



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

● TOURISTE

Janv. fév. mars avril mai juin juillet août sept. oct.

SOMMAIRE

1	 INTRODUCTION & ADMINISTRATION	3-5
1.1	Message de la Présidence et de la Direction	3
1.2	Membres du Comité	4
1.3	À propos de NRT	4
1.4	Organigramme et employés	5
2	 MARKETING & COMMUNICATION	6-13
2.1	Mouvement touristique	6
2.2	Stratégie marketing et actions promotionnelles	7
2.3	Publications	10
2.4	Internet et réseaux sociaux	11
2.5	Communication et relations publiques	13
3	 ACCUEIL & INFORMATION	14-25
3.1	Visites à nos bureaux d'informations	15
3.2	Visites guidées à Nyon	24
3.3	Activités selon label qualité QQ	25
4	 STATISTIQUES (NUITÉES & VISITEURS)	26-27
5	 COMPTES	27-29

1 | INTRODUCTION & ADMINISTRATION

1.1 | Message de la Présidence et de la Direction

2017 – un nouveau record de nuitées!

En 2017, la région touristique de Nyon a eu le plaisir de connaître une nouvelle année record avec 195'518 nuitées dans les 38 hôtels ou auberges reconnues dans la région. C'est à nouveau une grande progression (7,8%) par rapport aux 181'326 nuitées de l'année 2016 qui constituaient déjà un record!

A ces nuitées hôtelières, il faut ajouter les séjours en parahôtellerie (chambres d'hôtes, appartements, chalets, etc.) ainsi que ceux en campings, ports ou pensionnats. Au total, ce sont environ 300'000 nuitées qui sont générées par le tourisme dans la région.

L'offre hôtelière qui s'étoffe, notamment avec l'ouverture du *Nyon Hostel*, ainsi qu'un marketing ciblé ont joué un rôle important dans ces beaux résultats qui confirment que La Côte peut jouer la carte du tourisme de loisirs, notamment sur les thèmes de la nature, la culture & le patrimoine, l'art de vivre et les événements. NRT a aussi joué son rôle dans la promotion hivernale avec les partenaires concernés.

La région de Nyon apporte ainsi sa contribution aux très bons résultats du Canton de Vaud, puisque celui-ci a également connu un nouveau record avec 2'889'576 nuitées – soit une augmentation de 3,4%.

Au niveau des « marchés », la région a connu un léger fléchissement sur les nuitées qui proviennent de nos compatriotes. Le marché suisse a reculé de 3,5%, mais nous pouvons nous réjouir d'une augmentation sur les marchés européens: France +16%, Royaume Uni +15,1%, Allemagne +23% et Italie +12,5%. Les nuitées américaines ont aussi connu une forte progression avec +27,8%.

Le *Pass La Côte*, le *Pass des Musées* et les randonnées à vélo ont à nouveau été mis à l'honneur de la promotion faite par Nyon Région Tourisme en 2017. NRT a encore instauré une politique de promotion en partenariats avec les régions voisines ainsi que des partenaires touristiques phare comme le *Parc du Jura Vaudois*, les hôtels, les musées, les festivals ou les vigneron. Avec ces derniers, Nyon Région Tourisme a joué un rôle clé quant à l'extension du *Wine Tasting Pass* dans toute la région de La Côte. C'est une nouvelle preuve du sens de l'accueil dans la région et nous remercions tous les prestataires touristiques pour leur fort engagement dans la satisfaction de notre clientèle. Ce n'est qu'en unissant nos efforts que nous pourrons renouveler ces résultats réjouissants de fréquentation et continuer d'embellir l'image de marque de notre région.

Nous aimerions remercier les collaboratrices et collaborateurs de nos offices ainsi que les partenaires et membres de notre association à Nyon, St-Cergue, Rolle, Coppet ainsi que dans tout le district, qui contribuent activement à l'identité de notre belle région touristique.



François BRYAND
Président



Didier MIÉVILLE
Directeur

1.2 | Membres du Comité 2017

COMITÉ

François BRYAND

Michèle LIECHTI

Ariane VIAL

Charles GENINASCA

Richard ZAUGG

Président

Vice-Présidente, Représentante de hotelleriesuisse
section la Côte (SSH La Côte)

Trésorière

Membre

Membre, Directeur TPN, NStCM

MEMBRES DE DROIT

Fabienne FREYMOND CANTONE

Françoise SAMUEL

Isabelle NAVILLE

Loïc HALDIMANN

Gérard PRODUIT

Municipale de la Commune de Nyon

Municipale de la Commune de St-Cergue

Municipale de la Commune de Coppet

Municipal de la Commune de Rolle

Représentant du CODIR du Conseil Régional
du District de Nyon

Président de l'Association

des cafetiers-restaurateurs et hôteliers de la section
La Côte (GastroVaud, Section La Côte)

Présidente de la Société Industrielle et Commerciale
de Nyon et environs

Robert BUBLOZ

Marisa BENEDETTO

COMMISSIONS PERMANENTES

Commission marketing

Commission des finances

Président | Charles GENINASCA

Président | Richard ZAUGG

SECRÉTAIRE DU COMITÉ

Rita MANCESTI

Assistante de direction NRT

Situation 1^{er} janvier 2018

1.3 | À propos de NRT

Nyon Région Tourisme est une association de droit privé suisse qui compte plus de 600 membres, inclus toutes les communes du district de Nyon qui la soutiennent. De par ses statuts, NRT assure l'accueil, l'information et l'assistance touristiques aux hôtes de la région. NRT élabore et met en œuvre la politique de marketing touristique de la région et la promotion de ces membres en Suisse et sur les marchés définis.

NRT développe et commercialise des produits touristiques et elle contribue par ailleurs au développement économique et culturel de la région. Pour accomplir ses missions, NRT a le soutien du Conseil Régional, des communes du district et particulièrement des quatre communes hôtes d'Offices du Tourisme que sont Nyon, St-Cergue, Rolle et Coppet ainsi que de nombreux partenaires. NRT reçoit aussi un pourcentage de la taxe de séjour.



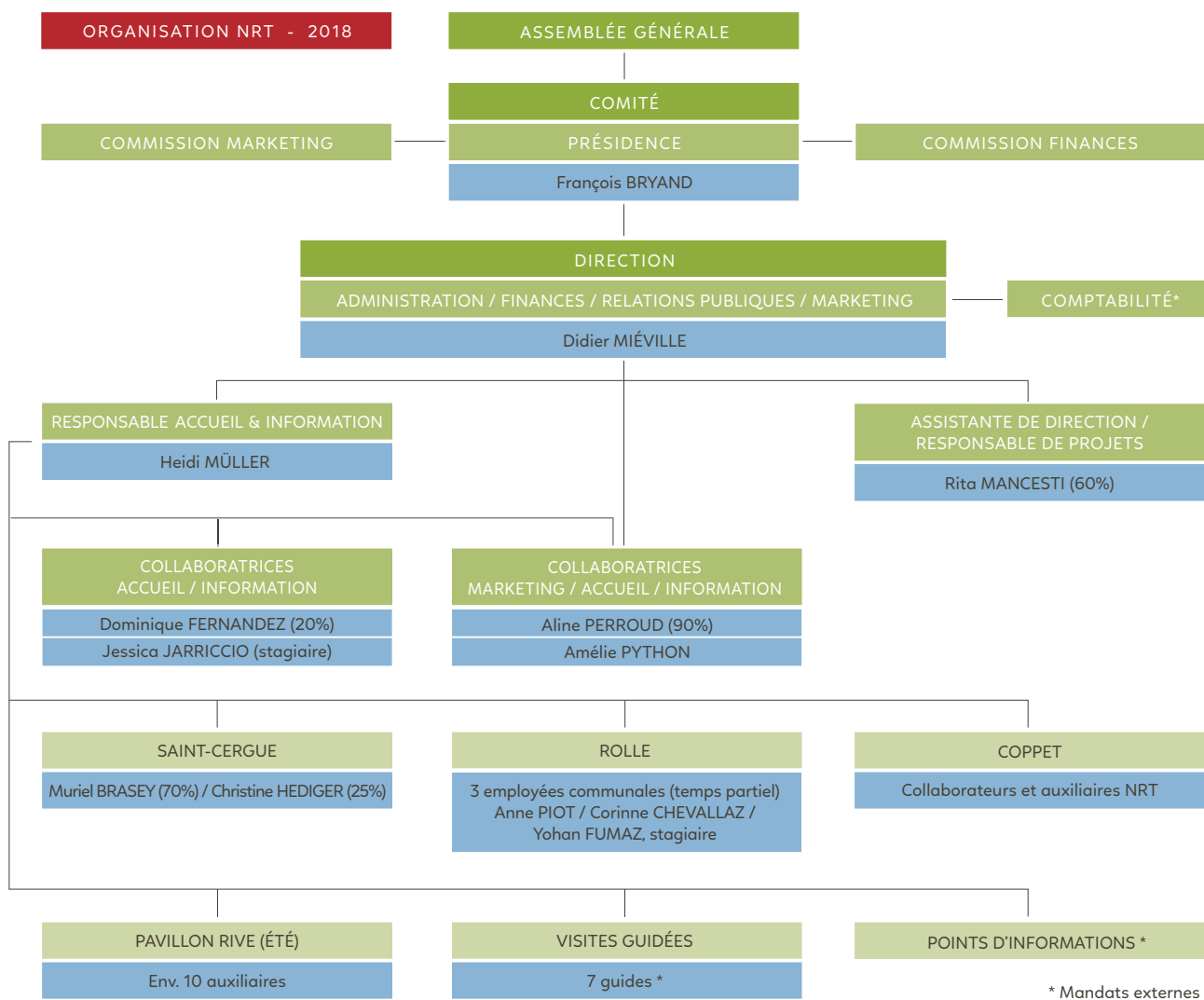
1.4 | Organigramme et employés

En 2017 Nyon Région Tourisme a eu le plaisir d'accueillir notre ancienne stagiaire Madame Amélie Python comme auxiliaire pour travailler sur le nouveau site internet. Notre stagiaire a été remplacée en août par Mme Jessica Jarriccio, et Monsieur Gavillet est parti rejoindre l'OTV. Au 1^{er} janvier 2018 Mme Dominique Fernandez a commencé son travail à 20% à l'Accueil et Information et Amélie Python a été engagée comme collaboratrice fixe Marketing et Accueil & Information. Mme Aline Perroud est passée à 90%.

