journalistes en visite, toujours en collaboration avec des partenaires locaux. Ces visites de presse génèrent des retombées médiatiques autant sur les marchés européens que dans le reste du monde.

Dans certains cas, nous avons été sollicités par l'OTV (Office du Tourisme du Canton de Vaud) et par Suisse Tourisme afin d'accueillir des professionnels du tourisme et des médias. Dans d'autres cas, les visites de presse sont organisées de manière autonome par Nyon Région Tourisme.



Atelier chocolat pour des journalistes allemands

## 3 | ACCUEIL & INFORMATION

### Le contact direct, un élément essentiel

**L'accueil des visiteurs, le renseignement et les services à la clientèle représentent une activité essentielle pour Nyon Région Tourisme, malgré l'essor de nouvelles technologies de l'information.**

L'une des missions de notre office est de mieux faire connaître Nyon et sa région, d'accueillir et d'informer aussi bien les visiteurs que la population locale. Ce service permet de mettre en avant les atouts et les charmes de Nyon et sa région et de promouvoir divers prestataires. Nous nous efforçons de travailler avec professionnalisme pour donner satisfaction à notre clientèle en maintenant un service de qualité.

Dans tous nos bureaux, les demandes d'informations nous arrivent soit par téléphone, par e-mail, par courrier ou directement au comptoir.

En fonction de l'objet des demandes, nous répondons aux visiteurs directement ou en envoyant des informations par courrier ou par e-mail.

Nos services incluent la réservation de chambres pour des personnes individuelles ou des groupes, la billetterie pour certains événements, la vente de produits touristiques, tels que des cartes pédestres, des forfaits, des permis de pêche, des cartes journalières Publibike et des carnets de billets TPN.

De nombreux membres de NRT ont pu profiter de promouvoir leurs événements grâce à notre service de mise à disposition des vitrines dans l'OT de Nyon et de St-Cergue. Ces vitrines, utilisées comme espace promotionnel, étaient occupées durant 98% du temps en 2016.

En cette année 2016, il a fallu renouveler notre équipe auxiliaire et former plusieurs nouvelles personnes à l'accueil. En août, Madame Aline Perroud a complété notre équipe d'accueil à Nyon. Madame Rita Mancesti, devenue notre nouvelle assistante de direction depuis mi-août 2016, a été formée comme auxiliaire début 2016 afin de compléter l'équipe d'accueil dédiée à l'office du tourisme de Coppet.

### 3.1 | Visites à nos divers bureaux d'informations

Nous mettons systématiquement à jour des statistiques sur le nombre de demandes touristiques auxquelles nous répondons tout au long de l'année. En 2016, nous avons traité dans nos bureaux de Nyon, St-Cergue, Rive, Rolle et Coppet, un total de 19'290 demandes au guichet. Nos collaborateurs ont en outre répondu à 3'976 demandes par téléphone et traité les requêtes de 4'302 clients par e-mail, **totalisant ainsi plus de 27'568 demandes touristiques** (vs. 25'903 en 2015). N.B. ces chiffres ne comptabilisent pas les demandes non touristiques qui relèvent des services communaux.

La fréquentation touristique de chaque bureau d'information (BI) est représenté en % sur le graphique ci-contre. *A noter que les statistiques du bureau de Coppet couvrent uniquement les 2-3 après-midis d'ouverture par NRT et ne sont probablement pas représentatives du trafic réel.*

