

Rapport annuel 2025



02	Avant-Propos
04	Présentation & chiffres clés
06	Focus: Merci Sonia !
08	Montreux Riviera 2030
10	Information & Réservation
12	Coordination
14	Marchés & Convention Bureau
16	Médias
18	Rétrospective
20	Développement de produits
22	Communication & campagnes
24	Web & réseaux sociaux
26	Durabilité
28	Remerciements
30	Structure & organisation
32	Comptes annuels & annexes
38	Glossaire

Tout vient à point pour qui sait attendre

Les multiples tâches et défis qui rythment le quotidien d'une entreprise comme un office du tourisme régional absorbent son plein d'attention et d'énergie. Leurs facettes innombrables, les réponses qu'elles appellent, l'inventivité inlassable qu'elles convoquent, toutes concentrées sur la satisfaction ultime du client pourraient nourrir un prisme à courte vue.

Pourtant, il n'en est rien ! Bien plus qu'on l'imagine, la masse des activités de chaque jour – la récapitulation qui en est dressée dans ce rapport annuel est éloquente – infuse, sans cesse, les réflexions stratégiques à moyen et long terme – et vice-versa. De manière quasi-réflexive, les voix des affaires courantes nourrissent l'écho de visions lointaines. Un tel mouvement perpétuel d'itérations successives développe une culture d'entreprise constamment aux aguets, salutaire fondement de son succès.

Dans ce ballet de stimulations incessantes, il est aussi des balises qui, pour être concrètement dessinées, ne se font pas moins attendre. De la conception à la réalisation, l'expectative peut durer – ce pays, souvent englué dans des démarches procédurales labyrinthiques ne le sait que trop...

Montreux-Vevey Tourisme connaît également ces longues visées qui fixent sans désespérer un azimut à atteindre.

La plus emblématique, fruit d'une gestation éléphantinesque, n'est autre que la rénovation du 2m2c, moyen de production déterminant de l'industrie touristique de la région Montreux-Riviera. Enfin, ce levier de retombées économiques essentielles est sur le point de retrouver place dans l'écosystème dont il constitue une des pierres angulaires. Tout vient à point pour qui sait attendre !

Dans la foulée de cette renaissance, plus anecdotique sans doute, mais majeur autant qu'historique pour Montreux-Vevey Tourisme, un déménagement, lui aussi espéré de longue date, de ses bureaux dans le corps du bâtiment du 2m2c, au cœur du poumon de l'événementiel régional, est désormais prévu dans quelques mois. Tout vient à point pour qui sait attendre !

C'est donc une ère nouvelle qui s'ouvre et pour la destination touristique et pour son office du tourisme. Parmi d'autres jalons qui vont bientôt compléter le paysage des offres aux hôtes de ce pays, ces deux piliers symboliques, fort attendus, viennent à point nommé nourrir l'image que

la région veut donner d'elle-même : innovante, patiente, opiniâtre, qualitative et accueillante.

La direction et les équipes de Montreux-Vevey Tourisme se montrent prêtes à relever ces défis et à porter haut l'étendard de la région pour répondre aux attentes de ses visiteurs et à celles de ses partenaires, collectivités publiques et acteurs touristiques au premier rang, qui lui apportent un indéfectible autant qu'essentiel soutien. Merci !



La juste mesure



Christoph Sturny
Directeur

796'510. Voici le nombre de nuitées hôtelières enregistrées à Montreux Riviera en 2025. Il s'agit d'un nouveau record, un score qui dépasse même celui de la légendaire année 2019. Et tout cela sans Fête des Vignerons, excusez du peu.

A ce stade, vous vous demandez peut-être pourquoi cette introduction ne s'accompagne pas d'un enthousiasme débordant. Eh bien, parce que si les nuitées hôtelières ont longtemps représenté l'indicateur ultime de performance d'une destination touristique, ce temps semble désormais révolu.

Entendons-nous bien, cela ne signifie pas que les nuitées ne veulent plus rien dire ; elles sont même d'une importance capitale, ne serait-ce que pour la taxe de séjour et tout ce que celle-ci finance. C'est simplement que les nuitées hôtelières ramenées à une année présentent une image incomplète de la réalité. Un peu comme si, pour savoir à quelle météo s'attendre pendant des vacances, on se contentait de la température annuelle moyenne.

Dans notre cas, le nombre total de nuitées ne dit rien sur la fréquentation très basse que Montreux Riviera connaît pendant les mois de janvier, février et mars. Il ne dit rien non plus sur la baisse lente mais constante de la durée de séjour.

Pour tenter d'y voir plus clair, on s'appuie sur des indicateurs toujours plus sophistiqués, les fameux Key Performance Indicators (KPI). Chez les hôteliers, par exemple, la tendance est à l'emploi du revenu par chambre disponible – RevPAR, pour les intimes

– afin d'optimiser leur capacité à générer du chiffre d'affaires, notamment en ajustant les prix de manière dynamique. A Montreux-Vevey Tourisme, on s'intéresse volontiers au nombre de clics et au taux d'engagement générés par une campagne de communication. On mesure, on compare, on ajuste et on affine.

Des KPI judicieusement sélectionnés sont des outils de gestion qui peuvent s'avérer puissants, tout particulièrement dans une logique commerciale. Pour nous, à l'office du tourisme, les choses sont un peu différentes puisque notre mission principale consiste à promouvoir la région et informer les visiteurs. Une double mission qui s'appuie essentiellement sur des qualités plutôt que des quantités, sur l'émotion et le sens de l'accueil plutôt que sur un ratio.

Nous devons bien entendu garder les yeux ouverts sur toutes les nouvelles façons d'appréhender la complexité de l'économie touristique. Mais une chose est sûre : ce n'est pas grâce à des indicateurs que les touristes vont séjourner plus longtemps et venir davantage chez nous les trois premiers mois de l'année. Autrement dit, ce n'est pas avec des KPI que l'on crée le désir d'être à Montreux Riviera.

C'est donc avec la volonté de rendre notre destination toujours plus accueillante et attractive que je tiens à remercier ici nos partenaires publics et privés, les différents groupes de travail, nos membres cotisants, notre Comité de Direction et son Président François Margot ainsi que tous les collaborateurs de MVT. Le succès de notre destination est le miroir de votre engagement 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 16 communes qui s'étendent de Lutry à Villeneuve et se répartissent sur trois districts.

MVT et Montreux Riviera

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

343 membres cotisants

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

3 Districts

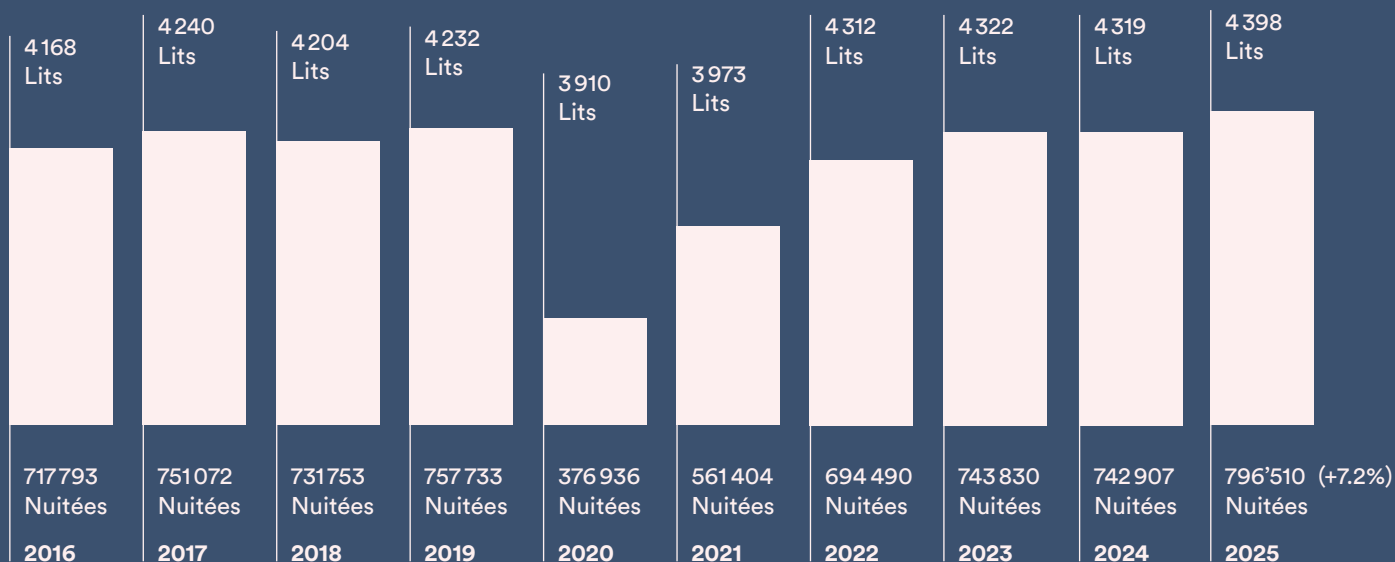
Lavaux-Oron: Lutry, Bourg-en-Lavaux, Puidoux, Chexbres, Rivaz, St-Saphorin