Ce qui porte l'équivalent plein temps de NRT à 6,65 réparti sur 9 personnes entre Nyon et St-Cergue.

Le personnel fixe est complété par un pool d'auxiliaires, de guides, et d'un mandat à notre trésorière Madame Ariane Vial pour la comptabilité.

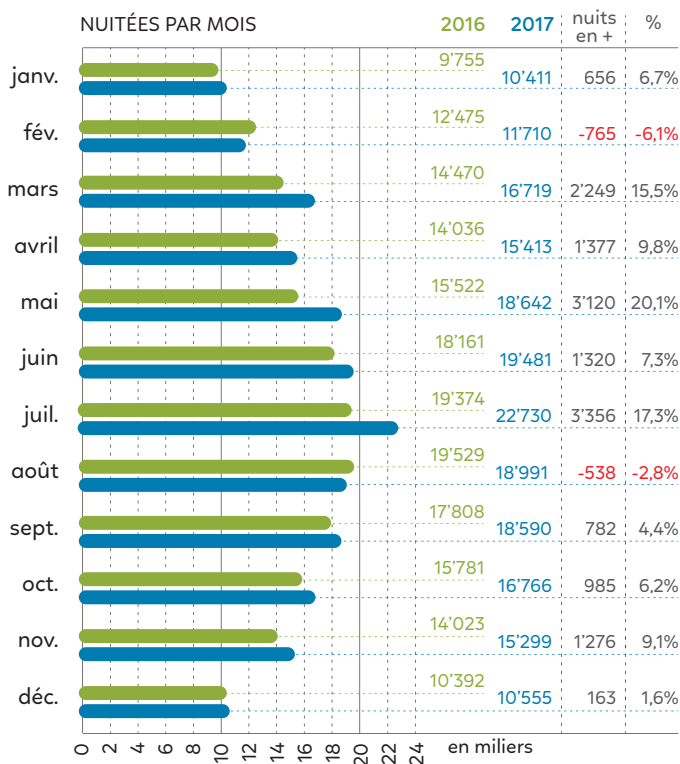
A Rolle, ce sont des employées communales qui travaillent à l'office du tourisme sous la supervision de NRT. A Coppet ce sont des employés de NRT Nyon qui se relaient pour ouvrir l'office 2 à 3 après-midis par semaine, y compris le samedi. Le reste du temps, l'office de Coppet reste ouvert en libre-service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



2 | MARKETING & COMMUNICATION

2.1 | Mouvement touristique

2.1.1 | Nuitées hôtelières



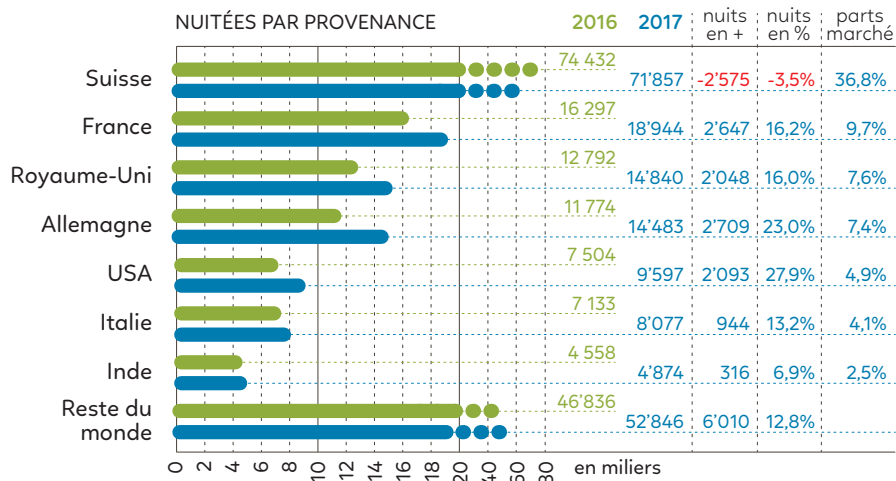
La région de Nyon a connu une nouvelle année record en 2017 avec 195'518 nuitées hôtelières réparties dans les quelques 38 établissements (hôtels, hostel, auberges) de la région.

Le taux d'occupation des chambres a été de 48,1% selon l'Office Fédéral des Statistiques. La durée moyenne du séjour est de 2,01.

Pour la première fois, la région a accueilli plus de 20'000 nuitées sur un mois – soit 22'730 en juillet! En terme de fréquentation, le mois de juin se classe 2^e avec 19'481 nuitées, suivi par août et septembre avec respectivement 18'991 et 18'590. Janvier et décembre restent les mois les moins fréquentés.

Nos compatriotes helvétiques ont apporté 71'857 nuitées en 2017, soit 36,7% du total des nuitées de la région. Les nuitées en provenance de la France ont atteint le joli score de 18'944, avec une superbe augmentation de +16% et une part de marché de 9,7%. Le Royaume Uni a gardé de justesse sa 3^e place avec 14'840 nuitées (+15,1%, 7,6% de part de marché). L'Allemagne, les USA et l'Italie ont connu de belles augmentations selon le tableau ci-dessous. L'Inde a aussi progressé.

Aux nuitées hôtelières, il faut ajouter toutes les nuitées effectuées dans les chambres d'hôtes, camping, ports ou pensionnats. Au total, ce sont environ 300'000 nuitées qui sont générées par le tourisme dans la région.



2.2 | Stratégie marketing & actions promotionnelles

2.2.1 | Les Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)

Lors du dernier quinquennat, NRT a basé sa politique de marketing touristique sur des domaines d'activités stratégiques (DAS) suite à une étude menée avec l'université HEC de St-Gall. Cette stratégie avait été reprise par l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV). Six DAS ont été identifiés, similaires à ceux de NRT, et notre organisme s'est donc aligné sur la stratégie cantonale. Il faut relever que cette politique porte ses fruits puisque le Canton de Vaud connaît plusieurs années record en termes de nuitées hôtelières - tout comme NRT. Ces DAS ont donc été reconduits dans le prochain plan stratégique de l'OTV:

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

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



Vue sur La Dôle

2.2.2 | Collaborations & coordinations

Nyon Région Tourisme joue un rôle moteur dans plusieurs partenariats avec des acteurs touristiques de la région ainsi qu'avec les organismes touristiques des régions voisines. Ces collaborations permettent de créer des synergies entre les différents acteurs pour permettre de plus grands moyens dans la promotion de la région et la valorisation des produits touristiques dans les marchés cibles.

- **Collaboration avec l'OTV:** de nombreuses actions marketing élaborées avec l'OTV l'instance faîtière du tourisme vaudois (NRT siège au Comité Directeur, au Conseil Consultatif et à la Commission Marketing de l'OTV).
- **Collaboration «Pool Marketing La Côte» avec Morges Région Tourisme et hotelleriesuisse, section La Côte:** des campagnes avec des actions ciblées par le biais du «Pool marketing La Côte», qui regroupe nos partenaires stratégiques comme Morges Région Tourisme et les hôteliers de la section La Côte. En 2018, Vallée de Joux Tourisme a rejoint le pool.
- **Plateforme des Festivals de la Ville de Nyon:** une plateforme, coordonnée par NRT depuis presque 10 ans, qui permet une promotion commune des festivals majeurs dans la région et en dehors (Nyon ville de festivals).
- **Plateforme des Musées de la Région de Nyon:** une plateforme qui regroupe les 8 musées de la région. Elle permet l'élaboration et la promotion d'un Pass des Musées.
- **Parc Jura vaudois:** un pool pour la promotion du Jura Vaudois à travers le Parc Naturel du Jura Vaudois et des quatre régions concernées (Nyon, Morges, Vallée de Joux et Yverdon). NRT joue un rôle moteur dans la promotion coordonnée de ces institutions. Un produit «bike tour» a été créé avec un prestataire spécialisé (www.swiss-backstage.com/bike-tour-parc-jura-vaudois).
- **Partenaires spécifiques:** transport Public Nyonnais, chemin de fer NStCM, GastroVaud Section La Côte, Association des Vins de la Côte, Vins de Nyon, Têledôle et Espace Dôle (Sogestar).
- **Événements partenaires:** semi-marathon de La Côte, Caves Ouvertes vaudoises, le FAR, Visions du Réel, 200° de Mme de Staël, etc.

2.2.3 | Les actions promotionnelles

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

Ces campagnes ont été menées indépendamment ou conjointement avec nos partenaires comme Morges Région Tourisme et les hôteliers de la Côte (Pool Marketing La Côte), l'Office du Tourisme Vaudois (OTV) ainsi que tous les partenaires avec lesquels nous collaborons par plateformes. En 2017, NRT a pu investir, directement ou avec ses partenariats, environ 340'000.- dans la promotion, le développement de plateforme digitale et l'édition de documents (comparé à 345'000.- en 2016, 312'000.- en 2015 et 214'000.- en 2014).