#### FRÉQUENTATION DES BI

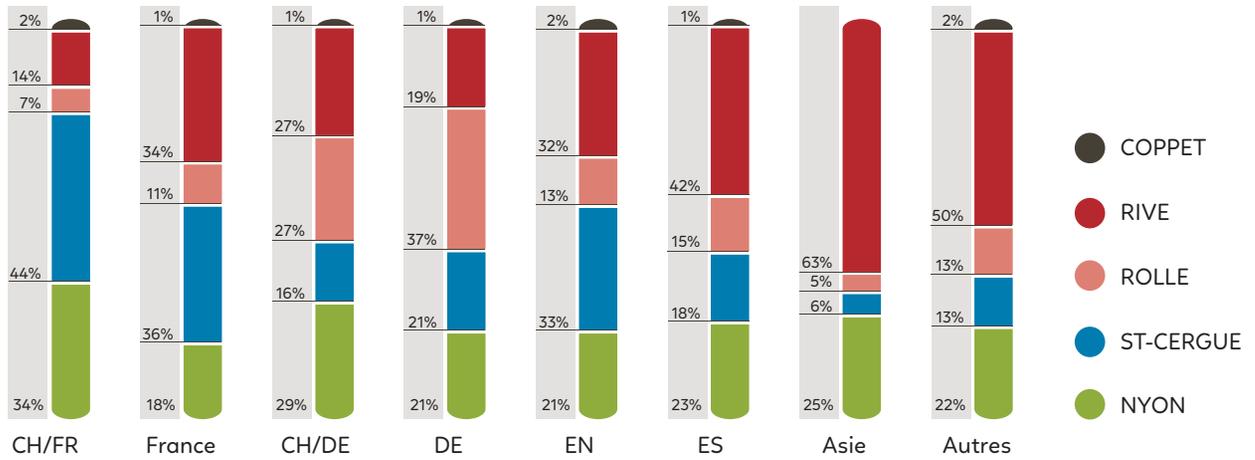
● Nyon	(22%)
● Saint-Cergue	(30%)
● Rive	(21%)
● Rolle	(26%)
● Coppet	(1%)



La **provenance de nos visiteurs** (Suisse romande, France, Suisse allemande, Allemagne, Pays hispaniques, Asie ou autres) varie d'un bureau d'information à l'autre, comme l'indique le graphique ci-après.

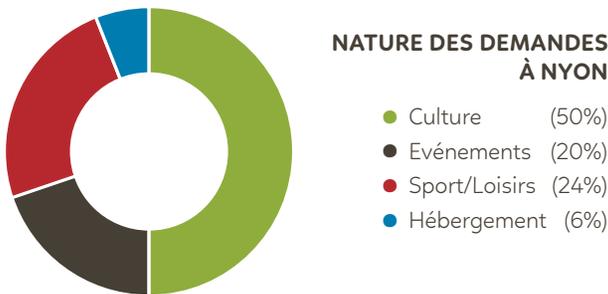
On peut ainsi remarquer que nos visiteurs asiatiques ont été particulièrement présents à notre office de Rive en été, et que les touristes allemands plutôt à Rolle.

### PROVENANCE DE NOS VISITEURS



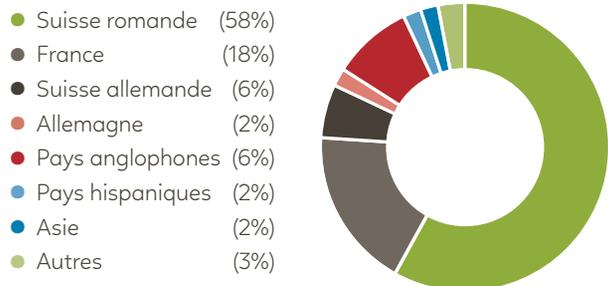
### 3.1.1 | Nyon

Nous classons également chaque demande touristique dans des rubriques distinctes selon leur nature et provenance. Voici la répartition pour l'office de Nyon :



Selon nos statistiques à Nyon, nous avons traité 5'989 demandes durant toute l'année 2016, donc une augmentation de 4.6% par rapport à 2015, lié principalement à une plus grande sollicitation de nos services par e-mail. La répartition dans les différentes rubriques reste dans les mêmes proportions qu'en 2015. Les chiffres de la rubrique «Sport/Loisir» ainsi que «Evénements» affichent une belle hausse de 34%. Nous estimons que le Championnat du monde Universitaire du Triathlon en août, et la fréquentation en constante augmentation du Festival Visions du Réel et d'autres événements culturels proposés en ville de Nyon ont eu un impact sur ces rubriques.

