

RAPPORT ANNUEL 2016

LAUSANNE TOURISME



SOMMAIRE

1 ÉDITORIAL

2 DIRECTION

NOS SERVICES

4 MARKETING & VENTES

8 COMMUNICATION - DIGITAL SOLUTIONS

10 COMMUNICATION - ÉDITIONS & RELATIONS PUBLIQUES

12 INFORMATION

13 CONGRÈS & MANIFESTATIONS

14 GESTION & ADMINISTRATION

18 LES COMPTES

22 RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION

23 MEMBRES DES ORGANES DE LAUSANNE TOURISME

24 RÉTROSPECTIVE

ÉDITORIAL



2016: FORTE CROISSANCE DU TOURISME LAUSANNOIS!

Les résultats des nuitées hôtelières de Lausanne et agglomération sont excellents en 2016, avec une croissance de plus de 6%, soit 1'202'969 nuitées. Ils découlent en grande partie du dynamisme économique de la région et de l'émergence de nos centres de compétences dans les domaines du sport, de la santé, de l'éducation et de la recherche. Le développement d'un Cluster Sport International et la réalisation du Centre du cancer Agora vont certainement favoriser cette situation privilégiée ces prochaines années.

Grâce à ces éléments, le tourisme d'affaires se porte bien et influence fortement les excellents résultats de notre destination. Mais le tourisme de loisirs n'est pas en reste et croît également. C'est pourquoi Lausanne Tourisme va maintenir ses efforts et continuer à développer ses opérations sur ce segment, notamment autour d'événements existants comme Bô Noël, Lausanne Lumières ou Programme Commun, mais aussi en s'investissant dans l'organisation d'événements sportifs majeurs comme le Championnat du monde de hockey et les JOJ d'hiver en 2020. Cette offre va également s'étendre avec l'ouverture à l'automne 2017 d'Aquatis et en 2019 puis 2021 de Plateforme 10.

Ces évolutions impliquent de nombreux défis pour Lausanne Tourisme mais notre organisation doit surtout prendre en compte le fait que le comportement

des touristes a considérablement évolué ces dernières années. Désormais, ils axent de plus en plus leur séjour sur des expériences uniques à vivre. Pour répondre à ces nouvelles tendances, notre équipe innove sans cesse en adaptant les supports d'information et de communication (refonte des brochures d'accueil) ou en en créant de nouveaux (création d'une brochure d'appel et d'un blog, participation au guide Hachette «Un GRAND Week-end à LAUSANNE»). Cette évolution se poursuivra en 2017 avec la sortie de notre nouveau site Internet et quelques autres surprises.

Ces chiffres réjouissants ne résultent pas uniquement du travail de nos équipes que nous tenons à féliciter pour leur engagement. Ils sont étroitement liés au précieux soutien et au travail de l'ensemble des partenaires touristiques avec qui nous collaborons au quotidien. Nous souhaitons vivement remercier la Ville de Lausanne et sa municipalité, Hôtellerie Lausannoise, Le Fonds pour l'Équipement Touristique de la Région Lausannoise (FERL), l'Office du Tourisme du Canton de Vaud ainsi que Suisse Tourisme. Nous tenons à adresser des remerciements particuliers à notre vice-président M. Daniel Brélaz pour son inconditionnel soutien et ses précieux conseils pendant 16 ans. Nous exprimons également notre reconnaissance envers M^e Jean Heim qui quitte notre Comité de direction après 13 ans. Un grand merci à tous les deux!

Pierre-Olivier Wellauer
Président

Steeve Pasche
Directeur

DIRECTION

 **Steeve Pasche**, Directeur
pasche@lausanne-tourisme.ch

11'500

exemplaires de
«Un GRAND Week-end à LAUSANNE»
vendus en 6 mois

+6,2%

de progression des nuitées hôtelières
en 2016

+19%

de nuitées hôtelières durant les 4
dernières années

En 2016, Lausanne marque deux records: deuxième record absolu du nombre de nuitées hôtelières pour la destination et deuxième fois de son histoire que la destination franchit la barre des 1'200'000 nuitées.

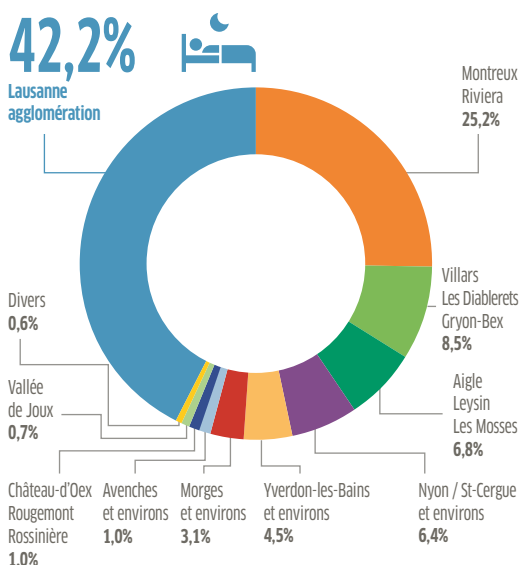


NUITÉES HÔTELIÈRES EN 2016: DEUXIÈME RECORD ABSOLU

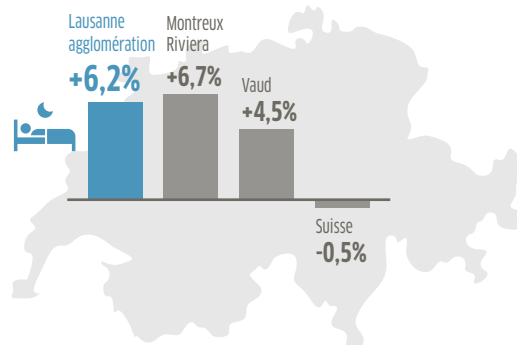
En 2016, les nuitées hôtelières de Lausanne agglomération ont augmenté de 6,2% pour atteindre 1'202'969, soit le deuxième résultat de l'histoire lausannoise, à quelque 15'000 nuitées du record absolu enregistré lors de l'exposition nationale de 1964. En 20 ans, le nombre de nuitées a ainsi plus que doublé.

Lausanne reste la première destination du canton avec 42,2% des nuitées, suivie par Montreux, la somme des deux représentant 67,4% des nuitées hôtelières du canton de Vaud en 2016. Cela s'explique notamment par l'accroissement du nombre de lits qui a provoqué une baisse des prix des chambres. Grâce à ces résultats liés en grande partie au tourisme d'affaires, le canton connaît la meilleure progression en Suisse avec +4,5% malgré les difficultés auxquelles doivent faire face les stations vaudoises. Au niveau national, les chiffres sont en léger recul avec -0,5% en 2016.

Répartition des nuitées vaudoises 2016



Variations des nuitées hôtelières 2015-2016



Lancement du
guide Hachette
«Un GRAND Week-end
à LAUSANNE»



Avril

Entrée en vigueur
de la nouvelle taxe
de séjour



Mai

Lancement de
Lausanne Esivale
qui fête ses 40 ans /
Assemblée générale



Juin

MARCHÉS PRIORITAIRES EN PROGRESSION

Notre plus grand marché, avec presque 44%, reste la Suisse. L'instabilité politique et économique de certains pays, une météo favorable durant l'été, le changement dans la manière de voyager et l'attractivité de notre destination ont certainement motivé les choix de nos compatriotes.

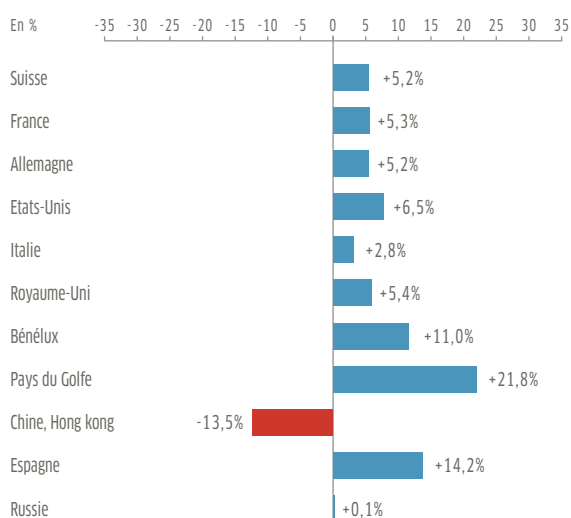
Tous nos marchés prioritaires ont connu une croissance en 2016, exception faite de la Chine sans doute pour des questions de formalités administratives et d'insécurité liée aux attentats dans nos pays voisins.

Les pays du Golfe affichent la plus forte augmentation avec +21,8%. On peut aussi noter la progression des marchés limitrophes de la zone euro liée à la stabilisation du franc par rapport à l'euro et la baisse des prix hôteliers. Un signe très encourageant pour les prochaines années.

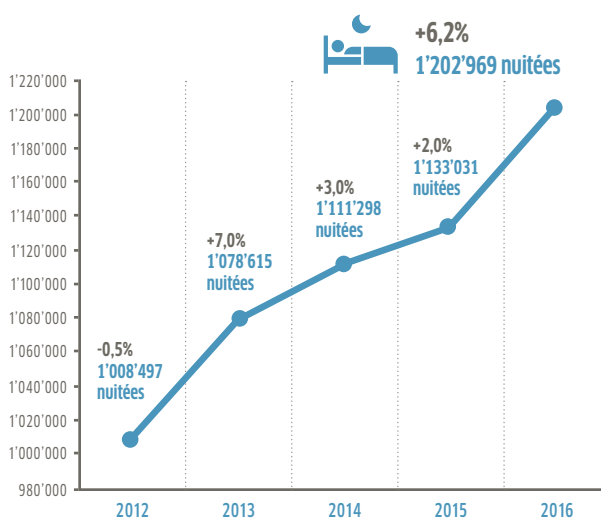
Répartition et classement des nuitées hôtelières des marchés prioritaires

Principaux marchés	Rang 2016-2015	Nuitées 2016	Nuitées 2015	Valeur absolue années 2015-2016	Provenance en % des nuitées
Suisse	1 ►	520'371	494'587	+ 25'784	43,3%
France	2 ►	131'186	124'529	+ 6'657	10,9%
Allemagne	3 ►	56'967	54'160	+ 2'807	4,7%
Etats-Unis	4 ►	55'042	51'677	+ 3'365	4,6%
Italie	5 ►	47'814	46'498	+ 1'316	4,0%
Royaume-Uni	6 ►	45'908	43'538	+ 2'370	3,8%
Bénélux	7 ▲ (8)	35'694	32'146	+ 3'548	3,0%
Pays du Golfe	8 ▲ (10)	34'256	28'116	+ 6'140	2,8%
Chine, Hong kong	9 ▼ (7)	31'869	36'845	- 4'976	2,6%
Espagne	10 ▲ (13)	23'011	20'153	+ 2'858	1,9%
Russie	16 ►	14'522	14'510	+ 12	1,2%

Variation annuelle de la provenance des marchés prioritaires



Evolution des nuitées hôtelières sur 5 ans



MARKETING & VENTES

 Tanja Dubas, Directrice Ventes & Marketing
dubas@lausanne-tourisme.ch

Lausanne se positionne parmi les destinations en vue du moment. En plus des 731 professionnels du tourisme rencontrés en 2016, nous avons accueilli 403 journalistes. L'organisation de voyages de presse a eu un impact très positif en renforçant la visibilité de Lausanne à l'étranger.