Voici une liste des actions, non-exhaustive:



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

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Campagne Cœnotourisme	Campagne générale, tous supports (médias, concours, offres, etc.)	Suisse allemande	Art de vivre (œnotourisme)	WEB: +15% À 69'000 USERS / 60% DE CH-ALL RS: 1.4 MIO D'IMPRES- SIONS VIDÉOS « JUDITH ART DE VIVRE »
Campagne "Hiver" OTV (Jura, St-Cergue)	Priorité 1: spot TV Priorité 2: digital.	Suisse allemande	Hiver	6 mio TV, 3 mio réseaux sociaux (CHIFFRES OTV)
Magazine « Suisse Grand Reportage », campagnes we, RS	Magazine, web: publireportage, exposition	France	E&F, Nature, Art de vivre, C&P (Grand Tour of SU)	100 mio (CHIFFRES OTV)
Magazine ADAC (TCS allemand)	Magazine pour région Vaud, Fribourg: annonce ½ page	Allemagne	E&F, Nature, Art de vivre, C&P	100'000 contacts
Salon de la Randonnée	Présence sur stand OTV/ST	France, Lyon	Nature	500
Promotion La Dôle sur site web ST	Site internet www.myswitzerland.ch	Suisse, international	Nature	100'000
Reportage Schweizer Illustriert	Reportage « année du vélo »	Suisse allemande	Nature	800'000

ACTIONS PROMOTIONNELLES – POOL LA CÔTE

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Campagne Hiver «Locale»	Pub, affichage, banner web, flyer	Suisse romande	Hiver	100'000
Freizeit.ch	Bannière + key story (native)	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impression: 200'000
Campagnes avec l'agence Gammed	Bannière web (programatic)	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impression: 5,5 mio
Campagne Facebook (et réseaux sociaux)	Bannières sur FB, Instagram, Youtube (été + automne)	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impressions: 2.8 mio
Google Ads	Achat mots-clés	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	Impression: 50'000
Salon SETA Genève	Stand	Suisse romande	business	Distribution: 50
Salon gare centrale Zurich (Freisein)	Stand	Suisse allemande	Nature, Art de vivre, C&P	100
Salon STM Davos (salon professionnel)	Stand	Monde	Nature, Art de vivre, C&P	30 (tours opérateurs, agences de voyages etc.)
Caves Ouvertes vaudoises	Flyer	Suisse	Art de Vivre	15'000

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

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

DIVERSES ACTIONS NRT

SUPPORT	TYPE DE CAMPAGNE	CIBLE	DAS	CONTACTS ATTEINTS
Affichage, flyer	Visites guidées	Suisse romande	C&P	10'000
Pass Musées	Diverses actions	Suisse romande, FRA	C&P	100'000
Journal La Côte "125 ans"	Edition spéciale, site web 125 ans, Stand anniversaire (annonce Pass Musées + visite guidée)	Suisse romande	C&P	150'000
Affiches, flyer des festivals	Diverses actions	Suisse romande, allemande	E&F	100'000
SPOT Magazine	Offre Spéciale Nyon Hostel Château de Prangins	Suisse allemande	C&P	100'000
Loisirs.ch	Pub dans magazine anniversaire	Suisse romande	Nature, Art de vivre, C&P	Tirage: 30'000
Guide des Randos urbaines	Nouveau guide	Suisse romande	Nature, Art de vivre, C&P	Tirage: 20'000
Magazine 39 Jura français	Nouveau magazine	France	Nature, Art de vivre, C&P	50'000
Affichage en gare de Nyon	Tout type de campagnes selon calendrier	Suisse romande	Nature, Art de vivre, C&P, Hiver	

2.3 | Publications

Nous avons maintenu la même ligne graphique pour nos publications cette année. Le guide touristique Nyon Région 2017-2018 a également été renouvelé. Le plan de ville a été édité dans un nouveau design, avec une carte agrandie de la ville avec ses monuments et au dos complété par une description de la visite facilitée dans les trois langues. Le plan de ville est distribué quotidiennement et très apprécié par les excursionnistes et touristes.

La brochure Hébergements, regroupant les hôtels et la parahôtellerie de la région de La Côte a également été réédité, en collaboration avec Morges Région Tourisme.

Dans la même ligne, nous avons publié une brochure commune «Raconte-moi La Côte» qui réunit les deux régions de Morges et Nyon. Elle a pour but d'être utilisée lors des Salons touristiques pour mettre en valeur la Côte.

Nous avons aussi collaboré avec Vaud Rando pour la mise à jour de la carte 1:25'000 de randonnées TopoRando St-Cergue- Nyon en élargissant le périmètre jusqu'à Rolle avec ses itinéraires. Elle est en vente à nos Offices du Tourisme.

En ce qui concerne les activités hivernales, le guide hivernal a été réédité comme chaque année sans changement majeur. Le dépliant sur les téléskis de St-Cergue et St-George a aussi été imprimé en partenariat avec Régionyon et les communes respectives afin d'informer et de promouvoir l'offre «de glisse» régionale avec en nouveauté cette année la patinoire de St-Cergue. Un nouveau visuel du forfait ski nocturne a été réalisé avec notre graphiste afin de rafraîchir l'offre et de continuer à promouvoir ce forfait.

Dans le courant de l'année 2017, nous avons ainsi imprimé les publications suivantes:

TITRE DE LA PUBLICATION	NOMBRE D'EXEMPLAIRES IMPRIMÉS
Guide touristique Nyon Région 2017	20'000
Brochure d'Appel Raconte-moi La Côte*	5'000
Brochure hébergements La Côte 2017	5'500
Plan de la Ville de Nyon*	15'000
Guide touristique Nyon Région, activité hivernales dans le Jura 2017	10'000
Dépliant Téléskis de St-Cergue et St-George (Partenariat Région Nyon)	5'000
Carte de randonnée St-Cergue Rolle Nyon TopoRando*	1'500
Carte estivale St-Cergue*	400
Rapport Annuel 2016	950
TOTAL	63'350

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



Guide touristique



Brochure d'Appel



Plan de ville - Nyon

2.4 | Internet et réseaux sociaux

2.4.1 | Site internet

Durant l'été 2017, les sites internet www.nyon-tourisme.ch et www.st-cergue-tourisme.ch ont été redirigés vers notre nouveau site www.lacote-tourisme.ch. Celui-ci fait partie d'un réseau vaudois mis sur pied par l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV).

Avant de pouvoir effectuer une telle migration, nous avons alimenté durant plusieurs mois le nouveau site avec les différents points touristiques (POI), les événements et, ce dont nous sommes particulièrement fiers : nous avons été les premiers à proposer une description individualisée de 600 membres de Nyon Région Tourisme. Le site Internet est en constante évolution via l'OTV, ce qui offre une adaptation permanente de ses contenus aux besoins des visiteurs tout au long des saisons. Avec cette nouvelle plateforme, il est plus aisé de consulter les destinations sur les smartphones (qui sont utilisés majoritairement) et les tablettes (ipad, ect.) car le format s'adapte en fonction de l'écran utilisé. Ce nouveau site permet aussi de cibler chaque visiteur en fonction de ses intérêts et de lui proposer des activités appropriées.

Nous avons créé des pages dédiées à Nyon (www.nyon-tourisme.ch), St-Cergue (www.st-cergue-tourisme.ch), ainsi que Rolle, Coppet et la région de St-George/La Serine. Nous avons aussi proposé des pages dédiées pour les URL www.festivalsnyon.ch, www.lacote-pass.ch et, récemment, nous avons créé : www.ski-nocturne-fondue.ch / www.skifondue.ch. Dans ce chapitre, trois analyses se présentent : une 1^{ère} partie avec les deux sites internet qui ont fonctionné du 1^{er} janvier au 30 juin 2017. Une 2^e partie avec le nouveau site internet qui regroupe toutes les destinations du 1^{er} juillet au 31 décembre 2017. Nous procédons ensuite à une analyse des visiteurs.

www.nyon-tourisme.ch

Pour ce site, le taux de fréquentation a gardé une certaine constance durant le 1^{er} semestre avec en moyenne 900 à 1'200 pages vues par jour. La période la plus fréquentée fût entre avril et mai avec un pic constaté le jeudi 25 mai 2017 (1572 pages vues le jeudi de l'Ascension, premier grand weekend de beau et début de la saison touristique à Nyon). Les pages les plus fréquentées furent le menu à *faire* et à *découvrir*, les événements ainsi que la page concernant les hébergements.

www.st-cergue-tourisme.ch

La plus grande fréquentation correspond au samedi 14 janvier (3'441 utilisateurs) avec l'ouverture de la saison de ski.

Durant le 1^{er} semestre 2017, pour le site www.st-cergue-tourisme.ch, le menu *webcams* a été consulté 133'725 fois, comprend la page version ordinateur, mobile et la version anglaise. Le menu hivernal a été consulté 37'883 fois et comprend le bulletin d'enneigement, les différentes pistes de ski alpin, ski de fond et raquettes ainsi que l'espace Télé-Dôle.

www.lacote-tourisme.ch

Depuis la mise en place du nouveau site cet été, les deux URL de www.nyon-tourisme.ch et www.st-cergue-tourisme.ch ont été redirigés sur le site www.lacote-tourisme.ch. Ces pages pour Nyon et St-Cergue jouent un rôle de *vitrines* pour le nouveau site qui contient toute l'information du district. Un travail constant de création de contenus, d'amélioration des visuels et de simplification d'utilisation du site est réalisé. Le nombre de visites est donc en perpétuelle augmentation et démontre un pic dès le début de la saison hivernale. Les pages les plus consultées restent celles de la destination de St-Cergue et les activités hivernales (sentiers raquettes, pistes de ski de fond, etc.). Cependant, nous n'avons pas pu compiler de statistiques pour les webcams de St-Cergue sur ce nouveau site (travail en cours).

STATISTIQUE ANCIEN ET NOUVEAU SITE INTERNET - 2017 | CHIFFRES CLÉS 2017

	www.nyon-tourisme.ch (01.01.17-30.06.17)	www.st-cergue-tourisme (01.01.17-30.06.17)	www.lacote-tourisme (01.06.17 -31.12.17)	TOTAL
Visites	41'385	191'555	116'473	349'413
Pages visitées	158'712	471'630	274'378	904'720
Visiteurs uniques	122'450	368'099	188'119	678'668
Temps moyen par visite (en min.)	2,05	1,42	1,45	1,64
Nouveaux utilisateurs	88,2%	75,4%	85,5%	83%

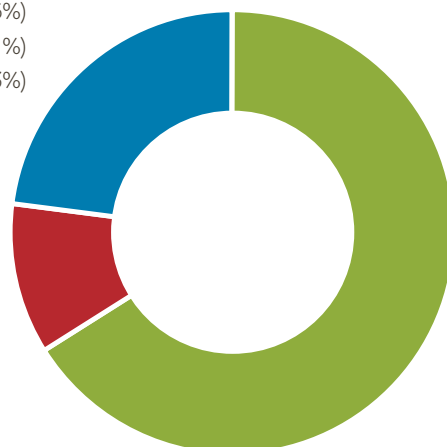
Selon les comparaisons présentées entre les trois sites internet, les visiteurs de nos pages évoluent en fonction des mois. Depuis le changement, nous pouvons constater que les visites ont baissé, mais sommes convaincus que c'est une phase temporaire.