### PROVENANCE DES DEMANDES À NYON



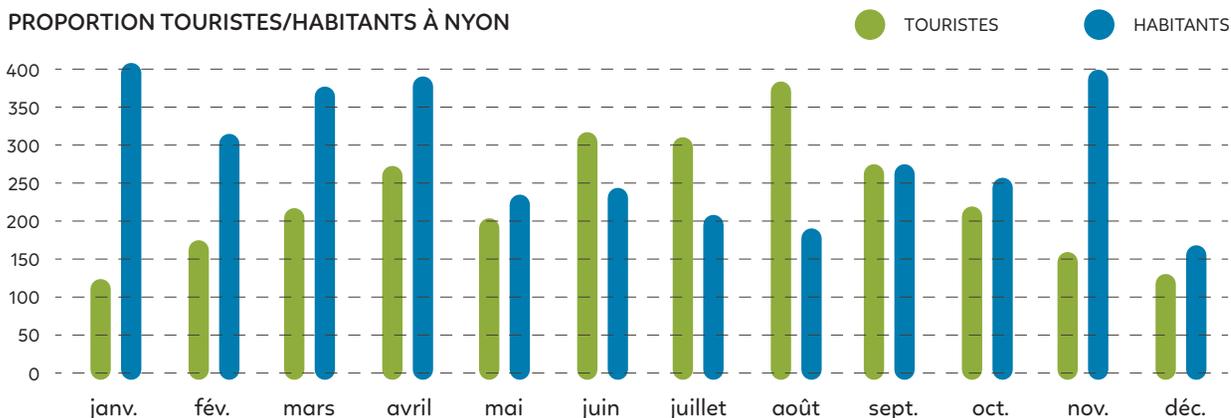
Les bureaux de Nyon Région Tourisme sont particulièrement fréquentés durant toutes les périodes de festivals. Le mois d'avril était le mois le plus chargé, suivi de mars et août. En octobre, novembre et décembre, la vente de 277 abonnements de ski pour la société Sogestar a généré un nombre important d'actions administratives en lien avec les encaissements et la remise des forfaits aux intéressés en provenance de la région nyonnaise, Genève et ailleurs. Durant toute l'année, nous avons également vendu 152 carnets TPN, 97 cartes Publibike et 21 permis de pêche. Le total des demandes d'hébergement se chiffre à 318, comparé à 408 pour l'an passé, en légère baisse de 22%.

Cette tendance se confirme depuis plusieurs années, en raison de l'accessibilité en ligne de ce type de service.

Le profil de nos visiteurs est réparti en pourcentage dans le graphique ci-dessous. En analysant la totalité des demandes, nous pouvons relever que 2/3 des demandes

durant les mois de mai, juin, juillet et août, proviennent des touristes. L'inverse se remarque durant les autres mois, pendant lesquels 2/3 des demandes touristiques proviennent des habitants.

### PROPORTION TOURISTES/HABITANTS À NYON



### 3.1.2 | Saint-Cergue

Le total des demandes pour 2016 se chiffre à 8'070, en augmentation de 8.3% par rapport à 2'015. L'office de St-Cergue a été ouvert pendant 276 jours. En moyenne, 20 personnes ont reçu chaque jour des informations directement au guichet. Toutefois, le mois de janvier était le plus intense avec un total de 1121 demandes, ce qui correspond à 1/7 des demandes annuelles.

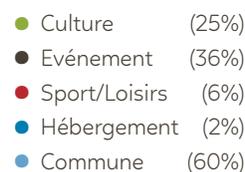


Durant toute la saison hivernale, 45 abonnements de ski de fond et 60 cartes journalières ont été vendus à nos guichets. Les cartes d'accès pour une demi-journée n'étaient plus en vente cet hiver. Seulement 9 cartes pour des « Musers » (26 en 2015), ont pu être vendues, à cause du faible enneigement. L'offre raquettes-fondue est stable par rapport à l'an dernier (200). La balade train-fondue au départ de Nyon a eu moins de succès, probablement en raison de son augmentation de prix. Durant les mois d'été, nous avons pu louer 28 vélos VTT et 25 e-bikes. La vente des cartes pédestres Nyon-St-Cergue a subi une baisse; seuls 15 exemplaires ont pu être vendus en 2016.

### 3.1.3 | Rolle

Nos collaboratrices de Rolle ont traité 7'581 demandes, soit une augmentation de 4.3% par rapport à 2015.

#### NATURE DES DEMANDES À ROLLE



4'273 de ces requêtes étaient en lien avec des tâches sous-traitées pour la Commune (CGN, CFF, TP, Casino, social et manifestations), chiffre également en augmentation comparé à 2015 (+20%). La rubrique « Sport/Loisir » affiche une hausse de 24.2% comparé à 2015, ceci dû aux nombreux visiteurs du camping de Rolle. Comparé à 2015 (parade navale de la CGN à Rolle), une baisse dans la rubrique « Evénement » était à attendre, elle se chiffre à -35.8%. Il est intéressant de relever que l'office de Rolle est davantage fréquenté par la clientèle en provenance d'Allemagne que le bureau de Nyon, comme indiqué sur le graphique sous 3.1.

