

# RAPPORT ANNUEL

## 2019





# SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	4
<hr/>	
PRÉSENTATION & CHIFFRES CLÉS	6
<hr/>	
FÊTE DES VIGNERONS	8
<hr/>	
STRATÉGIE MVT 2020	10
DOMAINES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES (DAS)	
ÉVÉNEMENTS	11
CULTURE & LOISIRS	12
ART DE VIVRE & ŒNOTOURISME	13
ENSEIGNEMENT & BIEN-ÊTRE	14
TOURISME D'AFFAIRES	15
<hr/>	
RÉTROSPECTIVE	16
<hr/>	
TOURISME DE LOISIRS	18
MÉDIAS	19
MÉDIAS DIGITAUX & RÉSEAUX SOCIAUX	20
DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS	21
INFORMATION & RÉSERVATION	22
COORDINATION	23
<hr/>	
STRUCTURE & ORGANISATION	24
COMPTES ANNUELS & ANNEXES	26
<hr/>	
GLOSSAIRE	31



## DES COURONNES RAYONNENT

Ce rapport le montre éloquentement : l'année touristique 2019 est à marquer d'une pierre blanche !

Des résultats tant en termes de vente qu'en valeur promotionnelle sont, en effet, tombés de manière extraordinaire dans l'escarcelle de la région Montreux-Vevey-Lavaux-Riviera. Il s'en est fallu d'un levier. Aussi puissant qu'unique.

Archimède aimait à dire : « Donnez-moi un appui, je soulèverai le monde ! ». On pourrait, ici, paraphraser : « Donnez-moi une Fête des Vignerons, je décuplerai la renommée du pays ». Couronnes rayonnent. Ou comment une tradition vivante – reconnue par l'UNESCO pour réunir tout un peuple se faisant une fête d'honorer les mérites de ses meilleurs vignerons – contribue, avec éclat, à la promotion des atouts d'une destination touristique.

La force de l'événementiel, cette capacité d'aimer regards et visiteurs, ce vecteur dont on enseigne à loisir les vertus dans les écoles a montré, pendant un mois, à Vevey, toute sa pertinence. Il suffit, pour s'en persuader, de mentionner un chiffre qui révèle, à lui seul, le pouvoir de conviction qu'il a exercé sur un large public : 1'097'500 visiteurs se sont rendus dans la région entre

le 18 juillet et le 11 août 2019. Une couverture médiatique hors norme, sur le plan national comme international, communication traditionnelle aussi bien que digitalisée, a encore ajouté à cette résonance. Ne serait-ce qu'en Suisse, on compte près de 27 millions de francs en équivalent de valeur publicitaire à la faveur des articles publiés sur le sujet entre 2017 et 2019.

Au-delà de l'effet d'image, une étude particulièrement bien documentée, diligentée communément par la Fête des Vignerons, Promove et Montreux-Vevey Tourisme, révèle que l'impact économique direct (58%) et indirect (42%) de l'évènement peut être évalué à 327 millions de francs qui ont ainsi été concrètement injectés dans l'économie vaudoise.

C'est dire combien cet état des lieux excède toutes les balises habituelles. Il fait surtout éclater nombre des catégories pédagogiques et grilles d'analyse invoquées généralement pour décrypter les rouages de l'économie touristique. La Fête des Vignerons brouille les pistes : évènement, mais qui s'inscrit dans un temps particulièrement long (plus d'un mois à son paroxysme, mais près de deux ans de présence médiatique répétée) au point de devenir acteur brièvement pérenne ; motif de visite des excursionnistes d'un jour,

mais générateur de nombreuses nuitées ; relevant du segment du loisir mais s'attachant jour après jour une communauté (comme celle du tourisme d'affaires) qui en fait, par milliers, son lieu d'occupation – serait-elle festive – quotidien ; spectacle culturel et, en même temps, lieu de gastronomie et de vin, l'oenotouriste côtoyant l'amateur de théâtre vernaculaire ; hospitalités sociologiquement croisées où, en toute bonhomie, le solennel de l'officialité fraye avec la spontanéité du populaire.

Et si, au bout du compte, la Fête des Vignerons était le révélateur – comme le vin d'un terroir – de toutes les qualités que ce pays a le génie de dévoiler lorsqu'il y est invité ? L'exemple de l'été 2019 le laisse à penser. C'est dire que ces couronnes qui ont rayonné alors sur les têtes des meilleurs vignerons peuvent également être données en partage, symbolique récompense, à tous ceux qui ont su, par leur travail et leur talent, promouvoir haut le sens de l'hospitalité que peut réserver cette terre à ceux qui lui font l'honneur d'une visite.



## UNE ANNÉE INOUBLIABLE

Que restera-t-il de 2019 dans un, cinq ou vingt ans ? Qu'est-ce qui survivra à l'implacable marche du temps, à l'effritement de la mémoire, au tamisage plus ou moins grossier des souvenirs ? La réponse a beau appartenir à chacun, il est cependant possible de la synthétiser en une formule : chacun se rappellera de ce qui a compté pour lui. Un goût, une sensation, une rencontre, un anniversaire, une naissance, la perte d'un être cher, la concrétisation d'un projet, ... La liste est infinie.

Maintenant, à l'échelle de la région, voire au-delà, difficile de ne pas associer 2019 à La Fête des Vignerons. Que l'on ait apprécié le spectacle ou non, que l'on y ait participé avec plus ou moins de ferveur et d'investissement personnel ou qu'on l'ait fuie pour trouver ailleurs le calme d'un lieu moins fréquenté, la « FeVi » est un événement qui a compté. Un véritable marqueur temporel qui restera comme le témoin d'une ambiance, d'un état d'esprit et même d'une époque. Pour des dizaines de milliers de personnes, 2019 c'était La Fête des Vignerons. Et cela le sera encore longtemps.

D'un point de vue purement touristique, la Fête a aussi eu le pouvoir d'agir comme un puissant amplificateur de visibilité pour la destination. Sur place pour couvrir cette

célébration atypique, des journalistes du monde entier en ont profité pour filmer la région, la photographier sous les angles les plus flatteurs et la raconter à travers des centaines d'articles évoquant son histoire, ses beautés et les 1001 raisons d'y passer un peu de bon temps. Peut-on rêver meilleure publicité ?

Bien sûr, la rareté d'un tel événement contraint Montreux-Vevey Tourisme à actionner d'autres leviers promotionnels. Et heureusement, comme vous pourrez le constater à la lecture du présent document, ils sont à la fois nombreux et efficaces. Car malgré la baisse attendue du nombre de congrès et la diminution impressionnante des arrivées en provenance des pays du Golfe, la destination a accueilli très exactement 757'733 nuitées. Un nouveau record historique et le seuil symbolique des 700'000 dépassé pour la quatrième année consécutive ! Ce score remarquable et cette continuité viennent récompenser de la plus belle des manières les efforts menés par les acteurs de la branche : hôteliers, organisateurs d'événements, restaurateurs, vignerons, commerçants, agents de transports, guides touristiques, employés des musées, des écoles et des cliniques privées... Toutes ces personnes incarnent la réalité du terrain, le lien le plus direct avec les visiteurs qui nous

font l'honneur de choisir Montreux Riviera. On peut certes sélectionner sa destination de vacances sur des bases esthétiques, inspirantes, c'est là l'une des missions de Montreux-Vevey Tourisme, mais la qualité d'un séjour se mesure en premier lieu à l'aune des expériences que l'on y vit. Merci donc à toutes celles et ceux qui ont fait de 2019 une année inoubliable.

Merci également à nos membres cotisants et à nos partenaires publics pour leur confiance et leur soutien, merci aux différents groupes de travail, au Comité de Direction et à notre Président François Margot pour leur disponibilité et leur engagement sans faille tout au long de l'année. Et merci enfin à l'ensemble des collaborateurs de MVT pour la passion et le professionnalisme dont ils font preuve au quotidien.

# 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 17 communes qui s'étendent de Lutry à Villeneuve et se répartissent sur trois districts.

#### District de Lavaux-Oron

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

#### District de Riviera-Pays d'Enhaut

Chardonne, Corseaux, Jongny, Corsier, Vevey, St-Légier, Blonay, la Tour-de-Peilz, Montreux, Veytaux

#### District d'Aigle

Villeneuve

#### 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.

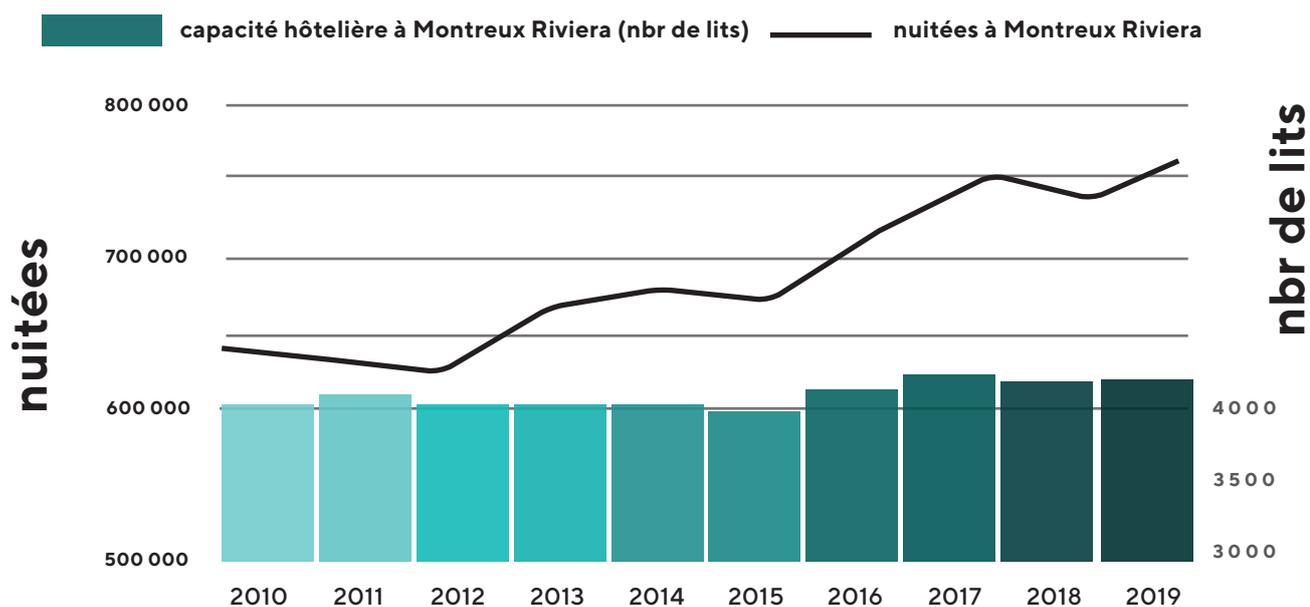
#### Membres

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!

**400+**  
membres cotisants

Nous font confiance. Rejoignez-nous!





