



# RAPPORT DE GESTION 2024

Association Touristique Aigle - Leysin - Col des Mosses



## Table des matières

1-2	Chiffres clés & statistiques
3-6	Accueil-informations & prestations tiers
7-16	Promotion & communication
17-20	Expériences clients : offres & réservations
21-26	Expériences clients : événements & animations
27-34	Gestion de la structure: direction & finances
35-38	Gestion de la structure: comité & collaborateurs
40	Remerciements

## Un tourisme fédérateur

*Dans le rapport de gestion 2023, Philippe Pasche, Président de l'Association Touristique Aigle – Leysin – Col des Mosses (ATALC), posait la question du « Tourisme pour Qui ? pour Quoi ? avec Qui ? ». Un plaidoyer pour l'importance du développement d'un tourisme quatre saisons, s'inscrivant dans le développement régional, et bénéfique pour les acteurs de la communauté régionale.*

*Bien que ce constat soit partagé par une large majorité, certaines dissensions apparaissent au sein des acteurs touristiques, selon l'idéal économique et touristique des uns et des autres. Si la diversité des activités et des infrastructures est un avantage concurrentiel important, dont notre région jouit pour accueillir ses hôtes, celle-ci peut aussi représenter un inconvénient lorsque le contexte global se complexifie et demande de prioriser les futurs projets et investissements. Chaque commerçant, chaque entreprise, chaque habitant a une vision propre de sa destination ; nous sommes convaincus que l'échange est un passage important pour mieux comprendre les défis et attentes de chacun.*



*Que ce soit l'office du tourisme ou les associations locales, notamment celles des commerçants, nous pouvons jouer un rôle proactif dans ce travail de réflexion, afin d'aboutir à la création d'une stratégie touristique fédératrice, comme partie intégrante du développement régional.*

*Il est important de s'attarder sur l'importance des actions concrètes qui permettent à la fois d'apporter une plus-value directe à Aigle, Leysin ou aux Mosses, et de fédérer sur le long terme nos acteurs touristiques. En 2024, entre nos offres touristiques, nos animations et nos actions promotionnelles, nous dénombrons plus de 50 partenaires touristiques de tailles, de clientèles et de secteurs d'activités différents avec qui nous avons collaboré à une ou plusieurs reprises. Certes, ces collaborations ne constituent pas encore une vision commune, mais elles permettent d'aborder l'année 2025 avec une conviction profonde que notre région regorge de beaux produits et que nous vivons dans des destinations de caractère qui savent être innovantes et tirer leur épingle du jeu.*

Photo : Mathieu Chassot / Visualps  
LeysinPark

## Gouvernance et mise en lumière

Pour 2024, nous nous étions assignés comme objectif de stabiliser et formaliser le fonctionnement et la gouvernance de l'ATALC, tout en s'inscrivant pleinement dans les travaux engagés par la Communauté des Intérêts Touristiques des Alpes Vaudoises (CITAV).

L'ATALC a poursuivi la restructuration de ses activités et de ses processus internes afin de mieux remplir ses missions et répondre aux attentes des communes fondatrices ainsi que des partenaires touristiques. Parmi les décisions majeures de 2024, nous nous sommes concentrés sur nos activités de base – animations, offres et événements – et avons mis un terme, d'un commun accord avec nos partenaires, à des mandats de gestion, de marketing et de secrétariat. Par ailleurs, la mise à jour de divers aspects de notre politique du personnel et la refonte de notre plan comptable, facilitant une meilleure compréhension des flux financiers internes ont été menés à bien. Au vu des travaux engagés par la CITAV au niveau régional, et ainsi éviter des redondances, nous avons décidé de repousser la mise à jour nécessaire de notre stratégie globale, dans le but d'une coordination à l'échelle des Alpes vaudoises. Au niveau opérationnel, l'ensemble du parc informatique a dû être remplacé ; nous en avons profité pour optimiser la configuration des places de travail.

L'étude de la HES-SO, menée par la CITAV, a analysé la gouvernance touristique des Alpes vaudoises en 2024. Si ce travail a permis de mettre en évidence notamment la complexité de la coordination et de la hiérarchie entre les entités touristiques et de développement économique existantes, il n'a pas pu aboutir à un consensus sur la vision à adopter. Cette étude a également interrogé les missions actuelles, les moyens financiers et les ressources d'Alpes Vaudoises Société Coopérative (AVSC). Elle a débouché sur une étude de repositionnement et la refonte du site internet de la marque Alpes Vaudoises. L'incertitude sur l'avenir de la coopérative a conduit à une année 2024 marquée par de nombreux changements, notamment celui du chef de projet à la tête de AVSC.

Nous constatons que les Alpes vaudoises sont en pleine remise en question de leur gouvernance touristique, et que toutes les entités, dont nous faisons partie, traversent une période d'incertitude. Néanmoins, le travail interne réalisé au sein de notre association depuis deux ans a permis d'apporter une stabilité dans le travail quotidien des collaboratrices et collaborateurs, ainsi qu'une vision partagée au sein de notre comité directeur.

Les années 2025 et 2026 seront résolument dédiées à réviser les stratégies touristiques et organisationnelles de l'ATALC, pour répondre aux attentes et besoins tant de nos partenaires, des acteurs locaux que de nos hôtes. Nous poursuivrons parallèlement dans notre volonté de renforcer et simplifier les structures touristiques régionales, sous les angles de l'efficacité et de l'efficacé. Cela avec la vision d'un renforcement de la promotion et de la gouvernance régionale afin de permettre aux entités locales de se concentrer sur leurs tâches primaires : les animations, l'accueil et l'information de nos hôtes.

Nous tenons à adresser nos remerciements – pour leur soutien, collaboration et confiance – à nos membres, aux partenaires, aux acteurs touristiques, ainsi qu'aux communes de Leysin, d'Ormont-Dessous, d'Aigle et d'Yverne. Un merci particulier va à l'ensemble de nos collaboratrices et collaborateurs pour leur engagement sans faille dans cette période de changement.



**Philippe Pasche**  
Président de l'ATALC



**Alexandre Belogi**  
Directeur de l'ATALC

## Chiffres clés liés à nos principales activités



**45 765**

Entrées au Tobogganing Park Leysin durant l'hiver 2023-24



**204 413**

Fréquentation des remontées mécaniques durant l'hiver 2023-24 à Leysin

**55 522**

Fréquentation des remontées mécaniques durant l'hiver 2023-24 aux Mosses - La Lécherette



**1 372**

Vignettes journalières vendues pour l'accès au domaine nordique Les Mosses - La Lécherette, auxquelles s'ajoutent 15 vignettes « semaine »



**16 767**

Entrées au Château d'Aigle, Musée de la vigne, du vin et de l'étiquette

**1 343**

Visites de l'Usine Hugo Reitzel à Aigle



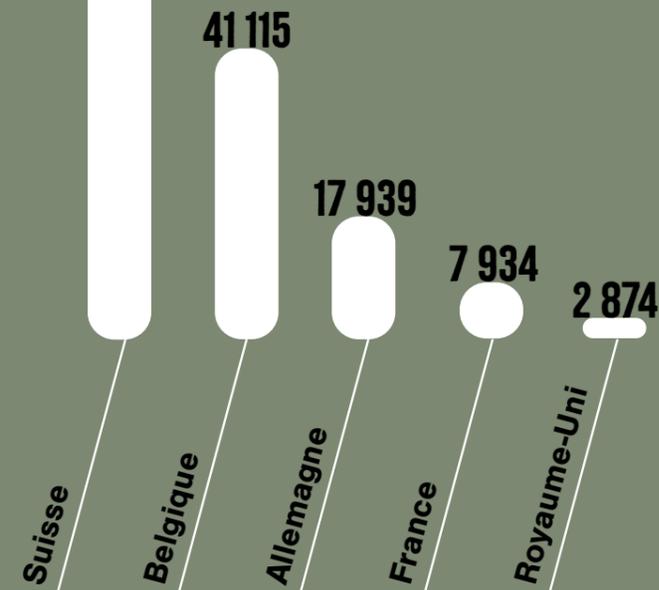
**50 211**

Fréquentation des remontées mécaniques durant l'été 2024 à Leysin

## Top 5 Nuitées par marché dans nos destinations

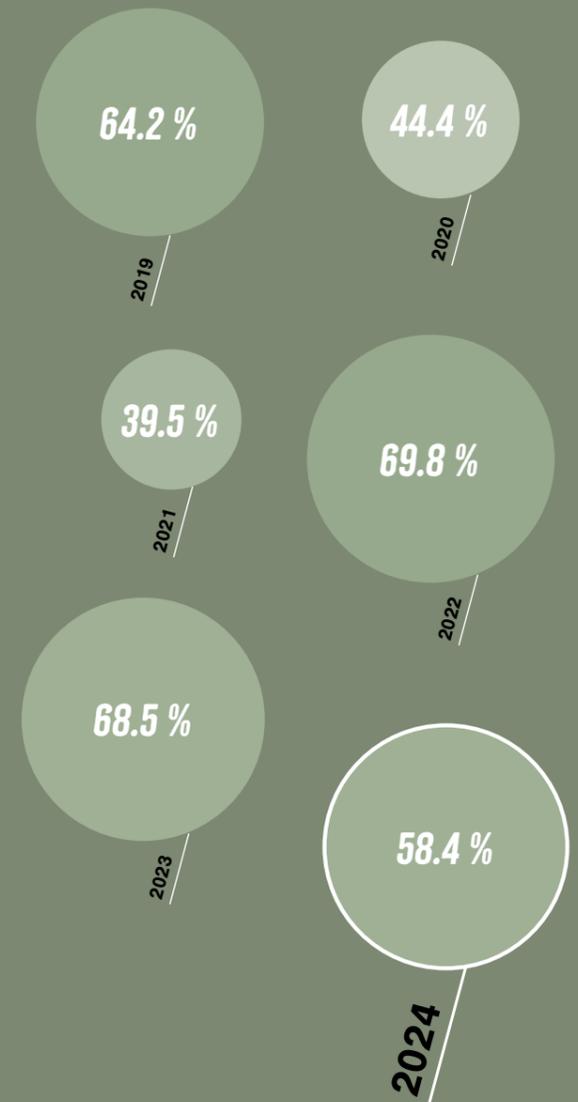
121 321

Cantons les plus représentés selon les statistiques de TourObs



Par comparaison, voici le top 5 des marchés du Canton de Vaud : Suisse, France, États-Unis, Allemagne, Royaume-Uni.