1134

visiteurs professionnels accueillis

641

Fam Trips (voyages de familiarisation)



VOYAGE AUTOUR DU MONDE POUR LAUSANNE TOURISME

Le segment MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) sur les marchés à forte croissance est en plein essor. Une réussite que l'on doit notamment aux différentes actions de Lausanne Tourisme. Fin juillet, nous avons participé à une semaine de démarchage en Inde.

Début septembre, nous étions aussi en Asie du Sud-Est, un voyage exclusif pour la délégation du canton de Vaud avec nos partenaires touristiques principaux. Le but de ce voyage était de faire connaître notre région, de promouvoir le tourisme de loisirs et les incentives. Dans les cinq villes visitées, nous avons rencontré les directeurs d'agence lors d'un workshop. L'ambassadeur suisse

sur place nous a reçus avec honneur et plusieurs visites médias ont été organisées dans la région suite à ce voyage de promotion.



1^{er} envoi «e-motions»
newsletter

Janvier

101, Lillehammer / Success-
full Meeting University,
New York

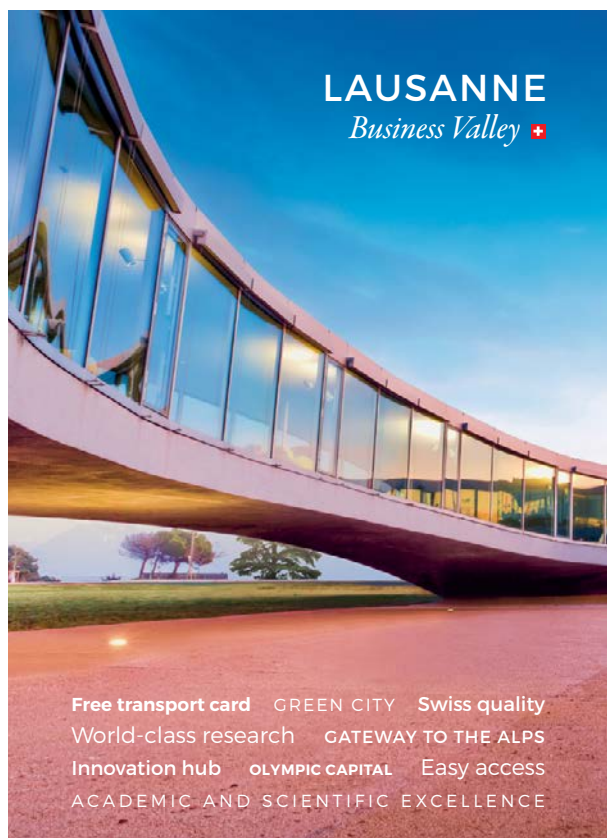
Février

Arabian Travel Mart, Dubai /
Associations World Congress,
Berlin / IMEX, Francfort

Avril

NOUVEAUX SUPPORTS PROMOTIONNELS

Lausanne Tourisme poursuit le développement de sa campagne de promotion «Lausanne Business Valley», démarrée en 2015 avec la sortie d'un clip vidéo. Elle est désormais complétée par une nouvelle brochure «Lausanne like never before», dans laquelle notre office du tourisme fait la part belle à l'image et aux ambassadeurs de la ville.

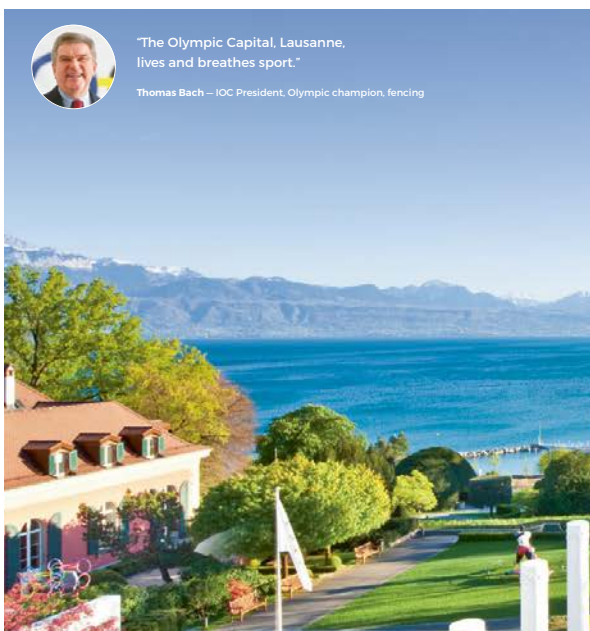
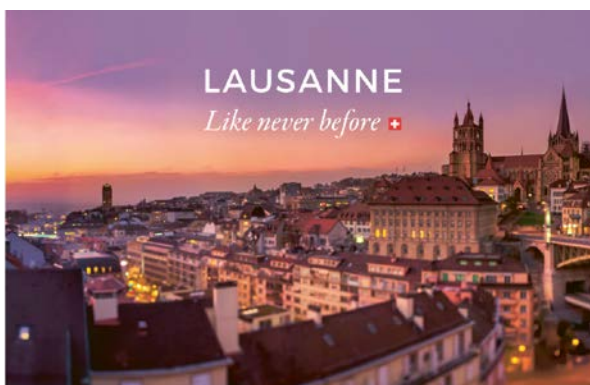


DÉLÉGATION IRANIENNE: UNE OCCASION UNIQUE POUR NOTRE DESTINATION

En fin d'année, nous avons eu la possibilité d'accueillir la première délégation de tour-opérateurs iraniens dans notre ville. Des liens se sont tissés avec l'hôtellerie lausannoise, les écoles et cliniques privées, la CGN ainsi que d'autres partenaires. Suite à ces visites, des résultats très positifs ont déjà été enregistrés. De ce fait, le marché du Moyen-Orient reste un objectif prioritaire puisqu'il atteint doucement le top ten.

Ce nouvel outil se focalise sur les entreprises et les associations internationales, en particulier sur celles en relation avec les 4 pôles de compétences de notre ville: sport & olympisme, recherche & éducation, développement durable, culture.

Elle s'associe aisément avec un autre support qui inventorie l'offre de salles pour tous types d'événements. Il est destiné à aider les organisateurs de séminaires, incentives et congrès en fournissant la liste des hôtels, restaurants, salles de séminaires et idées de programme récréatif à Lausanne & environs, en cohérence avec le contenu de notre site web.



665

articles de presse



TROIS ÉVÉNEMENTS MAJEURS

Nous avons entrepris en 2016 une série d'actions promotionnelles (salon, event, représentation) de manière individuelle ou en collaboration avec nos mandataires pour les associations et les médias MICE internationaux. En voici trois exemples:

Les samedi 2 et dimanche 3 juillet, Lausanne Tourisme a accueilli la 12^e édition du **Switzerland Meeting Trophy**, organisée en collaboration avec le Switzerland Convention Bureau (SCIB). Cet événement dédié au tourisme d'affaires a réuni une centaine de professionnels de la branche (responsables d'agences et organisateurs d'événements, congrès, incentives et séminaires) d'Europe et d'Amérique du Nord.

Fin septembre a eu lieu une rencontre à Lausanne de plus de 150 collaborateurs de Suisse Tourisme (sales et top managers) actifs dans les marchés du monde entier. Lors de ce **STAMM 2016**, les

participants ont bénéficié d'une formation donnée au Royal Savoy et à l'Ecole Hôtelière de Lausanne durant trois jours. Ces deux événements, cumulés avec plus de 76 visites d'inspection durant l'année écoulée, vont largement contribuer à l'accueil de nouveaux congrès, incentives et séminaires dans notre ville.

Lausanne Tourisme s'est ensuite rendu à Rio lors **des Jeux Olympiques** pour y représenter la région lémanique dans le cadre d'un partenariat avec Genève et Montreux. La Maison Suisse a eu un succès impressionnant, rassemblant plus d'un million de visiteurs. Un événement promotionnel a également été organisé sur place pour les agents de voyages et médias.

JO Rio, présence
à La Maison Suisse

Août

Roadshow en Asie du Sud-Est /
Brochure tourisme d'affaires « Lausanne
Business Valley » / Lausanne Event, Zürich

Septembre

DIFFÉRENTS ARTICLES SUR LAUSANNE PARUS DANS LA PRESSE INTERNATIONALE



Wine travel

Vintage RETREATS

Experience a taste of the high life with these off-the-beaten-path wine destinations



BEST FOR: WINE & FOOD

Lavaux, Switzerland

With its silk-smooth chocolate and cutting-edge timepieces, Switzerland has long been associated with the luxury scene. But a less-heralded yet equally impressive asset has attracted the attention of connoisseurs for far longer: the 1,000-year-old Lavaux wine region. Located between Lausanne and Vevey on the northern shores of Lake Geneva, its vineyards cling to the mountainsides. After a lake crossing from Lausanne to Cully on the Belle Epouse paddle steamer, I jump on the Lavaux Express, an enchanting fast steam train that winds its way between vineyards and medieval villages with shuttered windows and hanging baskets. One of our lucky destinations, they off to try local Chasselas wines, while soaking up views of the lake and, beyond, the snow-dusted Savoy Alps.