757'733 nuitées

à Montreux Riviera

4232 lits

à Montreux Riviera

PROGRESSION DU NOMBRE  
DE NUITÉES PAR TERRITOIRES

+ 1.9%

Suisse

+ 1.6%

Vaud

+ 3.6%

Montreux Riviera

# FÊTE DES VIGNERONS

Trois semaines et demie (18.7-11.8.2019) de célébrations qui resteront longtemps dans la mémoire collective de la région. Un immense succès populaire et un événement hors normes pour lequel MVT, en qualité de partenaire officiel, s'est investi corps et âme. Retour non exhaustif entre accueil, actions de promotion, réception des médias & TOs mais aussi création et gestion d'un forfait hôtelier.

## Préparer le terrain

La mission de MVT : favoriser la visibilité médiatique nationale et internationale de la destination par le biais de la Fête des Vignerons. Un engagement qui s'est traduit en amont des festivités par l'organisation et l'accueil de 11 media trips incorporant des activités en lien direct avec l'événement (découverte de l'arène et de la terrasse, rencontre avec un membre ou visite du Musée de la Confrérie, ...). De quoi nourrir abondamment articles de presse, émissions TV et sites web à l'attention des marchés cibles.

## Au cœur de l'action

En première ligne, les collaboratrices et collaborateurs des points « i » de Vevey ont assuré un service de premier choix en proposant des horaires largement étendus durant la Fête. Nécessaire pour accueillir les 40'000 à 50'000 visiteurs quotidiens - 100'000 à l'occasion du 1<sup>er</sup> août. Si ces derniers n'ont évidemment pas tous franchis les portes de la Grenette ou du point « i » de la gare, certaines journées pluvieuses - lorsque l'éventualité d'un report du spectacle devenait tangible - ont tout de même nécessité le concours d'une entreprise de sécurité...

“ La Fête des Vignerons est probablement l'hommage au vin et aux vignerons le plus joyeux, total et enthousiasmant au monde ”

*Forbes*



“ Pendant plusieurs semaines [à Vevey], des personnes de tous âges et de tous horizons dansent, chantent et boivent - tout cela dans le but de promouvoir une tradition que beaucoup n’associent pas à la Suisse: la viticulture ”

BBC



© Julie Masson | Fête des Vignerons

“ La fête suisse de tous les superlatifs ”

Die Welt

#### Un amplificateur de visibilité

Élaboration, mise en place et application de la stratégie d’accueil en étroite collaboration avec le service de presse de la Fête des Vignerons. En point d’orgue, une visite exclusive de 4 jours dans la région – spectacle compris – mise sur pied avec ST et l’OTV pour 31 journalistes et 13 TO représentant ensemble 20 nationalités. Une opération d’envergure dont les résultats se chiffrent en centaines de publications pour un tirage cumulé avoisinant les 125 millions d’exemplaires. En parallèle, MVT s’est également occupé de 40 journalistes suisses et internationaux ainsi que de l’accueil de près de 200 invités.

#### Ils ont parlé de la FeVi... et de la région !

The New York Times, BBC, Forbes, The Guardian, The Sunday Times, Le Monde, National Geographic, Lonely Planet (Inde et Corée du Sud), The Independent, TF1, Culture Trip, GEO, Die Welt, Die Zeit, Der TagesSpiegel, ZDF, Corriere della Sera, Le Journal du Dimanche, L’Alsace, AFAR (USA), Agora (Japon), Travel + Leisure (Chine et Russie), Madame Figaro (Chine), Soho (Espagne), Front Row Society (Allemagne), Delicious (Australie), Liberty Times Net (Taïwan), ...

#### Plans et affiches sur mesure

À événement exceptionnel, créations exceptionnelles. Dans cette optique, MVT a revu ses plans de ville de Montreux et Vevey pour y intégrer les points d’intérêts de la Fête. Un tirage unique imprimé à hauteur de 70’000 exemplaires. Dans un second temps, MVT a également conçu deux affiches en l’honneur de Vevey et Lavaux. Imprimés sur un papier de qualité supérieure et surmontés d’un passe-partout blanc arctique, ces visuels chatoyants de 30x40 cm ont été mis en vente dans les points « i » de Vevey et sur l’e-shop de [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com).

#### Forfait hotelfevi19.ch

Une plateforme créée sur mesure par MVT pour réserver une offre combinant billet(s) de spectacle et nuit(s) à l’hôtel. Grâce à une communication croisée entre réseaux sociaux et site web de la Fête des Vignerons, hotelfevi19.ch a bénéficié d’une visibilité optimale. La gestion opérationnelle des forfaits a été assurée de main de maître par le Booking Centre.

950 k

CA

1k +

forfaits vendus

900 +

panier moyen (en CHF)

11k +

utilisateurs

73k +

pages vues

#### TOP 5 - PROVENANCE DES UTILISATEURS PAR CANTON

1. ZURICH
2. GENÈVE
3. VAUD
4. BERNE
5. BÂLE

#### TOP 5 - PROVENANCE DES UTILISATEURS PAR PAYS

1. SUISSE
2. FRANCE
3. USA
4. ALLEMAGNE
5. ITALIE

# STRATÉGIE MVT 2020

La stratégie MVT 2020 définit le cadre visant à optimiser les forces de la destination. Des forces réunies sous la forme de cinq Domaines d'Activités Stratégiques (DAS) qui segmentent l'offre touristique globale pour mieux cibler les marchés prioritaires. Largement partagée par les partenaires de MVT, cette approche démontre son efficacité opérationnelle dans tous les aspects du marketing.

## Objectif central

Augmenter le nombre de visiteurs et de nuitées en dynamisant l'activité touristique pour la clientèle loisirs ou affaires.

## Priorisation des marchés

Marchés / DAS	Evénements	Culture & loisirs	Art de vivre & oenotourisme	Enseignement & bien-être	Tourisme d'affaires
Suisse	+++	+++	+++	+	+++
France	+++	+++	+++	+	+++
USA / Canada	++	+++	++	+	+++
Etats du Golfe	++	+++	+	+++	
Royaume-Uni / Irlande	+++	++	++	+	+++
Allemagne	+	+++	++	+	+++
Chine / Hong Kong / Taiwan	+	+++	++	+++	+
Russie	+	++	+	+++	+

Document « Montreux-Vevey Tourisme Stratégie 2020 » disponible sur [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com)

## Participation aux salons, foires & workshops

36 événements orientés loisirs ou affaires = 1k + rendez-vous commerciaux en tête-à-tête

**INTERNATIONAL Loisirs** ITB Berlin 6-10.03, STM Luzern 20-23.9, WTM 4-6.11, ILTM Cannes 2-5.12 **Affaires** Global Meeting Exchange 26-30.3, Asia Trophy Workshop, 29-31.3, M&I Forum Sibenk 19-22.6, Switzerland Meeting Trophy 27-30.6, M&I Forum Americas 25-28.8, M&I Forum Oman 11-15.11

**LMC** PCMA Pittsburgh 6-9.1, IMEX Frankfurt 21-23.5, UIA Round Table Brussels 4.11, IBTM Barcelona 19-21.11, Destinations Alliance Association Lunch London 10.12

**SUISSE Loisirs** Sales Calls Bern 28.2 / Genève 14.3 / Lausanne 28.3 / Zurich 2-3.12 **Affaires** Sales Calls Zürich 12.3, 2.5, 23.5, 18.6, 27.9 / Bâle 14.2 / Lucerne 22.5, 9.10

**France Affaires** Roadshow Paris, Lyon et Toulouse 13-16.5, Workshop Casino Barrière à Ribeuavillé 19.6 **LMC** Association Event Paris 16.5

**GCC Loisirs** STE GCC 2-8.2, Pré-ATM Workshop Dubaï 26-28.04, GCC Workshop Andermatt 1-3.9

**Royaume-Uni / Irlande Loisirs** Sales Calls Londres 4-5.11

**Allemagne Affaires** Sales Calls Allemagne du Sud 26-29.8

**Russie Loisirs** Trade Press Event Moscou 3.4

**Inde Loisirs** Indian Workshop St-Moritz 20-22.3 **Affaires** MICE India Luxury Travel Congress 17.7-24.7

**BeNeLux LMC** SCIB Networking Dinners 14-15.10, LMC Association Event Amsterdam 16.10

# ÉVÉNEMENTS

Musique, sport, culture, ... A Montreux Riviera, les événements se conjuguent au pluriel et à tous les temps. Une diversité et une qualité que MVT soutient sur le plan financier et humain, que ce soit en matière de communication, de promotion ou pour l'accueil des médias.

## Une caisse de résonance pour la région

En 2019, MVT a collaboré avec une quinzaine d'événements majeurs. Offres spéciales, actions de représentation communes, accueil et prise en charge des journalistes, campagnes de communication, opérations de relations publiques ou actions sur les réseaux sociaux: les partenariats noués avec les organisateurs s'expriment souvent sur plusieurs fronts. Rien de tel qu'une manifestation à l'aura internationale pour susciter l'intérêt des médias du monde entier... Et leur faire découvrir ensuite toute la richesse de la destination.

## Partenariats & soutiens

Montreux Jazz Festival, Nox Orae, Montreux Noël, Cully Jazz Festival, Epesses nouveau en Fête, Montreux Comedy Festival, Lavaux Classic, Septembre Musical, Montreux Tattoo Convention, Montreux Trail Festival, Lavaux Ladies Championship, Montreux Volley Masters, Polymanga, Tous en Chœur, Montreux Ville du Goût, Nuit de l'Hôtellerie

## Ils en ont parlé

The Guardian, Télérama, Le Point, TF1, Rolling Stone Italia, TV Kultura, Golf Magazine,...

## Sur un air de Jazz

Partenaire de longue date du MJF, MVT développe année après année une association « marque & communication » avec l'événement incontournable de l'été. Contenu visuel et rédactionnel sur le web, réseaux sociaux, newsletters et publications officielles mais aussi publicité, hospitalité et relations publiques: l'aura du festival a une nouvelle fois permis de mieux faire connaître l'ensemble de la région Montreux Riviera.



## Le goût des bonnes choses

Conférences, ateliers, dégustations, portes ouvertes, expositions, ... Du 24 août au 28 septembre, Montreux s'est affirmée comme la capitale nationale de la nourriture « bonne, propre et juste ». Un programme riche et équilibré parfaitement en phase avec cette 19<sup>e</sup> édition de la Semaine suisse du Goût. Membre du comité d'organisation, MVT s'est mis au service de la manifestation en matière de promotion et de communication.

## Montreux Noël sous influence

A l'occasion des 25 ans de la manifestation, MVT a organisé un « influencer trip » de 2 jours en sélectionnant 4 expatriés basés en Suisse alémanique qui, ensemble, totalisent plus de 220'000 abonnés sur Instagram. Une première dont l'objectif consistait à séduire la communauté des « expats » avide de découvertes tout en visant une audience plus jeune et plus connectée. Résultat: 25 publications, 26'000 likes et plus de 900 commentaires... Sans compter les partages!