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

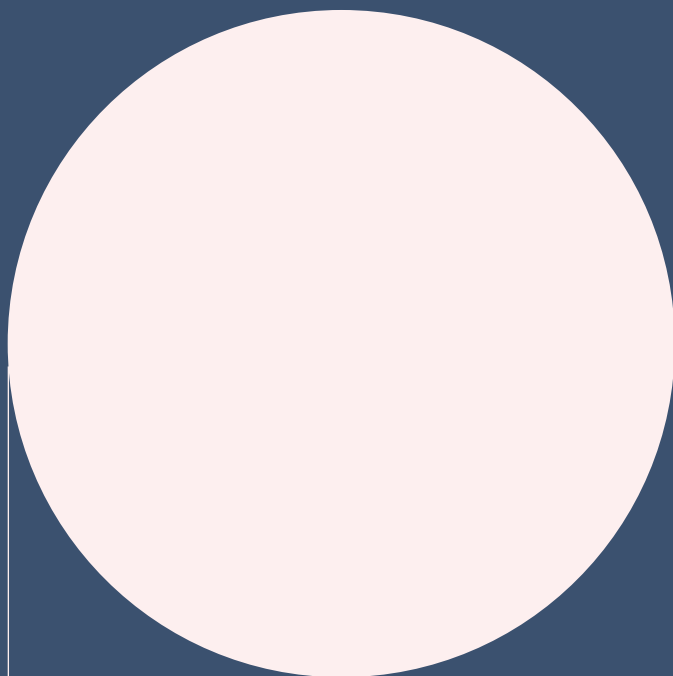
Aigle: Villeneuve

343 membres cotisants nous font confiance. Pourquoi pas vous?

Évolution des nuitées et de la capacité hôtelière à Montreux Riviera



Top 5 des nuitées par marchés



Suisse 46.9 % ↗

Amérique du Nord 9.9 % ↘

France 7.2 % ↗

Royaume-Uni et Irlande 4.9 % ↗

Allemagne 3.9 % ↘

Taux d'occupation des chambres ↘

53.3 %

Durée moyenne de séjour ↘

1.77 jours

Nuitées Montreux Riviera dans le canton (VD) ↗

25.6 %

Merci Sonia !

Gestionnaire de la Centrale de Réservation depuis la création de MVT en 2001, Sonia Francescato a pris une retraite bien méritée en novembre 2025. L'occasion parfaite de lui consacrer quelques lignes et la remercier pour son travail, sa fidélité, son franc-parler et son sourire.

« Partir de MVT m'a davantage émue que ce que je croyais, confie Sonia Francescato. En regardant dans le rétroviseur, je repense aux bons et aux moins bons moments, à tous les gens avec qui j'ai travaillé : mes collègues bien sûr, mais aussi les partenaires hôteliers, les clients. C'était une vie professionnelle bien remplie ». Et pas tout à fait terminée, puisque Sonia occupe actuellement un poste à 30% chez Philippe Chaussures et Maroquinerie, à Montreux, en plus de consacrer beaucoup de son temps à plusieurs associations.

Italienne de naissance et Veveysanne d'adoption – elle est bourgeoise de la ville depuis 2000 – cette mère de trois enfants décroche un poste à la vente de billets théâtre pour le compte de feu l'Association des Intérêts de Vevey & Environs (ADIVE) : « On était au milieu des années nonante, j'avais besoin d'un travail et j'ai eu la chance de tomber sur Patrick Henry, directeur de l'ADIVE. Je lui dois beaucoup. Les bureaux se trouvaient dans ce magnifique bâtiment de la Grenette, l'équipe était géniale et je me suis tout de suite sentie intégrée. En plus, on pouvait aller voir à peu près toutes les pièces de théâtre qui se jouaient dans la région : j'en ai bien profité ! »

L'un des grands souvenirs de sa carrière survient en 1998 : « Patrick Henry voulait développer les réservations hôtelières en ligne et introduire également cette possibilité pour les billets de la Fête des Vignerons de 1999. Il faut bien se rappeler qu'à cette époque, l'informatique et internet ne faisaient pas du tout partie du quotidien.

Tout cela était très nouveau pour tout le monde. Moi, par exemple, je savais à peine ce qu'était une souris (rires) ». Et Sonia Francescato n'était manifestement pas la seule :

« Pour la Fête des Vignerons, les gens faisaient la file quasiment jusqu'au lac et, plusieurs soirs, on était ouvert jusqu'à minuit pour servir tout le monde ». Revient en particulier le souvenir d'une grand-maman venue au guichet avec un billet de mille francs pour acheter des

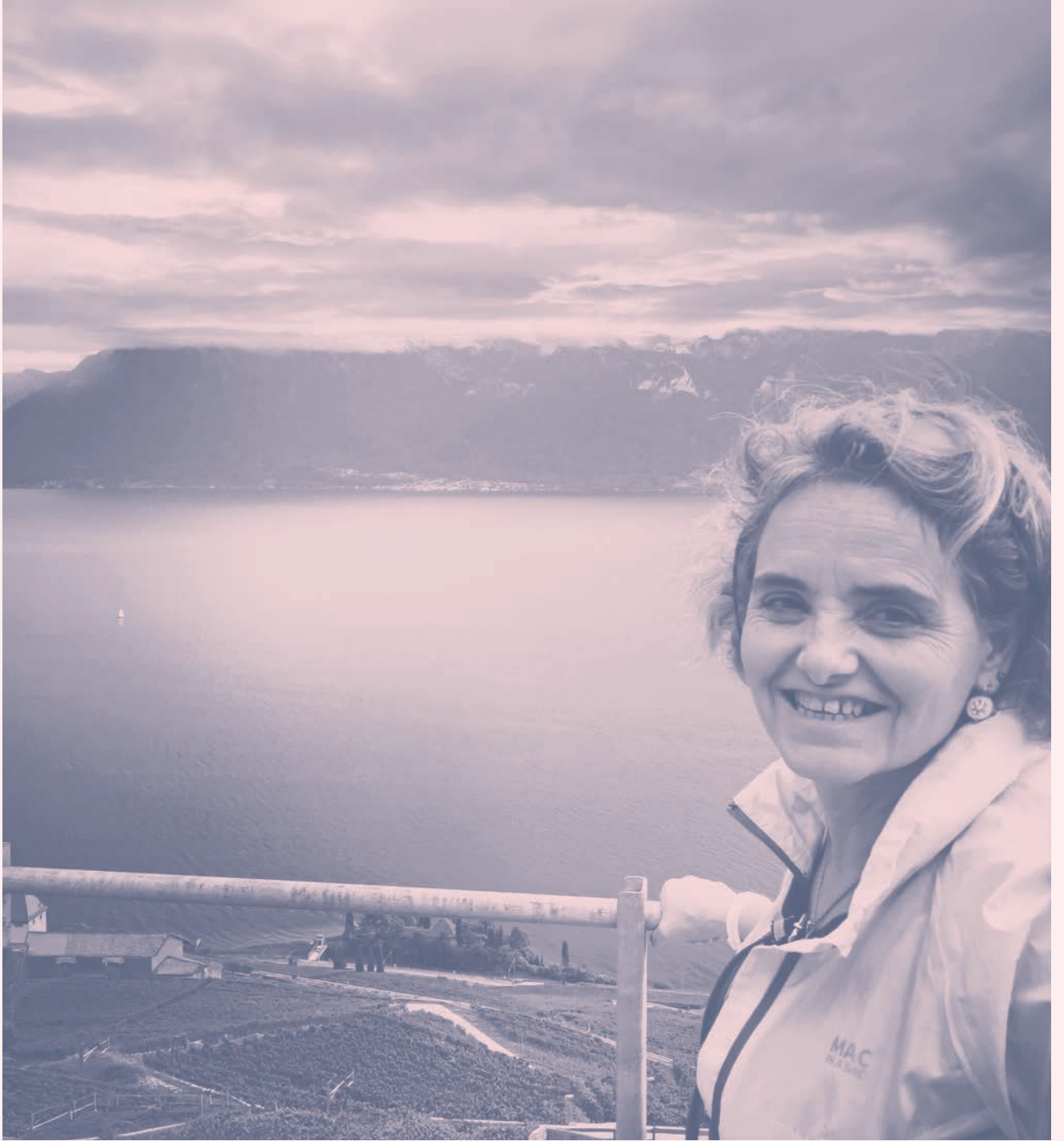
tickets pour toute sa famille :