### 3.1.4 | Coppet

L'activité du bureau de Coppet a été restructurée pour l'an 2016 avec une adaptation des heures d'ouverture. Le bureau était ouvert en libre-service au public durant les heures d'ouvertures de l'administration (sans personnel qui renseigne les visiteurs). Nous ne sommes donc pas en mesure de chiffrer précisément le nombre de personnes qui ont profité de ce service. Pendant les 120 demi-journées durant lesquelles du personnel qualifié était sur place, nous avons répondu à 290 demandes.

#### PROVENANCE DES DEMANDES À COPPET

● Suisse romande	(55%)
● France	(16%)
● Suisse allemande	(3%)
● Allemagne	(3%)
● Pays anglophones	(15%)
● Pays hispaniques	(3%)
● Autres	(5%)
● Asie	(0%)



Le graphique ci-dessus indique la provenance des visiteurs.

La proportion entre les visiteurs touristes et les habitants est à peu près identique (51% / 49%).

Le graphique ci-dessus montre l'importance des visiteurs anglophones à l'OT de Coppet (15%).



Coppet a le seul photo-spot du Grand Tour de Suisse en Romandie !

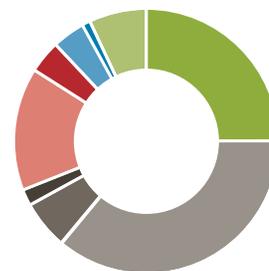
### 3.1.5 | Rive

Le pavillon de Rive demeure un point d'information essentiel pour la période estivale de mai à septembre. Un team d'accueil de six étudiants a pu assurer l'ouverture du pavillon 7 jours sur 7 pendant 113 jours (121 en 2015). En 2016, les températures étaient plus clémentes qu'en 2015 et sans jours caniculaires. C'est au pavillon de Rive que la moyenne des demandes journalière est la plus élevée, avec env. 46 demandes traitées par jour. Nos collaborateurs ont répondu à 5'641 demandes (+20% par rapport à 2015) et 12'000 brochures ont été distribuées pour renseigner les clients. Comme indiqué en 3.1, la clientèle asiatique est bien représentée.

La vente des cartes Publibike rencontre toujours un succès au bord du lac. Durant les mois d'été 2016, 70 visiteurs ont profité de ce service. Depuis que les permis de pêche sont en libre achat en ligne, seuls 10 permis ont été vendus au guichet en 2016.

#### PROVENANCE DES DEMANDES À RIVE

● Suisse romande	(25%)
● France	(36%)
● Suisse allemande	(6%)
● Allemagne	(2%)
● Pays anglophones	(6%)
● Pays hispaniques	(4%)
● Asie	(4%)
● Italie	(1%)
● Autres	(7%)



### 3.1.6 | Point «i» (Points informations)

En complément à nos bureaux d'informations, nous livrons, par le biais de Monsieur Jean-Max Milienne, diverses brochures et dépliants à 21 points «i» principaux et 166 points de distributions secondaires dans toute la région, proposant aux visiteurs des informations touristiques sur la Suisse et la région. Les points «i» principaux sont alimentés une fois par mois, les autres deux fois par an.

Le restoroute à Bursins est un lieu-clé qui génère le déplacement de grandes quantités de brochures (env. 3000) en soutien à notre démarche de promotion de l'offre touristique de Nyon et de ses alentours. La collaboration avec Morges a été renforcée afin que les présentoirs des deux côtés du restoroute soient alimentés une fois par semaine par les soins des deux offices.

## 3.2 | Visites guidées à Nyon

Nous assumons la mise en œuvre d'excursions ponctuelles, de rallyes et de visites guidées.

Depuis de nombreuses années, 7 guides s'engagent avec plaisir pour faire découvrir, à pied, les trésors de la ville de

Nyon à nos visiteurs, en variant les thèmes. En 2016, nous avons pu introduire deux nouveaux concepts de visite, tels que les visites «le chemin du crime» et le «sandwich tour». La première a rencontré un beau succès.