# CULTURE & LOISIRS

Beautés naturelles, sites, monuments et musées d'intérêt international, Montreux Riviera dispose d'une offre à la fois généreuse et variée. Aujourd'hui comme hier, la destination séduit et inspire bien au-delà des frontières. En témoigne l'intérêt porté par les médias et TOs des 5 continents.

## UK & Highlights

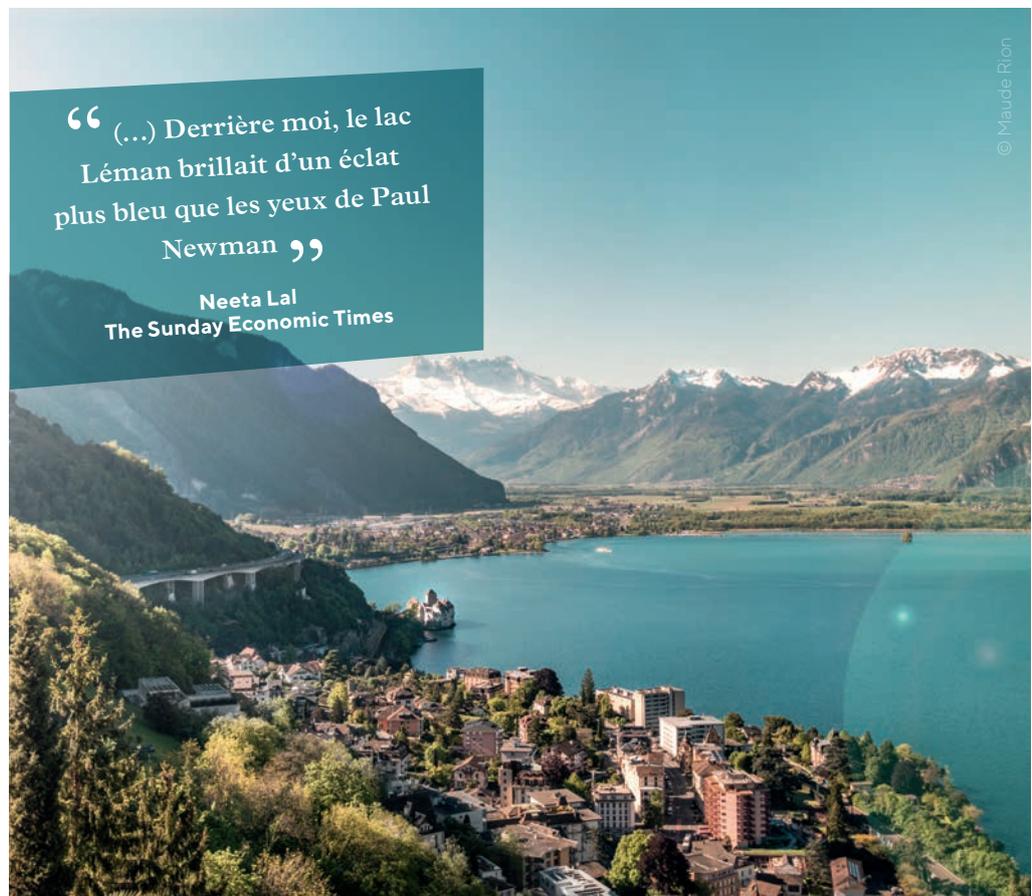
En collaboration avec l'OTV et STC UK, MVT a accueilli du 16 au 19 mai une douzaine d'agents de voyages anglais sur le thème « Highlights of Lake Geneva Region ». Du Glacier 3000 au Château de Chillon en passant par un déjeuner à bord d'un bateau Belle Epoque ou une excursion en MOB, un mot est revenu en boucle pour qualifier l'expérience : « amazing ! ». Des exclamations réjouissantes qui doivent aboutir à la création de nouvelles offres ciblées en 2020.

## Ambassadrices coréennes

Véritables superstars dans leur Corée du Sud natale, les 5 membres du groupe « Red Velvet » ont passé une journée à Montreux Riviera pour conclure en beauté un séjour d'une semaine en Suisse. Balade sur les quais, séances photos près de la statue de Freddie Mercury et au Mirador Resort & Spa : cette escapade orchestrée par ST Corée et coordonnée par MVT a été relayée auprès des quelque 12 millions d'abonnés qui suivent « Red Velvet » sur les réseaux sociaux. Belle exposition aussi dans les médias classiques, notamment par l'entremise du magazine Lonely Planet Korea.

## Coup de foudre à Montreux Riviera

Tombé sous le charme de Vevey pendant la Fête des Vignerons, un groupe de 9 TOs japonais a décidé de modifier le parcours d'un fam trip prévu en Suisse début septembre pour mieux découvrir la région. Un engouement saisi au bond par MVT qui leur a concocté un voyage de familiarisation sur mesure pour les emmener, entre autres, à la découverte de Chaplin's World et des vignes en terrasses de Lavaux. De quoi garantir une promotion active de la destination sur l'archipel nippon.



## Simply the best

Début octobre, réception par MVT de 2 visites de presse calibrées pour le marché transalpin. Sous l'impulsion de ST Italie, 2 célébrités nationales – Marta Scalabrini et Emiliano Ponzi – ont ainsi participé à un programme de promotion pour de courts séjours en Suisse baptisé « Best of Switzerland ». Une ode aux « city breaks » sous forme de brèves vidéos réalisées entre Vevey, Lavaux et Montreux : l'une faisant la part belle aux plaisirs de la table, l'autre à la culture et aux loisirs.

**5** highlights  
Château de Chillon,  
Chaplin's World, Lavaux,  
CGN, MOB

# ART DE VIVRE & ŒNOTOURISME

Les plaisirs de la table et de la cave! Au-delà de la splendeur des paysages, la destination fourmille d'expériences en lien avec le terroir, le savoir-faire et les traditions. Autant d'attraits que MVT prend soin de valoriser tout en explorant de nouvelles pistes avec les acteurs concernés.

## Partenariat CFF

Pour la 6<sup>e</sup> année consécutive, MVT a renouvelé son partenariat avec la branche régionale des CFF. Le but: s'associer à la marque CFF pour mettre en valeur la ligne de train Lausanne-Villeneuve et les atouts de chacun de ses arrêts, notamment auprès du marché suisse alémanique. Un accent tout particulier est porté sur les activités œnotouristiques au moyen d'une communication 360°. Nouveautés cette année: relais via ST et concours.

**73k**  
**+126%**

visites sur [cff.ch/lavaux](http://cff.ch/lavaux)

**2.7M**  
**+208%**

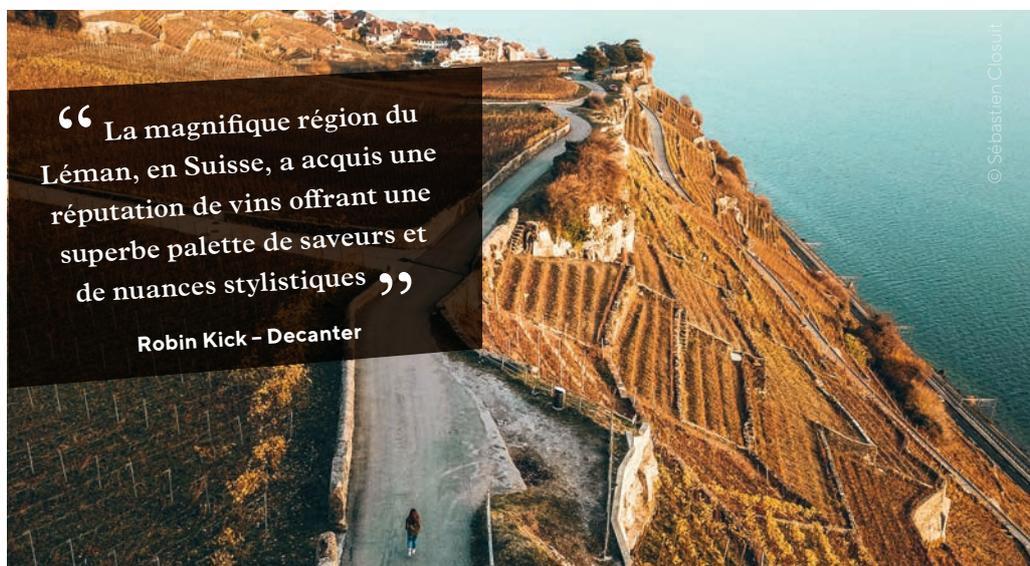
portée Facebook et Instagram

## Decanter, édition britannique

Orthographié sans accent aigu, il s'agit ni plus ni moins du « world's best wine magazine ». Une publication de référence qui, dans son édition de mars 2019, a consacré un supplément de 9 pages A4 au canton de Vaud et à ses vins. Sous la plume de Robin Kick, le feuillet accorde une large place à Lavaux: cépages, vigneronns mais aussi possibilités d'excursions et de restauration. Un magnifique coup de projecteur publié à 43'000 exemplaires.

## Réflexions de fond

« Le tourisme dans les paysages protégés », tel était l'intitulé du colloque co-organisé du 9 au 11 octobre par l'Université de Lausanne, LPm, la Commune de Bourg-en-Lavaux, l'OTV et MVT. Après une visite œnotouristique et une



soirée publique en forme de table ronde, une quinzaine d'intervenants se sont succédé 2 jours durant à la Salle Davel de Cully. Autant de points de vue qui doivent permettre de dessiner les contours du développement touristique responsable de Lavaux.

## Œnotourisme digital

« Mettez trois soleils dans votre automne! ». Accroche en forme de clin d'œil à l'exposition atypique de Lavaux pour lancer une grande campagne digitale sur l'œnotourisme du 3.10 au 3.11. Une manière de capitaliser sur l'élan imprimé par la Fête des Vignerons et de mettre en lumière la quarantaine d'activités œnotouristiques ainsi que les courts séjours réservables sur [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com). Ciblée sur des audiences suisses et limitrophes, cette action a rencontré un joli succès sur les réseaux sociaux, grâce notamment à une vidéo de promotion.