## Évolution du taux d'occupation des chambres des établissements hôteliers dans nos destinations



**207 162**

Nuitées dans nos destinations

Évolution des nuitées hôtelières par rapport à l'année précédente : -4.5%

**2.61 JOURS**

Durée moyenne de séjour hôtelier

Moyenne Alpes vaudoises : 2.24

En 2024, dans les établissements hôteliers, la capacité d'accueil journalière moyenne était de 1 645 lits, soit une augmentation de +33.7 % par rapport à 2023.

Photo : Florian Legrand / Visualps  
Famille au Château d'Aigle

# ACCUEIL-INFORMATIONS & PRESTATIONS TIERS

Assurer le service d'information touristique à Aigle, Leysin, Les Mosses

Assurer une information régulière auprès de l'ensemble des partenaires touchés par le tourisme régional

Statuts de l'ATALC article 2, alinéas 2.a et 1.e

## Météo capricieuse, clientèle pas frileuse

En 2024, nos trois destinations ont connu une forte affluence, portée par les événements et animations des sociétés locales et de nos offices du tourisme. Toutefois, l'hiver en montagne a été marqué par un enneigement insuffisant, impactant les activités de glisse.

La saison hivernale a été témoin de conditions difficiles, avec un manque de neige significatif pour la deuxième année consécutive. Aux Mosses, le domaine skiable a ouvert partiellement mi-décembre et a fermé prématurément fin février, soit un mois plus tôt que la fermeture prévue. Le domaine nordique a pu ouvrir progressivement dès début décembre et a tenu jusqu'à mi-mars. Les vacances de février ont été animées par un nouveau programme proposé par l'office du tourisme, attirant de nombreux visiteurs. À Leysin, bien que le domaine soit resté ouvert partiellement plusieurs semaines, la liaison Solepraz-Parchet n'a pas fonctionné et la piste de ski de fond n'a pas été dammée de la saison. Le Tobogganing Park a dû fermer deux semaines avant la date prévue, soit début mars.

Malgré un hiver peu enneigé, le printemps a tardé à s'installer. Toutefois, nos trois destinations ont accueilli plusieurs événements. Le défi de Pâques, entre Aigle, Leysin et Les Mosses, a attiré de nombreux enfants. À Aigle, les Caves Ouvertes Vaudoises et la dixième édition d'Aig'In Music ont marqué la saison, tandis que la Journée des Communes Vaudoises a été un franc succès. Leysin a accueilli l'avant-dernière étape du Tour de Romandie le 27 avril, sous un soleil radieux. L'ouverture des remontées mécaniques pendant le week-end de Pentecôte a attiré beaucoup de randonneurs.

L'été a débuté avec les marchés-brocantes aux Mosses. Malgré quelques dimanches pluvieux, la saison a été un succès. L'exposition Ailyos Art & Nature a eu lieu pour

la septième édition. Les animations estivales à Aigle ont vu plus de participants que les années précédentes. Les quatre marchés du terroir organisés par l'Association des Commerçants et Artisans de Leysin (ACAL) se sont déroulés de juin à septembre.

L'automne a offert des conditions idéales aux randonneurs. Suite au succès du défi de Pâques, nos offices ont organisé le défi d'Halloween. La fin d'année a vu la quatrième édition de «Décembre en Fête» à Aigle, avec une soirée d'ouverture réussie, comprenant l'arrivée de Saint-Nicolas et l'inauguration de la projection lumineuse sur l'ancienne maison de ville. De nombreuses animations festives ont eu lieu dans nos trois destinations.

L'accueil à l'Espace Graffenried à Aigle, au service postal des Mosses et au centre sportif de la piscine à Leysin est resté un point central de nos actions, reflétant notre engagement à offrir un service de qualité à notre clientèle locale et touristique.

En 2024, l'équipe d'Aigle a connu quelques changements. Les mandats du Château d'Aigle, du Groupement pour la Promotion des Vins d'Aigle (GPVA) ainsi que de la CIVCV ont été repris par leurs entités respectives entraînant le départ de Mme Sarah Ferrari, responsable des mandats, après six ans de loyaux services. À Leysin et aux Mosses, aucun changement majeur n'est à signaler.

### Missions du pôle accueil-informations

- Tenir les points « I » des destinations
- Récolter & transmettre les informations
- Mettre à jour les brochures & le site internet
- Créer de nouvelles brochures
- Gérer les stocks de matériel
- Prendre en charge les mandats externes

## Ressources clientèles

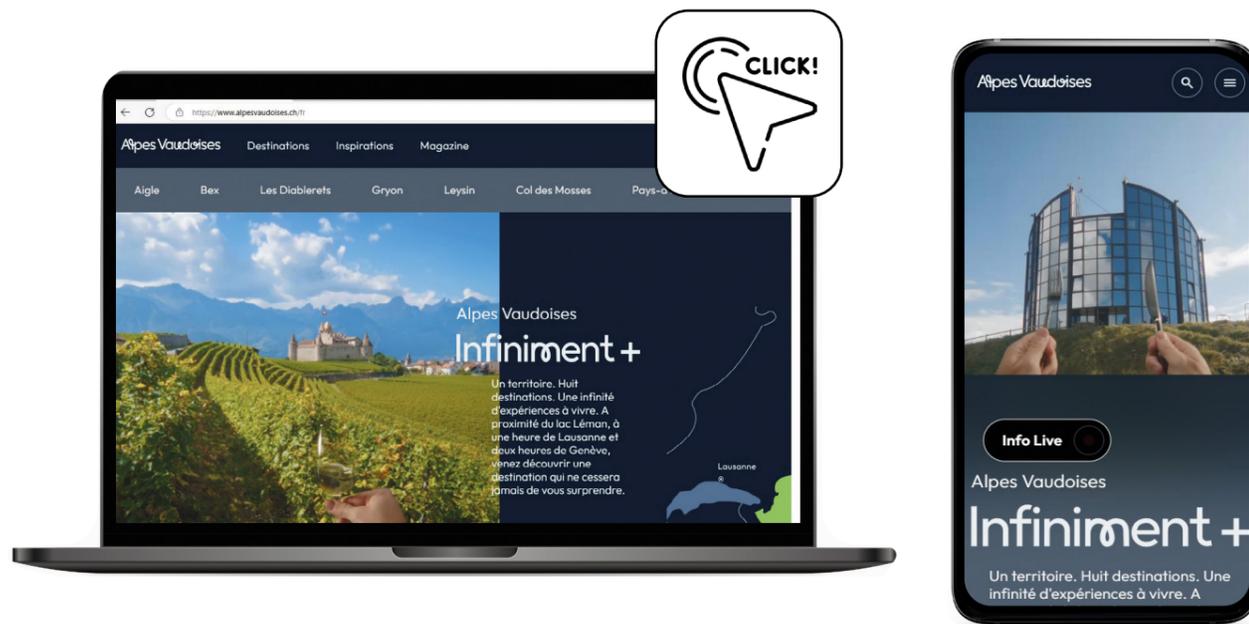
### Nouveau site web alpesvaudoises.ch

Lancé en 2022, le site web Alpes Vaudoises a été entièrement rénové en novembre 2024. Après deux ans d'utilisation des services proposés par Alturos Destination AG, l'entreprise autrichienne initialement retenue pour la réalisation du projet, AVSC a décidé de mettre fin à cette collaboration. Ce changement vise à offrir davantage de flexibilité pour la mise à jour et la création de contenus, ainsi qu'une plus grande réactivité aux demandes de développements, de modifications et de corrections du site internet.

Cette refonte s'est accompagnée de la mise en place d'une nouvelle image de marque : «Alpes Vaudoises, Infiniment +». Cette identité se décline en plusieurs thématiques mettant en avant les principales activités des huit destinations des Alpes Vaudoises :

- Infiniment aventure • Infiniment ski • Infiniment hivernal • Infiniment familial • Infiniment estival
- Infiniment savoureux • Infiniment viticole • Infiniment bien-être • Infiniment patrimoine • Infiniment vélo

Ce nouveau site a renforcé les liens avec Alpes Vaudoises et les autres destinations de la région. Notre équipe a continué d'alimenter le site en contenu et a collaboré avec les divers prestataires touristiques pour valoriser leurs activités.



### Brochures & plans

Cette année, nos brochures et plans ont conservé leur format et leur contenu, garantissant ainsi une information toujours claire et accessible pour nos visiteurs. Sans modification majeure, leur mise à disposition reste une ressource essentielle pour découvrir nos destinations en toute simplicité ou inspirer de nouvelles expériences.