Provenance

La provenance des visiteurs est principalement de Suisse, de France et d'Allemagne. Les données géographiques des visiteurs permettent une bonne vue d'ensemble de la provenance de nos hôtes. Des informations qui peuvent aussi se refléter dans les statistiques en termes d'arrivées et nuitées dans notre région. Les chiffres de 2017 confirment la tendance rapportée ces dernières années. 66% de nos visiteurs sont suisse. La grande majorité d'entre eux provient des cantons de Vaud (30%), Zürich (29%) et Genève (22%). Les sessions venant de France se place en 2^e position avec 11% des visiteurs.

RÉPARTITION DES VISITES EN SUISSE EN 2017

- Suisse (66%)
- France (11%)
- Autres (23%)



2.4.2 | Réseaux Sociaux

Les réseaux sociaux permettent d'échanger rapidement avec les utilisateurs qui y accordent une grande importance durant leur temps libre. Nyon Région Tourisme utilise principalement les plateformes Facebook et Instagram pour partager les informations telles que les événements, les actualités et les images du moment. Twitter est utilisé pour les informations plus officielles. L'audience d'Instagram est très réactive, ce qui offre une visibilité renforcée.

La plateforme YouTube, étant quant à elle, principalement utilisée comme une bibliothèque de vidéos (reprises sur d'autres réseaux) ce qui génère également du trafic. Les actions promotionnelles ont été renforcées via ces canaux par des concours et activités (concours du meilleur festivalier dans le cadre de *Nyon Ville de Festivals*, activités estivales et hivernales comme le ski nocturne). Ces actions ont permis d'augmenter la visibilité de la destination auprès de nouveaux utilisateurs et ainsi de renforcer sa notoriété.

Le tableau suivant résume l'activité de Nyon Région Tourisme sur les réseaux sociaux entre 2016 et 2017.

	2017		2016		Augmentation en % des fans/followers
	Fans/followers	Nombre de publications	Fans/followers	Nombre de publications	
Facebook	3'455	382	2'980	675	+19% (435)
Twitter	1'157	48	934	86	+24% (223)
Instagram	779	95	485	121	+60% (294)
Youtube	29	22'658 (vues)	30	17'525 (vues)	+4% (5'133)

2.4.3 | Newsletter

Les Newsletters permettent d'informer les visiteurs des nouveautés et activités régionales qui pourraient susciter leur intérêt. Neuf Newsletters ont été envoyées à près de 800 abonnés avec un taux d'ouverture variant entre 30-35%. 4 invitations ont également été envoyées aux membres pour leur donner l'opportunité d'assister à des

événements tels que le Salon SETA, à Genève (où l'Office du Tourisme était présent), le festival Visions du Réel, le far° et la Romande Energie Run.

Dès que nous avons la possibilité, c'est avec grand plaisir que nous partageons avec nos membres les événements qui nous tiennent à cœur.

2.5 | Communication et relations publiques

Pour souligner les festivités du bicentenaire de la mort de Germaine de Staël, nous avons mis en place une visite de presse élitaires avec le soutien de l'OTV, ST Paris et Morges Région Tourisme. La visite de presse intitulée «Femmes d'exceptions sur les rives du Léman» a attiré exclusivement la presse française. Elle a associé le passé et l'aspect «people» entre Madame de Staël, à Coppet et Audrey Hepburn, à Morges en passant par les châteaux de Coppet, Nyon, Prangins et Rolle. Nous avons organisé en tout quatre visites, deux avec un regroupement de plusieurs médias et deux autres avec l'émission de France 2, TéléMatin et le magazine culturel Télérama. Les retombées médiatiques de ces visites de presse sont estimées à près de 16 millions de contacts.

Un choix judicieux des partenaires et un accompagnement de qualité des journalistes ont permis de maximiser la couverture médiatique de notre région. 15 groupes de journalistes de divers pays et médias ont été accueillis en 2017. Les zones d'intérêts étaient vastes, autant dans les domaines culturels, sportifs ou culinaires. Plus de détails se trouvent dans la liste ci-dessous.

VOYAGER AUTREMENT

Splendeurs d'antan sur le lac Léman

Après la visite d'un château qui fleure bon le luxe, les activités nautiques offrent un bain de nature au pied des Alpes suisses. En 1802, Madame de Staël s'y exila.



2.5.1 | Visites de presse et accompagnement de journalistes

MÉDIA	PAYS	MOIS	THÈME
Magazines: Télérama, Cosy mountain, Petites affiches weekend magazine, etc. Quotidiens: Var matin, Nice matin Blogs/sites: Côté maison, Tout pour les femmes, Luxury TV: TéléMatin Radio Europe 1 (sur dossier de presse)	France	Avril Mai Septembre Octobre	«Femmes d'exceptions sur les rives du Léman» Mme de Staël
TV ARD	Allemagne	Mai	Lac et Gastronomie
Revue vinicole: Decanter	UK	Avril	Vignoble
Magazine: Golf et Tourisme	Italie	Mai	Golf, activités
Magazine: Voyager Ici & Ailleurs	France	Août	Itinéraires vélo
TV SET	Taiwan	Août	VTT La Barillette et découverte de la région
Quotidien: De Standaard	Belgique	Septembre	Vignoble
Edition/Web: France Détours	France	Septembre	Vélo
Quotidien: Süddeutsche Zeitung	Allemagne	Septembre	Randonnées/vélos
France TV: Échappées belles	France	Octobre	Désalpe
Quotidien: National post	Canada	Octobre	Vignoble et Gastronomie
Magazine: Dov'è	Italie	Octobre	DAS nature

Nous avons également eu l'occasion de préparer un dossier de presse pour constituer 10 pages d'un supplément de Paris Match Suisse. Ce dernier mettait spécifiquement en avant l'offre touristique autour de Nyon, Gland et Rolle (La Côte).

Ces visites de presse sont des plateformes promotionnelles exceptionnelles pour générer des retombées médiatiques sur les marchés européens et également dans le reste du monde. Par exemple, le reportage de 52 minutes I-Walker effectué par le groupe SET a fait un grand buzz sur Internet et a été diffusé non seulement à Taiwan, mais aussi à Hong Kong, Singapour, la Malaisie et auprès de plusieurs compagnies aériennes.

3 | ACCUEIL & INFORMATION

Le bon accueil est le meilleur plat



Nous mettons en place un ensemble de dispositions pour recevoir nos clients avec un accueil chaleureux, enthousiaste et professionnel.

Renseigner la clientèle sur les attraits touristiques de la région est une mission capitale pour notre office du tourisme. Nous promovons avec enthousiasme le charme de la région et de divers prestataires, autant auprès de visiteurs de l'étranger que des Suisses. Nous accueillons également avec plaisir les habitants de Nyon et de la région pour divers achats d'abonnements, notamment de ski, ski de fond, des cartes journalières CGN ou des carnets de billets de réduction sur les transports publics nyonnais. Nous nous chargeons de la billetterie pour certains événements et de la vente de produits touristiques, tels que des cartes pédestres, des forfaits, des permis de pêche ou encore des cartes journalières Publibike. Nos services comprennent également des réservations d'hébergements, des renseignements sur les horaires et trajets ferroviaires ou CGN.

De nombreux membres de NRT ont pu faire connaître leurs événements en profitant de notre service de mise à disposition des vitrines dans les OT de Nyon et de St-Cergue. Ces vitrines, utilisées comme espaces promotionnels, ont été occupées durant 98% du temps, en 2017.

En avril et mai 2017, trois nouvelles auxiliaires, Mesdames Margrith Perruccio, Miriam Forrer et Lea Zappellaz ont été formées pour compléter notre équipe afin de nous donner un appui aux accueils de Nyon, Coppet et St-Cergue.

Durant quelques périodes propices de l'année, nous avons aussi pu donner la possibilité à cinq jeunes personnes de s'immerger dans un métier du tourisme. Il est difficile pour les étudiants de trouver des stages, nous sommes très sollicités et recevons bien plus de demandes que nous pouvons en retenir pour un stage court. L'encadrement de ces novices en vue de tâches intéressantes et utiles demandant un investissement important de la part de notre personnel, nous ne pouvons les organiser durant des périodes trop chargées.

Maintenir un service de qualité étant indispensable, nous mettons tout en œuvre pour répondre à un large éventail de questions dans un délai de 24h maximum et faisons tout notre possible pour toujours proposer une solution.

3.1 | Visites à nos divers bureaux d'informations

Dans nos bureaux d'information, nous veillons à la tenue de statistiques portant sur la fréquentation des visiteurs et la nature de chaque demande. Ces statistiques informent sur les domaines d'intérêts et zones géographiques des demandes de notre clientèle.

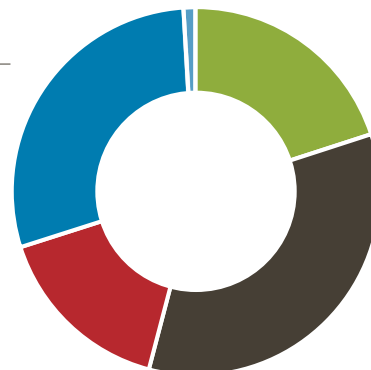
Nos collaboratrices à l'accueil de tous les bureaux ont traité 26'548 demandes en 2017 (Nyon 5'430, Rive 4'144, St-Cergue 8'975, Rolle 7'777, Coppet 222). Un total de 18'062 demandes ont été traitées directement au guichet, 3'870 par téléphone et 4'616 par e-mail.

De plus, 1'279 appels téléphoniques supplémentaires s'ajoutent à ces chiffres. Ces appels ont été pris en charge directement par le répondeur téléphonique « météo et état des piste » de St-Cergue.