Facebook 2 M + impressions  
Instagram 5 M + impressions  
LinkedIn 15k + vues  
Youtube 85k + vues  
Twitter 300k + vues  
15.5% taux d'engagement moyen

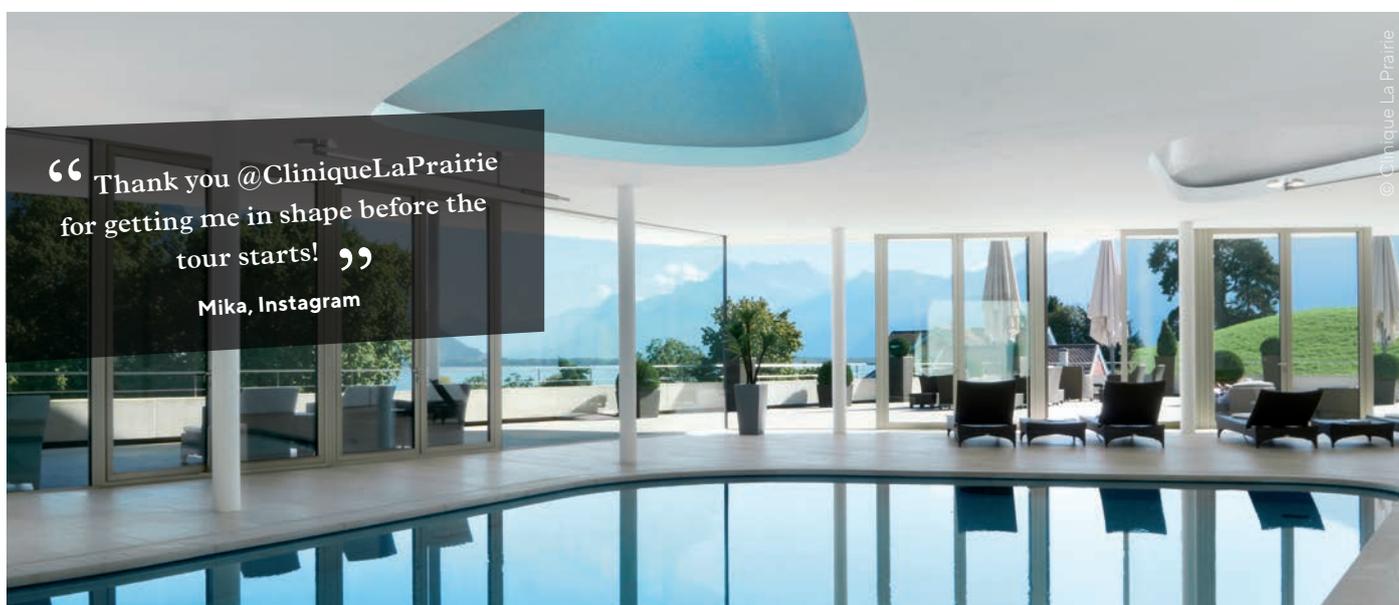
## Campagne cantonale

9<sup>e</sup> année de collaboration avec l'OTV dans le cadre de la campagne cantonale en faveur de l'œnotourisme. Un excellent moyen de promouvoir, dans un premier temps, les Caves Ouvertes Vaudoises (8-9.6) puis d'enchaîner entre fin juin et fin octobre avec une nouvelle vidéo dédiée aux balades œnotouristiques, sans oublier la mise en avant des expériences liées au terroir. Dans les deux cas, la destination a bénéficié d'une visibilité importante sur le marché suisse alémanique.

**55** entités  
attestées Vaud Oeno  
à Montreux Riviera

# ENSEIGNEMENT & BIEN-ÊTRE

La réputation de Montreux Riviera ne tient pas qu'à ses paysages et son climat privilégié. Garants de l'image d'excellence associée à la destination, les écoles privées, les cliniques et les spas contribuent largement au rayonnement international de la destination. Un vecteur promotionnel privilégié pour MVT.



## Convention de partenariat

Pour la 5<sup>e</sup> année consécutive, MVT a établi une convention de partenariat avec les établissements de la région désireux d'y adhérer. 9 écoles privées, 6 cliniques et 1 spa ont renouvelé leur confiance dans ce projet visant prioritairement à développer et promouvoir les domaines de l'éducation et du bien-être sous un angle touristique. Présence sur des salons internationaux, workshops ou fam trips dédiés: les actions menées se concentrent sur les marchés à fort potentiel tels que GCC, Chine et Russie.

# 16 membres

## Brochure

Intégralement consacrée aux écoles et cliniques privées, cette brochure permet aux établissements signataires de la convention de se présenter sous leurs plus beaux atours et de mettre leurs spécificités en exergue. Une publication conçue en 2 éditions: français-russe et anglais-chinois.

## Groupe de travail

Création d'un nouveau groupe de travail marketing dans le courant de l'été. Le but: mieux comprendre les besoins des partenaires du milieu éducatif ou médical et planifier conjointement les actions à mener dans le futur.

## Un millier d'ambassadeurs

Pour accompagner le succès des élèves qui ont achevé leurs études dans les établissements privés de la région, MVT a remis en 2019 près de 1'000 diplômes d'ambassadeurs. Signé par MM. Wehrli et Sturny, respectivement Syndic de Montreux et Directeur de MVT, le document aux allures de certificat officiel confère à son détenteur le titre d'ambassadeur auprès de quiconque souhaiterait découvrir les charmes et l'hospitalité de Montreux Riviera. Une façon originale de promouvoir la destination aux 4 coins du monde.

## Le haut du panier mondial

**GIHE 4e**  
**SHMS 7e**  
**HIM 15e**

**Classement QS World University 2019**

## La Clinique La Prairie en 2019 8 distinctions dont

Best Medical Spa in the World – HGGA  
Best Spa Destination in Europe – HGGA  
Best Beauty Spa in Europe – HGGA  
Medi-Spa of the Year – Destination Deluxe  
Switzerland's Best Wellness Retreat – WSA

# TOURISME D'AFFAIRES

Renforcer l'image de la région comme destination de tourisme d'affaires, telle est la mission principale du MRCB. En étroite collaboration avec le Booking Centre, ce département de MVT concentre ses efforts sur le développement de l'industrie des congrès à Montreux Riviera, un secteur clé pour l'ensemble de la région.

## Lausanne Montreux Congress

Déjà 3 ans que le LMC réunit ressources financières et humaines pour s'affirmer comme un acteur de poids face à la concurrence nationale et internationale. 8 déplacements à travers l'Europe, 1 fam trip dans la destination ainsi qu'1 soirée ambassadeurs pendant le Montreux Jazz Festival et la Fête des Vignerons : 2019 s'est avérée riche en actions promotionnelles. A la clé, des résultats concrets puisque 10 entités ont confirmé l'organisation d'un congrès dans la région entre 2020 et 2022.

↗ **14<sup>e</sup>**  
rang mondial (+2)  
du GDS Index (LMC)

**Objectif**  
**top 10** d'ici 2023

### LinkedIn

2019 a été l'occasion de donner un joli coup d'accélérateur à l'activité du MRCB sur le réseau social professionnel de référence : déploiement d'une véritable ligne éditoriale, veille, création et sponsorship de contenu. Au final, 121 publications qui ont su toucher les marchés cibles que sont la Suisse, la France, l'Amérique du Nord, le Royaume-Uni et l'Inde.

**2.7k**  
**+ 37%**  
abonnés

**+ 186%**  
d'engagement



**17**  
fam trips  
**151**  
personnes  
**24**  
pays

“ Même en plein jet-lag, j'étais contente que le voyage [jusqu'à Montreux] dure un peu plus d'une heure, simplement pour continuer à m'immerger dans cette vue ”

Barbara Palmer – PCMA

## Mariages à la Suisse

Collaboration MRCB-SCIB afin de positionner Montreux Riviera comme destination de mariages. Des actions de communication et de promotion, l'organisation de 2 fam trips à l'attention de spécialistes reconnus du « wedding planning » mais aussi la création de contenu pour le site mysitzerland.com/wedding ont abouti à des retombées médiatiques internationales et des demandes directes. De bon augure pour un segment encore peu exploité !

**30+**  
entrées Montreux Riviera  
sur mysitzerland.com/wedding

## Global Meeting Exchange

Du 27 au 29 mars, événement d'envergure internationale au Fairmont Le Montreux Palace avec la 9<sup>e</sup> édition du Accor GME. 4 jours durant, 130 clients de haut potentiel ont pu découvrir les richesses touristiques de la région directement sur le terrain tout en multipliant les conférences et les ateliers. Un cocktail idéal pour le MRCB qui a pu créer des liens précieux, notamment par le biais de quelque 46 rendez-vous en tête-à-tête.

**1.3 M**  
retombées économiques du GME  
pour 2020-2021 (en CHF)

# RÉTROSPECTIVE

2019: une année riche en émotions, nouveautés et événements.

Retour rapide sur quelques moments forts.

## JANVIER

### NEW YORK, NEW YORK

Magnifique coup de projecteur sur la Fête des Vignerons, Vevey et ses environs sur le site web de l'un des plus prestigieux quotidiens du monde: le New York Times. La destination y figure en effet dans une sélection internationale de lieux à découvrir absolument en 2019. Great!



## FÉVRIER

### L'AVENIR DES CONGRÈS EN QUESTION

Votation extrêmement serrée à Montreux au sujet du 2m2c. Avec 94 voix d'écart en faveur du « non », la rénovation du bâtiment est rejetée par la population. Les citoyens montreusiens voteront en 2020 sur un projet moins cher et tenant compte des réserves émises par les opposants.

## MARS

### LES PETITS PLATS DANS LES GRANDS

Le 35<sup>e</sup> Lunch de Printemps – repas de soutien organisé par MVT – s'est tenu le 29 mars à l'Auditorium Stravinski. Un cadre de rêve pour une édition anniversaire qui a rassemblé près de 800 convives issus des cercles touristiques, économiques, culturels et politiques de la région.

## AVRIL

### CHAPLIN: 130 ANS ET PAS UNE RIDE

Immortel, Charlie Chaplin fête son 130<sup>e</sup> printemps. Le point de départ d'une année de célébrations, d'animations et d'hommages orchestrés par Chaplin's World. Le bicentenaire de Gustave Courbet marque également la création d'un parcours et d'une série de commémorations à La Tour-de-Peilz.



## MAI-JUIN

### RÉUNION AU SOMMET

« Des débats stimulants, une organisation très professionnelle et une grande hospitalité vont laisser une impression durable aux participants ». Une déclaration d'Henri de Castries, président du comité de direction du prestigieux mais discret groupe Bilderberg, en réunion au Fairmont Le Montreux Palace.

## JUIN

### 13 KM À PIED

Inauguration officielle de la ligne d'arrivée de la Via Alpina à Montreux en présence de Martin Nydegger, CEO de ST, qui conclut son discours par une phrase propice aux applaudissements: « Quelle récompense après 390 kilomètres dans les montagnes, d'arriver ici, face au Léman! ». Retour détaillé en page 21.

## JUIN

### ROCKET MAN

Concert inoubliable de Sir Elton John au Stade de la Saussaz, le 29 juin à Chailly, dans le cadre du Montreux Jazz Festival. 2h45 de show au cours desquelles la star a enchaîné l'intégralité (ou presque) de son répertoire devant 15'000 spectateurs conquis.