Site web	1	Réseaux sociaux	8
Centrale de réservation	1	Plans & itinéraires	11
Brochures thématiques	7	Éditions du Rendez-Vous	17

## Statistiques de fréquentation

2024 2023 2022 2021

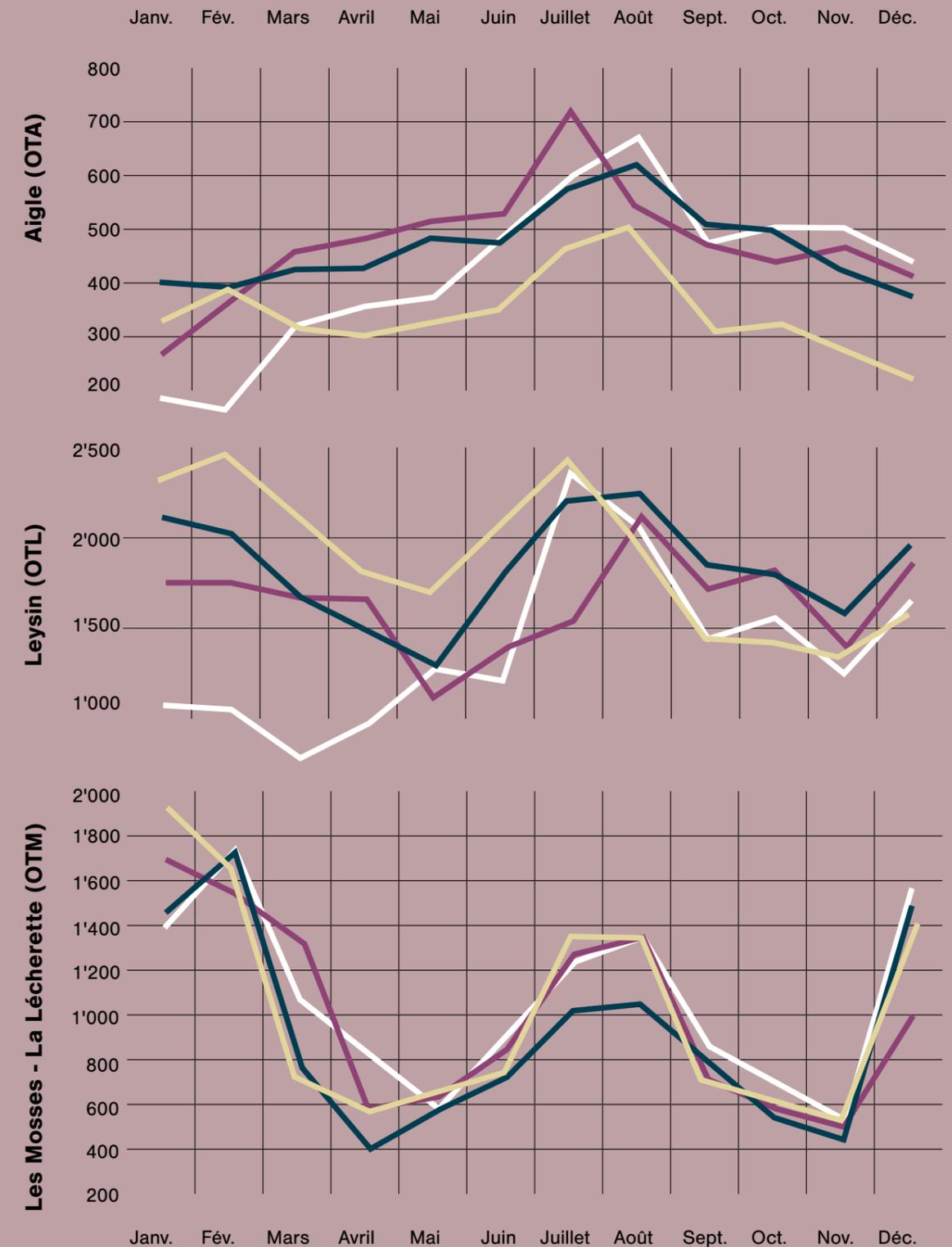


Photo : Florian Legrand / Visualps  
Vue sur la plaine depuis La Forclaz

# PROMOTION & COMMUNICATION

Assurer, en Suisse et à l'étranger, l'activité de promotion touristique à l'échelle et au profit de la région Aigle-Leysin-Col des Mosses

Mettre en valeur et défendre le patrimoine naturel, historique et artistique de la région

Statuts de l'ATALC article 2, alinéas 1.b et 2.d

## L'humain au cœur de nos actions

En 2024, notre stratégie marketing et promotionnelle s'est concentrée sur l'humain et la proximité. Face aux évolutions des habitudes touristiques, nous avons renforcé nos liens avec nos visiteurs, partenaires et acteurs locaux à travers des actions digitales et sur le terrain, valorisant ainsi l'authenticité et la richesse de notre destination.

2024 s'inscrit encore dans une période post-Covid, et nous commençons à constater des évolutions dans les habitudes de consommation de nos clientèles touristiques. Le confinement et le développement des supports digitaux ont modifié les modes d'interaction, rendant le contact avec la clientèle toujours plus complexe.

Dans ce contexte, nous sommes convaincus que notre différenciation passe par la création de liens authentiques et de proximité en remettant l'humain au centre de nos actions.

Les activités en plein air, les produits du terroir et les transports constituent des expériences rendues possibles grâce au savoir-faire et à la passion des acteurs locaux. Afin de valoriser ces compétences, des interviews ont été filmées dans un cadre naturel, mettant en avant la richesse de nos destinations. Cette initiative a reçu un accueil très positif, renforçant ainsi notre communication et notre engagement envers le patrimoine local.

Aller à la rencontre des visiteurs, échanger directement avec eux et leur faire découvrir physiquement nos destinations permet d'établir des liens privilégiés, en complément à notre présence digitale. C'est dans cette optique que nous avons mis en place plusieurs actions concrètes, telles

que : la présence d'un véhicule et d'un stand lors du Tour de Romandie, un stand lors de la Journée des Communes Vaudoises à Aigle, des animations organisées lors des marchés-brocantes aux Mosses.

Tout en renforçant notre proximité avec la clientèle, nous avons également augmenté nos animations proches des commerces et nos offres en collaboration avec nos partenaires touristiques. Nous avons organisé plus de 77 animations au cœur de nos destinations, élaboré 13 offres et mis en place plus de 37 actions promotionnelles avec nos partenaires tout au long de l'année.

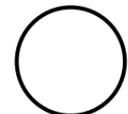
Le renforcement de notre présence sur le terrain s'inscrit en parallèle du développement et de l'optimisation de la stratégie digitale portée par AVSC, dont nous sommes membres. En 2024, la refonte du site internet a nécessité un travail approfondi de définition des contenus à mettre en avant sur les différentes pages. Nous avons également poursuivi des collaborations sur les réseaux sociaux, participé à des visites de presse et pris part aux actions promotionnelles menées par Vaud Promotion.

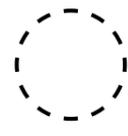
### Missions du pôle promotion & communication

- Élaborer des campagnes spécifiques
- Piloter les projets de création de contenu
- Sponsoriser des événements et athlètes
- Prendre en charge les mandats externes

## À propos de nos actions de promotion

### Publics cibles de nos actions

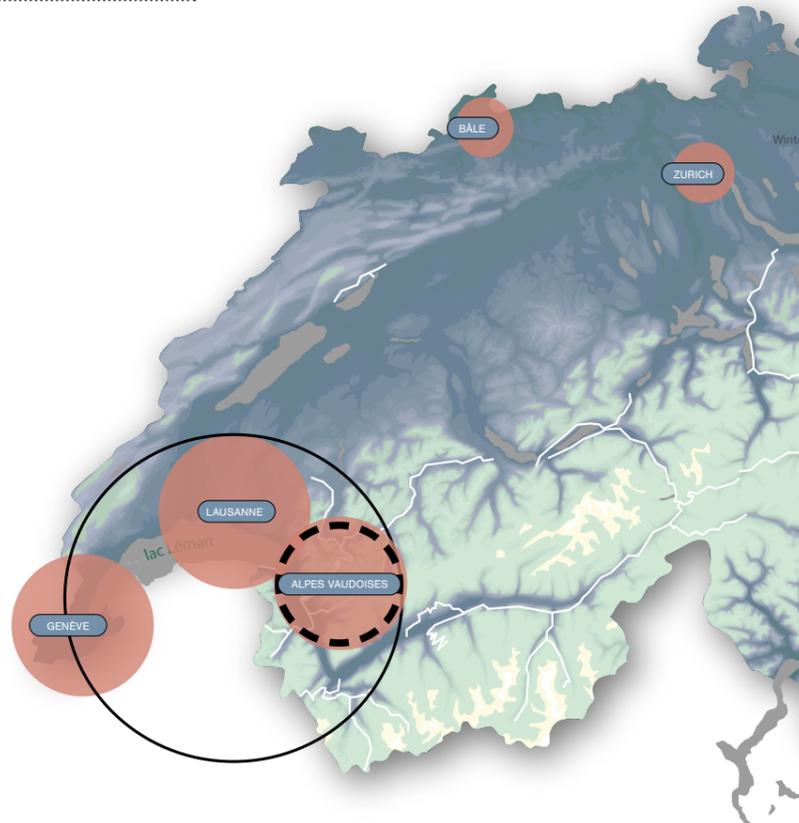
 Zone cible pour nos campagnes saisonnières et de promotion des offres

 Zone cible pour nos campagnes de promotion des événements et animations

 Zones les plus représentées dans nos communautés digitales

**Locaux** Population résidente de nos destinations

**R2** Propriétaires de résidences secondaires dans nos destinations



### Campagnes META : publicités digitales sponsorisées

Nos campagnes sponsorisées ont été activées sur les plateformes de l'entreprise META : Facebook, Instagram. Les publicités apparaissaient dans le fil d'actualité des utilisateurs ou dans d'autres espaces de ces réseaux sociaux et ont permis d'atteindre une audience large et ciblée. En parallèle, nous avons alimenté nos plateformes sociales grâce à du contenu organique, sans investissement financier, dans le but d'engager notre communauté et d'encourager les interactions authentiques.

**PT**

#### Personnes touchées

Nombre d'individus uniques ayant vu ou interagi avec une publicité ou un contenu. Cette métrique permet de mesurer la portée réelle d'une campagne, en comptabilisant chaque personne distincte.

**CPM**

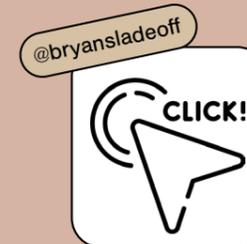
#### Coût par mille impressions

Coût moyen en CHF pour qu'une publicité soit affichée 1'000 fois. En 2024, le CPM moyen mondial des campagnes META se situait autour de CHF 5,77.