The Lavaux region is dotted with villages; I head to Cave du Morzel for a cellar tour and wine-tasting. Sitting under a tangled canopy of vines in the labyrinthic cellar, third-generation owner Patricia Longlet tells me only 2% of Swiss wines are exported — because, she insists, they can't bear to see them leave; sampling a glass of Les Bismarcks, I can see why — it's light and dry with hints of pineapple and apricot, which goes well with fish or cheese.

Back in Lausanne that evening, I head to Frite Benzon — the city's oldest pub, founded in 1780 — where I get my hands messy with a steaming pot of moutif-moutif fondue (half Gruyère, half Vacherin). Noting my request, the waitress suggests hitting the Saturday market at Place de la Riponne. Here I find gigantic wheels of cheese piled next to local Tomme cheese, Grapive and tiny tartlets. TRY: Fugot moules (cabbage-filled sausage) — sample it with breck gain at Café du Grütli. For brunch the next day, head to Musée Olympique's rooftop Le Tom Café for great food and gold medal views.

DETAILS: Wine-tasting and cellar tour, from CHF20 (ESipp, cavemontel.ch)
Words: Joanna Rivero

Luxurious Magazine


48 Hours In Lausanne, The Perfect Swiss City Break



Wine tasting, boat rides, Swiss cuisine, markets and a luxury hotel are on the menu for Gina Baksa during her weekend in Lausanne on the shores of Lake Geneva

IT'S RUDE TO STARE

WE LOVE TO STARE • FOOD & DRINK • HANGOUTS • MUSIC • TRAVEL • WELLBEING • EDITORS



TRAVEL

A WHIRLWIND WEEKEND IN LAUSANNE: Chocolate, Cheese & Wine in the Charming Swiss City

Striking gold

Laura Sutherland discovers that not only is Olympic capital Lausanne a sporting hall of fame, it also makes a spectacular European mini-moon destination for culture seeking foodies

Something old, something new, something to eat? Check. Cinematic alpine views? Check. A mere three hours after take-off from a dismal Chicago runway, I was luxuriously lunching against a green-screen perfect backdrop and basking in the balmy Swiss sunshine — my holiday romance with Lausanne had begun.

SOMETHING OLD, SOMETHING NEW Nestled on the north coast of Lake Geneva, or Lac Léman to the locals, Switzerland's fourth largest city — and the world's Olympic capital — is oft overshadowed by its cosmopolitan neighbour, Geneva. However, Lausanne's pretty centres, with its charming mix of precariously steep Medieval streets and regenerated open spaces, is home to an array of cultural and culinary hotspots, making it an ideal honeymooning spot for couples with a taste for both the old and the new.

The five-star Royal Savoy Lausanne is a perfect example of how heritage glamour meets contemporary luxury in Lausanne. While its enchanting Disney-like atmosphere welcomes us from the street, once inside the surprisingly chic hotel we're treated to many of modern life's greatest extravagances — treatments, a real henna hae, massages, showers and delicious blow-dried lemon meringue cocktails. My deluxe room offered more postcard-perfect views from water and after a few minutes toweled on my suite balcony, it was time to explore what else the city had to offer.

STEPPING OUT The city centre's enchanting contrasts are unveiled when taking a scenic route up to the Cathedral of Notre Dame de Lausanne. One minute you're weaving through packed market stalls on almost vertical streets, and the next you find yourself standing on the broad Grand-Port, overlooking Le Florin's modern open-plan precinct. On the final incline — although walk, this is a journey of varying altitudes — you'll be rewarded with the 13th century cathedral's aura of serenity and exquisite stained glass windows. If the spiritual serenity of the site isn't your thing, ramp up the romance by sharing the amazing view of the vineyarded rooftops, shimmering lake and dramatic mountains beyond with your beloved.

COME DINE WITH ME Switzerland is famous for its chocolate, so a visit to a local chocolatier is an absolute must. You could even go one step further — like us — by dining on an open and getting stuck in. Despite the dung vapour and wall-to-wall of endlessly running chocolate fountains, we managed to complete the session without doing an Auguste Glotz, even making our own sweet animal creations to take home. Afterwards, the head chocolatier gave a fascinating insight into the flavour of cocoa beans and cocoa butter, as well as the shop's popular passion fruit, praline and Mexican spice fillings, while shy apprentices offered up samples of powdered cocoa almonds and candied oranges.

Even if you and your other half don't have much of a sweet tooth, Lausanne has plenty of culinary treats up its sleeve for you. With Château d'Ouchy's exceptional lake-caught



JO de Rio en chiffres:

- 240'000 visiteurs à la Maison Suisse • 584 articles publiés • 86.7 millions de contacts médias
- 100'000 cartes de la Suisse distribuées • 15'000 paires de lunettes de soleil à l'effigie de la région distribuées
- 1^{ère} place de la Maison Suisse en terme de qualité d'hospitalité lors des JO Rio 2016

IMEX Las Vegas / Smart Cities Summit, Lausanne
Octobre

IBTM Barcelone / Accueil de la 1^{ère} délégation d'Iran
Novembre

COMMUNICATION – DIGITAL SOLUTIONS

 Emmanuelle Rose, Digital Solutions Manager
rose@lausanne-tourisme.ch

Un service Digital Solutions a été créé en 2016 afin de faire rayonner Lausanne au niveau international mais aussi local. Notre communication digitale est basée sur l'émotion et le sentiment d'appartenance à une communauté.

+34%

de fans sur Facebook
(= plus de 70'000 fans au 31.12)

+35%

de followers sur Twitter
(= plus de 9'200 followers au 31.12)

+283%

d'abonnés sur Instagram
(= plus de 8'600 abonnés au 31.12)



SUCCÈS DU BLOG MYLAUSANNE

Lancé en juin 2016, le blog MyLausanne.com affiche de très bons résultats et se positionne comme un fantastique vecteur d'émotions destiné aux Lausannois et aux visiteurs. Il permet à ses visiteurs de découvrir et de partager de nouvelles adresses et activités.

PRÉSENCE RENFORCÉE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont devenus des moyens de communication incontournables pour le secteur touristique. Sous l'identité de MyLausanne, Lausanne Tourisme est présent sur Facebook, Instagram et Twitter principalement. Les réseaux sociaux représentent un formidable outil de communication qui est devenu un média à part entière. Preuve en est la progression constante de nos fans, followers et Instagramers.



Instameet Lausanne Lumières

En collaboration avec le Festival Lausanne Lumières et Igers Lausanne, l'équipe de MyLausanne a organisé une visite guidée du festival destinée aux Instagramers. Des personnalités de ce réseau social ont même fait le déplacement depuis l'étranger pour assister à cet événement qui a eu un grand succès avec plus de 50 participants. Plus de 800 publications ont été postées sur Instagram suite à l'Instameet.

Création du service
Digital Solutions

Janvier

Alimentation des
écrans dans les bus (1)

Février

Lancement du
blog MyLausanne

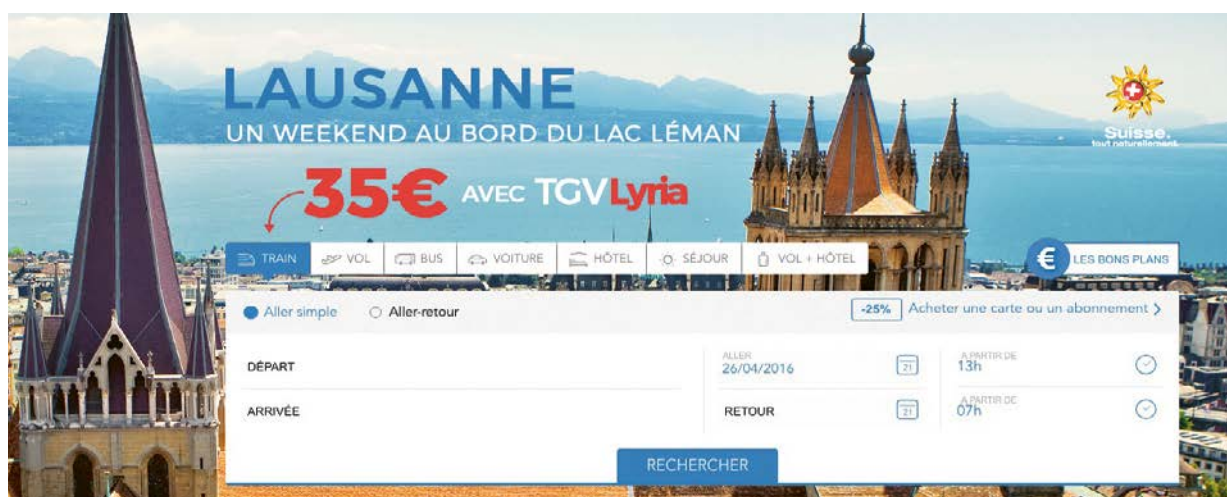
Juin

CAMPAGNES ONLINE

En collaboration avec ses partenaires et ses propres mandataires, Lausanne Tourisme poursuit ses actions dans le tourisme d'affaires et de congrès tout en développant celles liées au tourisme de loisirs afin d'augmenter le nombre de nuitées durant les week-ends et la période estivale. Cela passe notamment par un nombre croissant d'actions de marketing digital. En 2016, nous avons réalisé plusieurs campagnes sur le web et les réseaux sociaux. En 2017, la présence de Lausanne va être renforcée sur diverses plateformes médias pour les marchés suisse, français, anglais, espagnol et italien.

En parallèle, une campagne promotionnelle massive avec TGV Lyria et un dispositif en ligne sur le site des Voyages SNCF ont été mis sur pied pour faire connaître notre destination, augmenter les voyages vers notre ville, et la positionner comme alternative culturelle pour des city breaks.

Toutes ces différentes activités ont été relayées sur les réseaux sociaux avec 4'800'000 impressions en juin 2016.