# JUILLET - AOÛT

## ODE À LA TERRE ET AUX VIGNERONS

Triomphe populaire pour la 12<sup>e</sup> Fête des Vignerons de l'histoire qui a rassemblé 1 million de personnes à Vevey. Spectacle mémorable et Ville en Fête aux allures de joyeux carnaval intergénérationnel. Vivement la prochaine !  
Retour détaillé en pages 8 & 9.



# OCTOBRE

## ŒNOTOURISME DIGITAL

Dans le sillage du nouvel axe stratégique mis en avant par ST, MVT a développé une campagne digitale entièrement dédiée à l'œnotourisme. Au cœur de cette action de communication, la vidéo mise en ligne sur les principaux réseaux sociaux a généré près de 350'000 vues. Retour détaillé en page 13.

# NOVEMBRE - DÉCEMBRE

## DUO IMPROBABLE

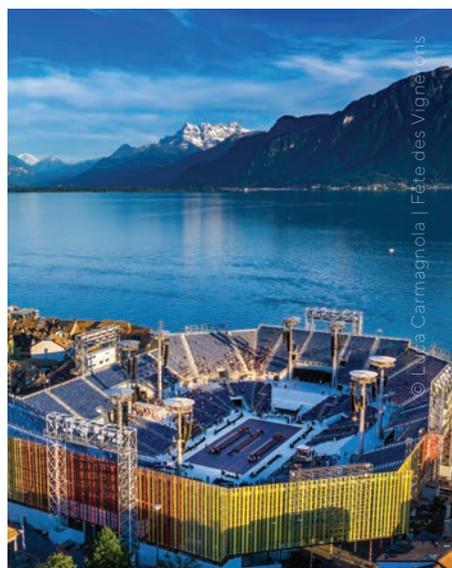
30 ans, ça se fête ! Pour franchir ce cap symbolique, le Montreux Comedy Festival a vu les choses en grand : 9 jours de représentations (un record) avec la fine fleur de l'humour francophone et la participation d'invités inattendus comme... Stan Wawrinka, venu aux côtés de Kev Adams.



# DÉCEMBRE

## BUZZ DE NOËL

Coup de projecteur inattendu sur Montreux grâce à une vidéo publiée le 2 décembre sur la page Facebook Nefes & Breath. Un total hallucinant de 17 millions de vues et 21'000 commentaires pour 30 secondes consacrées au célèbre Père Noël volant en traîneau au-dessus du lac.



# SEPTEMBRE

## UN INDIEN DANS LA VILLE(NEUVE)

Lever de voile sur l'imposant buste de Gandhi installé sur les quais de Villeneuve. Inaugurée le 14 septembre en présence du Président Ram Nat Kovind, la statue en bronze immortalise le séjour de Mahatma, venu au bout du lac en 1931 pour une visite de courtoisie à son ami Romain Rolland.



# TOURISME DE LOISIRS

Pour une destination de vacances comme Montreux Riviera, il est indispensable de figurer en bonne place dans les produits proposés par les TOs et les agences de voyages du monde entier. En les recevant dans la région ou en se rendant à des événements spécialisés, MVT s'applique également à mieux cerner les envies et les habitudes de consommation des marchés prospectés.

## India Workshop

Rendez-vous incontournable, l'India Workshop organisé par ST s'est tenu du 20 au 22 mars à St-Moritz. Entre réseautage et rendez-vous individuels avec les 40 TOs présents, MVT a pu constater deux choses: la visite de l'acteur Ranveer Singh à Montreux Riviera durant le printemps 2018 continue de produire des effets puissants en termes de notoriété et l'intérêt des Indiens pour les dégustations de vin s'amplifie. L'objectif consiste donc à convaincre cette clientèle plutôt aisée que 1 à 2 nuitées sont nécessaires pour profiter pleinement des activités dans la région.

## Trade Press Event

Belle énergie et excellent état d'esprit lors du Trade Press Event qui s'est tenu le 3 avril au Hyatt Regency de Moscou. Mis sur pied par l'OTV, Lausanne Tourisme, Villars-Les Diablerets Tourisme et MVT, cet événement annuel a rassemblé 25 médias et 15 tour-opérateurs triés sur le volet: l'occasion parfaite pour chaque office de présenter ses dernières nouveautés. Du côté de Montreux Riviera, la promotion de la destination a été assurée par MVT, le Grand Hôtel Suisse Majestic et Swiss Education Group.

## STC Allemagne

Du 12 au 14 avril, MVT a organisé l'accueil de STC Stuttgart. 20 revendeurs et représentants du TO helvético-germanique ont ainsi pu expérimenter concrètement les possibilités offertes par la région. Logé au Modern Times, le groupe a partagé son temps entre Les Pléiades, Chaplin's World, Lavaux, le Château de Chillon et le haut lac à bord d'un bateau de la CGN. Un joli condensé de la destination à retrouver prochainement dans les produits touristiques de STC.



## GCC Workshop

Le workshop annuel de ST entièrement dédié aux pays du Golfe s'est tenu cette année à Andermatt, du 1<sup>er</sup> au 3 septembre. L'occasion pour une délégation formée par MVT, le Mirador Resort & Spa et le Modern Times Hotel de présenter la destination aux 63 agences de voyages qui avaient fait le déplacement. En guise de pré-tour, MVT a par ailleurs accueilli un groupe de 5 Saoudiennes représentant les voyageuses les plus influentes du pays. Une première.

## Switzerland Travel Mart

Du 20 au 23 octobre, à Lucerne, 3 soirées et 2 jours de réseautage intense pour MVT et les nombreux représentants de la destination lors du STM, plus important salon bisannuel suisse dédié aux professionnels internationaux du tourisme. Un déplacement particulièrement réjouissant pour la délégation de Montreux Riviera et ses partenaires qui a non seulement multiplié les rendez-vous sur place mais également accueilli une cinquantaine de TOs dans le cadre de pré- et post-tours. A la clé, de nouvelles offres ciblées disponibles en 2020.

“ Les mots ne peuvent exprimer ma reconnaissance – et celle du groupe – pour votre incroyable hospitalité (...). Et j'ai déjà eu l'occasion de partager mon expérience ici avec un certain nombre de clients ”

*Brigitte Owner*

*Harvey World Travel Highway*

# MÉDIAS

TV, radios, 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. MVT s'attache donc à leur concocter des programmes ciblés en fonction de leurs intérêts et de l'actualité de la destination.

## TYPES DE MÉDIA

MULTICANAUX	39%
WEB	15%
PRESSE ÉCRITE	13%
BLOGS & INFLUENCEURS	13%
TV	11%
AUTRE	5%
RADIO	4%

## 401 M

de personnes atteintes

Chiffres repris des profils médias (transmis par ST, l'OTV ou le média lui-même)

## TOP 5 DE PROVENANCE DES MÉDIAS

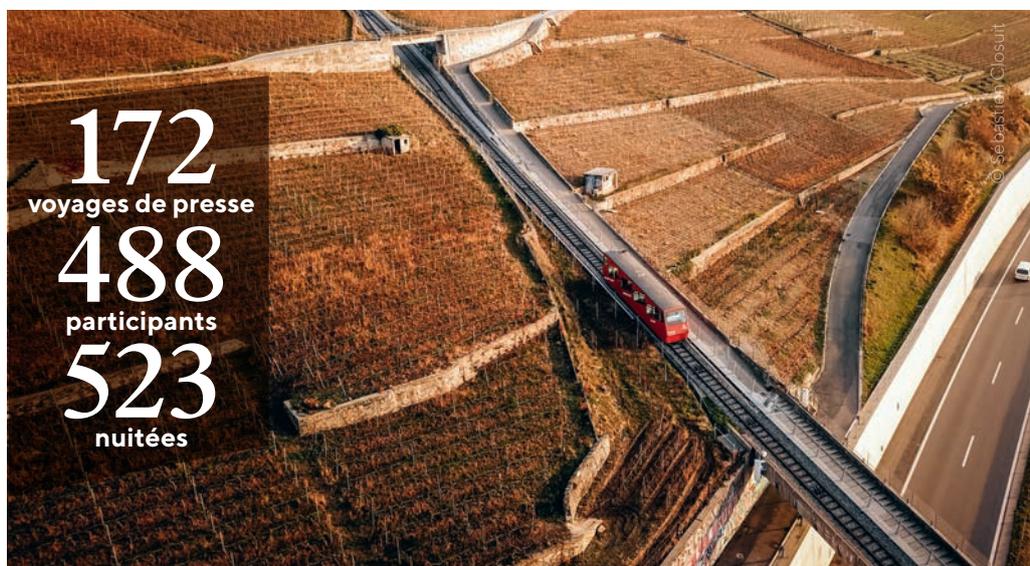
1. FRANCE →
2. SUISSE ↑
3. CHINE ↓
4. USA →
5. ITALIE ↑

## TF1 craque pour Montreux Riviera...

« Suisse: ses trains, son paysage et ses richesses », « Coup d'envoi de la traditionnelle Fête des Vignerons », « Le vendanges de l'extrême (2/4): le vignoble de Lavaux, un terroir d'exception » et enfin « Montreux se transforme en village féerique ». 4 sujets intégralement consacrés à la destination qui, entre juillet et décembre, ont eu les honneurs d'une diffusion au 13h de TF1. Véritable institution en France, l'émission rassemble en moyenne 4.9 millions de téléspectateurs.

## ... et France 2 aussi

Présentation élogieuse assortie de très belles prises de vue de Lavaux et Vevey à travers un reportage de 5 minutes diffusé au cours de l'émission « C'est au programme », animée par Sophie Davant. Orienté culture et œnotourisme, le sujet a touché près de 400'000 téléspectateurs lors de son passage



à l'antenne, le 15 février. Une magnifique visibilité sur le marché français qui a nécessité 2 jours de tournage dans la région. Et un important travail de planification de la part de MVT.

## 4 influenceurs dans le vent

Dans le cadre du GCC Social Media Summit qui s'est déroulé en juin à Genève, MVT a organisé le séjour de 4 influenceurs à l'Hôtel des Trois Couronnes. En l'espace de 2 jours, le quatuor a posté la bagatelle de 180 stories à une audience totale de 800'000 personnes, majoritairement de jeunes actifs du Moyen-Orient. Une magnifique visibilité pour la destination, d'autant que l'édition 2020 du GCC Social Media Summit se tiendra entre Lausanne et Montreux Rivier

“

Lavaux (...) Un lieu d'une beauté qui vous déborde. Le genre de paysages qui « exigent » d'être regardés en profondeur parce qu'ils sont impossibles à comprendre d'un simple coup d'œil ”

Isabel Chuecos-Ruiz

*The Luxonomist*

# MÉDIAS DIGITAUX & RÉSEAUX SOCIAUX

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](http://montreuxriviera.com) : les missions de MVT consistent à former un écosystème digital pertinent au sein duquel l'information doit aussi servir l'aspect commercial.

