



LAUSANNE
CAPITALE OLYMPIQUE

**RAPPORT
ANNUEL
2017**

TABLE DES MATIÈRES

LA DESTINATION EN CHIFFRES

PAGE 2

TOURISME DE LOISIRS

PAGE 4

TOURISME D'AFFAIRES

PAGE 8

ACTIONS MÉDIATIQUES

PAGE 10

SERVICES & PRESTATIONS

PAGE 12

GESTION & ADMINISTRATION

PAGE 14

COMPTES

PAGE 18

RÉTROSPECTIVE 2017

PAGE 24

ÉDITORIAL



© LT/ www.diapo.ch

RECORD ENFIN BATTU !

Comme certains records d'athlétisme réalisés par des sportifs de légende, celui des nuitées hôtelières lausannoises, qui remonte à l'Exposition nationale de 1964, commençait à prendre un air sérieusement vintage. L'exercice 2017 vient définitivement de le renvoyer à son statut d'événement historique. Nous avons comptabilisé l'an dernier un peu plus de 11'000 nuitées de plus qu'en 1964. Le total s'établit à 1'227'800 nuitées. Durant ces 53 ans, l'offre d'accueil s'est évidemment considérablement étoffée. Ce phénomène s'accompagne aussi, nous en sommes conscients, par une pression accrue sur les prix dont la tendance est à la baisse.

Néanmoins, ce record confirme l'excellente santé de la destination lausannoise. Signe particulièrement encourageant : nous notons une nette progression sur les mois de juillet-août et décembre. Les efforts que nous consacrons pour positionner Lausanne comme destination de loisirs auprès de publics suisses et européens se révèlent payants. Ces bons résultats sont le fruit d'une excellente collaboration entre les différents acteurs de la branche touristique.

En 2018, l'un de nos objectifs consistera à renforcer cette tendance positive du tourisme de loisirs en dynamisant les périodes de week-ends. Notre toute nouvelle identité visuelle,

que vous découvrirez nous l'espérons avec enthousiasme avec ce rapport annuel, nous permettra notamment de réaliser des produits dérivés qui compléteront les articles déjà commercialisés dans nos guichets.

Sur le plan du tourisme d'affaires, l'une des réussites notables est la création du Lausanne Montreux Congress. Cette nouvelle structure de vente regroupe l'ensemble des partenaires du monde des congrès situés sur les deux destinations touristiques de Lausanne et Montreux Riviera. Ce modèle, qui aura peut-être force d'exemple, permet aux organisateurs de congrès de bénéficier d'un seul point d'entrée pour toutes les infrastructures de la région qui pourraient convenir à leur projet.

Evidemment, ces chiffres encourageants ne sont pas uniquement le fruit du travail de nos équipes, que nous félicitons pour leur engagement. Ils sont étroitement liés au précieux soutien et au travail de l'ensemble des partenaires touristiques avec lesquels nous collaborons au quotidien. Nous tenons à remercier vivement 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 et Suisse Tourisme.

STEEVE PASCHE
DIRECTEUR

PIERRE-OLIVIER WELLAUER
PRÉSIDENT

LA DESTINATION EN CHIFFRES

NUITÉES HÔTELIÈRES EN 2017

C'est un record ! Jamais Lausanne n'avait enregistré autant de nuitées hôtelières. Même lors du millésime exceptionnel de 1964, année de l'Exposition nationale.

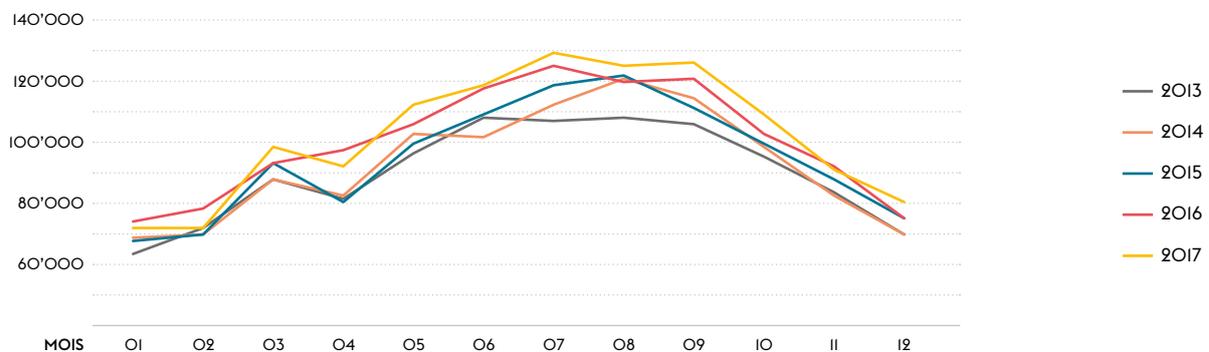
L'augmentation du nombre de nuitées par rapport à l'an dernier est de 2.1%. Nous atteignons ainsi le chiffre historique de l'227'800 et dépassons ainsi d'un peu plus de 11'000 unités l'ancien record de 1964.