## JANVIER - FÉVRIER

### Promotion domaine skiable Leysin - Les Mosses

 Plaine romande  
13-30 ans



### Promotion des offres Aigle, Leysin, Les Mosses

 Locaux, R2, Riviera VD  
18-65 ans et +

 Locaux, R2, pendulaires  
18-65 ans et +

 Plaine romande,  
audience ayant interagi avec  
la campagne hivernale de  
décembre 2023 (re-targeting)  
25-65 ans et +

## ACTIONS HIVER 2023-2024

### PARTENARIAT D'INFLUENCE AVEC BRYAN SLADE

Partenariat payant avec l'influenceur vaudois Bryan Slade sur Instagram @leysintourisme @lesmosses & Tiktok @leysin\_mosses\_tourisme

Décembre 2023 - mars 2024



**+412 000**

VUES DES VIDÉOS  
SUR TIKTOK

**+ 230 000**

VUES DES VIDÉOS  
SUR INSTAGRAM

Bryan Slade

41'000 abonnés sur TikTok

39'000 abonnés sur Instagram

### TOUT-MÉNAGE « OFFRES HIVERNALES »

8'500 exemplaires distribués sur la commune de Leysin et cinq communes de la Riviera vaudoise :

Vevey, Corseaux, Corsier-sur-Vevey, Jongny, La Tour-de-Peilz

Janvier



### AFFICHETTES « WINTER ESCAPADE »

Publicité dans le train Aigle-Leysin

Janvier - mars

### CAMPAGNE META « OFFRES HIVERNALES »

Publicités payantes sur Facebook & Instagram @aigletourisme @leysintourisme @lesmosses

Janvier - février

**233 440**

**PT**

**2.64**

**CPM**

## MAI - JUIN

### Promotion 4 saisons Leysin

📍 Plaine romande  
18-65 ans et +

La voiture, le stand et les animations étaient présents sur les cinq étapes du Tour.

### Promotion 4 saisons Aigle, Leysin, Les Mosses

📍 Locaux, R2,  
hôtes de passage  
18-65 ans et +

### Promotion estivale Aigle, Leysin, Les Mosses

📍 Plaine romande  
18-65 ans et +

Chaque publicité comportait un lien de renvoi sur une page de destination dédiée au portrait sur [www.alpesvaudoises.ch](http://www.alpesvaudoises.ch), avec suggestions d'activités et offres.

Visionner les portraits



# ACTIONS PRINTEMPS-ÉTÉ 2024



### TOUR DE ROMANDIE

Stand ATALC lors des étapes du Tour de Romandie, voiture du tour avec publicité « Leysin ». Animations et distribution de goodies  
18-22 avril

### LEYSIN BIKE FESTIVAL

Stand ATALC sur la place de fête du « Leysin Bike Festival - Coupe suisse de VTT Cross-Country », avec animations, distribution de goodies et de brochures  
8-9 juin

### JOURNÉE DES COMMUNES VAUDOISES - LA VILLE EN FÊTE

Stand ATALC lors de la Journée des Communes Vaudoises à Aigle, avec animations, distribution de goodies et de brochures  
8 juin

### CAMPAGNE META « PORTRAITS DE MÉTIERS » - ÉTÉ PHASE 1

Publicités payantes sur Facebook & Instagram @aigletourisme @leysintourisme @lesmosses  
Campagne visant à mettre en avant les activités et offres par le biais de portraits de neuf partenaires réalisés en 2023.  
Mai - juin



739 559

PT

1,70

CPM

La campagne a reçu un fort engagement sur les réseaux, comme en témoignaient les commentaires Facebook.

## JUILLET - AOÛT

### Promotion des offres Aigle, Leysin, Les Mosses

📍 Locaux, R2,  
Ormont-Dessous,  
Lausanne, Riviera VD  
18-65 ans et +

📍 Clientèle Alpes Vaudoises  
18-65 ans et +

📍 Locaux, R2, hôtes de passage  
18-65 ans et +

Visionner les bandes-annonces



📍 Suisse romande  
25-65 ans et +

📍 Plaine romande,  
audience ayant interagi  
durant la phase 1  
(re-targeting)  
25-65 ans et +

Yves  
Bravo, on ressent toute la passion des bons produits



Sandy  
Incroyable et beau reportage 🤩🤩🤩

ADia Shay  
J'aimerais bien aller directement là bas 🤩

Giovanni  
La Forclaz, souvenir de l'école au bas du village avec des montagnes de neiges, restera pour toujours dans mon cœur. 🇨🇭🇨🇭🇨🇭

Sandrine  
Très beau reportage, on sent que ça vient du cœur.  
Bravo 🤩

### TOUT-MÉNAGE OFFRES ESTIVALES

16'000 exemplaires distribués sur les communes de Leysin, Ormont-Dessous, Lausanne & quatre autres communes de la Riviera vaudoise

Juillet

### NEWSLETTER « OFFRES GOURMANDES » & « NUITS MAGIQUES »

Newsletter Alpes Vaudoises envoyée à 19'000 personnes pour la promotion des offres gourmandes et des « Nuits Magiques »

Juillet

### LES « NUITS MAGIQUES » AU CINÉMA

Diffusion de la bande-annonce vidéo (40 sec.)  
« Le prisonnier du Château d'Aigle » au cinéma Cosmopolis à Aigle  
Juillet (4 semaines de diffusion)

Diffusion des bandes-annonces (40 sec./destination)  
« Les Mystères du Lioson », « Le prisonnier du Château d'Aigle » et « Le secret du Hameau d'Aï » au cinéma Le Régency à Leysin  
Juillet - octobre (14 semaines de diffusion)

### ARTICLES « OFFRES GOURMANDES » & « NUITS MAGIQUES »

Articles pour la promotion des offres estivales dans les journaux Terre & Nature et Le Point Chablais

Juillet - août

### CAMPAGNE META « OFFRES ESTIVALES » - ÉTÉ PHASE 2

Publicités payantes sur Facebook & Instagram @aigletourisme @leysintourisme @lesmosses  
Juillet - août

168 178

PT

1,21

CPM

# ACTIONS ÉTÉ-AUTOMNE 2024

Bas-Valais, Chablais  
18-65 ans et +

Locaux, R2,  
hôtes de passage  
18-65 ans et +

## OCTOBRE

### RHÔNE FM

Interview de 3 min., diffusion de spots radio et de jeux concours pour la promotion des « Nuits Magiques »  
*Août*

### AFFICHAGE DIGITAL DES PUBLICITÉS POUR LES OFFRES ESTIVALES

Diffusion des bandes-annonces « Les Mystères du Lioson », « Le prisonnier du Château d'Aigle » et « Le secret du Hameau d'Aï » ainsi que de publicités pour les « offres gourmandes » de nos trois destinations sur les écrans partenaires de Leysin & Les Mosses  
*Juillet - septembre*

Diffusion des publicités « Nuits Magiques : Le Prisonnier du Château d'Aigle » sur les écrans FrappeCom à Aigle  
*Juillet (2 semaines) & septembre (2 semaines)*

Diffusion des bandes-annonces « Les Mystères du Lioson » et « Le secret du Hameau d'Aï » ainsi que des publicités pour les « offres gourmandes » de Leysin et Les Mosses, sur l'écran géant de TLML SA  
*Juillet - octobre*

### CAMPAGNE META « BALADES AUX MILLE COULEURS »

Publicités payantes sur Facebook & Instagram  
@aigletourisme @leysintourisme @lesmosses  
*Octobre*



899 548

PT

1,11

CPM

La campagne avait comme objectif la mise en avant des sentiers de randonnée aux couleurs d'automne dans nos trois destinations.

## NOVEMBRE - DÉCEMBRE

### Promotion Leysin

Agglomération lausannoise  
13-65 ans et +

Le sponsoring résumé en 30 sec.



Retour sur les événements



### Promotion générale hiver 2024-25 Leysin, Les Mosses

Plaine romande  
18-65 ans et +

# ACTIONS HIVER 2024-2025

### SPONSOR ÉVÈNEMENT « BÔ NOËL - LES MARCHÉS DE NOËL À LAUSANNE »

Action de sponsoring pour la destination de Leysin durant Bô Noël - Les marchés de Noël à Lausanne, au quartier Plateforme10 et à la Place des Pionnières.

#### Supports publicitaires

- Disposition de sept télésièges, d'une télécabine et d'un bob sleigh, rénovés avec lettrage « Leysin »
- Exposition de six photographies grands formats de paysages leysenouds dans l'espace principal de restauration
- Branding « Leysin » de la piste de luge éphémère
- Mise en circulation de 2'500 verres réutilisables « Leysin » sur les divers sites de la manifestation
- Publicités et logo sur les supports officiels de la manifestation (site web, réseaux sociaux, programme, bâches publicitaires)

#### Événements

- Parade Bô Noël : convoi « Leysin Tourisme » lors du cortège officiel en compagnie de TLML SA, de l'École suisse de ski Leysin et de la Jeunesse de Leysin
- Kids Jib Day : journée d'initiation au ski et au snowboard en collaboration avec l'École suisse de ski Leysin, à la piste de luge de Plateforme10. Événement gratuit et à destination des enfants, avec animations et distribution de goodies
- Sponsor de l'événement « Jib Night » à la piste de luge de Plateforme10, organisé par le skatepark de Lausanne

#### Divers

- Création de contenu : deux journées micro-trottoir « Quiz Leysin » à Lausanne, en collaboration avec TLML SA
- Deux après-midis de stand à disposition des membres de l'ACAL pour exposer et vendre leurs produits
- Utilisation de la télécabine pour disposer des flyers et codes QR de renvoi vers les activités de TLML SA

23 novembre - 31 décembre

### CAMPAGNE HIVERNALE SPONSORISÉE

Publicités payantes sur Facebook & Instagram  
@aigletourisme @leysintourisme @lesmosses

Décembre 2024 - janvier 2025

491 148

PT

1,09

CPM

Performances de la campagne au 31.12.2024

# ACTIONS ÉVÉNEMENTS-ANIMATIONS

En 2024, tous les événements et animations touristiques ayant été annoncés dans l'un de nos offices du tourisme ont été intégrés sur nos supports usuels : dépliants Rendez-Vous, site internet (section « agenda »), réseaux sociaux (organique).