ANNÉE	VISITES PONCTUELLES		GROUPES ORGANISÉS		TOTAL
	Dates proposées nombre	Participants nombre	Groupes nombre	Participants nombre	Total
2011	6	20	27	714	734
2012	5	24	28	436	460
2013	6	28	27	355	383
2014	6	5	28	665	670
2015	4	5	29	553	557
2016	12	67	33	487	554

Le nombre de visiteurs en 2016 est très légèrement en baisse par rapport à l'an passé, malgré le fait que des nouvelles thématiques ont été proposées. La visite guidée «Tintin» a rencontré un franc succès. A la suite de la parution de l'article dans le Migros magazine, 12 visites, comparées à 3 en 2015, ont été effectuées sur cette thématique.

Lors de la visite guidée avec le CAGI (Centre d'accueil Genève International), 70 visiteurs ont pu découvrir les richesses culturelles de la Ville de Nyon sous un ciel bleu avec des guides déguisés en Tintin et Haddock.

Afin d'améliorer la visibilité de nos guides, nous avons mis en place le code vestimentaire en bleu et rouge et également créé un foulard bleu-rouge (les couleurs des armoiries de Nyon). Nos guides sont aussi équipés de classeurs identiques. Lorsqu'une visite demande la présence de 4 ou 5 guides ceci donne une belle image d'unité.

La fontaine de la Place du Marché a, une nouvelle fois, été décorée grâce au soutien des guides, cependant cette activité ne sera plus reconduite les années à venir.



Le nouveau « look » de nos guides

La visite du CAGI sur le thème de Tintin

## 3.3 | Activités selon label qualité QQ

### 3.3.1 | Renouvellement du label qualité QQ de Nyon Région Tourisme

Soucieux de garantir un accueil touristique de qualité à ses hôtes, Nyon Région Tourisme a poursuivi le processus de renouvellement de son label qualité niveau II pour les années 2016-2019.

Le label qualité niveau II, attribué pour la première fois en 2002, a déjà été renouvelé à trois reprises. En 2016, ce label a été obtenu la première fois pour les quatre bureaux d'information touristiques de Nyon, St-Cergue, Rolle et Coppet. Les étapes vers l'obtention du label de qualité niveau II comprennent des évaluations réalisées autant par la direction (profil de gestion) que par les collaborateurs (profil de base), un sondage auprès des collaborateurs, un sondage auprès des hôtes (120 questionnaires à réunir), un contrôle effectué par la « Mystery Person », un plan d'action comprenant six à dix mesures concrètes ainsi que l'analyse et la documentation d'au moins cinq processus. Au terme de ce renouvellement, NRT a obtenu la très bonne note de 3.70 sur 4 (top 25%)

Après l'attribution du label de qualité, il convient d'établir chaque année deux nouveaux processus ainsi qu'un plan d'action mis à jour. En 2016, nous avons travaillé par exemple sur l'amélioration de la signalétique de l'office du Tourisme de Rolle en collaboration avec la Commune de Rolle.

Divers processus ont été établis, tels que l'organisation d'une visite guidée à Rolle, la mise en place d'une offre forfaitaire à Nyon ou la location des vélos à St-Cergue. Nous avons participé au Clean Up Day et édité une nouvelle brochure hivernale.

Nous avons créé une nouvelle identification de nos collaborateurs par le biais d'un polo et d'une jaquette bleus comportant notre logo. Ils sont portés tous les vendredis dans l'enceinte de l'office de Nyon et lors d'une présence de nos collaborateurs à un stand d'une exposition ou foire en Suisse ou à l'étranger.

Pour l'année 2017, le plan d'action comprend notamment une mesure écologique grâce à la création d'une pochette à mégots au service des acteurs sportifs en hiver sur les pistes de ski ou lors de randonnées en été, ainsi que des mesures liées au personnel, comme l'encouragement de la formation continue et les échanges avec les collaborateurs de Morges Région Tourisme.

L'engagement pour la qualité est donc un processus constant qui vise à satisfaire les besoins et le bien-être des hôtes et celui de nos collaborateurs, ce qui contribuera à garantir à nos visiteurs de Suisse et de l'Étranger une expérience positive de leur séjour dans notre région.