L'année avait pourtant démarré lentement. Le mois de février était marqué par une nette diminution sans qu'un facteur explicatif identifiable ne se détache. Mais dès les fêtes de Pâques, l'augmentation a été soutenue.

Les actions entreprises pour promouvoir la région à l'étranger et son dynamisme en matière d'événements ont attiré de nombreux visiteurs durant les mois d'été, avec un pic particulièrement marqué en juillet. Ceci démontre le potentiel du tourisme de loisirs pour la destination lausannoise et renforce notre volonté de développer cet axe.

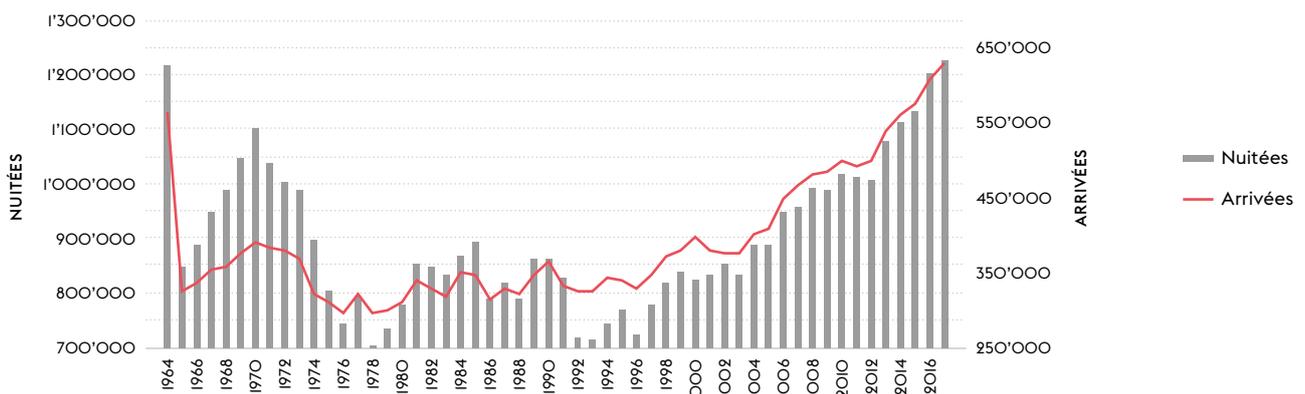
Même le mois de décembre, traditionnellement le plus faible de l'année, a bénéficié d'une progression de 6.3%. Nous attribuons ce succès en partie à nos actions spécifiques de promotion de Bô Noël et Festival Lausanne Lumières. Le nombre de lits est lui resté constant sur la période.

NUITÉES HÔTELIÈRES MENSUELLES



Un coup d'œil à l'évolution des nuitées depuis 53 ans permet de se rendre compte qu'après un plus bas historique dans les années 1990, Lausanne ne cesse d'améliorer ses résultats. En 25 ans, le nombre de nuitées a pratiquement doublé.

ÉVOLUTION DES NUITÉES / ARRIVÉES SUR 53 ANS



SITUATION TOURISTIQUE SUISSE & VAUDOISE

Au niveau national, les chiffres des nuitées sont très encourageants puisqu'ils augmentent de 5.2%. Il s'agit d'une reprise après des diminutions importantes au Tessin, dans les Grisons, en Valais et dans l'Oberland bernois en 2016.

Le canton de Vaud affiche une augmentation de 1.5%. La destination Montreux Riviera se porte bien. Elle bénéficie toujours de l'effet Chaplin et des nombreux séminaires que Nestlé a organisés dans la région et qui nous ont aussi été profitables. Les deux plus grandes destinations correspondent à près de 70% des nuitées vaudoises. A elle seule, la région de Lausanne comptabilise 42% des nuitées.