24 événements et animations ont également bénéficié d'une campagne META dédiée.

## 400 000 PERSONNES TOUCHÉES

Nombre d'individus uniques ayant vu ou interagi avec une campagne META de promotion d'événements ou d'animations.

En moyenne, les publicités de ces campagnes ont été vues 3,78 fois par individu.

50 000 FOLLOWERS TOTALISÉS

## COMMUNAUTÉ DIGITALE



@aigletourisme



@leysintourisme

@lesmosses



@leysin\_mosses\_tourisme



Association Touristique Aigle - Leysin - Col des Mosses

## 4 380 NOUVEAUX FOLLOWERS

Développement de la communauté digitale, toutes plateformes confondues, soit une moyenne de 12 nouveaux abonnés par jour.

## 6,55 VUES DE NOTRE CONTENU MILLIONS

Nombre total de vues de notre contenu, toutes plateformes confondues. Cette métrique reflète un engagement actif, car les utilisateurs ont choisi de visionner notre contenu.

1,50 million de vues proviennent de notre contenu organique (non payant).

### COLLABORATIONS SUR INSTAGRAM

Les collaborations consistent à travailler avec d'autres comptes Instagram pour co-créditer et partager du contenu (publications ou vidéos communes). Bénéficier de l'audience du partenaire permet d'élargir la portée, de toucher de nouveaux publics et de renforcer l'engagement et la notoriété.

Quelques collaborations notables en 2024 :

43 000 followers

@my\_vaud

Collaboration pilote sur une vidéo touristique. Première collaboration de MyVaud avec une destination du canton.

10 000 followers

@alpesvaudoises

Co-créditation de contenu, collaborations régulières et concours en commun avec AVSC.

174 000 followers

@rtsarchives

Co-créditation et collaboration sur la vidéo interview de Silvio Giobellina avec Les Archives de la RTS.

39 000 followers

@bryansladeoff

Diverses collaborations avec l'influenceur Bryan Slade sur des vidéos humoristiques.

13 300 followers

@bo\_noel\_lausanne

Diverses collaborations avec Bô Noël et ses partenaires durant la manifestation.

## Objets publicitaires (goodies)

En 2024, nous avons enrichi notre gamme de goodies avec de nouveaux articles : porte-clés, bouteilles isothermes, tote bags nude et trois aimants mettant en avant un lieu emblématique par destination. Ces objets ont également été offerts dans le cadre de demandes de lots ou en guise de cadeaux sur les stands.

Par ailleurs, nous avons fait imprimer des timbres personnalisés via l'outil Webstamp de La Poste, avec un design hivernal propre à chaque destination, désormais en vente au guichet – un vrai succès !



## Création de contenu visuel

Nous avons continué de travailler avec divers indépendants de la région proche pour la réalisation de contenu promotionnel. Chaque destination a notamment bénéficié d'une journée de photos et tournage vidéo multi-activités durant l'été. La diffusion de ce contenu est prévue en 2025. Les pages titres de ce rapport sont un aperçu des photos réalisées.

En parallèle, une partie importante de la création de contenu a été internalisée, notamment pour subvenir aux besoins grandissants des plateformes sociales.



Photo : AVSC  
Raquettes à Lioson lors des Nuits Magiques

# EXPÉRIENCES CLIENTS

## OFFRES & RÉSERVATIONS

Assurer, en Suisse et à l'étranger, l'activité de promotion touristique à l'échelle et au profit de la région Aigle-Leysin-Col des Mosses

Mettre en valeur et défendre le patrimoine naturel, historique et artistique de la région

Statuts de l'ATALC article 2, alinéas 1.b et 2.d

## Les Nuits Magiques

L'été 2024 fut la deuxième édition des Nuits Magiques, une expérience à la tombée de la nuit, à la lueur des flambeaux et des lanternes, accompagnée d'un guide et conteur de légendes de la région. Fort de leur succès auprès des prestataires et participants, les Nuits Magiques ont été reconduites en 2024.

### Le Prisonnier du Château d'Aigle

À la tombée de la nuit, Lucie Arlettaz guide les participants à travers le château, chacun équipé d'une lanterne. Le parcours, jalonné de faits historiques et de légendes régionales, mène jusque dans les prisons. Une expérience à la fois captivante et frissonnante :

*«J'ai adoré la manière dont la guide expliquait les faits historiques. Les références à la pop culture aident à mieux visualiser et retenir certains détails ! Hé oui, les archers ne prenaient pas leurs flèches dans leur carquois comme Legolas !» - Pauline*

Pour en savoir plus, vous savez ce qu'il vous reste à faire l'été prochain !

### Le Secret du Hameau d'Aï

En fin de journée, les participants rejoignent le hameau d'Aï pour y déguster des grillades. Puis, ils prennent place au coin du feu et se laissent porter par les contes de Corinne Bezençon, contant les histoires des fées d'Aï. Enfin, tous remontent à la Berneuse à la lueur des flambeaux, pour redescendre dans les cabines illuminées à la lanterne.

*«Une super activité à partager entre amis ou en famille, idéale pour se ressourcer et profiter des magnifiques paysages. Le moment convivial autour du feu où chacun cuit sa saucisse, dans le cadre apaisant du hameau d'Aï, est un véritable plaisir. Et pour finir en beauté, la montée aux flambeaux accompagnée d'un coucher de soleil sur le lac Léman.» - Francine*

### Les Mystères du Lioson

L'accompagnateur en montagne Stéphane Genet accompagne les participants au lac Lioson à la tombée du jour. Une fois arrivés, un apéro est servi sur la terrasse du restaurant, suivi d'une fondue. Ensuite, Stéphane mène le petit groupe sur les rives du lac, où ils allument les flambeaux et découvrent les mystères et légendes qui entourent le Lioson.

*«Un grand merci à Stéphane, notre accompagnateur super sympathique, qui nous a fait voyager lors de cette randonnée, agrémentée de jolies histoires et légendes qui ont su nous faire partager la magie des lieux traversés.» - Jean-Luc*

### Promotion

La communication autour des Nuits Magiques (vidéos, images, flyers) met en lumière les trois sites emblématiques, tout en valorisant le savoir-faire et les connaissances des prestataires locaux et révèle la richesse du patrimoine naturel et historique de chaque lieu.

### Participations



### Calendrier



# De la réservation à l'expérience

En hiver 2024, une nouvelle offre voit le jour : Les Mystères du Lioson – Winter Edition ! Adaptée de l'offre estivale, elle se décline dans un décor tout de blanc vêtu. En bonus en hiver : les participants montent en raquettes et arpentent le lac gelé. Sur 6 dates, 3 ont malheureusement dû être annulées par manque de neige ou mauvaise météo. L'offre est un succès avec 23 participants.

## Winter Escapade • Aigle - Leysin

L'offre classique qui réunit les TPC, les remontées mécaniques et le Kuklos, change de menu en hiver 2024. La fondue Bacchus remplace la traditionnelle fondue ou les röstis. Le prix passe à CHF 70.- (au lieu de CHF 44.-). Les réservations sont en baisse mais l'intérêt demeure. Un bon cadeau spécial Winter Escapade a également fait l'objet d'une large promotion pour Noël.



## Balade en raquettes et flambeaux • Leysin

Malheureusement, cette offre n'a pas pu être réalisée en raison du manque de neige durant l'hiver 2023-2024. Son itinéraire, partant de la carrière des Chamois, passant au-dessus de Prafandaz et se terminant au point de vue, se situe à une altitude trop basse pour être maintenu.



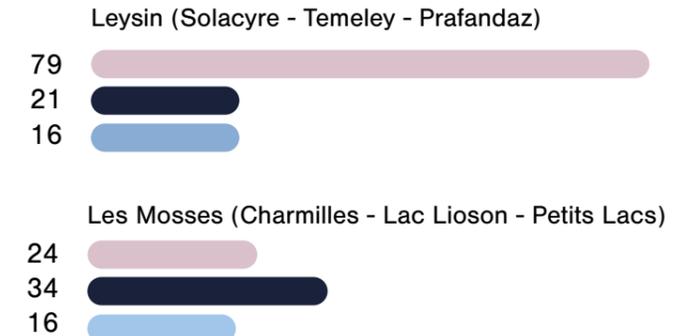
## Initiation au biathlon • Les Mosses

Malgré une saison hivernale courte, les initiations au biathlon ont maintenu leur fréquentation. Dès mi-février, faute de neige au Col, l'activité a été déplacée à Pra Cornet ou adaptée sans ski devant la maison de l'Espace Nordique. La fin de saison a souffert d'une baisse de réservations, Pra Cornet n'étant pas accessible en transports publics ou l'absence de ski de fond freinant la motivation.



## Randonnées gourmandes • Leysin et Les Mosses

Les randonnées gourmandes de Leysin et des Mosses n'ont pas rencontré le succès espéré en 2024, probablement à cause de la météo. De plus, la fermeture de la buvette des Petits Lacs a réduit le parcours à deux pauses gourmandes au lieu de trois.



**Nouveauté :** Une randonnée gourmande incluant une montée en télécabine a vu le jour en 2024 et a rencontré plus de succès que les deux randonnées classiques. Elle proposait de découvrir la Buvette d'Aï, le Refuge de Mayen et le restaurant Chalet Les Fers.

41 PARTICIPATIONS À LA NOUVELLE RANDO !

## Summer Escapade • Aigle - Leysin

Pour la saison estivale, l'offre a retrouvé ses plats traditionnels : la fondue moitié-moitié ou les röstis. Le retour à la formule de base a permis d'atteindre le meilleur score de cette offre ! Avec une croissance continue depuis 2021, elle séduit toujours davantage.