« Elle avait été tellement contente du service qu'elle était revenue quelques temps plus tard pour m'offrir un mouchoir qu'elle avait brodé avec mes initiales ». Une autre époque.

Un autre changement important survient en 2001 avec la création de MVT, résultat de la fusion de l'ADIVE et de l'Office des Congrès et du Tourisme de Montreux (OCTM). Pour Sonia : « Un moment compliqué à vivre. On est soudain passé d'une petite structure presque familiale à une organisation plus grande. Mon travail a aussi beaucoup changé car, en parallèle du développement des réservations en ligne avec les hôtels de la région, je me suis retrouvée à gérer les réservations hôtelières de congrès pouvant atteindre jusqu'à 800 participants ! ». Une charge qui ne tardera pas à être répartie sur deux collaborateurs supplémentaires pour former une véritable équipe au Booking Centre de MVT. Ce qui lui laissera d'ailleurs le loisir d'ouvrir un cabinet de kinésiologie avec une amie, à côté de son travail.

« Je retiens de toutes ces années une belle entraide et la construction de véritables rapports de confiance avec les hôteliers. Et puis, encore une fois, le contact avec les clients. Je crois qu'il faut un certain sens social et de vraies capacités d'écoute pour faire ce métier. Pour le dire autrement, je pense qu'il faut aimer apporter de l'aide ».

Alors pour toute celle que tu nous as apportée : merci Sonia !



Montreux Riviera 2030

Documents complets et vidéo
Montreux Riviera 2030 disponibles
sur montreuxriviera.com

3 objectifs

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

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

² Augmenter la durée de séjour des hôtes

³ Favoriser un tourisme qualitatif et durable

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

13 flux touristiques

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

Loisirs



Voyageurs
culturels



Visiteurs
d'événements



Vin & gastronomie
aficionados



Expats &
étudiants



Touristes
d'attractions



Slow
tourers



International
tourers



Hôtes
bien-être



Patients en
médecine



Voyageurs
d'affaires



organisateurs
d'incentives



organisateurs
de séminaires



organisateurs
de congrès

Affaires

Tenants et aboutissants

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

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

4 icônes

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



¹ Lavaux



² Le lac Léman



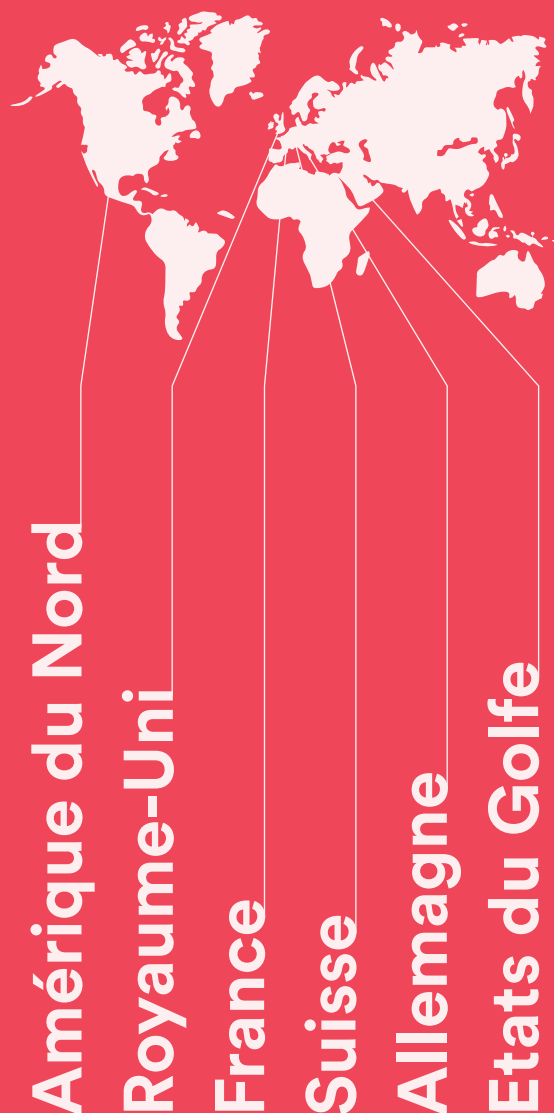
³ Le Château de Chillon



⁴ Le Montreux Jazz Festival

6 marchés prioritaires

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



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

Information & Réservation

Pavillon et partenaires

Transformé temporairement en « Buvette du Débarcadère » et en espace d'accueil pour les collaborateurs de Montreux Noël en 2024, l'ex-point « i » des quais de Montreux – aussi appelé Le Pavillon – a poursuivi sur cette voie en 2025. D'abord comme point d'ancrage pour le staff du MJF, puis en tant que lieu d'exposition pour le MAG et enfin, à nouveau, en espace d'accueil pour Montreux Noël. Une vocation réceptive qui perdurera jusqu'à la rénovation complète des lieux.

Record estival

Avec très exactement 10'100 personnes accueillies en juillet 2025, le point « i » de la gare de Montreux a établi un nouveau record de fréquentation. Un grand merci et un grand bravo aux collaboratrices et collaborateurs qui ont donc, en moyenne, écouté, informé et conseillé 326 personnes par jour pendant un mois. Sur l'ensemble de l'année et des points « i » de la destination, le nombre total de visiteurs accueillis se monte à 99'036. Une croissance de 28% par rapport à 2024 !

Expériences en ligne

En plus des réservations hôtelières, la plateforme Holidu Smart Destination permet de vendre des activités touristiques en ligne. En se penchant sur les 5 meilleurs résultats de 2025, on observe que la demande la plus forte a concerné Lavaux Panoramic, suivi des visites guidées, des forfaits billets de concert et nuit à l'hôtel créés par MVT, des tickets pour Epesses Nouveau en fête et enfin des entrées au Château de Chillon. Au total, Holidu Smart Destination a généré un CA de 737'648 francs.

« Vevey est l'un de ces lieux qui vous donne l'envie d'inspirer profondément et vivre plus paisiblement »

Glamurama



99 036
personnes

accueillies dans les points «i»

CHF
234 718.-

CA réalisé par les points «i»

CHF
250 353.-

CA TOMAS expériences et visites

Coordination

Les francs culturels

MVT siège à la CITS avec un droit de vote tout en assurant un rôle de coordination avec les organisateurs d'événements. La mission du coordinateur consiste entre autres à réceptionner les demandes de subventions afin d'établir les dossiers qui sont ensuite traités en séance. En 2025, la CITS a donc accepté 51 dossiers (sur 56 demandes) et accordé une enveloppe globale de 1'427'000 francs en subventions.