Autres campagnes online

- TimeOut Switzerland 600'685 impressions, printemps 2016*
- Campagne Tamedia «24 heures / Le Matin» 1'576'339 impressions, octobre, novembre 2016*
- Campagnes programmatiques en Suisse alémanique, 4'731'844 impressions octobre, novembre 2016*
- Campagne Tourisme d'affaires, marché français, 279'135 impressions, septembre 2016*

Le Service S'agrandit:
3 collaborateurs

●
Août

Visite guidée du
Festival Lumière pour
Instagramers

●
Décembre

COMMUNICATION – ÉDITIONS & RELATIONS PUBLIQUES

 Nicole Seira, Cheffe du service Editions & Relations publiques
seira@lausanne-tourisme.ch

En 2016, le magazine «Lausanne Image» a été relooké et se voit désormais accompagné d'un supplément thématique intitulé «Lausanne Focus». La création des nouvelles brochures «Lausanne Escapades» et «Lausanne Incontournables» ont amené un vent de fraîcheur dans les publications de Lausanne Tourisme, tout comme l'intégration des nouvelles technologies avec nos visites virtuelles.

+ de 700'000

brochures éditées

+ de 5'000

images téléchargées pour la promotion de Lausanne

240

nouvelles images achetées en 2016



UNE MANIÈRE INÉDITE DE PRÉSENTER LAUSANNE

Impossible de planifier une visite de notre ville sans se munir de la nouvelle publication «Lausanne Incontournables» disponible en cinq langues! Organisées par quartier, les balades, accompagnées de cartes originales, emmènent nos hôtes dans les lieux à ne pas manquer à Lausanne et dans quelques communes environnantes. La grande nouveauté est l'accès inédit à des visites virtuelles. Une connexion Internet suffit pour admirer divers points d'intérêt comme si vous y étiez et découvrir certains commerces du quartier sélectionné.

www.lausanne-tourisme.ch/brochures
www.lausanne-tourisme.ch/visites-virtuelles



S'ÉVADER AVEC «LAUSANNE ESCAPADES»

Pour être plus proche des besoins de nos visiteurs, nous avons réalisé une nouvelle publication. Vous pouvez y découvrir les plus belles balades de Lausanne et de ses environs. De nouvelles activités comme les incontournables des environs y sont également décrites.

Merci!

Nous remercions très chaleureusement les partenaires annonceurs qui nous ont permis de réaliser nos brochures touristiques en plusieurs langues pour un tirage annuel global de plus de 700'000 exemplaires.

Lausanne Escapades /
Sortie du guide «Un GRAND
Week-end à LAUSANNE»

Visite du chœur de
Aquila: l'une de nos
six sorties membres

Lausanne Image
Spectral Festivals /
Lausanne Estivale,
nouveau clip



Avril



Mai

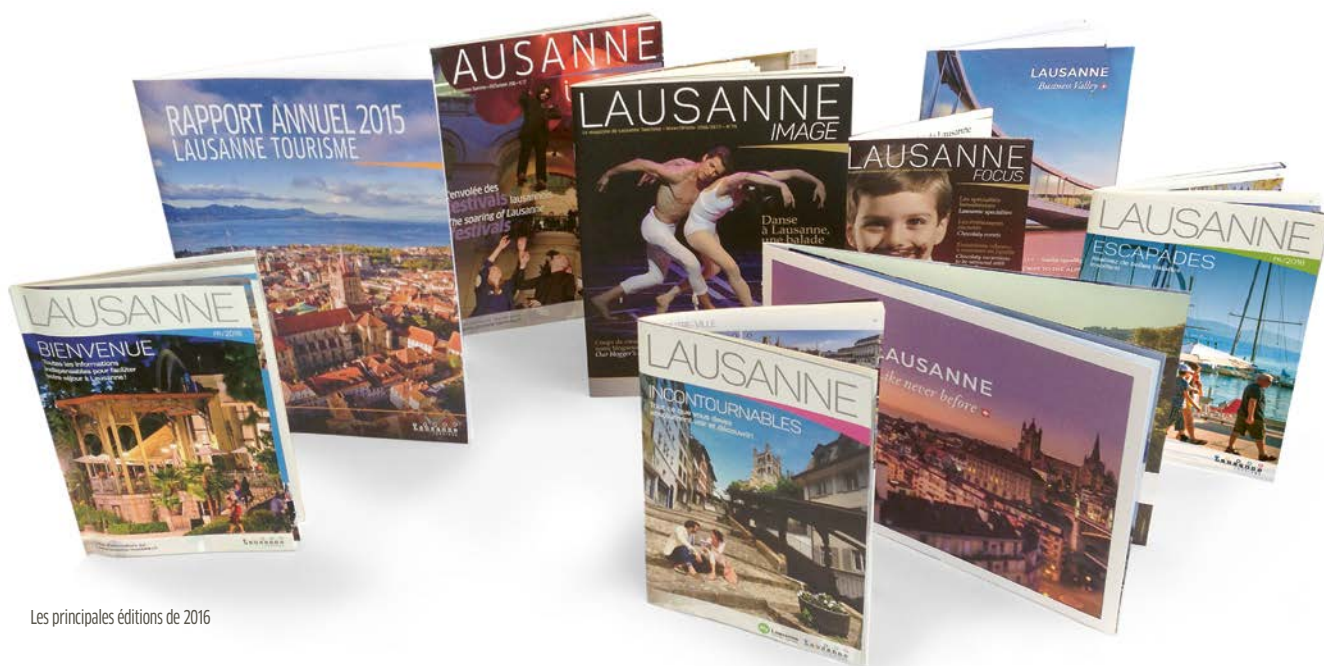


Juin

LAUSANNE IMAGE, DES FESTIVALS À LA DANSE, AVEC UN SUPPLÉMENT CHOCOLATÉ

Lausanne et ses multiples festivals méritait bien un dossier spécial pour son numéro d'été 2016. Et il y en avait pour tous les goûts et les budgets! En vue de la 80^e édition à venir, Lausanne Image a fait peau neuve dès le numéro d'hiver 2016-2017 avec un nouveau look et des rubriques inédites. A l'occasion des 30 ans du Bêjart Ballet Lausanne et des 10 ans de la mort de son fondateur Maurice Bêjart, nous avons choisi d'emmener le lecteur, au fil d'une balade à travers Lausanne, dans les coulisses des compagnies, des événements, des écoles et des scènes ayant accueilli les danseurs et chorégraphes les plus prestigieux au monde.

Dans ce «Lausanne Image» métamorphosé, nous avons réalisé un nouveau cahier de plus petit format. Pour chaque édition, «Lausanne Focus» met l'accent sur une thématique particulière. Son premier numéro était consacré au chocolat, gourmandise irremplaçable durant les fêtes de fin d'année.



Les principales éditions de 2016

ENTRÉE LIBRE
400 SPECTACLES ET ACTIVITÉS À DÉCOUVRIR TOUT L'ÉTÉ

THÉÂTRE
DANSE
SPECTACLES POUR ENFANTS
CINÉMA
VISTES
CULTURELLES
BALADES
MUSIQUES
LECTURES + PERFORMANCES

DU 11.06 AU 23.09.2016

LAUSANNE ESTIVALE

Salvez-vous sur www.lausanne.ch/estivale

Lausanne Estivale

Comme chaque année, notre service a assuré toute la campagne de promotion de Lausanne Estivale. Pour ce 40^e anniversaire, un clip de promotion a été réalisé par messieurs.ch en plus des actions habituelles. Marisa De Oliveira, graphiste retenue pour cette édition, nous a concocté des visuels qui nous ont mis «l'eau à la bouche» avec un détournement de nos glaces préférées.

www.lausanne.ch/estivale

Lausanne Incontournables
 et ses visites virtuelles /
 Lausanne Image spécial
 Danse et Sport de
 Lausanne Focus

INFORMATION

 Marko Jankovic, Chef du service Information
jankovic@lausanne-tourisme.ch

L'année 2016 est marquée par les départs de Marko Jankovic, après plus de 26 ans comme chef du service Information, et de son assistante Régine Richard (17 ans de service). Yann Kerloc'h a été nommé pour reprendre la tête du service.

453'250

Lausanne Transport Card distribuées en 2016

323'887

visiteurs dans nos bureaux en 2016



IMMENSE SUCCÈS POUR «UN GRAND WEEK-END À LAUSANNE»

Edité à 18'000 exemplaires, nous avons le plaisir de vous informer que plus de 11'500 guides ont été vendus en six mois. Ce guide est en vente en librairie et dans nos bureaux d'accueil.

LA LAUSANNE TRANSPORT CARD EN PLEINE EXPANSION

Nos hôtes logés dans des établissements lausannois et payant la taxe de séjour reçoivent la «Lausanne Transport Card & more». Avec ce titre, ils bénéficient du libre parcours dans les transports publics de la ville (bus, train, métro dans les zones tarifaires définies par Mobilis). Sa diffusion a connu une forte croissance en 2016, tout comme le nombre de partenaires associés à cette opération (musées, théâtre, cinéma, boutique, croisières en bateau, bowling) et qui offrent des rabais jusqu'à la gratuité.

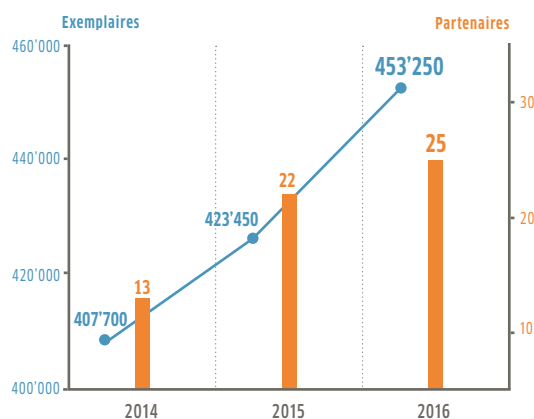


DIFFUSION ÉLARGIE DE NOS BROCHURES ET POINTS DE VENTE

Sous l'égide du service Information, une distribution continue de nos brochures d'accueil s'effectue chaque année dans une centaine de lieux publics: hôtels, grandes entreprises, hautes écoles, lieux publics, etc. De plus, une diffusion personnalisée est effectuée depuis 2016 comme, par exemple, celle de «Lausanne Focus» spécial Chocolat auprès des partenaires annonceurs et chocolatiers mentionnés. La nouvelle publication «Lausanne Incontournables» a également été proposée aux commerces annonceurs pour la présenter dans leur établissement.