## Lioson Escapade • Les Mosses

Dans le but de dynamiser l'offre, nous avons ajusté la composition et les tarifs. Le fromage a été retiré des prestations incluses car il était souvent oublié, et les enfants de 10 à 14 ans paient désormais le même tarif que ceux de 5-9 ans : CHF 15.- au lieu de CHF 20.-. Toutefois, ces changements n'ont pas porté leurs fruits.



Hiver ou été, les offres dépendent fortement de la météo. Comme la neige s'est faite rare durant l'hiver 2024, certaines offres ont dû être annulées (Balade en raquettes et flambeaux à Leysin), d'autres adaptées (Initiation au biathlon). L'été 2024 tardif et écourté dès fin août n'a pas favorisé les réservations.

### Missions du pôle réservations & offres

- Créer de nouvelles offres attractives
- Coordonner les opérations avec les prestataires
- Gérer les annulations et modifications de réservation

### Pour la partie hébergement

- Gérer les contingents et la saisie sur TOMAS
- Être le point d'entrée pour les propriétaires de biens
- Répondre aux messages des locataires sur Booking et Airbnb
- Traiter les taxes de séjour et tenir les statistiques

# EXPÉRIENCES CLIENTS

## ÉVÉNEMENTS & ANIMATIONS

Proposer une animation de qualité et coordonner l'agenda des manifestations de la région

Collaborer avec les organisateurs de manifestations, d'animations et spectacles d'intérêt touristique et locaux

Promouvoir la région lors de foires, manifestations ou événements

Statuts de l'ATALC article 2, alinéas 2.f, 2.g et 2.h



## Une année au rythme des événements

Entre concerts, marchés festifs et traditions, l'ATALC a animé la région avec de nombreux événements. De la billetterie à l'organisation complète, l'année a été rythmée par une programmation variée, renforçant le dynamisme et le rayonnement de nos destinations.

Aigle Tourisme a contribué activement à plusieurs événements d'envergure, notamment en assurant la billetterie pour le Concert des Oesch's die Dritten qui a rassemblé environ 1'400 spectateurs lors du week-end des 125 ans de la Fanfare Municipale d'Aigle. L'équipe d'Aigle a également participé à l'organisation des Caves Ouvertes Vaudoises et du salon Divinum, en partenariat avec le GPVA et la CIVCV.

Pour clôturer l'année, la quatrième édition de « Décembre en Fête » s'est tenue sur la Place du Marché. Cette édition a bénéficié de plusieurs améliorations, notamment l'installation d'une tente pour plus de confort ainsi que la projection d'une vidéo sur la façade de l'Ancienne Maison de ville pour plus de divertissement. Malgré ces nouveautés, la fréquentation n'a pas connu d'augmentation significative par rapport aux années précédentes.

À Leysin, la cinquième édition de Leysin Village Alpin du Goût a rencontré un franc succès, avec environ 300 participants profitant des diverses animations proposées tout au long de cette semaine dédiée à la gastronomie locale.

Le Noël de la commune de Leysin s'est déroulé sur inscription afin de mieux organiser les animations et instaurer un service à table. La communication en amont a été efficace, avec plus de 730 inscriptions et 70 sans inscription. Grâce à l'implication des

sociétés locales, l'ensemble des convives a été servi en seulement 17 minutes par une équipe de 40 bénévoles, démontrant une organisation fluide et efficace.

La troisième édition du Nouvel An a également confirmé son succès. La soirée continue de séduire un large public. Toutefois, son organisation reste un défi, notamment en raison du manque de main-d'œuvre pour assurer la mise en place d'un tel événement.

Aux Mosses, le manque de neige a malheureusement entraîné l'annulation de la Course internationale de chiens de traîneaux ainsi que du Migros Ski Day. Les Marchés-Brocantes ont connu un démarrage difficile en raison d'une météo capricieuse. Heureusement, la suite de la saison s'est égayée entre concerts, déambulations et initiations en tout genre. Tant le public que les marchands se sont déclarés satisfaits de cette édition.

La grande nouveauté cette année a été la célébration du 1<sup>er</sup> août au Sépey, réunissant l'ensemble des villages d'Ormont-Dessous. Un pari payant, malgré une météo défavorable. De nombreuses animations ont rassemblé un large public et divertit jusque tard dans la nuit, marquant une première édition réussie.

### Missions du pôle animations & événements

- Créer des animations & événements
- Assurer les suivis logistiques et administratifs
- Être partenaire de projets
- Sponsoriser des événements
- Assurer la promotion de l'offre événementielle

6 JOURS  
D'ÉVÉNEMENTS

LEYSIN

ARRIVÉE DE LA 5<sup>ÈME</sup> ÉTAPE



## Le Tour de Romandie

Au printemps 2024, l'ATALC a eu l'opportunité de participer activement au Tour de Romandie, événement cycliste majeur qui s'est déroulé sur six jours au mois d'avril. La présence d'un stand aux couleurs de l'ATALC à chaque village d'arrivée a permis de renforcer la visibilité et d'aller à la rencontre du public.

À chaque étape du Tour de Romandie, un stand itinérant a été installé et démonté, un effort logistique intense assuré par une seule personne, afin de garantir une présence sur tout le parcours. Au stand, les visiteurs pouvaient participer à divers jeux permettant de remporter des goodies et, pour les plus chanceux, un MagicPass. En plus des animations, de la documentation sur la destination de Leysin était mise à disposition. Cependant, il a été constaté que la majorité des participants venaient principalement pour tenter de gagner quelque chose plutôt que par un réel intérêt pour la destination.

En parallèle, une voiture publicitaire aux couleurs de Leysin a circulé après les coureurs tout au long de l'épreuve, renforçant l'impact visuel et attirant l'attention sur la destination.

L'arrivée à Leysin, le cinquième jour, a été un véritable succès. Sous un soleil radieux et une météo estivale furtive (entre cinq jours de pluie), de nombreux spectateurs étaient présents pour assister à l'arrivée. L'organisation des espaces pour les journalistes a été très appréciée, et l'animation prévue pour les enfants, notamment le «Petit tour», spécialement conçu pour eux, a rencontré un vif succès. Cette mini-parade non chronométrée a offert aux jeunes participants l'opportunité de vivre l'expérience d'une arrivée de course cycliste comme de véritables champions. Le parcours démarrait à la Place du Marché et se terminait à la ligne d'arrivée officielle, où les enfants pédalaient les derniers mètres du tracé sous les encouragements du public avant de monter sur le podium pour une photo souvenir.

En résumé, cette participation au Tour de Romandie a été une expérience enrichissante qui a contribué à renforcer la notoriété de la destination.

## Du renouveau côté animations

L'année 2024 a été marquée par de nombreuses nouvelles animations. Dans un esprit de collaboration, les équipes des offices de tourisme d'Aigle, de Leysin et des Mosses ont uni leurs forces pour proposer trois jeux de piste avec des défis ludiques à l'occasion de Pâques et d'Halloween. Ce concept inédit a permis à environ 60 familles de (re)découvrir les villages et de gagner une récompense encore plus grande en complétant les trois parcours. Ces jeux ont rencontré un franc succès attirant près de 630 enfants sur l'ensemble des destinations.

Le «Golf hors-piste» a aussi été lancé dans les trois destinations. Ce concept innovant a permis aux participants de pratiquer une forme originale de golf sur neige ou dans un environnement atypique avec divers mini-parcours. L'événement a rassemblé 70 personnes aux Mosses et à Leysin, mais n'a malheureusement pas trouvé son public à Aigle.

L'équipe d'Aigle Tourisme a organisé pour la première fois une chasse aux œufs au Château. Cette animation a dépassé toutes les attentes, rassemblant plus de 180 enfants. Du côté des animations estivales, une initiation au golf a également été ajoutée au programme, et a rencontré un grand succès avec un total de 82 inscriptions.

À Leysin, l'été a vu l'apparition d'une nouvelle animation : des séances de cinéma en plein air. Deux projections ont été organisées, attirant 140 personnes au total, principalement des locaux. Pour cette occasion, l'ATALC a proposé des nocturnes afin de dynamiser le commerce local. Cependant, seul un commerçant y a participé. La première édition de «La P'tite Place» à Leysin, durant les vacances de Noël, a été très appréciée. Environ 250 personnes ont reçu un verre de thé ou vin chaud à la Place Large. Deux commerçants étaient présents pour vendre leurs produits dans une ambiance musicale chaleureuse. Les touristes ont apprécié cet accueil et les commerçants se sont déclarés satisfaits de leurs ventes et de la visibilité offerte par cet événement.

Aux Mosses, la première édition de la «Winter Party» a vu le jour en février avec son lot d'animations pour petits et grands. Une journée de fête qui a attiré plus de 150 participants et qui s'est poursuivie jusqu'au petit matin avec un grand bal populaire. Des contes, des spectacles inédits, des nouvelles animations estivales lors du marché-brocante, mais aussi l'offre Multisport à la Maison de l'espace nordique ont ainsi contribué à animer la station toute l'année.

Ces nouvelles animations démontrent l'importance d'innover en renforçant les collaborations intercommunales pour inciter le public à profiter des attraits des trois destinations.

77 ANIMATIONS  
PROPOSÉES

8 595

PARTICIPATIONS



# RÉTROSPECTIVE ÉVÉNEMENTS 2024



Ces événements sont ceux pour lesquels l'ATALC a (et/ou) : apporté une aide financière, humaine ou logistique, a été l'organisateur ou membre du comité organisateur, a participé à l'élaboration des outils de communication.

La liste ne représente pas l'intégralité et la diversité des événements, animations et manifestations ayant eu lieu sur nos destinations durant l'année 2024.

Photo : Marcellin Piguet  
Marcheuse sur un pont à Aigle

## Analyse et transparence dans un environnement complexe

En 2024, nous avons poursuivi les initiatives amorcées en 2023, en renforçant notre collaboration avec AVSC et en réorganisant nos processus internes. L'année a également été marquée par des avancées en matière de finances, gestion des risques et gouvernance touristique.