Une carte, mille avantages

Digitalisée en 2025 par MVT (voir page 24) et intégralement financée par la taxe de séjour, la MRC est un cadeau offrant gratuité des transports publics et réductions diverses à chaque visiteur passant une nuitée dans un établissement situé entre Villeneuve et Vevey. La gestion de ce service fait partie des tâches de coordination effectuées par MVT au sein de la CITS, tout comme l'établissement de convention avec les partenaires MRC. En 2025, 403'905 hôtes ont pu en bénéficier.

L'événementiel dans la poche

Fruit d'une étroite collaboration entre le Service Culturel de la Ville de Vevey et MVT, l'Agenda Riviera présente les manifestations et événements de la région à un rythme bimestriel. MVT entretient le lien avec les organisateurs, tout en assurant la relecture des textes pour la version numérique disponible sur montreuxriviera.com – qui cumule 52'247 pages vues en 2025 – et pour l'agenda papier distribué l'année dernière à 6 reprises aux quelque 50'000 ménages de la Riviera.

« Le décor rétro, l'ambiance de détente absolue et la programmation d'événements hebdomadaires font de ce lieu une pépite de la Riviera »

Le Temps, à propos de la Boélande



300 000
exemplaires

de l'Agenda Riviera

CHF
1 427 000.-

total des subventions CITS

403 905
MRC

distribuées

Renforcer l'image de la région auprès des professionnels du tourisme de loisirs et du tourisme d'affaires, mais aussi représenter Montreux Riviera lors d'événements en Suisse et à l'étranger, telles sont les missions principales du département Marchés & Convention Bureau. En étroite collaboration avec le Booking Centre, il a aussi la tâche de planifier et d'organiser la réception de la clientèle.



Marchés

Actions nord-américaines

Premier marché extérieur en termes de nuitées hôtelières, l'Amérique du Nord a fait l'objet d'une attention toute particulière en 2025. En effet, MVT a non seulement accueilli 64 clients à travers 11 fam trips, mais s'est aussi rendu à 3 événements majeurs : PCMA (12-15.1), The Meeting Space, du (1-3.4) à Nice, et GTM West (17-19.6) à Palm Springs. Autant d'actions qui soutiennent concrètement la croissance des visites nord-américaines à Montreux Riviera.

Au sommet du tourisme

Du 21 au 25 septembre, à Zermatt, MVT a participé au STM accompagné des représentants de la destination. Quatre soirées de réseautage, deux journées intenses de rendez-vous et une atmosphère particulièrement propice aux échanges ont marqué cette édition. La délégation de Montreux Riviera a enchaîné pas moins de 120 rendez-vous individuels sur place, en plus d'avoir accueilli une quarantaine de TO pour des visites de la région.

Noël international

Tout au long du mois de décembre, MVT a multiplié l'organisation de fam trips à l'attention de clients en provenance du monde entier (Qatar, Royaume-Uni, Italie, Australie, Inde, Taïwan, États-Unis, France, Canada et Allemagne). Des visites organisées en collaboration avec VP, ST et SCIB avec, en point d'orgue, la découverte de Riviera Noël. Séduites par le potentiel hivernal de la destination, plusieurs agences préparent déjà de nouvelles offres à destination de leurs clients.

388
clients

reçus à Montreux Riviera

73
fam trips*

*voyages de familiarisation

37 déplacements

effectués

« Le Coucou ne ressemble à un refuge de montagne qu'à première vue. En réalité, nous sommes déjà de retour dans l'univers du lac. La carte raffinée et les serveurs élégants ne laissent aucun doute à ce sujet »

Swiss Magazine

Convention Bureau

Attirer le monde entier

Suisse, États-Unis, France, Allemagne, Royaume-Uni, Benelux et Moyen-Orient : voici les destinations sélectionnées en 2025 par l'équipe Marchés & Convention Bureau de MVT pour promouvoir Montreux Riviera. Dans le détail, on dénombre 20 déplacements professionnels consacrés aux clients d'affaires, 7 dédiés à la clientèle de loisirs, 4 événements mixtes et 6 liés à LMC.

Du nouveau pour les congrès

Nouvelle étape dans la coopération entre le 2M2C, la SHMV, Promove et le MRCB avec la signature en 2025 d'une convention de collaboration qui vise à internaliser au sein de MVT l'acquisition de congrès pour Montreux Riviera. Une restructuration accompagnée par l'arrivée au MRCB de Carine Fenot au tout nouveau poste de Senior Business Development Manager. De quoi dynamiser un secteur stratégique pour l'économie de toute la destination.

Événements qualitatifs

Créer des rencontres privilégiées pour présenter les atouts de la destination aux sociétés, agences événementielles et TO du monde entier : tel est l'ADN des Montreux Riviera meets. En 2025, ce sont donc à Londres, Zurich – avec la présence exceptionnelle d'Eugène Chaplin venu partager le lien profond qui unissait son père à la région – et durant le MJF que se sont déroulés ces 3 événements. A la clé, un peu plus de 100 clients conquis avec qui MVT envisage de nouvelles perspectives de collaboration.

1747
rencontres

professionnelles effectuées

22 517 prises
de contact

avec des clients

Top
présence

sur les marchés :
Suisse, R-U, Amérique du Nord

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

Médias

Coup de foudre de Forbes

« Montreux : bien plus qu'un célèbre festival de jazz », « L'art est partout dans cette région suisse » et « Une fête Belle Époque dans les montagnes suisses : dîner à l'Hôtel Victoria Glion » : voici les titres des 3 articles que les journalistes de Forbes ont choisis après leur passage à Montreux Riviera entre mai et juillet. 3 articles particulièrement élogieux qui ont assuré une splendide promotion de la région pour une audience mondiale estimée à 150 millions de lecteurs.

Luxe, calme et visibilité

Considéré comme l'un des magazines les plus prestigieux d'Europe sur son segment, le très britannique Luxury Lifestyle Magazine (112'000 internautes par mois) a publié en mars 2025 un magnifique article centré sur Lavaux. Sous la plume de la journaliste Mary Ibiteim Isokariari, les vignes de Lavaux sont « un chef-d'œuvre classé au patrimoine de l'UNESCO » et les vins « une leçon d'histoire sur une tradition séculaire, un lien avec la nature ». Un mot pour Chillon, aussi, qualifié de « merveille architecturale du Moyen Âge ».

Les étoiles et la lune

Non-voyante de naissance, la journaliste Laeticia Bernard présente depuis 2022 l'émission Regards croisés sur France Inter. En visite dans la région l'été passé, elle a porté sa curiosité sur le Sentier AstroPliéades à travers 2 interviews : l'un consacré à son président Alain Bovay et l'autre à Mia Cotter, responsable des visites guidées. Diffusé le 30 août, l'épisode intitulé « Les étoiles et la lune » a permis de présenter notre destination aux quelque 7'256'000 auditeurs quotidiens de France Inter.