Evolution de la diffusion de la Lausanne Transport Card et des partenaires



Diffusion de la Lausanne Transport Card

Janvier

Arrivée de Yann Kerloc'h, futur Chef de service

Octobre

Mise en ligne de la visite guidée sur le thème du Roi de Thalie

Novembre

Départ de Marko Jankovic après 26 années de service

Décembre

CONGRÈS & MANIFESTATIONS

 Gwendoline Killary Castro,
Cheffe du service Congrès
& Manifestations
castro@lausanne-tourisme.ch

Pour 2016, nous constatons une fidélisation croissante de notre clientèle puisque, sur les vingt événements organisés, près de la moitié de nos clients appartient à une institution ayant déjà organisé un ou plusieurs événements avec Lausanne Tourisme.

16

plateformes de logement dont
842 réservations (= 2'185 nuitées)

94%

de taux de satisfaction bon à excellent
de nos clients pour nos prestations de
services



TROIS ÉVÉNEMENTS MAJEURS

La première édition du «**Lausanne Airway Course 2016**» s'est tenue à Lausanne du 25 au 27 janvier au CHUV, réunissant plus de 200 spécialistes ORL et anesthésistes provenant de 30 nationalités différentes. Notre service a organisé la gestion des inscriptions en ligne, l'accueil des participants et la mise en place d'un outil de réseautage en ligne (Networking Tool). Suite au succès de cet événement, le Comité d'organisation a décidé de reconduire sa collaboration avec notre service pour gérer une deuxième édition en novembre 2017.

Nous avons eu la chance d'accueillir «**SportAccord Convention**» du 17 au 22 avril au SwissTech Convention Center qui a réuni plus de 2'000 participants internationaux. Capitale Olympique, Lausanne a été choisie pour la deuxième fois afin d'organiser cet événement, confirmant son influence et son engagement dans le domaine sportif. Lausanne Tourisme a principalement coordonné la gestion du logement, l'accueil dans les hôtels officiels, et a assisté à la coordination des transferts.

Lausanne Tourisme a participé à l'organisation de la Conférence «**GHGT-13**» (Greenhouse Gas Control Technologies) qui s'est déroulée au SwissTech Convention Center du 14 au 18 novembre.

Il s'agit d'une rencontre importante pour la recherche internationale sur la capture et le stockage du CO₂ à laquelle ont répondu plus de 1'000 participants internationaux. Notre service a géré les inscriptions en ligne, l'accréditation sur place et la gestion du programme social.

UNE PLATEFORME DE RÉSERVATION HÔTELIÈRE PERFORMANTE

Notre plateforme de réservation hôtelière en ligne connaît un fort développement. Elle a été créée en 2015 dans le but de simplifier le processus de réservation individuelle du côté de l'hôtelier, de l'organisateur et du participant. La plateforme est entièrement personnalisée selon l'événement (dates, plan de situation des hôtels, contacts) et propose des tarifs exclusifs. En outre, ce produit permet à l'hôtelier de gérer ses contingents de façon quotidienne, au participant de disposer d'un large choix d'établissements (plus de 30 hôtels) et à l'organisateur de se décharger de la réservation d'un contingent fixe.

 REACTIS 2016
Février

 World Sailing Mid-Year Meeting 2016
Mai

 29^e Congrès de l'Association Internationale de Pédagogie Universitaire (AIPU)
Juin

 4th International Conference on Food Oral Processing (FOP 2016)
Juillet

 INEBRIA 2016
Septembre

GESTION & ADMINISTRATION

 Alain Henry, Directeur-adjoint
henry@lausanne-tourisme.ch

Sous la responsabilité d'Alain Henry, le service Administration est en charge de la gestion de l'entreprise en appui aux autres services. Ses tâches ont été nombreuses en 2016 au vu du nouvel organigramme.

15%

de taux de rotation du personnel

8,3 ANS

= durée de fidélité moyenne

42,2

équivalents plein temps



NOUVELLE ORGANISATION

Notre entreprise compte 42,2 équivalent plein temps (EPT) au 31 décembre 2016: 39 collaborateurs/trices occupés/ées en poste fixe et 15 auxiliaires rattachées au service Information, soit un total de 54 personnes. Notre office enregistre un taux de rotation du personnel pour 2016 de 15%, identique à 2015. Avec notre nouvelle organisation, les services ont connu plusieurs changements à leur tête et dans leur dénomination.

Le service Congrès & Manifestations est dirigé par une nouvelle cheffe, Gwendoline Killary Castro. Nommée au 1^{er} janvier 2016, elle était auparavant coordinatrice d'événements depuis 3 ans dans ce même service. Elle succède ainsi à Steeve Pasche, directeur, qui en avait encore la charge.

Yann Kerloc'h est le nouveau chef du service Information. Il remplace Marko Jankovic qui a pris sa retraite au 31 décembre 2016. Monsieur Kerloc'h a bénéficié de trois mois de formation, soit depuis le 1^{er} octobre 2016, pour se familiariser aux tâches et activités du service.

Dans la nouvelle configuration de la Communication qui englobe les deux services Editions & Relations Publiques et Digital Solutions, ce dernier a bénéficié d'un renforcement en ressources pour le compléter et le développer afin qu'il puisse notamment prendre en charge les réseaux sociaux, le web, les campagnes promotionnelles et répondre aux demandes internes des services.

Nous sommes heureux de pouvoir compter sur la venue de nouveaux/elles collaborateurs/trices fixes et auxiliaires.

Personnel fixe:

- Sophie Cattin, stagiaire - Congrès
- Nora Botros, Assistante - Congrès
- Céline Petremand, Assistante - Communication / Digital
- Baptiste Cottagnoud, apprenti employé de commerce, voie E
- Yann Kerloc'h, Chef de service - Information
- Mathieu Schneider, Assistant - Information

Personnel auxiliaire (freelance) au service Information:

- Céline Annick Chevalley

Nouvelles structures
des services

Janvier

Certification
ISO 9001:2015

Avril

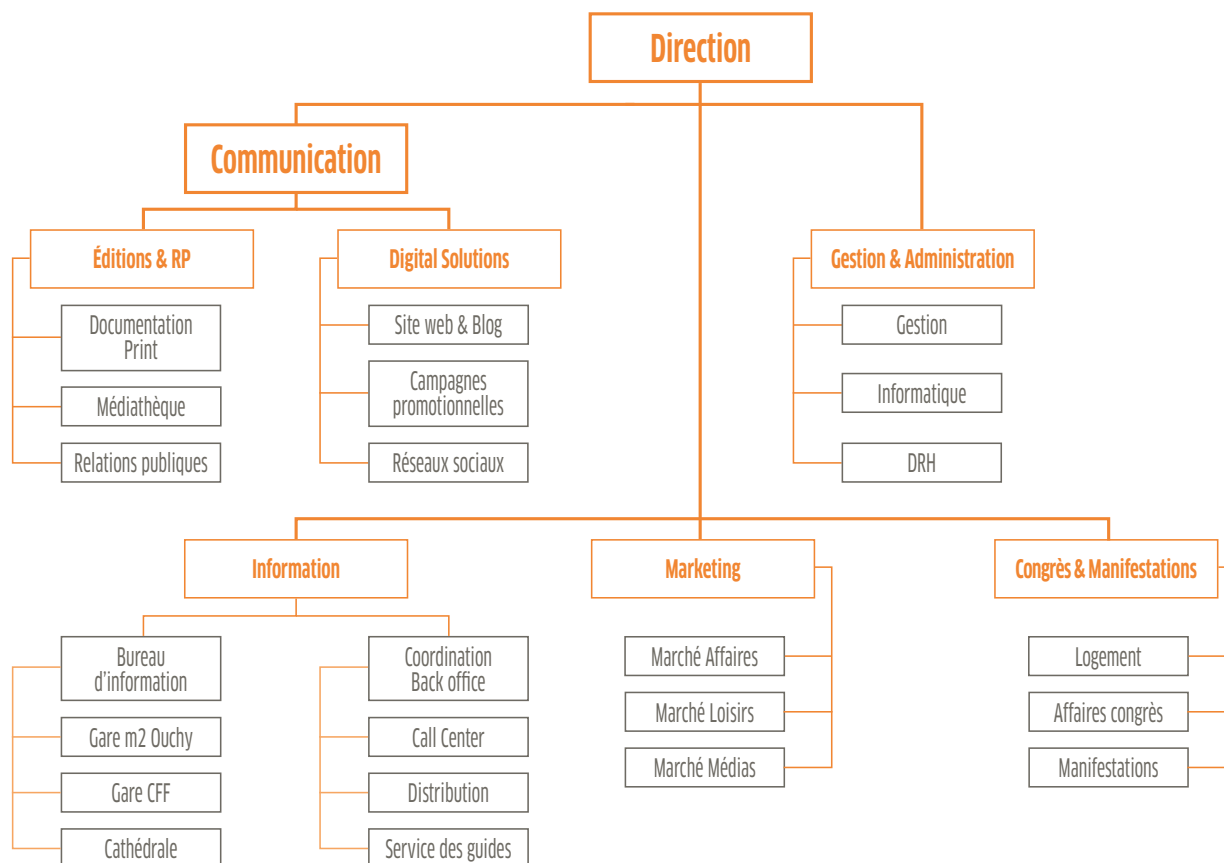
Entrée en vigueur de la
nouvelle taxe de séjour

Mai

Assemblée
générale

Juin

NOUVELLE ORGANISATION DES SERVICES



FÉLICITATIONS POUR LEUR FIDÉLITÉ AU SERVICE DE LAUSANNE TOURISME

20 ans d'activité 🧑‍🎓 Nathalie Nini Rey **15 ans d'activité** 🧑‍🎓 Carole Clerc **10 ans d'activité** 🧑‍🎓 Jean-Pierre Droz
 🧑‍🎓 Line Boinnard 🧑‍🎓 Nicolas Christinat 🧑‍🎓 Fabienne Bertusi-Meylan

Merci Marko!

Marko Jankovic a débuté ses activités au sein de Lausanne Tourisme le 25 juin 1990, en qualité de Chef du Service Information. D'avril 2005 à décembre 2011, Marko a cumulé les fonctions de chef de deux services, Information et Congrès & Manifestations, pour n'en retrouver qu'un, l'Information en 2012 qu'il a gardé jusqu'au 31 décembre 2016, soit durant 26 ans. Le comité de direction, la direction et les collaborateurs remercient Marko pour son attachement à notre association, son dévouement et son engagement tout au long de son parcours touristique qu'il a mené avec passion et fidélité.