La fréquentation touristique de chaque bureau d'information (BI) est représentée en pourcentage sur le graphique ci-contre. Le BI de Coppet remplit sa fonction en tant que

FRÉQUENTATION DES BI

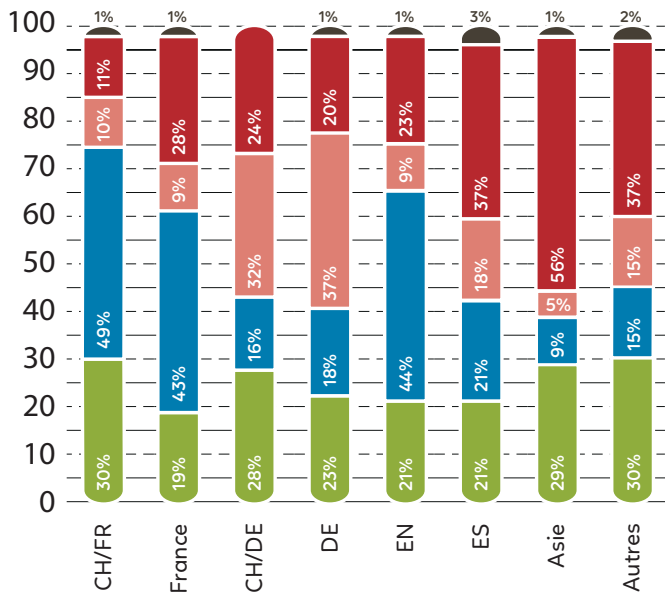
● Nyon	20%
● St-Cergue	34%
● Rive	16%
● Rolle	29%
● Coppet	1%



point d'information en libre accès durant les heures d'ouverture de l'administration communale. Il faut savoir que durant ces périodes, sans présence de personnel, nous ne pouvons tenir des statistiques. Nos collaboratrices sont présentes à Coppet pour donner des conseils touristiques adaptés, entre 2 et 3 demi-journées par semaine, selon la saison. Ce sont uniquement les chiffres de ces demi-journées qui sont représentés dans le graphique.

PROVENANCE DE NOS VISITEURS

● COPPET ● RIVE ● ROLLE ● ST-CERGUE ● NYON



Le graphique ci-contre, retranscrit la provenance des demandes en pourcentages pour chacun de nos BI.

Nous notons que le bureau de St-Cergue traite essentiellement des requêtes en provenance de Romandie, de France et des pays anglophones.

Le BI de Rolle traite quant à lui, un pourcentage élevé des demandes en provenance d'Allemagne et de Suisse-allemande.

Nous remarquons enfin, que le bureau de Nyon, sollicité en proportions similaires, répond à des demandes en provenance de diverses zones linguistiques telles qu'indiqué sous chaque colonne du graphique.

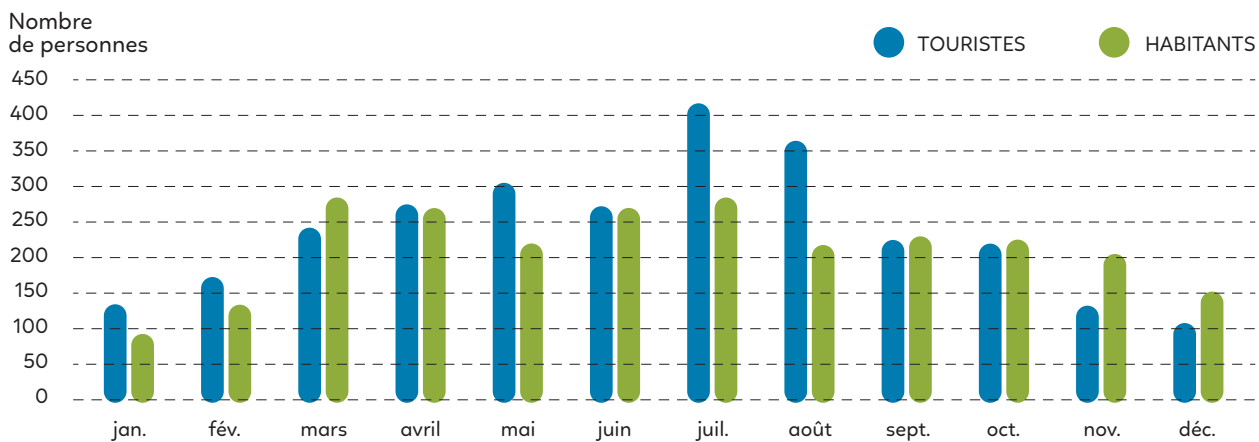


Nyon – Place des Marronniers

3.1.1 | Nyon

Cette année, pour la première fois depuis 2014, nous avons été davantage sollicités par des véritables touristes que par des habitants, qui eux aussi, se renseignent sur l'offre touristique de la région. Les 5'430 demandes traitées en 2017 sont attribuées pour 52,5% aux touristes, contre 47,5% aux habitants.

Par mois, nous avons pu répondre en moyenne à 238 demandes liées au tourisme. Nous pouvons imaginer que la signalétique complémentaire apposée à la gare CFF/ NStCM depuis février 2017, indiquant le chemin vers l'OT, a eu un impact positif sur ce chiffre. Le graphique ci-dessous illustre bien le profil de nos visiteurs durant tous les mois de l'année.



95,2% des demandes concernaient l'offre touristique de la région de La Côte, les 4,8% restant se réfèrent à des renseignements donnés sur les autres régions de Suisse.

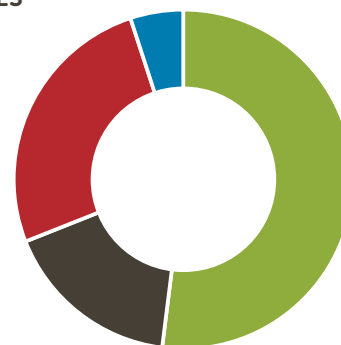
Divisées en trois secteurs, les demandes nous sont parvenues à hauteur de 54% directement au guichet, 28,9% par téléphone et 17,1% par e-mail.

Durant les 250 jours d'ouverture au public, en moyenne 11,7 visiteurs par jour se sont présentés au guichet. Le jour de la semaine le plus régulièrement chargé est le mercredi.

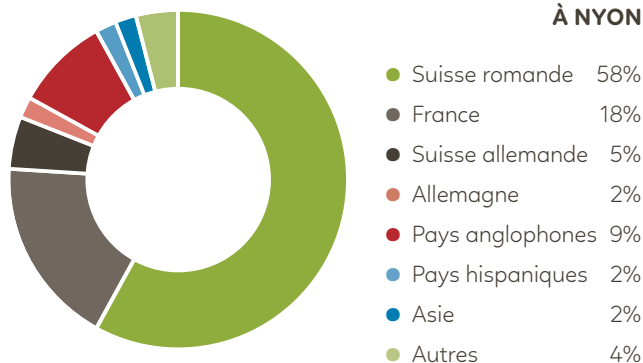
La nature des demandes correspond au même filtre que nos DAS (domaines d'activité stratégique). Elle est représentée dans le graphique ci-contre.

NATURE DES DEMANDES À NYON

- Culture 52%
- Evénements 17%
- Sport/Loisirs 26%
- Hébergement 5%



PROVENANCE DES DEMANDES À NYON



Nous avons pris en charge une nouvelle fois des prestations pour des tiers, notamment la vente des abonnements Sogestar pour le domaine skiable de la Dôle ainsi que la vente des abonnements pour TéléDôle, pour les pistes de ski du village de St-Cergue. D'autre part, nous avons vendu 79 cartes Publibikes, 25 permis de pêche, 205 cartes journalières CGN, 40 carnets TPN, 104 abonnements de ski, 13 abonnements de ski de fond, 9 bons raquettes-fondue, 1 bon ski nocturne, 39 Pass Musée et 12 Snack box.

COMPARAISON AVEC L'ANNÉE 2016

Nous enregistrons une baisse des demandes de 9,3% sur le total des renseignements fournis en 2017. En 2016, année record selon nos statistiques (avec 3 jours d'ouverture en plus. Le recul plus significatif des demandes se situe en janvier. Néanmoins, les mois de mai, juin et août, plus touristiques, indiquent une évolution favorable de la fréquentation. En cette année 2017, la billetterie pour les concerts d'Alain Morisod ayant été traitée en externe, cela a eu une forte influence négative des chiffres du mois de novembre.

La proportion entre les demandes qui découlent des touristes et des habitants affiche une hausse en faveur des touristes (52,5% contre 45%, en 2016). Nous relevons également une baisse de 5,5% des demandes en lien avec l'offre touristique de la Suisse entière. Concernant la provenance (pays) des demandes, nous notons peu de fluctuation, hormis une petite baisse du marché suisse-allemand, allemand et hispanique, (voir détail ci-contre).

PROVENANCES	2016	2017
Suisse Romande	57,4%	58,3%
France	18,0%	18,5%
Pays anglophone	9,3%	9,0%
Suisse-Allemande	5,5%	4,8%
Allemagne	2,3%	1,8%
Pays hispaniques	2,3%	1,8%
Asie	1,7%	1,8%
Autres provenances	3,3%	4,2%

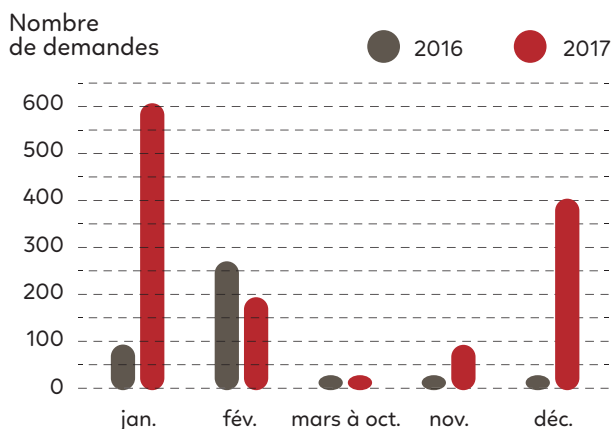
3.1.2 | Saint-Cergue

En 2017, 8'975 demandes ont été traitées au bureau de St-Cergue. Ce chiffre correspond à une augmentation de 11,2% comparé à 2016. La neige était au rendez-vous depuis fin novembre déjà et sa présence a fortement contribué à ce résultat positif.

Les deux tiers de ces requêtes proviennent des touristes contre un tiers d'habitants de la région qui se renseignent sur l'offre touristique de St-Cergue et du Parc Jura vaudois. Une petite proportion d'environ 3% des demandes concerne les autres régions de Suisse.

70% des requêtes nous parviennent directement au guichet, les 30% restants étant traitées par téléphone ou par e-mail.

Pour 2017, nous pouvons ajouter à ces chiffres un total de 1'279 appels traités par notre répondeur téléphonique qui n'est toutefois pas activé de mai à octobre. Le graphique ci-dessous montre l'évolution des chiffres de ce répondeur.