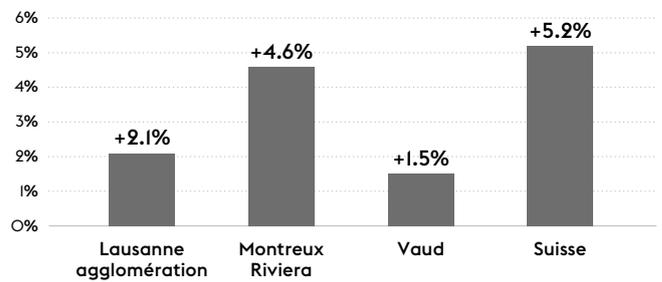
CHIFFRES CLÉS

Progression du nombre de nuitées: **+2.1%**

Lausanne et agglomération: **42%** des nuitées vaudoises

Durée moyenne du séjour: **1.9 nuitées**

VARIATION DES NUITÉES HÔTELIÈRES 2016-2017



LES DIFFÉRENTS MARCHÉS

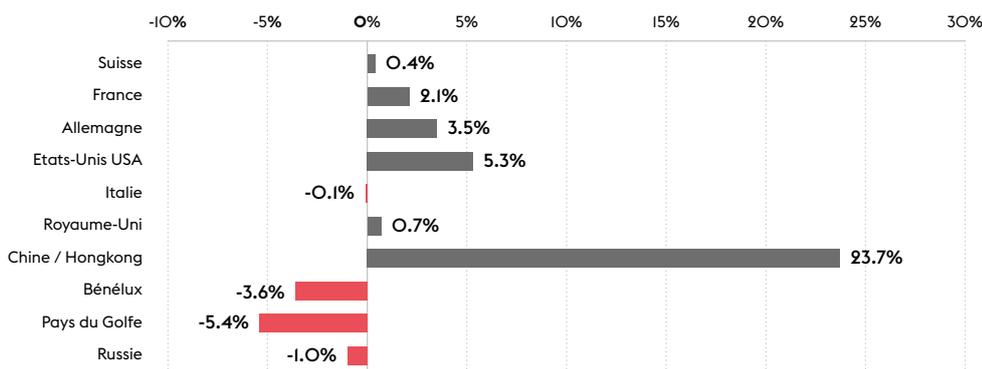
Une certaine stabilité est de mise dans la provenance des visiteurs. Le marché suisse, notamment alémanique, demeure prioritaire. Pour ce qui est des marchés limitrophes, ils sont restés stables. La plus grande évolution concerne le marché chinois, y compris Hongkong, avec une augmentation de +23.7%. La visite officielle du Président Xi Jinping en janvier et l'amélioration de l'accès aux visas ont favorisé cet essor. Lausanne Tourisme souhaite vivement continuer à développer ce marché à fort potentiel, avec, en ligne de mire, les JO de Beijing 2022.

Les Pays du Golfe, impactés par la situation politique du Qatar, représentent notre recul le plus important, avec un taux de -5.4%. C'est la première baisse sur ce marché après plus de 5 années de fortes progressions.

RÉPARTITION DES NUITÉES VAUDOISES 2017

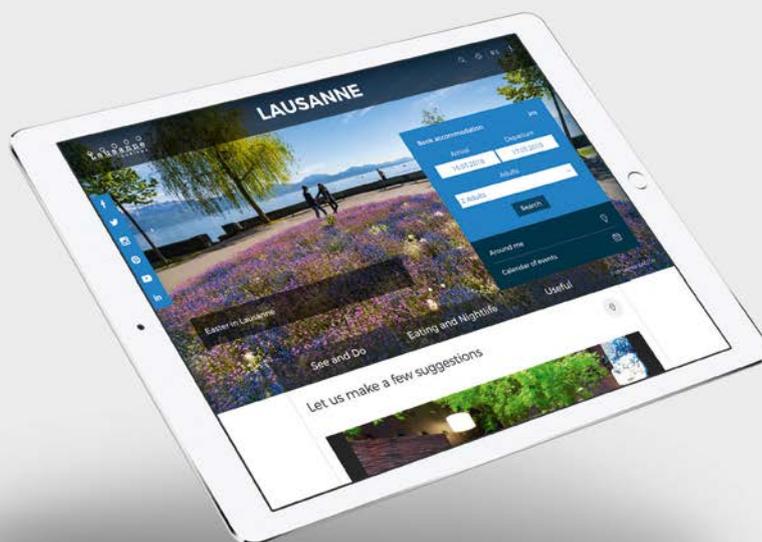


MARCHÉS PRIORITAIRES



TOURISME DE LOISIRS

L'année 2017 a notamment été marquée par un renforcement de nos actions dans le domaine du tourisme de loisirs. Un accent particulier a été mis sur la communication digitale ainsi que sur la création de nouveaux supports promotionnels numériques.