GESTION DES FINANCES

1'202'969

nuitées en 2016

35,5%

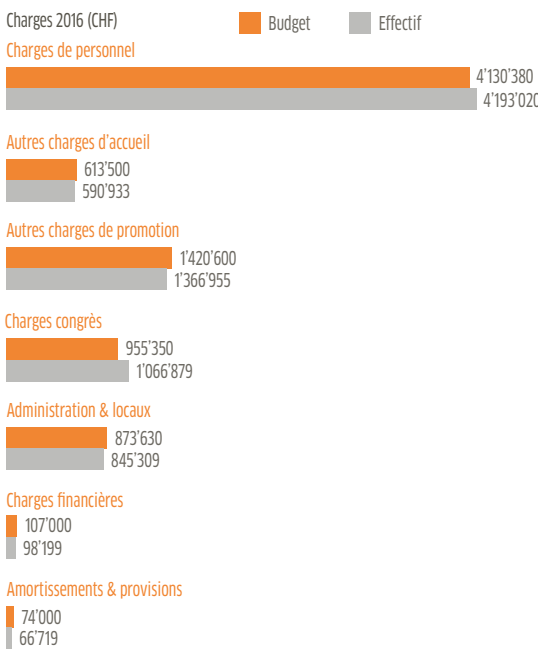
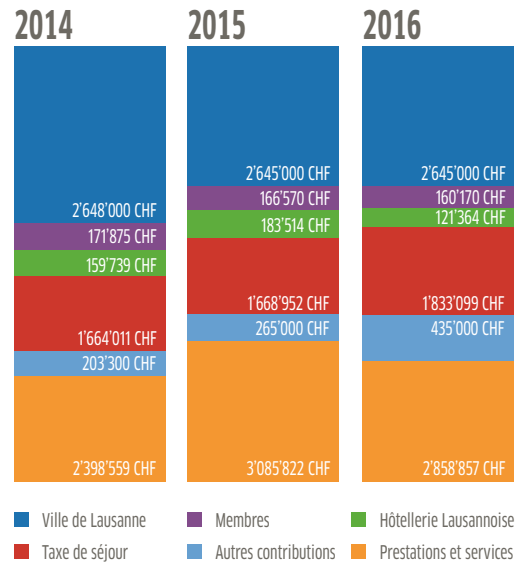
autofinancement

L'entrée en vigueur de la nouvelle taxe de séjour qui devait avoir lieu au 1^{er} janvier 2015 a finalement été mise en application le 1^{er} mai 2016. Le manque à gagner par rapport au budget est plus faible qu'annoncé, grâce à l'augmentation réelle des nuitées de 6,2% sur l'année 2016. Néanmoins des mesures d'économie ont été appliquées dans la promotion et la prospection. Lausanne Tourisme, en début d'exercice, a récupéré des affaires congrès et manifestations en lien avec l'insécurité et les événements qui ont troublé une partie de l'Europe, notamment la France et la Belgique. Les soutiens complémentaires du Fond d'Équipement Touristique de la Région Lausannoise (FERL) ont permis de financer des actions et des nouveaux produits touristiques en collaboration avec la Ville de Lausanne, permettant notamment de développer nos supports digitaux.

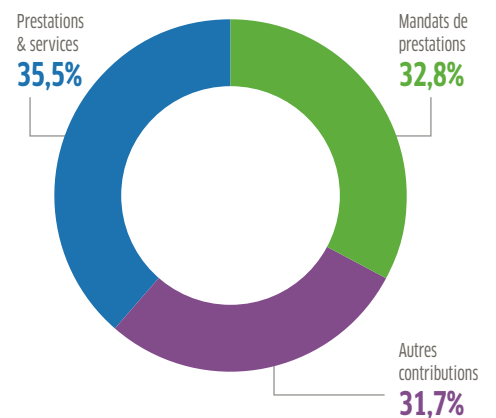
RÉSULTATS FINANCIERS

Lausanne Tourisme a réussi à contenir et maîtriser son budget par une gestion rigoureuse et attentive. Les fonds propres de l'association se montent ainsi à CHF 1'655.27 au 31 décembre 2016, compte tenu de la perte de l'exercice de CHF 2'296.59 portée en diminution du solde reporté au 1^{er} janvier 2016 de CHF 3'951.86.

Evolution des produits en CHF

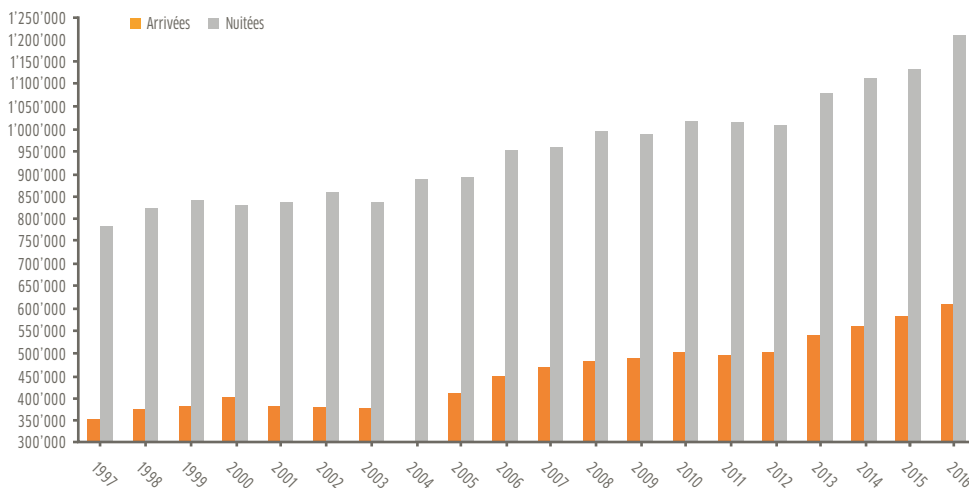


Répartition des produits d'exploitation 2016



STATISTIQUES DES NUITÉES HÔTELIÈRES

Evolution des nuitées et arrivées sur 20 ans



Année	Arrivées	Nuitées
1997	349'340	780'858
1998	374'540	819'885
1999	379'216	837'480
2000	397'524	826'907
2001	379'806	834'172
2002	377'817	856'858
2003	376'486	834'508
2004	-	886'701
2005	409'320	889'216
2006	448'690	951'062
2007	466'784	956'939
2008	480'148	994'593
2009	486'835	986'974
2010	499'170	1'016'237
2011	494'064	1'013'798
2012	499'233	1'008'497
2013	538'486	1'078'615
2014	559'552	1'111'298
2015	575'638	1'133'031
2016	607'926	1'202'969

EVOLUTION DE NOTRE ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE

A la suite de notre migration dans le cloud en 2015, nous avons finalisé quelques installations et applications liées à nos serveurs loués auprès de notre partenaire Syselcloud. Notre nouveau CRM Inès a pu être étendu dans les services avec de nouvelles fonctionnalités de modules, notamment pour la gestion des contacts marketing et l'intégration de nos membres.

Dans les développements de produits spécifiques, le service Information s'est vu doter de nouvelles caisses enregistreuses intégrées à notre réseau, d'une amélioration de notre système Wifi à Rhodanie ainsi que de quelques mises à jour sur certains logiciels existants.

La recherche et le développement permanents de produits performants permettent de faciliter et soutenir nos collaborateurs dans leur travail quotidien. Une nouvelle approche est à l'étude pour améliorer la gestion de nos fichiers, en remplacement de notre environnement sous SharePoint.

Dans le courant de cet exercice, nous nous sommes assurés, avec notre partenaire, de renforcer la garantie de fiabilité et de performance de notre réseau informatique.

Enfin, la formation et l'assistance représentent une large partie des activités de Jean-Marc Perrin, notre responsable informatique, qui suit en permanence les besoins des services et des collaborateurs.

Nuitées hôtelières mensuelles sur 5 ans

Mois	2012	2013	2014	2015	2016
Janvier	61'411	63'504	68'310	67'257	73'331
Février	64'938	71'779	69'354	69'787	78'554
Mars	84'699	87'375	88'201	93'228	92'924
Avril	75'961	81'013	82'154	79'929	97'747
Mai	93'645	96'777	102'941	99'483	105'961
Juin	98'300	107'867	102'327	109'662	117'796
Juillet	102'555	107'660	112'094	118'722	125'079
Août	90'280	108'727	120'986	122'051	120'294
Septembre	102'303	106'188	114'753	111'055	121'286
Octobre	87'003	95'312	98'800	99'220	102'355
Novembre	81'349	83'395	81'887	88'106	92'561
Décembre	66'053	69'018	69'491	74'531	75'081
	1'008'497	1'078'615	1'111'298	1'133'031	1'202'969

MQ - MANAGEMENT DE LA QUALITÉ

Après deux périodes de trois années sous le label de qualité ISO 9001:2008, nous avons été re-certifiés dans la nouvelle version ISO 9001:2015 pour une nouvelle période de 3 ans (2016-2019). Les exigences sont renforcées notamment dans les domaines de la maîtrise des ressources humaines, connaissances et savoir, ainsi que sur les parties prenantes liées aux processus du management et sur les risques et opportunités de l'entreprise.