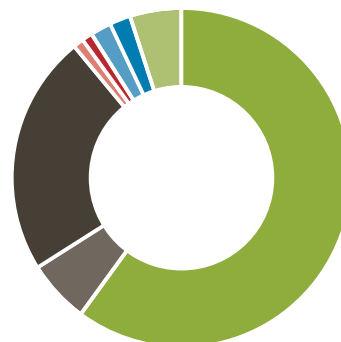


Durant les 281 jours d'ouverture au public, en moyenne 21,3 visiteurs par jour se sont présentés au guichet. Le jour de la semaine qui a enregistré le plus de fréquentation a été le samedi, la journée la plus calme étant le mardi, celle-ci aura permis à nos collaboratrices de faire les mises à jour destinées au bon fonctionnement de l'office. En 2017, le mois d'août a vu un record de visiteurs par jour au guichet, avec 30 personnes.

En ce qui concerne les domaines d'intérêts et la nature des requêtes de notre clientèle, le graphique ci-dessous détaille les divers secteurs en pourcentage :

NATURE DES DEMANDES À SAINT-CERGUE

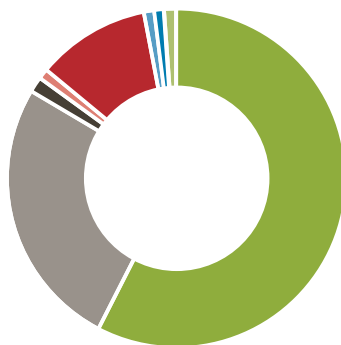
Ski/Randonnée	60%
Autres sports	6%
Divers	23%
Météo	1%
Transports	1%
Hébergements	2%
Restaurants	2%
Manifestations	5%



La provenance (origine) des diverses demandes; e-mails, téléphones et guichet confondus, est représentée par les pourcentages suivants :

PROVENANCE DES DEMANDES À ST-CERGUE

Suisse romande	57.5%
France	26%
Suisse allemande	1.5%
Allemagne	1%
Pays anglophones	11%
Pays hispaniques	1%
Asie	0.5%
Autres	1.5%



Nous enregistrons une hausse de fréquentation des visiteurs en provenance de Romandie, de France et des pays anglophones mais notons une baisse sur les marchés suisse-allemand et allemand.

Nous avons vendu 122 abonnements de saison, 4 abonnements hebdomadaires, 89 cartes journalières pour le ski de fond, 8 abonnements Musher, 4 cartes journalières Musher, 1 Pass Musées et 68 cartes de randonnées. Durant les mois d'été, nos collaboratrices à l'OT ont loué 35 vélos et 14 heures de tennis sur les courts du village.

COMPARAISON AVEC L'ANNÉE 2016

Les demandes pour des hébergements à St-Cergue ont augmenté de 28,6%. Ceci est sûrement dû aux divers événements exceptionnels qui ont eu lieu en 2017, tels que le Tour du pays de Vaud (cyclisme) en juin et le LG Trail (course à pied), fin septembre. La Retro-Moto est également un événement qui se déroule tous les 2 ans et qui a généré des nuitées complémentaires en cette année 2017.

La météo favorable aux activités extérieures a contribué à une hausse de 24,4% pour les demandes « randonnées ».

Nous remarquons une légère baisse sur les marchés suisse-allemand et allemand. Vous trouverez le détail ci-contre.

PROVENANCES	2016	2017
Suisse Romande	55,9%	57,7%
France	26,3%	29,5%
Pays anglophone	10,8%	11,3%
Suisse-Allemande	2,3%	1,6%
Allemagne	1,6%	0,8%
Pays hispaniques	1,3%	1,0%
Asie	0,3%	0,3%
Autres provenances	1,4%	1,3%

3.1.3 | Rolle

En 2017, un total de 7'777 demandes a été traité par nos collaboratrices à l'Office du Tourisme de Rolle. Seules 19,4% de ces requêtes provenaient de touristes et 80,6% d'habitants qui se renseignaient sur l'offre touristique de la région ou des services communaux.

4'568 demandes (59%) ont été adressées directement au guichet et 3'209 (41%) par téléphone ou par e-mail. 79,7% des questions posées ont concerné la région de La Côte et 20,3% d'autres régions de Suisse.

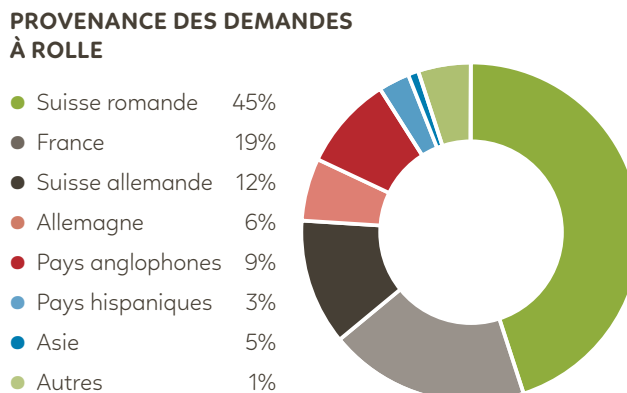
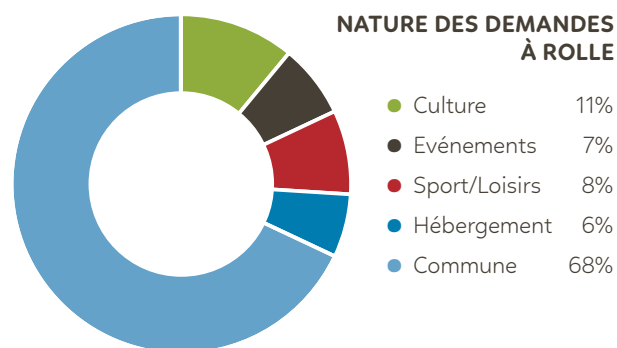
5'300 demandes (68,1% du total) ont été adressées à l'OT pour la Commune, en lien avec des missions attribuées, tel que la vente de cartes journalières CFF et CGN, la billetterie du Casino, les questions sur les transports publics et les questions sociales. Parmi ces requêtes communales, 2'672 ont été adressées directement au guichet et 2'628 par téléphone ou par e-mail.

2'477 demandes concernaient uniquement le tourisme. Parmi ces demandes, 1'896 ont été traitées directement au guichet (76,5% du total tourisme), 456 par téléphone (18,4%) et 125 par e-mail (5%).

Durant les 275 jours d'ouverture au public, en moyenne 16,6 visiteurs par jour se sont présentés au guichet.

Le jour de la semaine qui a enregistré la plus forte fréquentation a été le lundi.

A noter enfin que 13 Pass Musées ont pu y être vendus.



3.1.3 | Rolle | SUITE

COMPARAISON AVEC L'ANNÉE 2016

A Rolle, nous avons enregistré une hausse des demandes communales de 23,9% et un déclin des demandes touristiques de 42%. La moyenne des visiteurs par jour au guichet a cependant augmenté de 1.6 personnes.

Le pourcentage des demandes traitées en provenance de Romandie a passé de 28% en 2016, à 45% en 2017. La raison de cette hausse est l'intégration des demandes communales. A l'avenir, afin d'être consistants dans nos activités de ventes pour des prestataires (de plus en plus fréquentes également dans les OT de Nyon et St-Cergue), nous continuerons à répondre à ces demandes.

Détail des provenances en chiffres, ci-contre.

La proportion entre touristes avec 30,7% et habitants avec 69,3%, relevée en 2016, se présente en 2017, largement en défaveur des touristes avec 19,4% contre 80,6% pour les habitants. A relever que les demandes communales sont dorénavant prises en compte pour cette analyse en pourcents, du fait que d'autres bureaux traitent également des ventes de cartes journalières, billetterie, etc.

PROVENANCES	2016	2017
Suisse Romande	28 %	45 %
France	27 %	19 %
Pays anglophone	13 %	9 %
Suisse-Allemande	13 %	12 %
Allemagne	9 %	6 %
Pays hispaniques	3 %	3 %
Asie	1 %	1 %
Autres provenances	5 %	5 %



Rolle - L'île de La Harpe

3.1.4 | Coppet

Les célébrations du bicentenaire de la mort de Mme de Staël ont été au cœur de l'année 2017 et ont attiré un public nombreux, en particulier au Château de Coppet. A l'OT de Nyon, nous avons ressenti cet effet par une plus forte demande liée à ces célébrations. Nous ne pouvons néanmoins pas affirmer que cette hausse s'est répercutée sur le nombre de visites lors d'ouverture « avec personnel » de l'OT de Coppet. Pour rappel, nous y sommes présents 2-3 après-midis par semaine selon la saison et le reste du temps l'OT est en libre accès lors des horaires de l'administration communale.

En 2017, un total de 222 demandes a été traité par notre personnel au bureau de Coppet et cinq permis de pêche y ont été vendus pour le compte de NRT.

47,3% de ces requêtes proviennent de touristes et 52,7% d'habitants qui se renseignent sur l'offre touristique de la région.

93,6% des questions posées ont concerné la région de La Côte et 6,4% ont fait appel à l'offre touristique d'autres régions de Suisse.

Divisé en trois secteurs, les demandes adressées à nos collaboratrices nous sont parvenues à 88,7%, directement au guichet, 7,3% par téléphones et 5% par e-mails. A noter que certains e-mails sont aussi traités à distance par le bureau de Nyon. Durant les 121 demi-journées d'ouverture au public, 1,6 visiteur par jour (en moyenne) se sont présentés au guichet.

La demi-journée qui a enregistré le plus de fréquentation a été le samedi.

En ce qui concerne les domaines d'intérêts des demandes de notre clientèle, nous notons en tête avec 57,7%, la rubrique culture, suivie par la rubrique événements avec 24,3% (grâce aux festivités du bicentenaire). La rubrique *sport/loisirs* récolte, elle 13,1% et la rubrique hébergement encore 5%.