## Réseaux sociaux

Avec l'augmentation globale des publications, l'apparition régulière de nouvelles fonctionnalités mais aussi le poids des tendances et des phénomènes viraux, MVT se doit aujourd'hui d'opérer une véritable curation de contenu. Il agit non seulement comme une sorte de filtre qui sélectionne, édite et partage, mais il crée aussi un éventail d'actions marketing pour ses canaux propres. Un équilibre délicat entre planification, veille et réactivité dont l'objectif est triple : informer, inspirer et faire croître la notoriété de Montreux Riviera.

## Facebook

### +30% fans

Genève Tourisme 258k / Montreux Riviera 147k / My Lausanne 94k / Lucerne 80k

## Instagram

### +30% abonnés

Genève Tourisme 44k / My Lausanne 24k / Lucerne 22k / Montreux Riviera 19k

## WeChat

### +28% followers

## Quelques commentaires Facebook

« It's the prettiest most stunning place I've visited » Natalie, Grande-Bretagne

« Most beautiful place I have been to » Neerja, Australie

« C le Paradis dans notre Planete! » Adel, Tunisie

« What a dream to go there, especially for Queen fans around the world. It looks breathtaking, I can see why Freddie loved it so much... »  
Christine, Canada

« Montreux is amazing and magnificent. I've been there for three days. It is worth it to add it on your visit to Switzerland » Nico, Afrique du Sud

« Making a dream come true... Going to visit in a few days...!!!! So excited!!!! » Javier, Argentine

« We just spent several days there. It is beautiful and a must-see » Terri, USA

## Be My Guide

Lancé par MVT en 2014, la plateforme en ligne Be My Guide poursuit son petit bonhomme de chemin en continuant à affiner son interface. Grâce à l'investissement des guides bénévoles de la région, ce service a connu une année 2019 plus qu'honorable.

- 15 guides actifs
- 40 rencontres confirmées
- 10'000 visites du site web
- 5'000 visites depuis les réseaux sociaux
- Matches dans 12 pays différents

## E-commerce

Outil d'analyse mis en place par MVT en 2018, Facebook Pixel met en relation Facebook et Instagram avec [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com). Une convergence qui permet de mieux cibler les audiences, de favoriser les ventes et de mesurer les résultats des annonces publicitaires avec une grande précision. Entre les forfaits Fête des Vignerons, les offres spéciales, les produits de l'e-shop et la campagne œnotourisme, 2019 s'est révélé particulièrement propice à la vente en ligne.

## Web

Une année 2019 essentiellement marquée par un souci d'amélioration continue du site [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com). Rafraîchissement de certaines rubriques, création de pages thématiques totalement revues mais aussi simplifications dans la navigation ou renouvellement de visuels, MVT s'est attaché à rendre l'expérience utilisateur la plus agréable possible. Ce qui se traduit dans les chiffres.

### 693 k +125% utilisateurs

### 1.8 M +112% pages vues

## TOP 5 DES PAGES LES PLUS POPULAIRES

1. Webcams
2. Statue de Freddie Mercury
3. Montreux Noël
4. Agenda des manifestations
5. Randonnées en Lavaux



# DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS

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. Autant de tâches qui impliquent une collaboration privilégiée entre MVT et les partenaires de la région.

## L'hiver à l'honneur

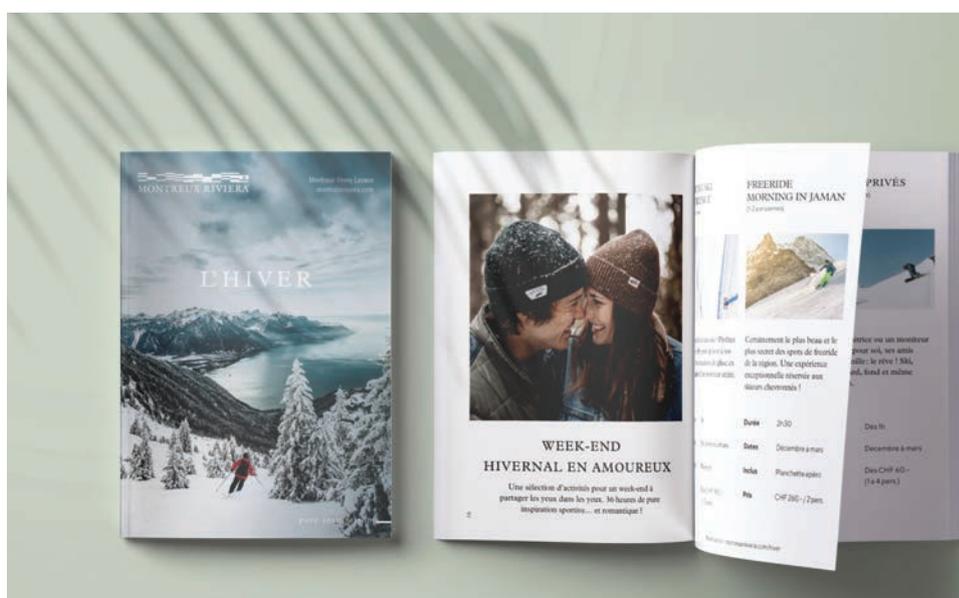
Pour faire valoir les atouts de la destination, MVT a rejoint le DAS « Activités hivernales » cantonal. Une excellente façon de faire connaître les spécificités de Montreux Riviera en Romandie et en Suisse alémanique via des campagnes de promotion. Dans cette optique, MVT, le MOB et les principaux partenaires hivernaux ont également uni leurs ressources pour créer une brochure « Hiver » éditée à 10'000 exemplaires. Une première qui s'accompagne d'un microsite repensé pour mieux présenter les expériences hivernales : [montreuxriviera.com/decouvrez-l-hiver](http://montreuxriviera.com/decouvrez-l-hiver)

## Nouveaux panneaux en Lavaux

Hôtels, restaurants, office du tourisme, caveaux, monuments et autres curiosités : voici en substance les informations distillées en trois langues (français, allemand, anglais) par la vingtaine de totems métalliques répartis durant l'été sur le territoire de Lavaux. Porté par MVT, les communes et LPm, le projet a été conceptualisé par l'entreprise Zap Design (Cully).

## Un parfum de narcisses

Phénomène particulièrement prisé des visiteurs suisses-allemands et japonais, la floraison des narcisses sur les hauts de Vevey et Montreux constitue chaque année – entre fin avril et début juin – un petit événement en soi. Afin d'en faciliter l'accès, MVT a conçu pour la première fois une brochure trilingue regroupant activités, histoire, visites guidées, sentiers et conseils pratiques (10'000 exemplaires). Une nouveauté complétée par le renouvellement des excursions en compagnie d'un petit âne et de l'offre « Brunch de la Fête des mères ». En parallèle, MVT a aussi développé une communication commune avec Morges Tourisme regroupant narcisses et tulipes dans une même brochure.



## Enjoy Montreux Riviera

1 intitulé, 4 zones de déploiement : Corseaux, Les Pléiades, Montreux et Villeneuve. Sous la houlette de Stéphane Fellay – chef de projet – et en collaboration avec MVT, ce programme met en relations acteurs politiques, culturels, économiques et touristiques afin d'identifier et d'appliquer les mesures à même de valoriser le potentiel d'accueil. Une pose de panneaux signalétiques a été réalisée à Corseaux en 2019, tandis que Villeneuve et les Pléiades s'y emploieront dès le printemps 2020. Stand by du côté de Montreux suite à la votation sur l'avenir du 2m2c (voir p. 16).

## Vevey et Montreux : Swiss Cities

Montreux fait partie de la sélection citadine de ST dénommée Swiss Cities, où elle figure aux côtés des 29 villes les plus célèbres du pays. En intégrant cet éventail prestigieux, MVT souhaite positionner l'ensemble de la

destination sur le segment des « city breaks » et bénéficier du rayon d'action de ST. Fête des Vignerons oblige, Vevey s'est retrouvée au cœur de la « Key Story 2019 » à travers un film promotionnel et une communication ciblée sur Instagram.

## Via Alpina, via Montreux

20<sup>e</sup> et dernière étape de l'itinéraire vert n°1 au départ de Vaduz, le tronçon Les Rochers-de-Naye – Montreux a fait l'objet d'une attention médiatique toute particulière durant l'été. La raison : l'inauguration officielle d'une ligne d'arrivée taillée dans la pierre et l'installation de 2 bornes de timbrages destinées à immortaliser une balade de 13 km entre montagne et bords du lac. Un timing idéal pour MVT qui a ainsi pu alimenter une communication estivale centrée sur la randonnée et les activités en pleine nature.

# INFORMATION & RÉSERVATION

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 indigènes et aux touristes.

## TOMAS

Acronyme de Touristic Online Management System, TOMAS est la plateforme de réservation informatique utilisée par les points «i» et le Booking Centre de MVT. Ce système sert non seulement à gérer les demandes d'hébergement (individuels, groupes et congrès), mais il est aussi un canal de vente pour les forfaits hôteliers, les visites guidées et, plus récemment, les expériences touristiques.

### 1.59 M

CA TOMAS lié à l'hébergement (en CHF)

## Congrès

ISAM – International Society for Aerosols in Medicine  
OSE – Organisation des Suisses de l'Étranger

### 79 k

CA TOMAS lié aux congrès (en CHF)

## Vente (par CA réalisé)

Expériences  
Visites guidées  
Forfait MJF  
Forfait Polymanga  
Forfait Montreux Noël  
Forfait Cully Jazz  
Forfait Revue Vaudoise  
Forfait Montreux Comedy  
Forfait Septembre Musical  
Forfait Montreux Tattoo

### 82 k

CA TOMAS lié aux ventes (en CHF)



## Autres prestations

Abonnements VMCV  
Billets CGN  
Flexicards CFF  
Velospot  
Billetterie  
Livres  
Permis de pêche  
Cinérive  
Merchandising divers

### 535 k

CA autres prestations (en CHF)

# COORDINATION

## Agenda Riviera

Piloté par le Fonds culturel Riviera et fruit d'une étroite collaboration entre le Service Culturel de la Ville de Vevey et MVT, l'Agenda Riviera présente sous format imprimé les manifestations et événements de la région à un rythme bimestriel. MVT garantit le lien avec les organisateurs, la saisie et la diffusion web, tout en assurant la relecture des textes.

# 6

éditions

# 300k

exemplaires

## Taxe de séjour

MVT siège à la CITS avec une voix consultative tout en assurant un rôle de coordination avec les organisateurs d'événements. La mission du coordinateur consiste entre autres à réceptionner les demandes de subventions afin d'établir les dossiers qui sont ensuite traités en séance.

# 110

demandes

# 90

dossiers acceptés

# 1.96 M

total des subventions (en CHF)

## Montreux Riviera Card

La gestion des MRC fait partie des tâches de coordination effectuées par MVT au sein de la CITS, tout comme l'établissement de conventions avec les partenaires MRC, la tenue des statistiques et les décomptes d'utilisation des cartes.