LE SITE INTERNET DE LAUSANNE TOURISME A FAIT PEAU NEUVE

Lausanne Tourisme a lancé son nouveau site internet le 13 juin 2017. Ce site a été conçu pour s'adapter à différents supports (smartphone, tablette, ordinateur, etc.). Son but est de présenter la destination et d'inciter les futurs visiteurs à découvrir la ville. Il s'inscrit dans une volonté de renouvellement des plateformes digitales de Lausanne Tourisme qui s'est illustré également par la poursuite du développement des réseaux sociaux et par le lancement du blog my-lausanne.com, il y a un an. L'objectif consistait à être prêt pour la haute saison, mais aussi à proposer un support répondant aux standards du web pour une lecture sur mobile. Nous comptons désormais plus de connections sur notre site via un mobile que depuis un ordinateur.

UN CITY BREAK POUR TOURISTES FRANÇAIS

L'un de nos objectifs consiste à établir Lausanne comme destination de city break estivale sur le marché français. Pour ce faire, une campagne digitale a été lancée auprès des grands éditeurs et médias français. Elle a généré plus de 55'000 clics sur le site de Lausanne Tourisme et sur le blog my-lausanne.com.

CAMPAGNE MÉDIA DESTINÉE À LA SUISSE ALÉMANIQUE

Une collaboration a été développée avec Tamedia afin de faire la promotion de la destination lausannoise outre-Sarine. La campagne display a généré plus de 500'000 impressions. Elle était accompagnée d'une campagne native ad avec l'interview d'Yves Béhar, célèbre designer d'origine lausannoise désormais établi à San Francisco, qui traçait un parallèle entre les deux villes.



ACTIONS POUR LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE

Pour la période des fêtes de fin d'année, Lausanne Tourisme a collaboré avec Bô Noël et Festival Lausanne Lumières. Le but était de créer des synergies et d'offrir une visibilité accrue à ces deux moments forts de la vie lausannoise sur nos canaux de communication et ceux de nos partenaires.



PUBLICATIONS

Lausanne Tourisme a initié un important virage en matière de communication durant l'année. Nous avons en particulier mis un terme, après sept années de travail, à notre collaboration avec l'agence Newcom Partners que nous tenons par ces lignes à remercier chaleureusement.

Ce repositionnement stratégique, accompagné d'une refonte de l'identité visuelle, a également sonné la fin de 40 ans d'une belle aventure, puisque nous avons décidé d'interrompre la publication de Lausanne Image. Cette histoire s'est terminée avec un numéro anniversaire. Nous tenons à remercier vivement toutes celles et ceux qui ont contribué au succès de cette publication.

La brochure d'accueil Lausanne Escapades, qui propose de découvrir Lausanne à pied est en revanche reconduite en 2018. Deux nouvelles balades se sont ajoutées à l'édition 2017 : la balade de la danse et la balade des célébrités.

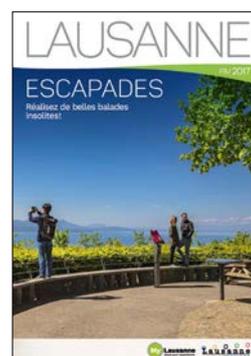
Notre nouvelle agence, Saentys, a son siège à Londres et assure à Lausanne Tourisme, depuis sa succursale de Genève, un positionnement international, en relation avec nos publics cibles. Avec eux, nous avons travaillé sur de nouvelles publications pour 2018.

DES INITIATIVES INNOVANTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Campagne sur MySwitzerland destinée à la Suisse alémanique et à l'Italie.
- Organisation d'un blog trip français en collaboration avec l'agence We Like Travel.
- Organisation d'un rendez-vous collectif avec la communauté des IgersLausanne afin de mettre en valeur les instagramers locaux qui diffusent des images magiques de Lausanne.
- Lancement d'un concours Facebook pour récolter des leads et positionner Lausanne comme une destination de weekend.