L'année 2024 a consolidé les démarches amorcées en 2023, avec une attention particulière portée à l'intégration d'AVSC. Cette collaboration a nécessité la mise en place de nouveaux processus de fonctionnement entre nos entités sur les actions promotionnelles d'envergure nationale et internationale menées en lien avec Vaud Promotion. Ces ajustements visent à renforcer la coopération et à faciliter une approche plus harmonieuse pour le développement touristique local.

En termes de réorganisation interne, nous avons poursuivi le travail sur les conditions cadres de l'Association avec le mandat d'une entreprise externe pour l'analyse de notre portefeuille d'assurances dont les résultats seront présentés en 2025. Ces analyses poseront les bases d'une gestion des risques plus précise et permettront d'optimiser notre couverture pour les années à venir.

Pour les finances, 2024 a été marquée par l'officialisation du nouveau plan comptable, qui se veut plus transparent et détaillé, notamment concernant les dépenses liées aux trois destinations que nous couvrons. Ce plan comptable clarifie les flux financiers et offre une meilleure visibilité sur les budgets alloués à chaque destination. En parallèle, nous

avons entrepris une analyse des coûts de structure et des charges salariales de l'ATALC à partir de nos timbrages. Cette démarche vise à optimiser l'allocation des ressources et à garantir une gestion plus précise de nos dépenses.

Concernant la gouvernance touristique, l'étude menée avec la HES-SO depuis 2023 a continué à produire des résultats en 2024. Les conclusions et présentations effectuées cette année ont mis en évidence la nécessité d'une réorganisation de la gouvernance touristique, tant au sein des entités de promotion que des entités chargées du développement de l'offre touristique. Cette réorganisation vise à clarifier les rôles de chacun et à améliorer la coordination des actions au sein des offices du tourisme et des entités régionales.

L'année 2025 s'annonce cruciale pour l'évolution de nos activités et de nos missions. Nous mettrons un accent particulier sur la définition claire du rôle de l'ATALC, afin de mieux communiquer avec nos clientèles touristiques. Cette réflexion stratégique sera primordiale pour garantir la pertinence de nos actions face à l'évolution du contexte touristique régional.

# GESTION DE LA STRUCTURE

## DIRECTION & FINANCES

Représenter les intérêts de la région Aigle-Leysin-Col des Mosses au plan régional, cantonal, national et international

Proposer les structures et services conformes à ses objectifs

Développer le tourisme sous toutes ses formes

Statuts de l'ATALC article 2, alinéas 1.c, 2.e et 1.a

### Missions internes

Mener l'équipe de collaboratrices & collaborateurs  
Assurer la gestion financière et administrative de l'ATALC  
Adapter les ressources aux défis actuels du secteur du tourisme  
Proposer les structures et services conformes aux destinations

### Missions externes

Représenter les intérêts de l'ATALC  
Initier & soutenir des projets en adéquation avec les enjeux actuels  
Mettre en place les stratégies de marketing & de développement de l'offre touristique

## Comptes 2024

Vous trouverez, dans les pages suivantes, la présentation des comptes de l'exercice 2024.

### Remarques générales

- C'est le 15<sup>ème</sup> exercice complet de l'Association Touristique Aigle-Leysin-Col des Mosses. Il comprend la gestion des trois offices.
- La validation du budget est de la compétence du Comité Directeur. Le budget 2024 a été validé en 2023 et présenté à l'Assemblée générale.
- Un nouveau plan comptable a été adopté. Basé sur la clé de répartition CITAV (Leysin 54.53%, Aigle 24.71%, Mosses 20.76%), il vise un but de transparence vis-à-vis des communes. Ceci rend impossible une comparaison annuelle de certains groupes de charges.
- Les comptes 2024 suivent le budget établi et sont équilibrés. Les trois communes continuent à nous soutenir selon la clé de répartition initiale.
- Le Comité Directeur avait demandé à l'organe de révision de porter un regard particulier aux charges sociales, comptes transitoires et aspects fiscaux. Les deux premiers thèmes ont été traités lors de la révision de l'exercice 2023 ; le troisième – notamment axé sur la TVA – a été effectué au printemps. Cet exercice a fait l'objet de concordances pour les années 2019 à 2023.

Afin de simplifier la lecture et faciliter la compréhension, nous vous donnons les informations ci-dessous.

### Au niveau du Bilan

- *Créances clients* : malgré un montant relativement élevé, aucun débiteur important n'est à risque.
- *Actifs de régularisation* : l'unique montant ouvert nous a été versé début janvier.
- *Immobilisations financières* : nous avons dû fournir des garanties pour les cartes de crédit.
- *Passifs de régularisation* : ce poste comprend notamment des créances pour lesquelles nous n'avons pas reçu les factures à fin 2024, de soldes de vacances et heures supplémentaires et d'engagements pris pour le renouvellement du matériel informatique pour lequel les factures nous seront fournies en 2025.

### Au niveau du compte de pertes et profits

Les produits sont dans l'ensemble équilibrés. Quant aux charges, certains postes amènent les commentaires suivants :

- *Expériences clients (animations, manifestations, offres)* : un montant non budgété a été octroyé à Décembre en Fête et un passif de régularisation en lien avec les engagements pris envers Aigle Ville Suisse du goût a été constitué. À Leysin, les fêtes de Noël et du Nouvel An ont coûté plus qu'escompté. Aux Mosses, les charges liées au biathlon et aux offres ont été légèrement supérieures.
- *Promotion et communication (campagnes marketing, visites de presse, matériel publicitaire)* : une marge budgétaire a permis de réaliser des actions marketing non prévues initialement.
- *Charges de personnel* : ces charges sont légèrement inférieures au budget et comprennent la provision constituée pour les heures supplémentaires et soldes de vacances.
- *Charges de structures et organes (cotisations, frais administratifs et de représentation)* : les cotisations institutionnelles sont légèrement supérieures au budget. Les frais administratifs incluent une indemnité présidentielle de CHF 18'000.-.
- *Charges informatiques* : un complément de passifs de régularisation a été constitué au vu du règlement du nouveau matériel informatique acquis en 2025.

L'exercice 2024 a fait l'objet d'une gestion rigoureuse des dépenses, sans pénaliser notre mission principale. Nous bouclons l'exercice avec une perte de CHF 9'405.28 que le comité propose de reporter à nouveau.



### RAPPORT DE L'ORGANE DE REVISION

à l'assemblée générale ordinaire des membres de l'Association Touristique Aigle – Leysin – Col des Mosses

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels (bilan et compte de résultat) de l'Association Touristique Aigle – Leysin – Col des Mosses pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2024.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au comité de direction alors que notre mission consiste à vérifier ces comptes et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

Notre révision a été effectuée selon les principes de la profession en Suisse. Ceux-ci requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons révisé les postes des comptes annuels et les indications fournies dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation, ainsi que la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

Lausanne, le 20 mars 2025

Ofico  
Fiduciaire SA

Signature électronique qualifiée - Droit suisse  
Grégoire André  
Réviseur responsable

Signature électronique qualifiée - Droit suisse  
Roberto Francioli

Annexes :

- Comptes annuels

## ASSOCIATION TOURISTIQUE AIGLE-LEYSIN-COL DES MOSSES

Bilan au 31 décembre	2024	2023
	CHF	CHF
<b>Actif</b>		
Caisses	6'006.90	10'297.75
Postfinances c/c	74'759.21	32'531.08
Banques c/c	155'984.82	171'964.26
<b>Trésorerie et actifs cotés en bourse détenus à court terme</b>	<b>236'750.93</b>	<b>214'793.09</b>
Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services	33'051.70	15'934.55
./. Provision pour pertes sur débiteurs	-4'000.00	-4'000.00
<b>Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services</b>	<b>29'051.70</b>	<b>11'934.55</b>
Stock marchandises	5'619.50	8'978.70
<b>Stocks et prestations de services non facturées</b>	<b>5'619.50</b>	<b>8'978.70</b>
Actifs de régularisation	1'179.50	34'106.10
<b>Actifs de régularisation</b>	<b>1'179.50</b>	<b>34'106.10</b>
<b>Actif circulant</b>	<b>272'601.63</b>	<b>269'812.44</b>
Dépôt de garantie	8'070.14	8'025.00
Titres	201.00	201.00
<b>Immobilisations financières</b>	<b>8'271.14</b>	<b>8'226.00</b>
Mobilier et machines de bureau	1.00	1.00
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>
<b>Actif immobilisé</b>	<b>8'272.14</b>	<b>8'227.00</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>280'873.77</b>	<b>278'039.44</b>

## ASSOCIATION TOURISTIQUE AIGLE-LEYSIN-COL DES MOSSES

Bilan au 31 décembre	2024	2023
	CHF	CHF
<b>Passif</b>		
Créanciers-fournisseurs	66'548.05	65'275.08
<b>Dettes résultant de l'achat de biens et de prestations de services</b>	<b>66'548.05</b>	<b>65'275.08</b>
Autres dettes	7'903.60	14'936.60
TVA à payer	6'177.10	5'273.09
<b>Autres dettes à court terme</b>	<b>14'080.70</b>	<b>20'209.69</b>
Passifs de régularisation	161'792.70	144'697.07
<b>Passifs de régularisation</b>	<b>161'792.70</b>	<b>144'697.07</b>
<b>Capitaux étrangers à court terme</b>	<b>242'421.45</b>	<b>230'181.84</b>
<b>Capitaux étrangers</b>	<b>242'421.45</b>	<b>230'181.84</b>
Capital	22'614.03	22'614.03
Bénéfice reporté	25'243.57	24'596.51
Résultat de l'exercice	-9'405.28	647.06
<b>Capitaux propres</b>	<b>38'452.32</b>	<b>47'857.60</b>
<b>Total du passif</b>	<b>280'873.77</b>	<b>278'039.44</b>
<b>Engagements hors bilan</b>	CHF	CHF
Engagements de leasing non portés au bilan	8'800.25	20'603.45