LES COMPTES

Bilan

Actif

	31.12.2016 CHF	31.12.2015 CHF
Actifs circulants	1'327'606.21	1'261'837.58
Trésorerie	62'432.61	47'526.53
Créances résultant de la vente de prestations de services	463'111.30	431'493.20
Provision pour créances douteuses	(30'000.00)	(30'000.00)
Autres créances à court terme	666'529.15	580'058.59
Stocks	2.00	2.00
Actifs de régularisation	165'531.15	232'757.26
Actif immobilisé	4'691'240.55	4'755'239.65
Immobilisations financières	8'234.55	8'233.65
Immobilisations corporelles	4'683'006.00	4'747'006.00
Total de l'actif	6'018'846.76	6'017'077.23

Passif

	31.12.2016 CHF	31.12.2015 CHF
Capitaux étrangers à court terme	1'861'906.94	1'761'840.82
Dettes résultant de l'achat de prestations de services	608'363.56	749'454.19
Dettes à court terme portant intérêt	799'543.10	236'519.55
Autres dettes à court terme	328'075.66	408'594.45
Passifs de régularisation	125'924.62	367'272.63
Capitaux étrangers à long terme	4'155'284.55	4'251'284.55
Dettes à long terme portant intérêt	3'592'284.55	3'662'284.55
Autres dettes à long terme	141'000.00	167'000.00
Provisions	422'000.00	422'000.00
Capitaux propres	1'655.27	3'951.86
Résultats reportés	3'951.86	5'876.31
(Perte) de l'exercice	(2'296.59)	(1'924.45)
Total du passif	6'018'846.76	6'017'077.23

Compte de résultat

	Comptes 2016 CHF	Budget 2016 CHF	Comptes 2015 CHF
Produits nets des ventes de biens et services	8'060'989.67	7'977'250	8'027'357.76
Contributions et taxes	5'194'632.38	5'278'500	4'929'035.92
Ville de Lausanne	2'645'000.00	2'648'000	2'645'000.00
Membres	160'170.00	175'000	166'570.00
Hôtellerie Lausannoise	121'363.65	105'000	183'513.65
Autres contributions	435'000.00	340'000	265'000.00
Taxes de séjour	1'833'098.73	2'010'500	1'668'952.27
Prestations et services	2'858'857.29	2'688'750	3'085'821.84
Annonces publicitaires	479'486.84	528'650	359'868.38
Service Congrès & Manifestations	1'512'713.85	1'335'000	1'865'649.56
Service Accueil & Information	452'351.29	493'000	476'809.29
Prestations promotionnelles	311'455.02	234'100	271'140.81
Autres prestations et produits	102'850.29	98'000	112'353.80
Autres produits	7'500.00	10'000	12'500.00
Produits divers	7'500.00	10'000	12'500.00
Charges d'exploitation	(8'147'539.84)	(8'067'460)	(8'105'858.48)
Charges de personnel	(4'193'020.20)	(4'130'380)	(4'087'230.48)
Salaires bruts	(3'465'154.15)	(3'349'080)	(3'392'789.50)
Charges sociales	(683'328.75)	(709'300)	(637'458.53)
Autres frais du personnel	(44'537.30)	(72'000)	(56'982.45)
Autres charges d'exploitation	(3'870'074.84)	(3'863'080)	(3'934'628.00)
Documentation et matériel accueil	(540'135.70)	(535'500)	(264'354.55)
Matériel promotion et vente	(1'366'954.64)	(1'420'600)	(1'406'605.00)
Congrès et manifestations	(1'066'878.69)	(955'350)	(1'347'571.40)
Animations et excursions	(50'797.30)	(78'000)	(68'323.60)
Administration et gestion	(601'680.40)	(611'200)	(594'173.12)
Frais des propres locaux	(243'628.11)	(262'430)	(253'600.33)
Amortissements et provisions	(84'444.80)	(74'000)	(84'000.00)
Amortissements	(66'719.00)	(74'000)	(64'000.00)
Provisions	(0.00)	0	(20'000.00)
Pertes sur débiteurs	(17'725.80)	0	(0.00)
(Perte) d'exploitation	(86'550.17)	(90'210)	(78'500.72)
Charges et produits financiers	(97'898.02)	(106'000)	(99'057.38)
Charges financières	(98'198.92)	(107'000)	(99'446.38)
Produits financiers	300.90	1'000	389.00
Charges et produits hors exploitation	182'151.60	170'630	175'633.65
Autres charges d'immeuble	(119'869.10)	(131'130)	(129'493.16)
Loyers et frais récupérés	302'020.70	301'760	305'126.81
(Perte) de l'exercice	(2'296.59)	(25'580)	(1'924.45)

Annexes aux comptes

Informations sur l'entité

Raison sociale:	Lausanne Tourisme
Forme juridique:	Association
Siège:	Lausanne
Emplois à plein temps:	Nous attestons que la moyenne annuelle des emplois à plein temps ne dépasse pas 50.

Fiscalité

L'association est au bénéfice d'une exonération fiscale.

Principes comptables appliqués

Les comptes annuels ont été établis selon le Code des Obligations, et plus particulièrement selon les dispositions de la comptabilité commerciale et de la présentation des comptes. Les principes comptables appliqués ne divergent pas de ceux prescrits par la loi.

Informations sur les rubriques principales du bilan

	31.12.2016 / CHF	31.12.2015 / CHF
Trésorerie	62'432.61	47'526.53
Caisses	15'901.05	13'797.50
PostFinance	15'953.23	14'298.75
Banques	30'578.33	19'430.28
Autres créances à court terme	666'529.15	580'058.59
C/C Débiteurs tiers	666'424.15	579'948.92
AFC, impôt anticipé	105.00	109.67
Stocks	2.00	2.00
Matériel publicitaire	1.00	1.00
Stock produits divers	1.00	1.00
Actifs de régularisation	165'531.15	232'757.26
Produits à recevoir	103'327.30	82'847.91
Charges payées d'avance	62'203.85	149'909.35
Immobilisations financières	8'234.55	8'233.65
Titres	1.00	1.00
Dépôts de garantie	8'233.55	8'232.65
Immobilisations corporelles	4'683'006.00	4'747'006.00
Aménagements & Equipement, Mobilier, Matériel, Machines, Informatique & Véhicules	6.00	6.00
Maison du Tourisme	4'683'000.00	4'747'000.00
Autres dettes à court terme	328'075.66	408'594.45
C/C Créanciers tiers	280'258.20	348'463.20
Charges sociales	10'929.65	35'133.75
C/C TVA	36'887.81	24'997.50

Passifs de régularisation	125'924.62	367'272.63
Charges à payer	89'497.02	241'311.05
Produits reçus d'avance	36'427.60	125'961.58
Dettes à long terme portant intérêt	3'592'284.55	3'662'284.55
Emprunt Retraites Populaires	1'000'000.00	1'000'000.00
Emprunt hypothécaire BCV	2'592'284.55	2'662'284.55
Autres dettes à long terme	141'000.00	167'000.00
Emprunt par émission de parts	141'000.00	167'000.00
Provisions	422'000.00	422'000.00
Provisions pour engagements futurs	312'000.00	312'000.00
Provisions bâtiment	80'000.00	80'000.00
Autres provisions	30'000.00	30'000.00

Répartition des charges par centres d'activité

	31.12.2016 / CHF	répart.%	31.12.2015 / CHF	répart.%
Marketing	6'815'190.70	81.64	6'705'577.85	80.45
Charges de personnel	3'790'424.37		3'618'723.30	
Autres charges	3'024'766.33		3'086'854.55	
Administration et Maison du Tourisme	1'532'691.36	18.36	1'629'220.17	19.55
Charges de personnel	402'595.83		468'507.18	
Frais administration et gestion	601'680.40		594'173.12	
Frais de locaux	430'216.21		467'093.49	
Charges financières	98'198.92		99'446.38	
Total des charges	8'347'882.06	100.00	8'334'798.02	100.00

Autres informations selon l'art. 959c du Code des Obligations

	31.12.2016 / CHF	31.12.2015 / CHF
<i>Valeur résiduelle des dettes découlant d'opérations de crédit-bail et de contrats de location à long terme:</i>		
- leasings non-portés au bilan	60'791.00	100'200.00
- contrats de location à plus d'un an	363'270.00	408'154.00
- droit de superficie portant sur la parcelle no 5402 à Lausanne échéant en 2056		
<i>Dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle:</i>	22'287.15	16'602.35
<i>Sûretés constituées en faveur de tiers:</i> L'emprunt Retraites Populaires est garanti par une cession des taxes de séjour de la Ville de Lausanne.		
<i>Actifs engagés en garantie des dettes de la société ainsi qu'actifs grevés d'une réserve de propriété:</i>		
Maison du Tourisme grevée par cédula hypothécaire en 1 ^{er} rang, au porteur à concurrence de	3'800'000.00	3'800'000.00
et en 2 ^e rang, au porteur, nanties en faveur de la BCV à concurrence de	1'500'000.00	1'500'000.00
<i>Événements importants postérieurs à la date du bilan:</i>	Néant	Néant
<i>Autres indications prévues par la loi:</i>	Néant	Néant

RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION

ofisa | SOCIÉTÉ FIDUCIAIRE
ET DE CONSEIL
Vos défis, notre métier

Affaire traitée par Révision/CO/Mc/Rt
1/2

A l'assemblée générale ordinaire
des sociétaires de

Lausanne Tourisme

Lausanne

2016

Lausanne, le 6 mars 2017/hl

Mesdames et Messieurs,

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe aux comptes figurant aux pages 18 à 21 du présent rapport) de votre association pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2016.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au comité de direction alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

L'organe de révision

Ofisa S.A.



A. Cottier

Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable



C. Mathys

Expert-réviseur agréé

Ofisa S.A.