LES PRINCIPALES ÉDITIONS 2017

- Brochure arabe de promotion MKT (EN)
- Lausanne Escapades (FR/DE/EN)
- Lausanne Hébergement (FR/DE/EN)
- Lausanne Incontournables (FR/DE/EN/IT/ESP)
- Mini Plan officiel (FR/DE/EN)
- Mini-Plan Lausanne Transport Card (FR/DE/EN)
- Plan officiel (FR/DE/EN)
- Rapport annuel 2016
- Revue Lausanne Image Été n°79 (FR/EN)
- Revue Lausanne Image Hiver n°80 (FR/EN)



LES CERCLES MAGIQUES D'UN NOUVEAU CLIP PROMOTIONNEL

Lausanne Tourisme a mandaté l'agence genevoise Freestudios pour immortaliser les plus beaux atouts de la ville en une série de prises de vue inédites. Baptisé "Une énergie flotte dans cette ville", ce nouveau clip vivant et rythmé vise à saisir l'essence de Lausanne à travers le motif du cercle, qui évoque les anneaux olympiques. Le clip rassemble des images où le "magique", l'"irrésistible" et le "spectaculaire" se le disputent. Trois mini clips thématiques (ville verte, ville de sport, panoramas) ont également rejoint notre médiathèque.

<https://www.lausanne-tourisme.ch/videos>

HALTE INCONTOURNABLE DES TOUR-OPÉRATEURS

Nos efforts depuis deux ans pour faire progresser le tourisme de loisirs portent leurs fruits auprès de la clientèle individuelle, mais nous constatons également une progression du nombre de groupes. Lausanne est à nouveau bien représentée dans les itinéraires des TO.

Dans cette volonté de développer le segment loisirs, nous avons mené en collaboration avec Bô Noël plusieurs actions auprès de transporteurs tels que TGV Lyria ou RailAway afin de proposer une offre attractive à destination de la Suisse. Sur le marché italien, nous avons coopéré avec les tours-opérateurs Albatravel et Trenitalia dans le but d'acheminer les touristes à Lausanne durant les fêtes de Noël.

Nous avons également activement participé aux différents workshops organisés par Suisse Tourisme en Suisse et à l'étranger ainsi qu'au Switzerland Travel Mart, se déroulant tous les 2 ans en Suisse et réunissant 400 TO du monde entier.



© LT/ www.diapo.ch

LAUSANNE VUE DU CIEL

Notre galerie d'images thématiques pour les professionnels s'est enrichie de nouvelles photos de Lausanne et de séquences vidéos réalisées par le photographe lausannois Régis Colombo avec un drone. Plus de 90 nouvelles photos de Lausanne et des séquences filmées sont désormais disponibles pour la promotion de Lausanne, à des fins non commerciales, sur notre médiathèque publique.

MISE EN PLACE DE L'ÉCOSYSTÈME MYLAUSANNE

La mise en place de l'écosystème MyLausanne a impliqué la création d'un nouveau poste au sein de l'équipe digitale pour travailler le contenu et le référencement naturel ainsi que les formats vidéos utilisés dans les bus TL et dans le bureau d'information d'Ouchy. Parallèlement, le contenu du blog s'est développé avec la création d'interview de personnalités locales ainsi que des articles sur les quartiers de Lausanne. Sur les réseaux sociaux, de nombreuses campagnes ont été mises en place en utilisant des formats innovants comme les canvas sur Facebook et les Stories Ads sur Instagram.

www.my-lausanne.com

LA MÉDIATHÈQUE 2017 CHIFFRES CLÉS

3'700 images à disposition,
dont **220** en médiathèque publique

Près de **2'800 connexions**
dont **663** par des utilisateurs externes

Plus de **6'200 images** téléchargées

www.lausanne-tourisme.ch/photos



**LAUSANNE TOURISME EN LIGNE
CHIFFRES CLÉS**

Plus de **65'000 pages** vues par mois sur le site web en 2017, avec des pics à 80'000 pages en haute saison

Le trafic sur le blog MyLausanne a doublé en une année passant à presque **11'000 pages** vues par mois

Près de **88'000 fans** sur Facebook (+24% sur un an)

Plus de **10'000 followers** sur Twitter (+12% sur un an)

Près de **14'000 abonnés** sur Instagram (+60% sur un an)

DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS DE COMMUNICATION

Grâce à notre nouveau site, au blog et aux réseaux sociaux, nous disposons désormais de plateformes de communication performantes qui permettent de toucher un public-cible international, mais aussi local. Nos partenaires, dont le Prix de Lausanne, le Musée Olympique, le Festival Programme commun, le Festival de la Cité, Allianz cinéma et Lausanne à Table s'en sont servis pour annoncer leurs manifestations.