## 4 | STATISTIQUES (NUITÉES & VISITEURS)

### NOMBRE DE NUITÉES DANS LE DISTRICT DE NYON - SOURCE OFS

ANNÉES	2013	2014	2015	2016
Arrivées	82'230	78'805	74'628	83'668
Nuitées	160'011	153'428	147'556	181'326

**Augmentation 2016 / 2015 : 22.9 %**

Taux d'occupation des chambres:  
45.4 % en 2015 | 48% en 2016

Durée moyenne de séjour:  
1.98 nuits en 2015 | 2.17 nuits en 2016

### NOMBRE DE NUITÉES DANS LA VILLE DE NYON SOURCE : DONNÉES DE LA POLICE NYON RÉGION

ANNÉES	2013	2014	2015	2016
Arrivées	21'132	20'363	21'819	28'816
Nuitées	43'568	42'799	42'935	48'976

Durée moyenne de séjour:  
1.97 nuits en 2015 | 1.69 nuits en 2016

### FESTIVALS DE NYON

FESTIVALS	2013	2014	2015	2016	2017
Hivernales Festival	4'600	4'900	5'000	5'000	5'000
Visions du Réel	28'180	32'774	34'503	39'565	40'591
Caribana Festival	31'000	32'000	35'000	35'000	
Paléo Festival	230'000	230'000	270'000	230'000	Prévision: 230'000
Le FAR	3'000	3'000	3'000	3'000	

### ENTRÉES MUSÉES ET SITES TOURISTIQUES

ÉTABLISSEMENTS	2012	2013	2014	2015	2016
Musée Romain	9'577	9'706	8'597	7'113	8'462
Musée du Léman	17'592	21'341	22'185	22'780	21'800
Château de Nyon	14'281	14'319	13'587	12'455	15'463
Musée national suisse	53'483	62'398	60'196	51'183	56'728
Château de Coppet	4'892	6'031	7'044	7'187	7'361
Musée du Vieux-Coppet	613	479	788	1'517	1'135
Moulin de Chiblins	1'500	1'671	1'751	2'816	2'002
Abbaye de Bonmont	888	813	747	841	693
Zoo de la Garenne	24'674	26'544	26'750	28'100	92'960
Moulin de St-George	848	1'161	1'228	Env. 900	1'084
Maison du Basket			2'869	3'336	3'841

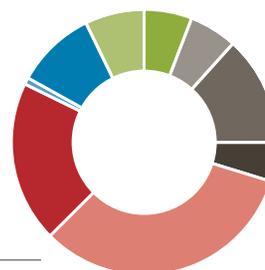
## CGN – DÉBARCADÈRE DE NYON

ANNÉE	PERSONNES EMBARQUÉES	PERSONNES DÉBARQUÉES	TOTAL
2013	163'655	168'723	332'378
2014	167'648	171'462	339'110
2015	167'551	171'812	339'363
2016	173'435	177'389	350'824

## MEMBRES NYON RÉGION TOURISME

### RÉPARTITION DES TYPES DE MEMBRES AU 31.12.2016

● Hôtels	(36   5.7%)	● Associations	(126   19.9%)
● Parahotellerie	(37   5.9%)	● Couples	(4   0.6%)
● Restaurants	(76   12%)	● Individuels	(67   10.6%)
● Grandes entreprises	(30   4.7%)	● Communes	(47   7.4%)
● Petites entreprises	(209   33.1%)		



TOTAL 632 MEMBRES

## 5 | COMPTES

NRT - PERTES ET PROFITS AU 31 DECEMBRE 2016 - EN CHF	COMPTES 2016	COMPTES 2015
<b>PRODUITS</b>		
Contribution communale Bassins	2 700	2 700
Contributions Région	520 000	520 000
Prestation complémentaire St-Cergue	57 500	57 500
Cotisations	63 920	63 020
Taxes de séjour Région	341 600	345 261
Taxes de séjour communes, volontaire	63 484	62 120
Centrale de réservation	1 759	2 131
Revenus sur prestations	69 917	84 421
Refacturation de personnel	0	11 853
Produits hors exploitation	0	9 456
Partenariats par plateformes	48 700	50 938
Contributions actions spécifiques partenariat	7 825	23 857
Utilisation du fonds support de communication		
<b>Total des produits</b>	<b>1'177'406</b>	<b>1'233'256</b>