« Chaplin's World est un musée interactif qui rend hommage à son héritage artistique inépuisable avec un souci du détail remarquable »

Canadian Geographic



305 professionnels des médias*

335 nuitées

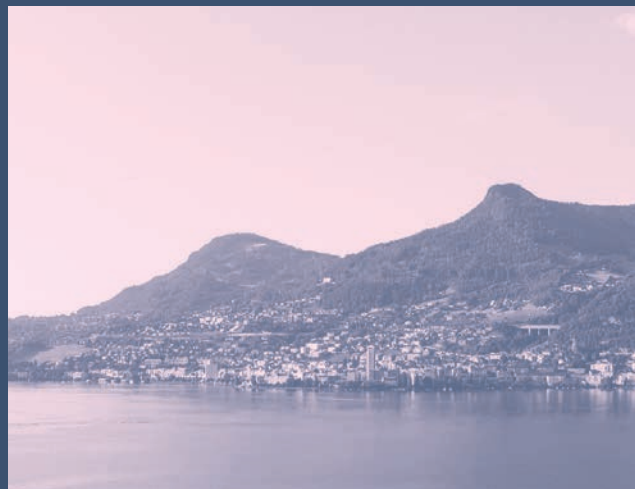
*dont 51% journalistes, 35% influenceurs, 14% autres

Top 5 provenance des médias

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

Rétrospective 2025

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



Ça commence bien

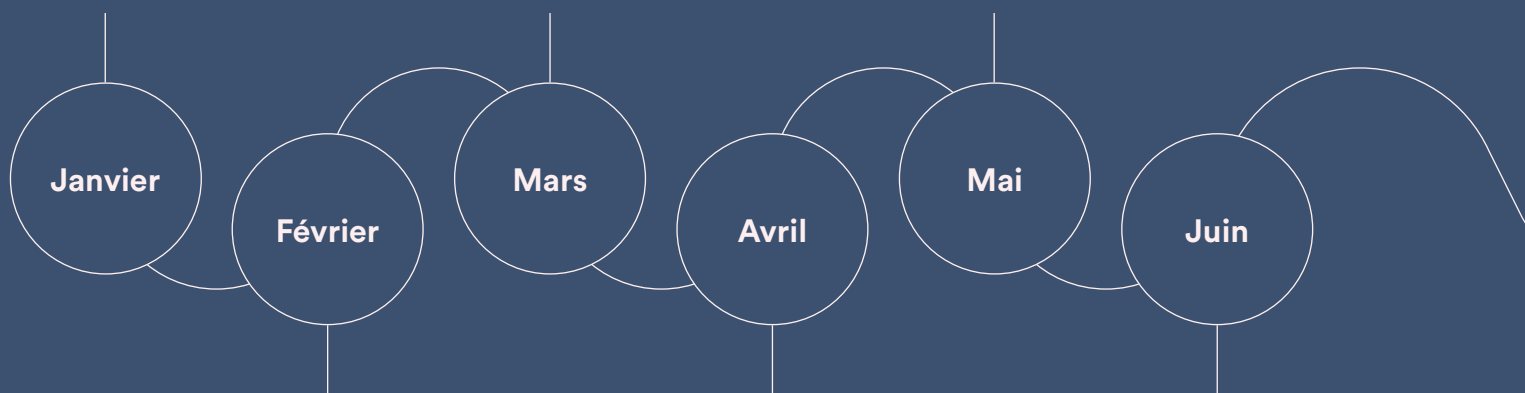
Convaincues par les effets de la pensée positive, les Nations Unies déclarent que 2025 est « l'année internationale de la paix et de la confiance ». Décès du cinéaste David Lynch le 16, qui n'aura pas eu le loisir d'assister à l'investiture de Donald Trump 4 jours plus tard. A Montreux Riviera, janvier se termine avec 32'463 nuitées hôtelières, soit le plus haut total depuis 2018.

Lunaire

Présence de MVT à l'ITB Berlin du 4 au 6 aux côtés de 100'000 participants du monde entier. Le 11, des scientifiques annoncent la découverte de 128 nouveaux satellites naturels autour de Saturne. Éblouie par cette information - et fragilisée par le rapport Studer - la ministre vaudoise Valérie Dittli frappe les esprits le 21 avec... ses lunettes de soleil portées lors d'une conférence de presse du Conseil d'Etat.

Habemus chasselas

Le 8, l'Américain Robert Francis Prevost devient le nouveau souverain pontifical sous le nom de Léon XIV. Vernissage du tout nouveau magazine Dolce Riviera le lendemain (voir page 22) et inauguration officielle de la Route des Grands Crus de Lavaux le 21 (voir page 20). Effroi le 28 après le gigantesque éboulement qui a ravagé le village valaisan de Blatten. Le mot « dinguerie » entre dans le dictionnaire.



Va y avoir du sport

Le 9, l'initiative populaire « Pour une économie responsable respectant les limites de la planète » est balayée avec près de 70% de « non ». Victoire de l'Allemande Han Ying et du prodige français Alexis Lebrun au tournoi de tennis de table Europe Top 16, à Clarens, le 23. Seule au monde, la skieuse Mikaela Shiffrin remporte sa 100e course de Coupe du monde : record absolu.

Ceci n'est pas un poisson

Donald Trump dévoile une liste de taxes douanières abusives le 3, entraînant une semaine de panique sur les marchés financiers. Pas suffisant pour entamer la motivation des 4'893 personnes qui ont établi le record du monde de la plus grande raclette le 5, à Martigny. Le 15, VMCV lance son audioguide sur la ligne 218. Malade, le pape François rejoint son employeur le 21 à l'âge de 88 ans.

Vogue la galère

Victoire homérique d'Alcaraz sur Sinner à Roland Garros, le 8, au terme d'une finale époustouflante. En proie à des vents contraires, la CGN évoque le même jour un plan de sauvetage de l'ordre du demi-milliard de francs pour sauver sa flotte Belle Epoque et développer son offre. Du Portugal à la Turquie, l'Europe suffoque dans la chaleur du mois le plus chaud jamais enregistré sur le continent.



Live forever

La chanteuse Raye illumine la Scène du Lac le 9 pendant le MJF. Quelques jours plus tôt, le groupe Oasis entamait une tournée mondiale aussi inattendue que triomphale, 16 ans après leur dernière apparition. Clap de fin le 27 pour l'Euro féminin en Suisse, magnifique succès populaire qui a rassemblé 657'291 fans dans les stades du pays, un nouveau record pour la compétition.

In vino veritas

Pour sa 1ère édition, le 12 et le 13, la Fête des Vendanges de Chardonne bat le record du monde de bouteilles de vin débouchées simultanément. Record également pour la Suisse Ditaji Kambundji qui s'adjuge le titre mondial du 100 mètres haies à Tokyo, le 15, effaçant au passage le meilleur temps national dans la discipline. Moins glorieux, Nicolas Sarkozy écope d'une peine de prison ferme le 25.

I can see clearly now

Découverte le 6 de la plus grande toile d'araignées du monde dans une grotte entre la Grèce et l'Albanie : 110 m2 et 110'000 habitantes. Qualification de la Nati pour la Coupe du Monde 2026 le 18, 6 jours avant la mort du chanteur Jimmy Cliff (81 ans). MVT finalise la digitalisation de la MRC en lançant une application web destinée à simplifier la vie des hôtes à Montreux Riviera (voir page 24).

Juillet

Août

Sept.

Octobre

Nov.

Déc.

Mondes parallèles

La Présidente de la Confédération Karin Keller-Sutter et le ministre de l'économie Guy Parmelin s'envolent aux États-Unis le 5 dans l'espoir de faire baisser les taxes à l'importation imposées à la Suisse. Participation de MVT à la campagne « Herzen auf Schienen » initiée par ST Allemagne pour mettre en valeur les voyages romantiques du GTTS. Le 22, l'ONU déclare l'état de famine à Gaza.

Technologie de pointe

Le prix Nobel de physique est attribué le 7 à un trio de chercheurs « pour la découverte de l'effet tunnel quantique macroscopique et de la quantification de l'énergie dans un circuit électrique ». Décès de l'actrice Diane Keaton le 11, cambriolage rocambolesque au musée du Louvre le 19 et lancement du nouveau site montreuxriviera.com (voir page 24) le 28.

Encore et encore

Francis Cabrel est nommé ambassadeur d'honneur de Montreux pour son engagement en faveur des Emergences musicales (3e édition à Caux du 3 au 6). Musique toujours avec l'inscription du yodel au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO le 11. Contestation à Bruxelles le 18, où 10'000 agriculteurs de toute l'Europe sont venus exprimer leur rejet de l'accord UE-Mercosur.

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

Développement de produits

Impact des soins et de l'éducation

Coordonnée par MVT depuis sa création en 2024, l'ACEIRV fédère 16 établissements de la région. Un regroupement de poids qui, selon une étude d'impact menée par Promove en 2025, génère plus de 200 millions de francs en retombées économiques directes pour la région. L'analyse a également mis en lumière le rôle notable de ces institutions dans les emplois de proximité, les dépenses auprès des prestataires locaux, les investissements infrastructurels et l'image de marque de la destination.