La provenance des diverses demandes ; e-mails, téléphones et guichet confondus nous a fourni un relevé aux pourcentages suivants :

PROVENANCE DES DEMANDES À COPPET

● Suisse romande	52%
● France	19%
● Suisse allemande	1%
● Allemagne	2%
● Pays anglophones	14%
● Pays hispaniques	6%
● Autres	1%
● Asie	5%



COMPARAISON AVEC L'ANNÉE 2016

La rubrique événements affiche une hausse (8,3% du total en 2016 contre 24,3% en 2017). La provenance de nos visiteurs reste stable, voir le détail en chiffres ci-contre.

PROVENANCES	2016	2017
Suisse Romande	54%	52,3%
France	17%	18,3%
Pays anglophone	15%	14%
Suisse-Allemande	3%	1,4%
Allemagne	3%	2%
Pays hispaniques	2,8%	5,4%
Asie	0%	1%
Autres provenances	5,2%	5%

3.1.5 | Rive

Une équipe de 8 étudiants a été formée en 2017 afin de pouvoir œuvrer au pavillon de Rive durant la période estivale.

A Rive, 4'144 demandes ont été traitées sur les trois mois et demi ou plus exactement, 101 jours d'ouverture. 82,7% des demandes relèvent des touristes, les 17,3% restant provenaient d'habitants qui ont souhaité des services ou renseignements touristiques.

88% des questions posées ont concerné la région de La Côte, 12% des requêtes ont donc nécessité des connaissances de l'offre touristique des autres régions de Suisse de la part de nos collaboratrices à Rive.

Une évolution défavorable des demandes concernant la billetterie CGN (-66,9%) s'explique par le fonctionnement optimal du guichet CGN et de son personnel en 2017 (fin des travaux au débarcadère). Les renseignements sur les trajets, horaires et tarifs ont été assurés à nouveau directement par le guichet de la CGN comme cela a été le cas en 2016.

44,9% des demandes de la clientèle de Rive portait sur la culture, suivies de 10% pour sport/loisirs, 8,4% pour les événements et 1,2% pour les hébergements.

Concernant la provenance des demandes, nous notons que 37% des requêtes proviennent des pays francophones, 28% de la Romandie, suivi par 13% des pays anglophones.

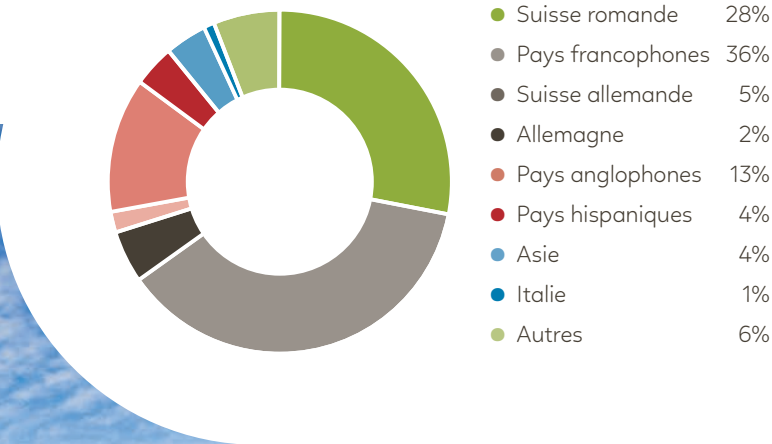
Le jour de semaine affichant la plus intense fréquentation a été une nouvelle fois le dimanche. En moyenne 46 visiteurs par jour nous ont sollicités.

Notre personnel a vendu 78 cartes Publibike, 26 permis de pêche et 1 Pass Musées pour le compte de NRT. Les chiffres de vente de ces deux produits sont inférieurs à l'an passé et suivent la tendance générale. Le permis de pêche étant disponible à tout individu sur le site du canton de Vaud et les revendeurs de cartes Publibike sont plus nombreux chaque année.

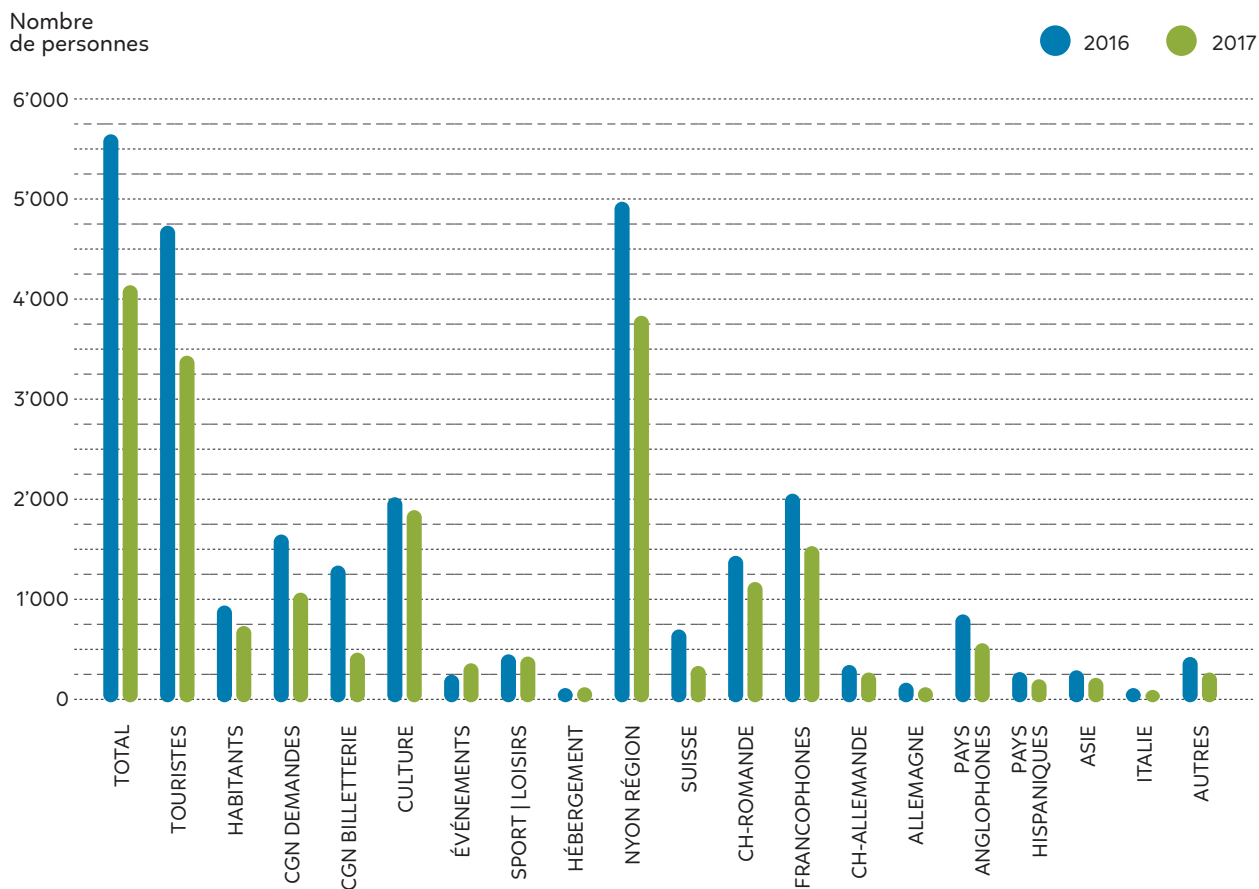
Bord du lac



PROVENANCE DES DEMANDES À RIVE



Le graphique ci-dessous indique la baisse de fréquentation entre 2016 et 2017.



COMPARAISON AVEC L'ANNÉE 2016

Nous notons un recul de 26,5% des demandes. Une grande partie de cette baisse s'explique par le retour du guichet CGN. En 2017, nos collaboratrices de Rive ont traité environ un tiers de demandes touristiques en moins par rapport à 2016 (-27,4%) et 22% de demandes en moins, de la part d'habitants de la région. Précisons que le pavillon était ouvert 113 jours en 2016 et 101 jours en 2017. Les heures d'ouverture du pavillon ont du être ajustées quelques fois en raison de la pluie.

La rubrique *événements* bénéficie d'une hausse de 51,1%, suivie par la rubrique hébergements avec 11,6%. Les autres rubriques ont souffert d'une diminution: sport/loisirs -2,4% et culture -7,3%.

Comparé à 2016, nous avons reçu moins de demandes des pays anglophones; ce groupe de visiteurs constitue l'évolution la plus défavorable. Voici le détail en chiffres:

PROVENANCES	2016	2017
Suisse Romande	25,3%	27,7%
Pays francophones	34,1%	36,8%
Pays anglophones	16,2%	12,8%
Suisse-Allemande	6%	5,5%
Allemagne	2%	2%
Pays hispaniques	3,1%	4,1%
Italie	1%	0,7%
Asie	4,3%	4,4%
Autres provenances	8%	6%

3.2 | Visites guidées à Nyon

Nous organisons des visites guidées pour des groupes ou pour des personnes individuelles ainsi qu'un calendrier qui propose des visites guidées à plusieurs périodes de l'année pour une date fixe. Nous assumons également la mise en œuvre d'excursions ponctuelles et de rallyes. En 2017, seulement un rallye a pu être réalisé.

Depuis de nombreuses années, 7 guides sont formés et s'engagent avec enthousiasme pour faire découvrir, à pied, les trésors de la ville de Nyon, à nos visiteurs. Les thématiques varient d'une année à l'autre. Cette année un nouveau concept a été mis en place pour une visite des sites religieux, afin de valoriser le temple qui a été rénové en 2017.

Le tableau ci-dessous indique une augmentation favorable du nombre total des participants de 48 %.

ANNÉE	VISITES PONCTUELLES		GROUPES ORGANISÉS		TOTAL
	Participants nombre	Visites nombre	Participants nombre	Groupes nombre	Total
2012	24	5	436	28	460
2013	28	6	375	27	403
2014	5	6	665	28	670
2015	4	5	553	29	557
2016	67	12	487	33	554
2017	95	8	726	40	821

La photo ci-dessous illustre la visite guidée pour le CAGI (Centre d'accueil Genève International) qui a eu lieu en octobre. A cette occasion, 76 visiteurs ont pu découvrir les richesses culturelles de la Ville de Nyon sous un ciel bleu avec des guides déguisés en Tintin et en capitaine Haddock.

Le nombre de visites guidées organisées pour des groupes est plus important que l'an dernier et passe de 33 à 40 groupes. On constate que la visite de type « visite traditionnelle » reste un best-seller, suivie par la visite « Tintin ».