RENFORCEMENT DES LIENS AVEC LA CHINE

C'est un fait, les Chinois voyagent de plus en plus. Ce marché représente un axe de croissance intéressant pour le tourisme lausannois. L'augmentation de 23,7% des nuitées de touristes de ce pays par rapport à 2016 est une preuve de l'intérêt pour notre destination qui a été dopé par la visite officielle du président Xi Jinping. Pour promouvoir Lausanne, notre direction s'est rendue au World Winter Sports Expo à Pékin en septembre avec Lausanne 2020. Il a aussi été décidé d'organiser la cérémonie de clôture de l'année touristique chinoise à Lausanne. Plusieurs décideurs du monde touristique et des milieux politiques chinois et suisses se sont réunis à Beaulieu Lausanne en décembre. Les JO de Beijing 2022 vont également servir de point d'ancrage d'actions de promotion.

COMMUNICATION DE LAUSANNE ESTIVALE

Comme chaque année depuis sa création, nous avons assuré toute la campagne de promotion du festival Lausanne Estivale. Marisa De Oliveira, graphiste retenue pour cette 41^e édition, a créé des visuels rafraîchissants déclinés sur tous les supports. Le studio de production lausannois Messieurs.ch a réalisé un spot animé pour compléter les actions habituelles de promotion avec nos partenaires (TL, LFM, La Télé, Pour-cent culturel Migros), que nous remercions pour leur soutien estival à cet événement culturel gratuit.

NOUVELLES VISITES GUIDÉES THÉMATIQUES CIBLÉES

En 2018, nous allons poursuivre nos efforts dans le domaine des visites guidées ciblées, notamment autour de la thématique de la danse et de la Thaïlande. Durant la Fête de la Danse et le Festival de la Cité, nous avons proposé un nouveau tour de ville ayant pour thème la danse à Lausanne, organisé conjointement avec l'Association vaudoise de danse contemporaine (AVDC) et l'Association lausannoise des guides touristiques (ALGT). Toujours en collaboration avec l'ALGT, nous avons offert un nouveau tour de ville pour nos hôtes thaïlandais intitulé "Sur la trace de sa majesté le roi Bhumibol Adulyadej". En complément, un flyer à l'attention des visiteurs thaïs propose de découvrir 10 lieux emblématiques du séjour de Sa Majesté à Lausanne. Ce support a fait l'objet d'une large diffusion dans nos guichets, auprès des hôtels lausannois et du marché thaïlandais via nos partenaires Suisse Tourisme et l'Office du tourisme du canton de Vaud.

TOURISME D'AFFAIRES

En 2017, Lausanne Tourisme a poursuivi son rôle de facilitateur afin de permettre aux professionnels du tourisme d'affaires d'échanger leurs bonnes pratiques et de rencontrer des clients. Retour sur une année riche en initiatives et démarchages, avec en particulier la création du Lausanne Montreux Congress.

PART PRÉPONDÉRANTE DU TOURISME D'AFFAIRES

Le tourisme d'affaires reste le segment dont la part de marché est la plus importante. Il représente environ 65 à 70% des nuitées hôtelières à Lausanne. Il bénéficie pleinement de la variété du tissu économique de la région, de la notoriété internationale de certaines institutions et de son positionnement fort dans des domaines d'activités bien définis tels que le sport, la santé, l'innovation technologique ou encore la formation.

Le tourisme d'affaires concerne des clientèles variées, des participants aux congrès, séminaires, salons, incentives, cours de formation continue, ou toute personne dans le cadre de ses affaires.

Lausanne Tourisme se concentre sur les marchés internationaux et suisses alémaniques. Notre office se tient au courant des tendances, évalue l'impact économique et analyse les besoins de ses partenaires pour faire le choix des marchés à démarcher ainsi que des actions à entreprendre.

SUCCÈS DES VOYAGES INCENTIVES

Notons parmi les évolutions du marché, que le segment des incentives est redevenu très attractif pour Lausanne. Les Américains sont les premiers clients de ce type de voyage. Les méthodes de démarchage comprennent des déplacements de nos équipes, comme par exemple à IMEX America, l'accueil de Fam trips ou encore une collaboration étroite avec SCIB sur ce marché.