Ravalement de façade

Dans le prolongement de ce qui a été entrepris pour le site web, MVT a pris soin de revoir intégralement sa brochure dédiée à l'hiver. Une manière de répondre à un double objectif : offrir aux hôtes une présentation soignée des activités régionales, tout en servant d'outil de référence précis pour nos équipes d'accueil. Cette publication modernisée (toujours disponible en français, allemand et anglais) allie harmonieusement esthétique et utilité pratique, facilitant ainsi la promotion de notre destination.

Une route et des vins

Fruit d'une étroite collaboration entre l'OVV, LPm et MVT, la « Route des Grands Crus » se positionne comme un produit phare de notre offre oenotouristique. Ce parcours didactique de 2,8 km entre Chexbres et Rivaz valorise les terroirs d'exception du Dézaley et du Calamin. Chemin faisant, les hôtes peuvent commander les 23 crus sélectionnés grâce à la plateforme vaudvins.ch. Pour les instigateurs du projet, ce produit combine donc la promotion du patrimoine viticole de Lavaux tout en favorisant un soutien économique local.

« Il faut se rendre en pèlerinage dans cette région, berceau du cépage chasselas, pour découvrir ce qui rend son vin si prisé des Suisses »



**23 vins
disponibles**

via montreuxriviera.vaudvins.ch

**12 000
exemplaires**

de la brochure hiver distribués

**CHF
220 000 000.–**

générés par les écoles et cliniques

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

Communication & campagnes

Douce publication

Sous l'impulsion de MVT, le printemps 2025 a vu naître un nouveau magazine baptisé Dolce Riviera : 84 pages dédiées à la région et aux figures qui la compose. A la fois informative et inspirante, la publication a été éditée en 3 exemplaires (allemand, français et anglais) et distribuée dans 420 lieux de la destination. Un immense merci à Gisèle Ferrot, Anick Goumaz, Marie Contreras, Nicolas Zentner et Mathieu Moret pour le talent et l'implication dont ils ont fait preuve tout au long du projet.

Campagnes françaises

En 2025, MVT a mis en œuvre plusieurs campagnes de communication à destination du marché français. L'objectif : promouvoir les voyages en train et les courts séjours à Montreux Riviera. En s'appuyant sur plusieurs canaux (imprimé, web et vidéo), MVT s'est attaché à promouvoir l'architecture Belle Epoque de la destination chez Elle Deco et les escapades en extérieur sur Fever. Le Figaro a également été mis à contribution pour une campagne dédiée au printemps et une autre à l'automne.

Dans la grosse pomme

Pour la 2e année consécutive, Montreux Riviera s'est offert en mai 3 semaines de communication sur grand écran à Times Square, en plein cœur de New York. D'abord avec le MOB pour célébrer les beautés du voyage en train, puis par l'intermédiaire d'une association entre le MJF et la Biennale Images Vevey. Réalisée sur mesure par le photographe Henry Leutwyler, cette dernière a mis à l'honneur 10 légendes de la musique au travers de leur guitare. Une jolie manière de mettre en lumière le dynamisme culturel de la région.

« Avec ses espaces verts méditerranéens luxuriants qui bordent sa promenade lacustre sur des kilomètres, la ville de Montreux est l'une des plus agréables à parcourir à pied »

Forbes



400 000
lecteurs

de Dolce Riviera

15 200 000
personnes

atteintes par les campagnes

800 000
personnes

chaque semaine sur Times Square

Fournir le bon contenu, au bon moment, à la bonne cible : telle est la mission de la Social & Digital Media Manager et du Webmaster. Ensemble, ils collaborent pour bâtir un environnement digital cohérent où l'information se veut à la fois précise, porteuse d'émotion et orientée vers des objectifs commerciaux. Leur travail permet de fidéliser les communautés tout en générant un trafic de qualité sur montreuxriviera.com.

Web & réseaux sociaux

montreuxriviera.com fait peau neuve

Le site web de notre destination a été entièrement repensé et mis en ligne en octobre 2025 après un an de travaux intensifs orchestrés par le webmaster de MVT (conception des maquettes, arborescence, coordination, développement). Le nouveau site offre une expérience utilisateur optimisée, un CMS headless moderne, du contenu revalorisé, un référencement naturel renforcé et une vitesse de chargement nettement améliorée. Le design met désormais les images de la région au cœur de l'expérience.

Cookies : une recette aux normes européennes

En début d'année, la gestion des cookies a été revue pour devenir pleinement conforme au RGPD européen. Cette mise à jour du bandeau de consentement a un impact direct sur nos statistiques : en effet, seuls les utilisateurs ayant accepté les cookies sont suivis par notre outil d'analyse, soit 961'264 utilisateurs et 2'321'173 pages vues. En se basant sur un taux d'acceptation de 47 %, le trafic réel est estimé à environ 2 millions de visiteurs et 4,9 millions de pages vues pour l'ensemble de l'année.

MRC 2.0

Cadeau de bienvenue offert aux hôtes depuis 2005, la Montreux Riviera Card a célébré son 20e anniversaire en 2025 avec une importante évolution digitale. En novembre dernier, le lancement d'une application web a marqué une étape clé dans la numérisation de la carte d'hôte. Ce nouveau système automatise les processus, facilite le travail des hébergeurs et permet aux hôtes d'accéder, avant leur arrivée, aux informations et offres touristiques de la région.

«S'élevant du lac Léman telle une Excalibur surréaliste, voici une fourchette de 8 mètres (...) dont les dents sont partiellement submergées dans les eaux nacrées »



227 559
abonnés

sur Facebook & Instagram

2,3 mio de
pages vues

sur montreuxriviera.com

423 838
clics

via les Campagnes Google Ads

L'année 2025 a permis de constituer les bases de travail pour avancer sur le chemin de la durabilité, reposant sur un tourisme réparti tout au long de l'année, une clientèle diversifiée et une durée de séjour plus longue. Les actions ont principalement porté sur un diagnostic de la destination, la sensibilisation et l'embarquement des acteurs régionaux tout au long de la chaîne de création de valeur. Car la durabilité n'a de sens que si elle est l'affaire de toutes et tous !

Durabilité

Pilotage et synergies

Composé des représentants des secteurs clés de la destination (hôtellerie, restauration, attractions et culture, transports publics, viti-viniculture et économie régionale), le comité de pilotage durabilité s'est réuni à deux reprises en 2025 sous l'impulsion de MVT. Le but : renforcer les liens entre acteurs et créer des synergies sur les problématiques touristiques dans le champ de la durabilité. Un prérequis pour 2026 et la mise en place d'un plan d'actions pour que Montreux Riviera atteigne le statut de « Swisstainable Destination ».

Programme d'ateliers durables

Soutenu par le SPEI, en partenariat avec LT et Nyon Région Tourisme, un premier atelier à destination des acteurs de la culture et de l'événementiel a été organisé par MVT le 2 décembre à Lausanne. L'opportunité pour les participants de mieux appréhender les enjeux de durabilité de leur secteur et débiter dans le programme « Swisstainable – Programme de durabilité suisse niveau I ». D'autres ateliers pour les restaurateurs et les hôteliers de la destination seront organisés en 2026.

Un label de choix

L'année 2025 s'est conclue pour MVT avec l'obtention du label Vaud Ambassadeur, gage d'excellence décerné par Vaud Promotion. Ce réseau rassemble des entreprises, mais aussi des entrepreneuses et des entrepreneurs vaudois de tous les secteurs qui partagent des valeurs communes et participent à l'attractivité du canton. Pour obtenir cette distinction, chaque entité s'est soumise à un audit de durabilité réalisé par un expert indépendant et reposant sur 23 critères de responsabilité sociétale.