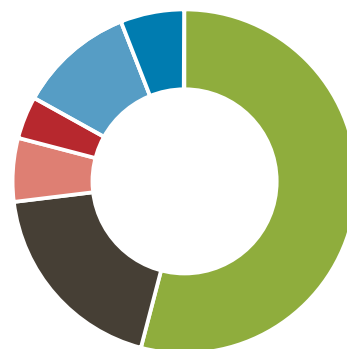


La variété de thématiques choisies par notre clientèle se lit en pourcentages dans le graphique ci-dessous :

NOMBRE DES VISITES THÉMATIQUE PAR NOMBRE DE GROUPES ET POURCENTAGES

- Tradition 26 | 54%
- Tintin 9 | 19%
- Individuelle 3 | 6%
- Spontanée 2 | 4%
- Crime 5 | 11%
- Sites religieux 3 | 6%

Sujets non-sollicités :
"Jules César" et "Gourmet"



La visite du CAGI sur le thème de Tintin

3.3 | Label qualité QQ

Activités dans le cadre du label Qualité QQ de Nyon Région Tourisme

L'engagement pour la qualité est un processus évolutif qui vise à satisfaire les besoins et à assurer le bien-être de nos hôtes et de nos collaborateurs. Cela contribue à garantir, à nos visiteurs de Suisse et de l'étranger, une expérience positive lors de leur séjour dans notre région.

Dans ce but, Nyon Région Tourisme a poursuivi le processus de renouvellement de son label qualité niveau II pour les années 2016-2019.

En 2017, nous avons soumis à la FST deux nouveaux processus ainsi qu'un plan d'action qui présente des mesures à réaliser durant l'année 2017 et une partie début 2018. Une de ces mesures a consisté en une analyse ergonomique de nos places de travail par un spécialiste. Ainsi, en juin, notre espace de travail a pu être amélioré par l'aménagement de nouvelles tables de bureau à l'accueil. De plus, tous nos collaborateurs ont été équipés avec de nouvelles chaises de bureaux ergonomiques.

Pour l'année 2018, le plan d'action comprend notamment une mesure écologique, ainsi que des mesures liées à la gestion opérationnelle, comme l'optimisation de la base de données listant nos membres ou une meilleure planification des publications annuelles. En outre, sont inscrites dans ce plan d'action des mesures stratégiques, telles que la sensibilisation de nos prestataires au tourisme durable et l'amélioration de la visibilité de NRT auprès de ces derniers.



4 | STATISTIQUES (NUITÉES & VISITEURS)

NOMBRE DE NUITÉES DANS LE DISTRICT DE NYON - SOURCE OFS

ANNÉES	2014	2015	2016	2017
Arrivées	78'805	74'628	83'668	89'725
Nuitées	153'428	147'556	181'326	195'518

Augmentation 2017 / 2016: 7,8%

Taux d'occupation des chambres:
48% en 2016 / 48,1% en 2017

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

ANNÉES	2014	2015	2016	2017
Arrivées	20'363	21'819	28'816	29'212
Nuitées	42'799	42'935	48'976	65'504

FESTIVALS DE NYON

FESTIVALS	2013	2014	2015	2016	2017
Hivernales Festival	4'600	4'900	5'000	5'000	5'000
Visions du Réel	28'180	32'774	34'503	39'565	40'591
Caribana Festival	31'000	32'000	35'000	35'000	32'900
Paléo Festival	230'000	230'000	270'000	230'000	230'000
Le FAR	3'000	3'000	3'000	3'000	3'200

ENTRÉES MUSÉES ET SITES TOURISTIQUES

ÉTABLISSEMENTS	2013	2014	2015	2016	2017
Musée Romain	9'706	8'597	7'113	8'462	8'446
Musée du Léman	21'341	22'185	22'780	21'800	22'377
Château de Nyon	14'319	13'587	12'455	15'463	15'621
Musée national suisse	62'398	60'196	51'183	56'728	55'821
Château de Coppet	6'031	7'044	7'187	7'361	3'417
Musée du Vieux-Coppet	479	788	1'517	1'135	913
Moulin de Chiblins	1'671	1'751	2'816	2'002	2'085
Abbaye de Bonmont	813	747	841	693	624
La Garenne, parc animalier	26'544	26'750	28'100	98'000	62'758
Moulin de St-George	1'161	1'228	Env. 900	1'084	985
Maison du Basket		*2'869	3'336	3'841	1'120

*nouveau depuis 2014

CGN – DÉBARCADÈRE DE NYON

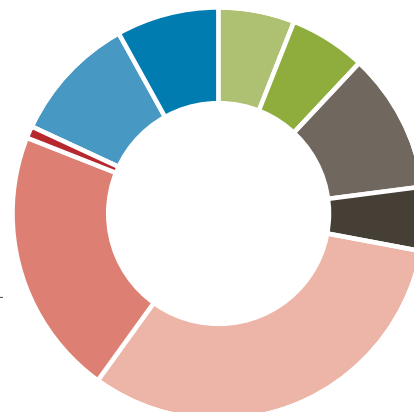
ANNÉE	PERSONNES EMBARQUÉES	PERSONNES DÉBARQUÉES	TOTAL
2014	167'648	171'462	339'110
2015	167'551	171'812	339'363
2016	173'435	177'389	350'824
2017	186'830	191'264	378'094

MEMBRES NYON RÉGION TOURISME

RÉPARTITION DES TYPES DE MEMBRES AU 31.12.2017

● Hébergements	(39 6%)	● Associations	(127 21%)
● Parahotellerie	(35 6%)	● Couples	(4 1%)
● Restaurants	(69 11%)	● Individuels	(65 10%)
● Grandes entreprises	(31 5%)	● Communes	(47 8%)
● Petites entreprises	(200 32%)		

TOTAL 620 MEMBRES



5 | COMPTES

NRT - BILAN AU 31 DECEMBRE 2017 - EN CHF	2017	2016
ACTIF		
Actif réalisable		
Caisse	1'558,65	517,40
CCP	98'882,65	91'055,87
Caisse d'épargne de Nyon	13'413,40	57'065,05
BCV	24'432,00	59'263,55
Stocks	27'500,00	3'500,00
Titres	1,00	1,00
Débiteurs	5'837,75	11'851,70
Actifs transitoires	14'973,56	16'778,68
	186'599,01	240'033,25
Actif immobilisé		
Mobilier et aménagement	1,00	1,00
Ordinateurs	1,00	1,00
Bureautique	1,00	1,00
	3,00	3,00
Total de l'actif	186'602,01	240'036,25
PASSIF		
Fonds étrangers à court terme		
Créanciers	18'141,50	19'232,77
Passifs transitoires	33'610,25	18'667,40
	51'751,75	37'900,17
Fonds propres		
Fonds fluctuations taxes de séjour	10'000,00	25'000,00
Fonds d'investissement supports de communication	18'353,30	28'353,30
Fonds d'investissement promotions	66'564,65	78'564,65
Fonds formation et motivation	20'000,00	35'000,00
Bénéfice reporté	35'218,13	33'271,98
Bénéfice de l'exercice		1'946,15
Perte de l'exercice	-15'285,82	
	134'850,26	202'136,08
Total du passif	186'602,01	240'036,25

NRT - PERTES ET PROFITS AU 31 DECEMBRE 2017 - EN CHF	COMPTES 2017	COMPTES 2016
PRODUITS		
Contributions hors CR	8'622	2'700
Contributions Région	511'473	520'000
Prestation complémentaire St-Cergue	57'500	57'500
Cotisations	64'460	63'920
Taxes de séjour Région	336'767	341'600
Taxes de séjour communes, volontaire	48'457	63'484
Centrale de réservation	937	1'759
Revenus sur prestations	72'881	69'917
Refacturation de personnel	1'200	0
Partenariats par plateformes	42'272	48'700
Contributions actions spécifiques partenariat	12'304	7'825
Utilisation du fonds taxes de séjour	15'000	
Utilisation du fonds support de communication	10'000	
Utilisation du fonds promotion	12'000	
Utilisation du fonds formation et motivation	15'000	
Total des produits	1'208'873	1'177'406

CHARGES		
Charges de fonctionnement	857'997	857'998
Ressources humaines	583'599	557'140
Bureaux d'information St-Cergue/Rolle/Coppet	150'859	153'517
Loyers et charges	60'734	61'812
Intérêts et frais banque + CCP	519	388
Entretien des locaux	3'251	1'592
Entretien informatique	22'495	21'409
Fournitures de bureau	16'903	2'601
Assurances	1'341	1'409
Services industriels	806	1'395
Téléphone/internet/poste	11'276	13'074
Photocopieurs leasing/copies	4'389	5'330
Honoraires et frais (CD, comptable, juridiques)	31'085	31'195
Frais formation et séminaires	10'541	2'768
Abonnements	592	861
Frais généraux et accueil	1'608	1'661
Frais d'engagement de personnel	0	1'138
Tva à payer	2	102
Impôts et taxes	412	608

NRT - PERTES ET PROFITS - (SUITE)	COMPTES 2017	COMPTES 2016
Charges de marketing	323'746	323'746
Cotisations pour tiers	4'170	4'240
Editions documents	68'577	54'325
Promotion, publicité, média et RP	165'957	158'920
Site internet - maintenance et développement	25'501	6'741
Centrale de réservation	918	882
Projets par plateformes	42'272	48'700
Prestations pour tiers	40'351	8'654
Variation des stocks	-24'000	
Amortissements		
Attributions		
Attribution au fonds de communication	0	10'000
Attribution au formation et motivation	0	15'000
Attribution au fonds promotions	0	10'000
Total des charges	1'224'158	1'175'460
Résultat	-15'285	1'946

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

POOL MARKETING LA CÔTE*	2017	2016
Participation NRT	35'000.-	49'000.-
Financement Tiers	50'000.-	68'000.-
Investissements Promotionnels	85'000.-	118'000.-

Au 31 décembre le solde du pool était de CHF 13'672.-, à disposition des trois partenaires.

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

NYON RÉGION TOURISME

AV. VIOLLIER 8 | CP 1288 | 1260 NYON

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

WWW.LACOTE-TOURISME.CH