# 206

émetteurs (+36%)

# 280 k

MRC distribuées (+16%)



“ J’ai été séduite par l’architecture Belle Epoque et par la vue sur les Alpes enneigées. Freddie Mercury et Charlie Chaplin y ont tous deux trouvé refuge et j’ai immédiatement compris pourquoi ”

Ashlea Halpern - AFAR

## Film Location Riviera

Depuis 2018, MVT a reçu le mandat d'héberger la structure de l'association Film Location Riviera (FLR) et d'en gérer les activités. Un rôle qui englobe des tâches d'accueil et de coordination lors de la venue de tournages, la gestion administrative et des affaires courantes mais aussi un volet promotion, réseautage et lobbying. Conformément aux statuts, le comité s'est réuni une fois en date du 20 mars 2019.

# STRUCTURE & ORGANISATION

## ORGANE DE DÉCISION

Etat au 31.12.2019

### Comité de Direction

#### Président

François Margot

#### Vice-Président - SHMV

Bernard Tschopp

**Alain Bovay**  
Communes de la région  
Montreux-Vevey

**François Cardinaux**  
Commerçants et  
entreprises

**Marta Dos Santos**  
Institutions culturelles/  
Château de Chillon

**Jay Gauer**  
SHMV - Vevey

**Nicolas Ming**  
SHMV - Vevey

**Georges Oberson**  
MOB

**Jean-Baptiste Piemontesi**  
Commune de Montreux

**Etienne Rivier**  
Commune de Vevey

**Benoît Samson**  
Ecoles et cliniques - SEG

**Pierre-Alexandre  
Schlaeppli \***  
Communes de Lavaux

**Bernard Schmid**  
Promove

**Laurent Wehrli\*\***  
Conseiller National et  
Syndic de Montreux

\* jusqu'en mai 2019

\*\* avec voix consultative

## DÉPARTEMENTS OPÉRATIONNELS

Etat au 31.12.2019

### Direction

Christoph Sturny  
T. +41 21 962 84 05  
sturny@montreuxriviera.com

Stratégie et Marketing de destination | Management  
Régionalisation | Partenariats

### Information & Réservation

Andreas Ryser, T. +41 21 962 84 71  
ryser@montreuxriviera.com

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

### Direction Adjointe

Grégoire Chappuis, T. +41 21 962 84 16  
chappuis@montreuxriviera.com

### Marketing & Communication

Grégoire Chappuis, T. +41 21 962 84 16  
chappuis@montreuxriviera.com

Promotion | Vente (tourisme de loisirs)  
Communication Conception de produits  
Accueil de professionnels du tourisme et média  
Partenariats | Coordination | FLR

### Secretariat de Direction & Gestion du Personnel

Sibylle Savoy Carrel, T. +41 21 962 84 05  
savoy@montreuxriviera.com

Secrétariat | Ressources humaines  
Membres cotisants | Lunch de Printemps

### Montreux Riviera Convention Bureau

Karin Hagemann T. +41 21 962 84 27  
hagemann@montreuxriviera.com

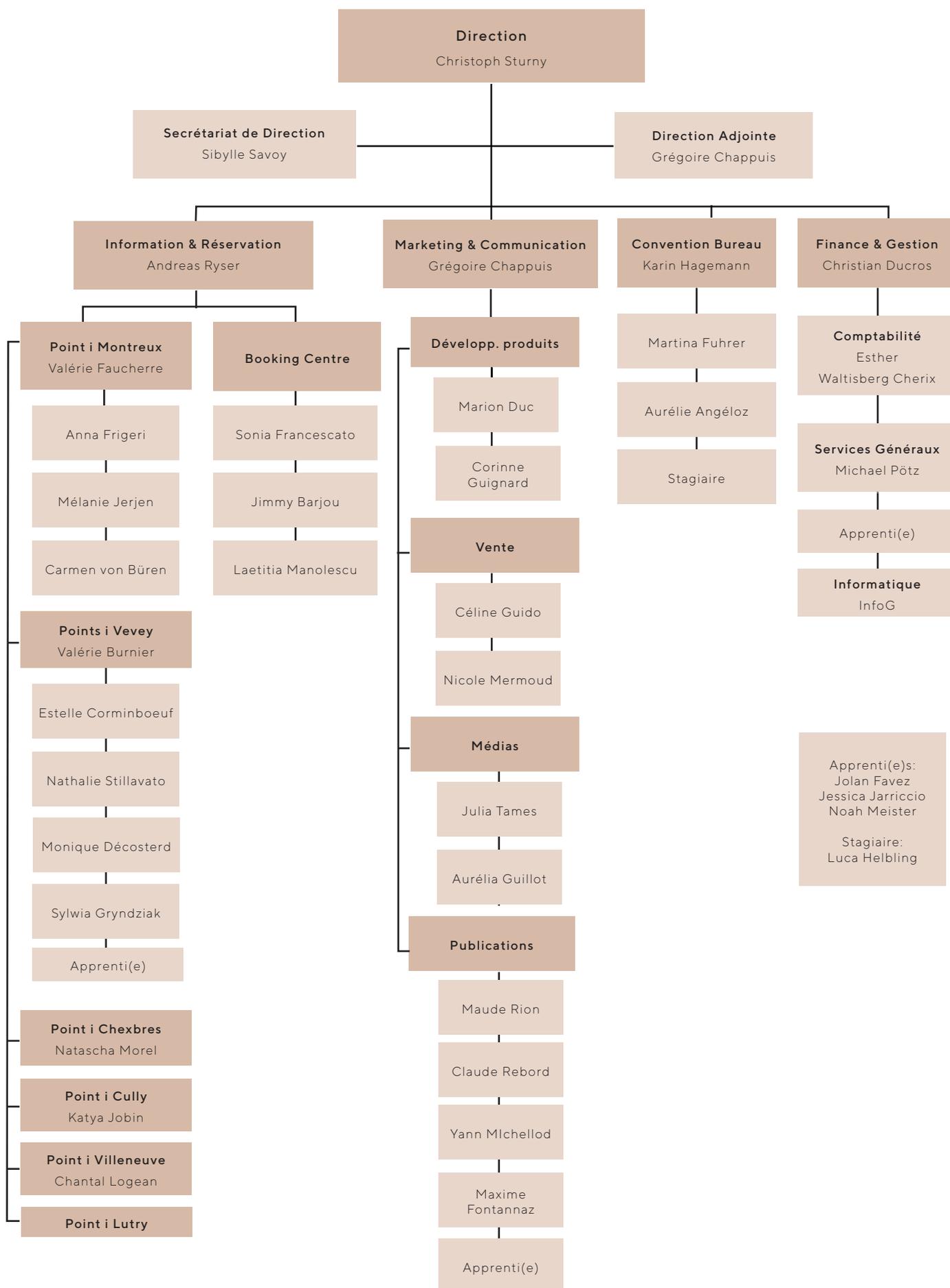
Promotion | Vente (tourisme d'affaires) | LMC  
Démarchage congrès  
Accueil de professionnels du tourisme d'affaires  
Organisation d'événements promotionnels

### Finance & Gestion

Christian Ducros T. +41 21 962 84 06  
ducros@montreuxriviera.com

Finances | Comptabilité | Informatique  
Téléphonie | Ressources humaines

Au 31.12.2019, l'effectif de MVT compte 40 collaboratrices et collaborateurs dont 3 apprentis et 1 stagiaire, soit 34.80 EPT (emploi plein temps). Par département / service : Finance & Gestion 4 personnes, Information & Réservation 18, Marketing & Communication 14, Convention Bureau 4.



# COMPTES ANNUELS

## BILANS AU 31 DÉCEMBRE 2019 ET AU 31 DÉCEMBRE 2018

Actif		31.12.2019 CHF	31.12.2018 CHF
Actif circulant		1 251 278	1 357 318
Trésorerie	1	920 550	974 337
Clients-débiteurs		220 556	217 649
Provision pour pertes sur débiteurs		-3 997	-2 938
Autres débiteurs	2	55 384	41 108
Actifs de régularisation	3	52 625	119 703
Stock matériel		6 160	7 460
Actif immobilisé		147 064	169 466
Immobilisations corporelles	4	147 064	169 466
<b>Total Actif</b>		<b>1 398 342</b>	<b>1 526 784</b>
<b>Passif</b>			
Capitaux étrangers à court terme		611 585	729 667
Créanciers-fournisseurs		86 469	90 772
Autres créanciers	5	42 065	269 328
Passifs de régularisation	6	483 051	369 567
Capitaux étrangers à long terme		573 419	585 890
Provisions	7	573 419	585 890
Capitaux propres		213 338	211 227
Fortune		211 227	212 668
Bénéfice/-Perte net(te) de l'exercice		2 111	-1 441
<b>Total Passif</b>		<b>1 398 342</b>	<b>1 526 784</b>

**COMPTES DE PROFITS ET PERTES 2019-2018**  
**POUR LA PÉRIODE DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 31 DÉCEMBRE**

<b>Produits</b>		<b>31.12.2019</b>	<b>Budget 2019</b>	<b>31.12.2018</b>
		<b>CHF</b>	<b>CHF</b>	<b>CHF</b>
Contributions et taxes		4 930 663	4 887 291	4 948 827
Subventions communales	8	2 744 298	2 725 072	2 745 027
Taxes de séjour		1 596 290	1 580 152	1 590 757
SHMV		491 963	476 907	509 807
Membres & donateurs		98 113	105 160	103 235
<b>Prestations &amp; services</b>		<b>1 723 006</b>	<b>1 959 067</b>	<b>1 727 760</b>
Information & Réservation		1 219 194	1 445 900	1 250 796
Marketing & Communication		380 037	364 528	328 049
Convention bureau		106 468	148 639	131 719
Participations documentation		17 307	0	17 196
<b>Autres produits</b>		<b>94 738</b>	<b>88 700</b>	<b>60 500</b>
Frais récupérés		94 738	88 700	60 500
<b>Total Produits</b>		<b>6 748 407</b>	<b>6 935 058</b>	<b>6 737 087</b>
<b>Charges</b>				
<b>Charges d'exploitation</b>		<b>2 991 707</b>	<b>3 236 000</b>	<b>3 053 308</b>
Information & Réservation		1 011 240	1 236 000	1 047 810
Marketing & Communication		1 300 589	1 315 500	1 261 946
Convention bureau		242 021	237 500	288 561
Documentation		129 339	125 200	118 841
Frais de gestion & d'administration		308 519	321 800	336 150
<b>Charges de personnel</b>	9	<b>3 274 458</b>	<b>3 300 500</b>	<b>3 196 794</b>
<b>Frais de locaux</b>	10	<b>438 051</b>	<b>450 100</b>	<b>439 305</b>
<b>Amortissements &amp; provisions</b>		<b>42 080</b>	<b>-55 000</b>	<b>49 120</b>
Amortissements	11	54 551	57 471	61 203
Provisions	12	-12 471	-112 471	-12 083
<b>Total Charges</b>		<b>6 746 296</b>	<b>6 931 600</b>	<b>6 738 528</b>
<b>Résultat de l'exercice (Bénéfice/-Perte)</b>		<b>2 111</b>	<b>3 458</b>	<b>-1 441</b>

## ANNEXES AUX COMPTES ANNUELS 2019 ET 2018

### Informations sur l'entité

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

### 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 1<sup>er</sup> janvier 2013). Les comptes présentés ont été arrondis au franc, ce principe peut engendrer des différences sur les sommes et totaux.