« Leur véranda, qui offre une vue imprenable sur le lac bleu saphir et les sommets enneigés, est à couper le souffle »

Forbes, à propos du domaine Bovy



45
établissements

Swisstainable à Montreux Riviera

15
participants

au 1er atelier durabilité

86
institutions

dans le réseau Vaud Ambassadeur

Remerciements





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

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

Structure & Organisation

Montreux-Vevey Tourisme

Organe de décision

Comité de Direction

Président

François Margot

Vice-Président

Nicolas Ming (SHMV)

Membres

Alain Bovay, Communes de la région Montreux-Vevey
Nicole Conrad, Milieux économiques
Marta Dos Santos, Château de Chillon
Jay Gauer, SHMV, Vevey
Vincent Imhof, Commune de Vevey
Estelle Mayer, SHMV, Montreux et Vevey
Charles Monod, Communes de Lavaux
Jean-Baptiste Piemontesi, Commune de Montreux
Benoît Samson, Ecoles et cliniques (Sommet Education)
Bernard Schmid, Promove

Départements opérationnels - Collège de direction

Direction

Christoph Sturny

Stratégie et Marketing de destination,
Management, Régionalisation, Partenariats

Secrétariat de Direction

Sibylle Savoy

Secrétariat, Ressources humaines,
Membres cotisants, Lunch de Printemps

Information & Réservation

Andreas Ryser

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

Marketing & Communication

Grégoire Chappuis

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

Marchés & Convention Bureau

Karin Subert Hagemann

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

Finances & Gestion

Christian Ducros

Finances, Comptabilité, Informatique, Téléphonie,
Ressources humaines

Organigramme Montreux-Vevey Tourisme

Direction

Christoph Sturny

Secrétariat de Direction

Sibylle Savoy

Projets spéciaux

Laurent Antoine

Information & Réservation

Andreas Ryser

Marketing & Communication

Grégoire Chappuis

Marchés & Convention Bureau

Karin Subert Hagemann

Finances & Gestion

Christian Ducros

Information

Point «i» Montreux

Valérie Burnier

└ Estelle Saugé

└ Jessica Jarriccio

└ Elodie Amos

└ Valerio Alessandri

└ Stagiaire

Point «i» Vevey

Valérie Burnier

└ Estelle Corminboeuf

└ Nathalie Pertuiset

└ Sylwia Gryndziak

└ Apprenti/e

Point «i» Chexbres

Natascha Bianca Morel

Point «i» Cully

Katya Jobin

Point «i» Villeneuve

Chantal Logean

Point «i» Lutry

Booking Centre

Sonia Francescato

Jimmy Barjou

Laetitia Manolescu

Développ. produits

Jonathan Busset

Mirielle Columberg

Médias

Tiffany Duc

Lucie Wüthrich

Publications

Jasmine Al-Osami

Steve Maibach

Maxime Fontannaz

Yann Guerry

Apprenti/e

Céline Guido

Nicole Mermoud

Martina Fuhrer

Lucie Wüthrich

Carine Fenot

Apprenti/e

Comptabilité

Esther Waltisberg Cherix

Apprenti/e

Services Généraux

Michael Pötz

Apprenti(e)s: Sofiane Rossel, Zoé Hourcade, Liv Terranova

Stagiaire: Alexis Mahon

Au 31.12.25, l'effectif de MVT compte 39 collaboratrices et collaborateurs, dont 3 apprentis et 1 stagiaire, soit 33.6 EPT (emploi plein temps).

Par département / service: Finances & Gestion 4 personnes, Information & Réservation 16, Marketing & Communication 12, Marchés & Convention Bureau 7

Comptes annuels

Bilans

Actif en CHF		31.12.2025	31.12.2024
Actif circulant		1 616 186	1 630 331
Trésorerie	1	798 459	1 166 070
Clients-débiteurs		659 993	328 029
Provision pour pertes sur débiteurs		-31 670	-19 365
Autres débiteurs	2	72 107	67 572
Actifs de régularisation	3	112 510	83 191
Stock matériel		4 787	4 835
Actif immobilisé		26 107	42 861
Immobilisations corporelles	4	26 107	42 861
Total Actif		1 642 293	1 673 192

Passif en CHF

Capitaux étrangers à court terme		449 187	518 588
Créanciers-fournisseurs		99 993	83 454
Autres créanciers	5	80 255	52 918
Passifs de régularisation	6	268 939	382 216
Capitaux étrangers à long terme		958 987	922 747
Provisions	7	958 987	922 747
Capitaux propres		234 120	231 858
Fortune		231 858	222 976
Bénéfice/-Perte net(te) de l'exercice		2 262	8 882
Total Passif		1 642 293	1 673 192

Comptes annuels

Comptes de Résultat 2025-2024

Produits en CHF		31.12.2025	Budget 2025	31.12.2024
Contributions et taxes		5 262 499	5 209 721	5 061 445
Subventions communales	8	2 859 907	2 850 821	2 855 508
Taxes de séjour		1 861 341	1 857 375	1 667 457
SHMV		454 714	407 025	456 932
Membres & donateurs		86 538	94 500	81 548
Prestations & services		764 982	945 875	716 799
Information & Réservation		438 391	423 500	438 239
Marketing & Communication		128 297	175 038	108 633
Markets & Convention bureau		134 525	287 337	129 105
Participations documentation		63 768	60 000	40 822
Autres produits		126 993	62 600	86 435
Frais récupérés		126 993	62 600	86 435
Total Produits		6 154 475	6 218 196	5 864 678

Charges en CHF

Charges d'exploitation		2 320 860	2 336 760	2 080 885
Information & Réservation		393 514	360 010	386 545
Marketing & Communication		840 392	842 300	766 409
Markets & Convention bureau		410 429	425 950	470 814
Documentation		329 150	372 000	136 431
Frais de gestion & d'administration		347 376	336 500	320 687
Charges de personnel	9	3 326 408	3 458 300	3 229 598
Salaires et Charges sociales		3 326 408	3 458 300	3 229 598
Frais de locaux	10	447 025	442 750	469 133
Amortissements & provisions		57 920	30 000	76 180
Amortissements	11	27 920	30 000	72 259
Provisions	12	30 000	0	3 921
Total Charges		6 152 213	6 267 810	5 855 796
Résultat de l'exercice (Bénéfice/-Perte)		2 262	-49 614	8 882

Annexes aux comptes annuels 2025 et 2024

Informations sur l'entité

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

Comptabilisation des amortissements

Mobilier & locaux: linéaire sur 5 ans
 Machines, Informatique, web & véhicules: linéaire sur 3 ans

Principes comptables

Les comptes ont été établis conformément aux dispositions sur la comptabilité du Code suisse des obligations (art. 957 ss CO)

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

Informations sur les postes du Bilan ^{en CHF}

		31.12.2025	31.12.2024
Trésorerie / Titres	1	798 459	1 166 070
Caisses		6 897	7 918
PostFinance		18 631	5 865
Banques / Titres		772 931	1 152 287
Autres débiteurs	2	72 107	67 572
C / C Débiteurs tiers		70 375	63 988
C / C Impôt anticipé		1 733	3 585
Actifs de régularisation	3	112 510	83 191
Produits à recevoir		7 461	4 360
Charges payées d'avance		105 048	78 830
Immobilisations corporelles	4	26 107	42 861
Pavillon d'information Montreux		1	1
Informatique, mobilier, machines, locaux		21 106	32 859
Véhicules		5 000	10 001
Autres créanciers	5	80 255	52 918
C / C Créanciers tiers		49 064	32 675
C / C TVA		31 191	20 242
Passifs de régularisation	6	268 939	382 216
Charges à payer		264 036	245 878
Produits reçus d'avance		4 903	136 338
Provisions	7	958 987	922 747
Fonds de renouvellement		319 234	289 234
Fonds pour projets spéciaux		150 000	150 000
Fonds de régulation IR / MC / CB		150 000	150 000
Fonds Elsbeth Gessner		339 753	333 513