<b>NRT - PERTES ET PROFITS - (SUITE)</b>	<b>COMPTES 2016</b>	<b>COMPTES 2015</b>
<b>CHARGES</b>		
<b>Charges de fonctionnement</b>	<b>857'998</b>	<b>895'392</b>
Ressources humaines	557 140	555 878
Ventilation de salaires		-95 000
Bureaux d'information St-Cergue/Rolle/Coppet	153 517	268 000
Loyers et charges	61 812	63 560
Intérêts et frais banque + CCP	388	371
Entretien des locaux	1 592	4 912
Entretien informatique	21 409	26 348
Fournitures de bureau	2 601	9 622
Assurances	1 409	1 594
Services industriels	1 395	1 917
Téléphone/internet/poste	13 074	12 920
Photocopieurs leasing/copies	5 330	6 209
Honoraires et frais (CD,comptable,juridiques)	31 195	30 481
Frais formation et séminaires	2 768	3 944
Abonnements	861	582
Frais généraux et accueil	1 661	1 899
Frais d'engagement de personnel	1 138	2 538
TVA à payer	102	-708
Impôts et taxes	608	326
<b>Charges de marketing</b>	<b>282'462</b>	<b>283'997</b>
Cotisations pour tiers	4 240	4 420
Editions documents	54 325	67 296
Promotion, publicité, média et RP	158 920	138 732
Site internet - maintenance	6 741	5 442
Centrale de réservation	882	0
Projets par plateformes	48 700	50 938
Prestations pour tiers	8 654	17 168
<b>Marge de fonctionnement</b>		
<b>Attributions</b>		
Attribution au fonds fluctuation taxes de séjour	0	10 000
Attribution au fonds de communication	10 000	
Attribution au formation et motivation	15 000	20 000
<b>Attribution au fonds promotions</b>	<b>10 000</b>	<b>20 000</b>
<b>Total des charges</b>	<b>1'175'460</b>	<b>1'229'389</b>
<b>Résultat</b>	<b>1'946</b>	<b>3'867</b>

<b>NRT - BILAN AU 31 DECEMBRE 2016 - EN CHF</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>
<b>ACTIF</b>		
<b>Actif réalisable</b>		
Caisse	517.40	1334.89
CCP	91 055.87	160 239.78
Caisse d'épargne de Nyon	57 065.05	49 556.60
BCV	59 263.55	17 727.65
Stocks	3 500.00	3 500.00
Titres	1.00	1.00
Débiteurs	11 851.70	3 537.55
Actifs transitoires	16 778.68	6 734.09
	<b>240'033.25</b>	<b>242'631.56</b>
<b>Actif immobilisé</b>		
Mobilier et aménagement	1.00	1.00
Ordinateurs	1.00	1.00
Bureautique	1.00	1.00
	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>240'036.25</b>	<b>242'634.56</b>
<b>PASSIF</b>		
<b>Fonds étrangers à court terme</b>		
Créanciers	19 232.77	20 662.77
Passifs transitoires	18 667.40	56 781.86
	<b>37'900.17</b>	<b>77'444.63</b>
<b>Fonds propres</b>		
Fonds fluctuations taxes de séjour	25 000.00	25 000.00
Fonds d'investissement supports de communication	28 353.30	18 353.30
Fonds d'investissement promotions	78 564.65	68 564.65
Fonds formation et motivation	35 000.00	20 000.00
Bénéfice reporté	33 271.98	29 404.59
Bénéfice de l'exercice	1 946.15	3 867.39
	<b>202 136.08</b>	<b>165 189.93</b>
<b>Total du passif</b>	<b>240'036.25</b>	<b>242'634.56</b>

POUR INFORMATION (hors comptes NRT –sauf sa participation, chiffres arrondis):

<b>POOL MARKETING LA CÔTE*</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>
Participation NRT	49'000.-	32'000.-
Financement Tiers	68'000.-	62'000.-
Investissements Promotionnels	118'000.-	116'000.-

\*Le Pool Marketing La Côte est une plateforme de promotion entre NRT, MRT et Hôtelleriesuisse, Section La Côte (voir section 2.2.2). La gestion financière est assurée par Morges Région Tourisme.

# NYON RÉGION TOURISME

AV. VIOLLIER 8 | CP 1288 | 1260 NYON

T. +41 22 365 66 00 | INFO@NRT.CH

WWW.NYON-TOURISME.CH