## ASSOCIATION TOURISTIQUE AIGLE-LEYSIN-COL DES MOSSES

Compte de résultat de l'exercice	Comptes 2024	Comptes 2023
	CHF	CHF
<b>Exploitation</b>		
Subvention communale Leysin	896'000.00	796'000.00
Subvention communale Aigle	258'000.00	238'000.00
Subvention communale Ormont-Dessous	286'000.00	246'000.00
Subvention communale Yverne	10'000.00	10'000.00
Cotisations membres	47'297.00	31'500.00
Accueil-informations	62'037.33	76'756.20
Expériences clients	62'453.45	78'554.00
Promotion et communication	5'577.90	193'285.20
Prestations fournies pour des tiers	159'476.20	87'169.50
Produits financiers	869.24	717.90
<b>Produits nets des ventes de biens et de prestations de services</b>	<b>1'787'711.12</b>	<b>1'757'982.80</b>
Accueil-informations	-81'671.03	-30'319.57
Expériences clients	-185'315.69	-181'502.90
Promotion et communication	-129'180.65	-130'952.08
Charges de personnel	-1'199'477.20	-1'207'411.55
Charges d'administration et de gestion	0.00	-212'841.94
Charges de structures et organes	-49'571.60	0.00
Charges informatiques	-64'858.75	0.00
Autres charges d'exploitation	-67'359.28	0.00
Charges financières	-1'591.90	0.00
Impôt préalable non récupérable	-21'743.00	0.00
Pertes sur débiteurs	-2'154.60	-2'307.70
Variation provision pour pertes sur débiteurs	0.00	8'000.00
<b>Charges d'exploitation</b>	<b>-1'802'923.70</b>	<b>-1'757'335.74</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-15'212.58</b>	<b>647.06</b>
Produits exercices précédents	7'465.20	0.00
Charges exercices précédents	-1'657.90	0.00
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>-9'405.28</b>	<b>647.06</b>



# GESTION DE LA STRUCTURE

## LE COMITÉ

Veille à la bonne marche de l'Association  
Gère les rapports avec les autorités et les institutions touristiques de la région  
Définit la stratégie, examine et adopte le budget ainsi que le rapport d'activité et les comptes

Statuts de l'ATALC article 22, alinéas a, c et d

## LES COLLABORATEURS

Exécutent les différentes tâches figurant dans le descriptif de fonction  
Mettent en valeur les destinations d'Aigle, de Leysin et du Col des Mosses  
Appliquent un sens de la convivialité de l'accueil tant lors de services à la clientèle que lors de rapports entre collaborateurs

Règlement du personnel interne / contrat de travail

N.B. : Les informations données dans ce chapitre font état de la situation au 31.12.2024

### Comité directeur

**Philippe PASCHE** • Président  
**Marc-Frédéric OTT** • Vice-Président & Représentant écoles internationales  
**Stéphane MONTANGERO** • Représentant Municipalité Aigle  
**Laurence HABEGGER** • Représentante Municipalité Leysin  
**Raphaële BRUGGER** • Représentante Municipalité Ormont-Dessous  
**Edouard CHOLLET** • Représentant Municipalité Yverne  
**Yvan TAUXE** • Représentant Télé Leysin-Col des Mosses-La Lécherette  
**Alain EMERY** • Représentant Groupement des vigneron  
**Rémi SERRA** • Représentant Association des Commerçants et Artisans Leysin  
**Guy-John PASCHE** • Représentant Espace nordique  
**Sandrine MERMOD** • Représentante Écoles de Ski

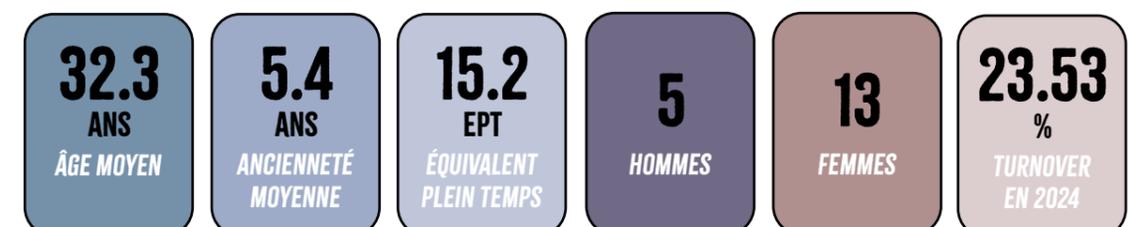
### Direction

**Alexandre BELOGI**

### Membres

**28** Membres individuels    **52** Membres commerçants    **15** Membres sympathisants  
**11** Membres actifs    **6** Membres propriétaires

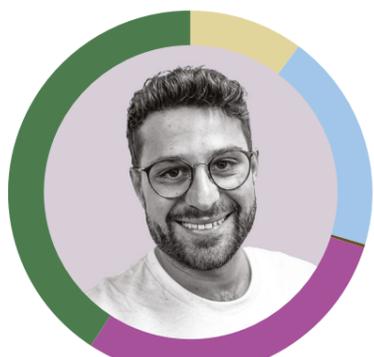
### Collaborateurs, quelques chiffres\*



\*sans les auxiliaires

# LEYSIN

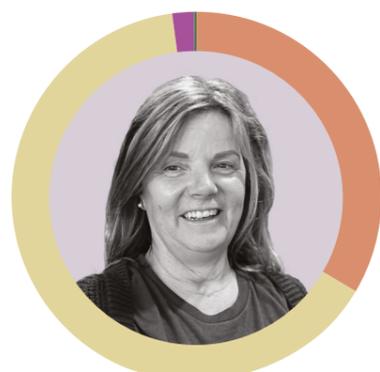
## Siège administratif de l'Association



**Alexandre Belogi**  
Directeur



**Julie Bolomey**  
Responsable événements  
ATALC & animations Leysin



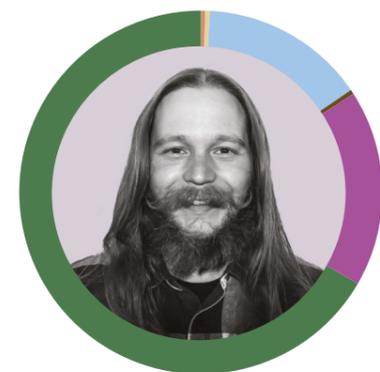
**Dolores Bonnot**  
Responsable accueil-  
information



**Charlotte Falcy**  
Responsable contenu  
& médias sociaux



**Audrey Freiburghaus**  
Responsable contenu, offres  
& centrale de réservation



**Jonas Froment**  
Responsable  
contenu & web



**Nadia Munford**  
Collaboratrice accueil-  
information



**Maud Oguey**  
Stagiaire accueil-  
information



**Theo Roux**  
Stagiaire accueil-information



**Cyrielle Roussy**  
Comptable



**Zorica Vukojevic**  
Resp. administration & RH

# LES MOSSES - LA LÉCHERETTE



**Camille Gander**  
Responsable bureau



**Jonathan Kemmat**  
Collab. accueil-information  
& responsable animations



**Nadège Mouette**  
Collaboratrice accueil-  
information

# AIGLE



**Michelle Rahmé**  
Responsable bureau



**Gianni Alcas Bütikofer**  
Stagiaire accueil-  
information



**Sarah Ferrari**  
Assistante marketing  
& collab. accueil-information



**Chloé Meylan**  
Chargée en  
communication digitale

- Accueil-information
- Prestations pour tiers
- Expérience client : offres & hébergement
- Expérience client : animations & événements
- Gestion de la structure
- Promotion-communication

## AUXILIAIRES

Philippe Bonnot, Lisa Gaillard, Amandine Gross, Céline Lugin

## Remerciements

Les Municipalités d'Aigle, de Leysin, d'Ormont-Dessous et d'Yverne  
Les Conseils Communaux  
Le Comité Directeur et le Comité restreint  
Vaud Promotion  
Alpes Vaudoises Société Coopérative  
Le Comité de la Communauté d'Intérêt Touristique des Alpes Vaudoises  
Chablais Région  
Le Comité de l'Association du Château d'Aigle  
Le Comité de la Communauté Interprofessionnelle des Vins du Chablais vaudois  
Le Comité du Groupement pour la Promotion des Vins d'Aigle  
Les membres de l'Association  
Les partenaires et prestataires de nos destinations



## IMPRESSUM

### Photographies

Sarah Bizzini  
 Antoine Carrere  
 Mathieu Chassot  
 José Crespo  
 Charlotte Falcy  
 Jonas Froment  
 Camille Gander  
 Florian Legrand  
 Matthias Lehmann  
 Nadège Mouette  
 Marcellin Piguet  
 Nikita Thévoz  
 AVSC  
 Hugo Reitzel  
 SwissCycling



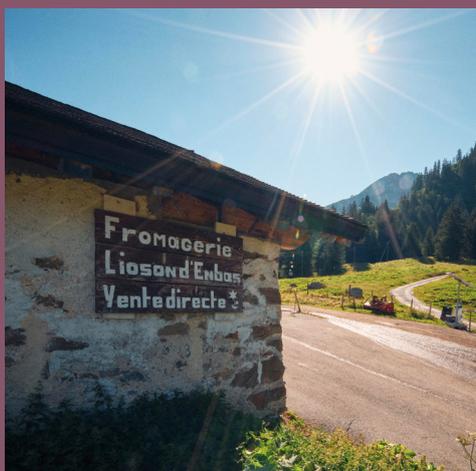
### Couverture

Marcellin Piguet

### Mise en page

ATALC

Imprimé en mai 2025  
 chez Cavin-Baudat.



## Association Touristique Aigle - Leysin - Col des Mosses

Route de la Cité 27  
 1854 Leysin

+41 (0)24 493 33 00

[www.aigle-leysin-lesmosses.ch](http://www.aigle-leysin-lesmosses.ch)