Annexes aux comptes annuels 2025 et 2024

Informations sur les postes du Compte de résultat en CHF		31.12.2025	31.12.2024
Subventions (montants bruts sans RDIP)	8	2 923 919	2 923 919
Communes du district Riviera-Pays-d'Enhaut		2 388 224	2 388 224
Communes du district Lavaux-Oron		438 186	438 186
Commune de Villeneuve		97 509	97 509
Charges de personnel	9	3 326 408	3 229 598
Information & Réservation		1 203 145	1 229 412
Marketing & Communication		1 302 401	1 269 793
Markets & Convention bureau		481 918	401 524
Administration & Finances		338 944	328 869
Frais de locaux	10	447 025	469 133
Siège social, Montreux		243 728	244 517
Point "i" Montreux Pavillon		22 019	45 799
Point «i» Montreux Gare		53 880	45 235
Point «i» Vevey Grenette		29 552	28 651
Point «i» Vevey Gare		54 000	55 359
Point «i» Chexbres		11 989	9 297
Point «i» Cully		10 375	18 613
Point «i» Villeneuve		14 283	14 461
Point «i» Lutry		7 200	7 200
Amortissements	11	27 920	72 259
Mobilier & machines		1 351	2 442
Aménagements locaux		2 701	38 779
Informatique & web		18 867	25 078
Véhicules		5 001	5 960
Attribution / Dissolution Provisions	12	30 000	3 921
Dissol. Prov. amortissements Point «i» Vevey Gare		0	-36 079
Attribution fds de renouvellement		30 000	40 000

Autres informations hors Bilan en CHF

Valeur résiduelle d'engagements non portés au bilan		876 887	476 261
Leasing copieur		33 630	6 372
Leasing véhicule		32 394	0
Entretien système d'affranchissement		735	1 225
Engagement baux commerciaux < 1an		272 796	327 524
Engagement baux commerciaux > 1an		537 332	141 140
Dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle		6 851	0

MULTIFIDUCIAIRE LEMAN

Multifiduciaire Léman SA
Avenue du Casino 52
CH-1820 Montreux
Tél. +41 21 966 80 00
Fax +41 21 966 80 10
www.multigroupservices.com

A l'Assemblée générale de

Montreux-Vevey Tourisme, Montreux

Montreux, le 16 avril 2026

Rapport de l'organe de révision

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de profits et pertes et annexe), de Montreux-Vevey Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2025.

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 ne sont pas conformes à la loi suisse et aux statuts.

MULTIFIDUCIAIRE LEMAN SA



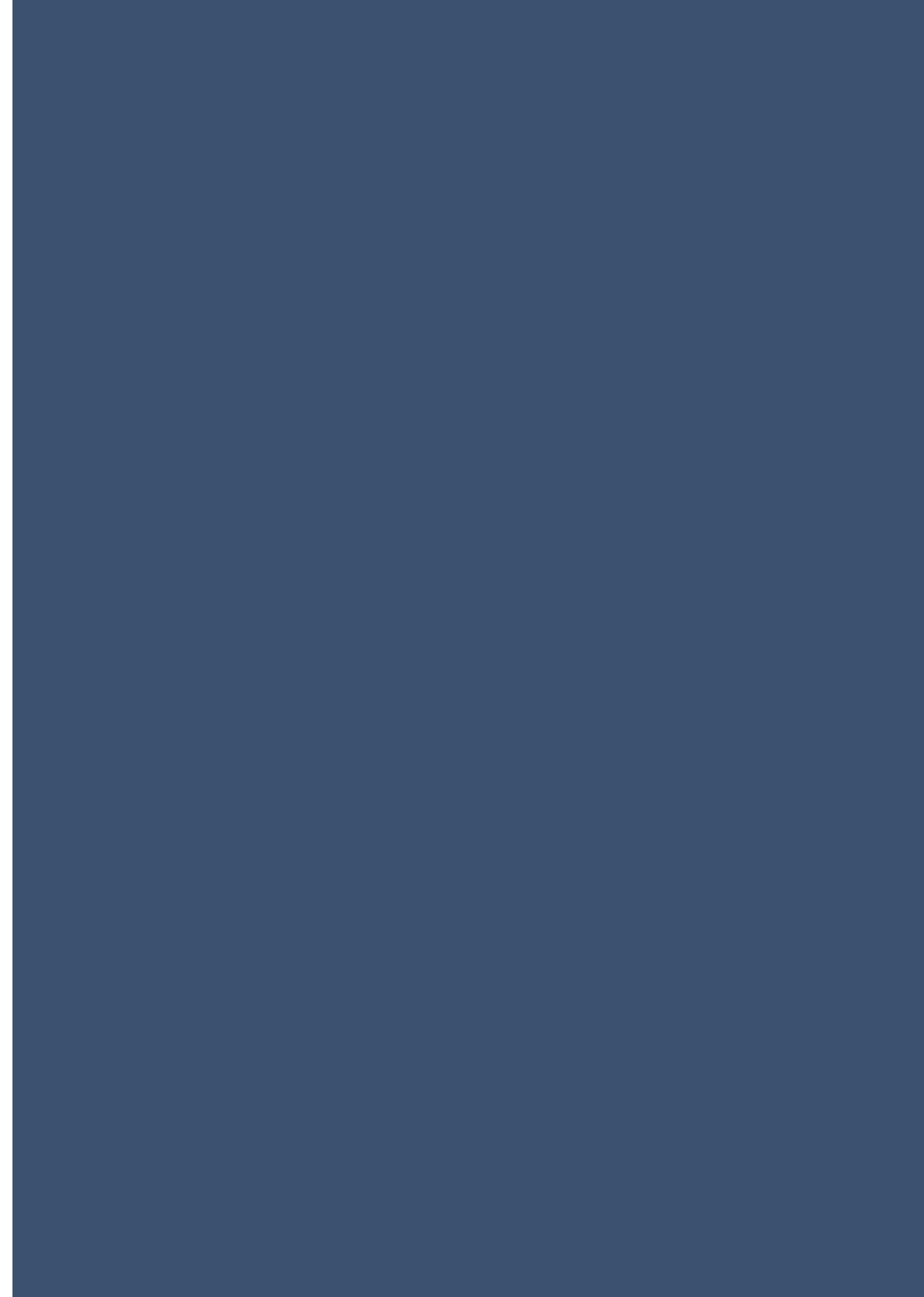
Christophe Boy
Expert-réviseur agréé
Responsable du mandat



Ludovic Guignet
Expert-réviseur agréé



MONTREUX LAUSANNE



Institutions

2M2C ——— Montreux Music & Convention Centre
ACEIRV ——— Association des Cliniques et Ecoles Internationales de la Riviera Vaudoise
CITS ——— Commission Intercommunale de la Taxe de Séjour de la Riviera et de Villeneuve
GTM West ——— Global Travel Marketplace West
GTTS ——— Grand Train Tour of Switzerland
ITB ——— Internationale Tourismus-Börse
LMC ——— Lausanne Montreux Congress
LPm ——— Lavaux Patrimoine mondial
LT ——— Lausanne Tourisme
MAG ——— Montreux Art Gallery
MJF ——— Montreux Jazz Festival
MRCB ——— Montreux Riviera Convention Bureau
MVT ——— Montreux-Vevey Tourisme
OVV ——— Office des Vins Vaudois
PCMA ——— Professional Convention Management Association
SCIB ——— Switzerland Convention & Incentive Bureau
SHMV ——— Société des Hôteliers Montreux Vevey Riviera
SPEI ——— Service de la promotion de l'économie et de l'innovation
ST ——— Suisse Tourisme
STM ——— Switzerland Travel Mart
VMCV ——— Transports publics Vevey-Montreux-Chillon-Villeneuve
VP ——— Vaud Promotion

Abréviations et jargon touristique

CA ——— chiffre d'affaires
CMS ——— Content Management System
EPT ——— équivalent plein-temps
Fam trip ——— voyage de familiarisation pour les professionnels du tourisme
GCC ——— ensemble des pays du golfe Persique
MRC ——— Montreux Riviera Card
RGPD ——— Règlement Général sur la Protection des Données
TO ——— Tour-opérateur

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

swi+zerland

VAUD+
TERRE D'INSPIRATION