### 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

### Informations sur les postes du Bilan

		31.12.2019	31.12.2018
		CHF	CHF
Trésorerie	1	920 550	974 337
Caisses		7 938	9 419
PostFinance		3 187	102 295
Banques		909 425	862 623
Autres débiteurs	2	55 384	41 108
C/C Débiteurs tiers		55 384	41 050
C/C Impôt anticipé		0	58
Actifs de régularisation	3	52 625	119 703
Produits à recevoir		5 353	7 232
Charges payées d'avance		47 272	112 470
Immobilisations corporelles	4	147 064	169 466
Pavillon d'information Montreux		1	1
Pavillon d'information Vevey Gare		84 185	96 656
Informatique, mobilier, machines, locaux & véhicules		62 878	72 809
Autres créanciers	5	42 065	269 328
C/C Créanciers tiers		19 480	259 260
C/C TVA		22 585	10 068
Passifs de régularisation	6	483 051	369 567
Charges à payer		428 442	298 448
Produits reçus d'avance		54 609	71 119
Provisions	7	573 419	585 890
Fonds de renouvellement		160 000	160 000
Fonds pour projets spéciaux		150 000	150 000
Fonds amortissement Gare Vevey		113 419	125 890
Fonds de régulation IR / MC / CB		150 000	150 000

## ANNEXES AUX COMPTES ANNUELS 2019 ET 2018

Informations sur les postes des Profits et Pertes		31.12.2019	31.12.2018
		CHF	CHF
Subventions (montants bruts sans RDIP)	8	2 800 845	2 800 933
Communes du district Riviera-Pays-d'Enhaut		2 298 347	2 298 435
Communes du district Lavaux-Oron		412 795	412 795
Commune de Villeneuve		89 703	89 703
Charges de personnel	9	3 274 458	3 196 794
Information & Réservation		1 306 110	1 276 823
Marketing & Communication		1 335 625	1 305 352
Convention bureau		317 860	304 529
Administration & Finances		314 863	310 090
Frais de locaux	10	438 051	439 305
Siège social, Montreux		224 951	231 109
Point "i" Montreux		19 604	15 743
Point "i" Vevey Grenette		91 254	94 067
Point "i" Vevey Gare		61 452	62 147
Point "i" Chexbres		15 115	15 300
Point "i" Cully		11 488	6 245
Point "i" Villeneuve		14 188	14 694
Amortissements	11	54 551	61 203
Mobilier & machines		19 441	21 815
Aménagements locaux		15 087	12 083
Informatique & web		20 022	27 305
Attribution / Dissolution Provisions	12	-12 471	-12 083
Attrib. Prov. amortissements aménagement Point i Vevey Gare		0	0
Dissol. Prov. amortissements Point "i" Vevey Gare		-12 471	-12 083
Attrib. Fonds de renouvellement		0	0
<b>Autres informations hors Bilan</b>			
Valeur résiduelle d'engagements non portés au bilan		736 053	810 078
Leasing copieur		10 434	15 552
Leasing véhicule		28 619	40 066
Location terminaux SIX		1 440	3 600
Engagement baux commerciaux < 1an		53 900	59 400
Engagement baux commerciaux > 1an		641 660	691 460
Dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle		néant	19 817
Événements importants postérieurs à la date du bilan			

MVT a été institué héritier pour moitié de la fortune de feuve Elsbeth Margrit GESSNER. Au 31.12.2019, la succession n'a pas été encore partagée. MVT subit de plein fouet la crise COVID 19 dans la mesure où les échanges commerciaux en général et l'économie du tourisme en particulier sont à l'arrêt complet depuis le milieu du mois de mars 2020. Les points I (Montreux, Vevey, Chexbres, Cully, Lutry et Villeneuve) ont été fermés dès le 16.03.2020. Une permanence est mise en place afin de répondre aux appels téléphoniques et demandes par courriels. La direction de MVT s'emploie à maîtriser au mieux la situation en prenant toutes les précautions qui s'imposent pour la santé de ses collaborateurs (promotion du télétravail) et en adoptant des mesures susceptibles d'atténuer au maximum les risques économiques pour l'entreprise, notamment en sollicitant les moyens financiers mis à disposition par la Confédération.



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

Téléphone +41 58 286 51 11  
Téléfax +41 58 286 51 01  
www.ey.com/ch

A l'Assemblée générale de

## **Montreux-Vevey Tourisme, Montreux**

Lausanne, le 8 avril 2020

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

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilans, compte de profits et pertes et annexes) de Montreux-Vevey Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2019.

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 et aux statuts.

Ernst & Young SA



Serge Clément  
(Qualified  
Signature)

Expert-réviseur agréé  
(Réviseur responsable)



Matthieu Joulin  
(Qualified  
Signature)

Expert-réviseur agréé

# GLOSSAIRE

## INSTITUTIONS

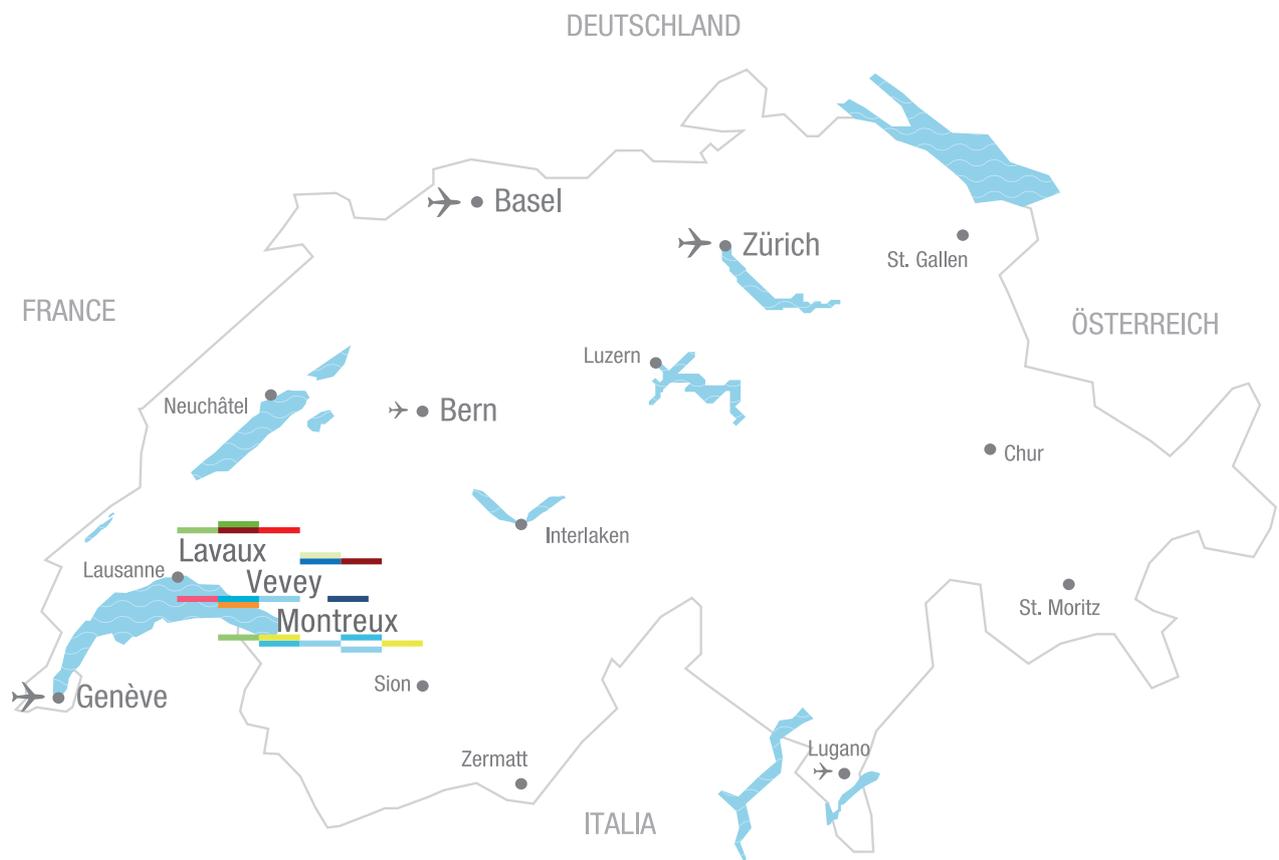
CITS	Commission Intercommunale de la Taxe de Séjour de la Riviera et de Villeneuve
ESS	Ecole Suisse de Ski
FST	Fédération Suisse de Tourisme
HGGA	Haute Grandeur Global Award
MJF	Montreux Jazz Festival
MRCB	Montreux Riviera Convention Bureau
MVT	Montreux-Vevey Tourisme
LMC	Lausanne Montreux Congress
LPm	Lavaux Patrimoine mondial
LT	Lausanne Tourisme
OTV	Office du Tourisme du Canton de Vaud
SHMV	Société des Hôteliers de Montreux Vevey Riviera
ST	Suisse Tourisme
STC	Swiss Travel Center
VOe	Vaud Œnotourisme
WSA	World Spa Awards

## SALONS, FOIRES ET WORKSHOPS

ILTM	International Luxury Travel Market
ITB	Internationale Tourismus Börse
M&I	Meeting & Incentive
PCMA	Professional Convention Management Association
SCIB	Switzerland Convention and Incentive Bureau
STE	Switzerland Travel Experience
STM	Switzerland Travel Mart
UIA	Union of International Associations
WTM	World Travel Market

## AUTRES

CA	chiffre d'affaires
DAS	domaine(s) d'activité(s) stratégique(s)
Fam trip	voyage de familiarisation pour les professionnels du tourisme
GCC	ensemble des pays du golfe Persique
GDS	Global Destination Sustainability
k	1'000
M	1'000'000
Media trip	visite de presse
MICE	Meeting, Incentives, Conferences, Exhibitions
MRC	Montreux Riviera Card
TO	tour-opérateur
Sales calls	rencontres commerciales



**MONTREUX RIVIERA®**  
pure inspiration

MONTREUX-VEVEY TOURISME, Rue du Théâtre 5, Case postale 251, CH-1820 Montreux 2  
T. + 41 21 962 84 84, [montreuxriviera.com](http://montreuxriviera.com), [info@montreuxriviera.com](mailto:info@montreuxriviera.com)

**VAUD**   
Région du Léman