Lausanne
Ch. des Charmettes 7
Case postale 7063
CH-1002 Lausanne
Tél. +41 21 341 81 11
Fax +41 21 311 13 51

Genève
Place de Saint-Gervais 1
CH-1201 Genève
Tél. +41 22 311 24 66

Sion
Av. de la Gare 16
Case postale
CH-1951 Sion
Tél. +41 27 323 78 18

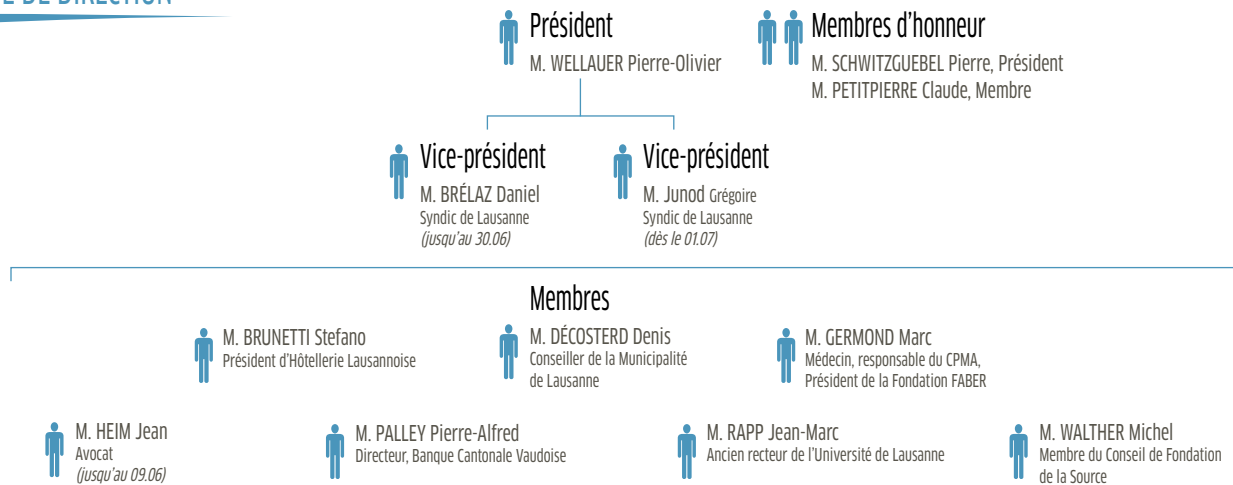
 **EXPERT
SUISSE** Mitglied
Membre
Member

 **agn**
INTERNATIONAL

Email fidu@ofisa.ch • www.ofisa.ch

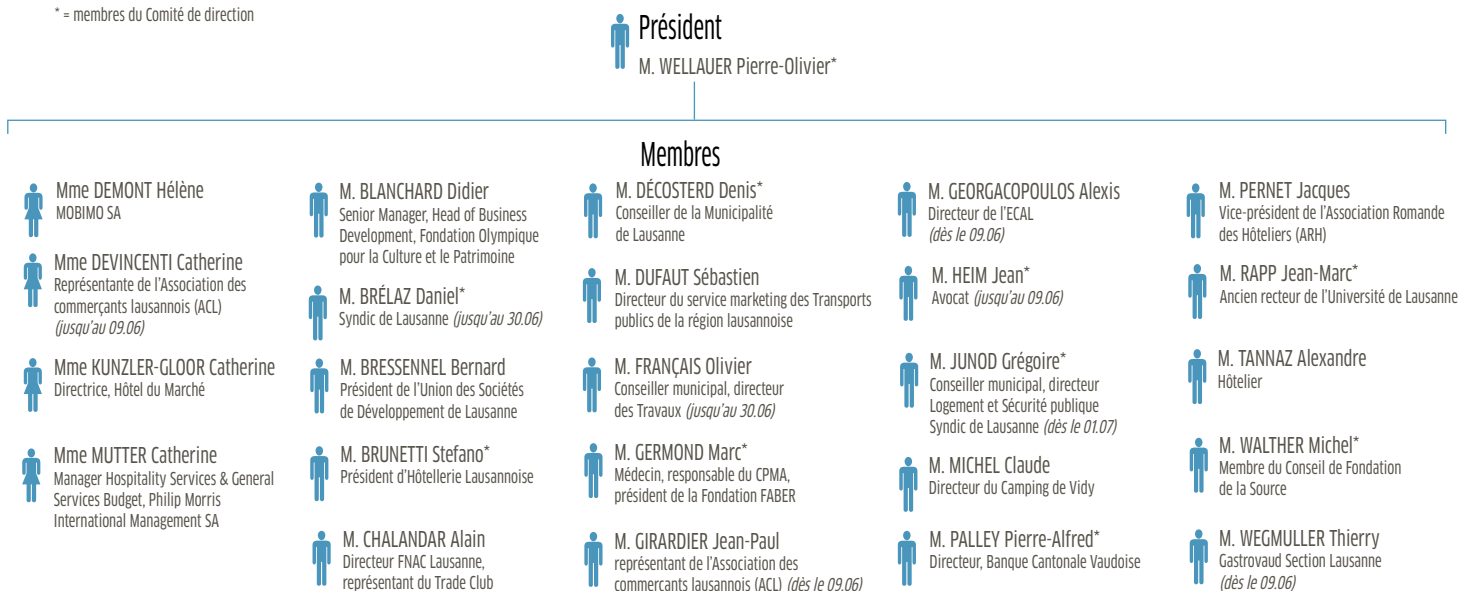
MEMBRES DES ORGANES DE LAUSANNE TOURISME EN 2016

COMITÉ DE DIRECTION

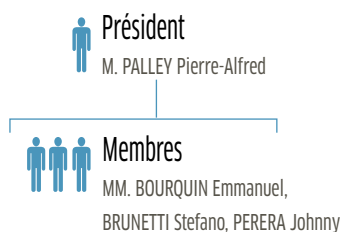


CONSEIL DES DÉLÉGUÉS

* = membres du Comité de direction



COMMISSION DES FINANCES



ORGANE DE RÉVISION

Ofisa S.A., société fiduciaire et de conseil

CONTACT

Lausanne Tourisme & Bureau des Congrès
Avenue de Rhodanie 2
Case postale 975
CH-1001 Lausanne

Tél. +41 (0)21 613 73 73
fax +41 (0)21 616 86 47
info@lausanne-tourisme.ch
www.lausanne-tourisme.ch

Suivez nous avec MyLausanne sur



Rapport annuel 2016

Editeur responsable: Lausanne Tourisme - Suivi de production: Nicole Seira, Nathalie Roux

Crédits photos: Couverture: Régis Colombo/www.diapo.ch

Pages intérieures: Régis Colombo - www.diapo.ch; Sébastien Crettas; Mattias Nutt Photography;

Marino Trevisani; Laurent Kaczor; Gregory Batardon; Philippe Weissbrodt; Les Docks;

Yannic Bartolozzi; Festival Lausanne Lumières; Terence Fominaya; VDL / mano; Jeanne Quattropani

Conception et rédaction: Newcom Partners

Impression: PCL Presses Centrales SA, Renens. Imprimé en Suisse / mai 2017



RÉTROSPECTIVE

2016, ANNÉE ANNIVERSAIRES

DOUBLE HOMMAGE À MAURICE BÉJART ET AU BBL

2016 marque le lancement des festivités pour les 30 ans de la naissance du Béjart Ballet Lausanne et les 10 ans de la disparition de son fondateur Maurice Béjart. Une saison anniversaire qui emmène le BBL de Bruxelles à Tokyo en passant par Baden Baden, Madrid, Zurich, Budapest et Mézières jusqu'en 2017. www.bbl.ch



30 ANS DE CRÉATION POUR LA COMPAGNIE PHILIPPE SAIRE

En 2016, la Cie Philippe Saire a fêté ses 30 ans! Au menu des festivités, de nombreuses tournées en France, Allemagne, Angleterre, Suisse et Corée, une nouvelle création et la sortie d'un livre intitulé «A travers, regards sur le travail de Philippe Saire». Cet ouvrage de 300 pages retrace l'histoire de la compagnie et la diversité de ses créations en images. www.philippesaire.ch



40 ANS POUR LAUSANNE ESTIVALE

Lausanne Estivale est bien plus qu'un festival. Depuis 40 ans, cette manifestation se présente comme le relais et le soutien d'un grand nombre d'acteurs culturels et de leurs propositions artistiques. Il en résulte une offre pluridisciplinaire (danse, musique, théâtre, cinéma, balade, visite, animations, etc.) qui touche tous les publics. Cela représente quelque 450 prestations, toutes gratuites, sur une durée de plus de trois mois et par tous les temps. www.lausanne.ch/estivale



LAUSANNE, CAPITALE DE L'ART BRUT

La Collection de l'Art brut a fêté ses 40 ans en 2016 avec une série d'expositions, de rencontres avec des personnalités, des concerts et des projections de films autour de cet art dont le concept revient à Jean Dubuffet. Point d'orgue de cet anniversaire, l'exposition intitulée «L'Art Brut de Jean Dubuffet, aux origines de la collection» est revenue aux sources en dévoilant 164 œuvres. www.artbrut.ch



ROCK ON THE DOCKS

Dix ans déjà que la salle des Docks enflamme les nuits lausannoises avec ses concerts de musiques actuelles. Vous pouvez assister aussi bien à un concert de Maceo Parker ou Patti Smith qu'à la performance musicale d'artistes suisses prometteurs. C'est là tout le charme de cette salle de concert située dans un quartier à deux pas du Flon. www.docks.ch



ANIMATIONS URBAINES

LES MARCHÉS DE NOËL

Pour la seconde année, le marché de Noël «Bô Noël» de Lausanne a accueilli près de 300'000 visiteurs durant les fêtes. C'était l'occasion de flâner sur les quatre sites accueillant des chalets en bois traditionnels et de découvrir l'artisanat local, le tout dans une ambiance lumineuse, magique et musicale. Les visites guidées et gourmandes ont également eu un grand succès.

www.bo-noel.ch



FESTIVAL LAUSANNE LUMIÈRES

Du 24 novembre au 31 décembre, des artistes suisses et internationaux ont exprimé leur talent en travaillant la lumière et en lui donnant vie à travers des projections, des sculptures ou tout simplement par une mise en scène dans des lieux de vie du centre-ville. En levant les yeux, les passants se sont émerveillés des œuvres grandioses qui ont illuminé soirées et nuits jusqu'au dernier jour de l'année. www.lausannelumieres.ch



COLOR RUN

The Color Run a été fondé en mars 2011 avec l'objectif d'organiser à travers le monde entier une course qualifiée de «5 km le plus heureux de la planète». Cela représente 200 villes dans 40 pays chaque année. La 2^e édition lausannoise s'est déroulée le 25 septembre. Elle a attiré une immense foule colorée, joyeuse et festive. www.thecolorrun.ch



LAUSANNE À TABLE

D'avril à octobre 2016, ce festival d'été du goût a émouillé les papilles de 45'000 gourmands qui ont participé à plus de 100 événements aussi originaux que délicats. Vous avez pu découvrir des chefs talentueux ainsi que des producteurs locaux. L'un des moments forts de cette édition a été le «Restaurant Day»: les Lausannois étaient invités à descendre dans la rue pour devenir chefs d'un jour et montrer ce qu'ils peuvent faire dans leurs propres restaurants éphémères. www.lausanneatable.ch



BDFIL

Plus de 35'000 visiteurs bédéphiles ont pu rencontrer Derib, invité d'honneur de l'édition 2016 du Festival de bande dessinée de Lausanne. Étaient aussi au programme des expositions, des projections, un programme dédié aux enfants, des rencontres avec les artistes, des librairies et exposants. www.bdfil.ch