La nouveauté significative dans ce segment concerne l'intérêt que le marché asiatique porte à l'organisation de ces incentives en Suisse et à Lausanne. Il s'agit plus particulièrement de clients en provenance de l'Asie du Sud-Est et d'Inde.

Sur le marché chinois, qui se développe de manière très réjouissante, Lausanne, Montreux et l'OTV peuvent compter sur le soutien d'un mandataire basé à Pékin.

ACTIONS DE PROMOTION SUR LE MARCHÉ DE PROXIMITÉ

Nos équipes effectuent un démarchage très actif sur le marché de proximité dans le segment des séminaires, réunions, foires et salons ainsi que cours de formations. Plusieurs activités de promotions ont eu lieu, en particulier sous la forme de participations à des plateformes proposées entre autres par SCIB ou des prestataires spécialisés dans le BtoB, telles que : des networking events, des sales calls, roadshows ou encore des workshops. Les marchés qui sont ciblés sont principalement : la France, le Benelux, le Royaume-Uni, l'Allemagne, les États-Unis et la Suisse.

Les approches par contact direct avec le client par nos collaborateurs restent incontournables. Néanmoins nous nous félicitons du succès des actions digitales telles qu'une campagne avec Outbrain en France, des webinaires sur divers marchés et des e-newsletters. Les médias traditionnels sont aussi particulièrement soignés.

RÉSULTATS CONCRETS DE NOS ACTIONS DE DÉMARCHAGES

Lausanne Tourisme met en particulier l'accent sur les congrès nationaux et internationaux dans les pôles d'excellence de la destination. En 2017, nos efforts de démarchage ont ainsi permis la signature de 30 futurs congrès. L'équipe de ventes a notamment participé à Imex Francfort et à IBTM à Barcelone où elle a développé des stratégies de démarchage proactives.

Au niveau suisse, Lausanne Tourisme est membre de Association Congrès, un département de SCIB (Switzerland Convention & Incentives Bureau) de Suisse Tourisme, qui s'occupe purement du démarchage des congrès pour ces partenaires.



© Sébastien Monachon – photo@bsc8.ch

DEUXIÈME ÉDITION DU LAUSANNE MONTREUX CONGRESS FORUM

Deux destinations qui unissent leurs forces, c'est assez rare pour être souligné ! Lausanne Tourisme est particulièrement fier d'avoir contribué à mettre sur pied le Lausanne Montreux Congress, qui concentre l'expertise de toute une région économique et offre un service complet d'accompagnement et de gestion de conférences. Le Lausanne Montreux Congress Forum en découle directement.

Cet événement très important, entièrement organisé par notre association, s'est déroulé le 8 février au Rolex Learning Center sur le site de l'EPFL. Le Forum a réuni 80 participants, en majorité des organisateurs d'événements de la région. Ceux-ci ont assisté à des présentations de six orateurs ayant déjà organisé des congrès à Lausanne, parmi lesquels le CHUV, l'UNIL et l'Association internationale de pédagogie universitaire (AIPU). Après une présentation des Jeux olympiques de la jeunesse 2020, les participants étaient invités à participer à six tables rondes afin de favoriser les discussions en plus petit comité. La soirée s'est poursuivie avec un cocktail convivial au Montreux Jazz Café. La presse régionale a couvert cet événement de manière très positive.

PREMIÈRE ÉDITION DES OPEN DOORS

Le 27 octobre 2017, sur invitation de Lausanne Tourisme, une centaine d'organiseurs de congrès nationaux, de manifestations ou de séminaires, pour la plupart de Suisse alémanique, ont découvert la palette d'offres diversifiées de nos partenaires lausannois. Hôtels, centres de congrès et autres lieux événementiels tels que le Musée Olympique, la CGN, Aqatis ou l'IMD se sont présentés à cette occasion.

Après un workshop au Musée Olympique, les invités ont pris part aux visites guidées et ont découvert ces infrastructures lausannoises. La journée s'est terminée au D! Club pour la partie officielle, suivie d'un cocktail dînatoire agrémenté de prestations des étudiants de la Haute Ecole de Musique (HEMU).

Cet événement majeur pour le tourisme d'affaires dans la ville a bénéficié du soutien financier d'Hôtellerie Lausannoise, de Bucherer, du D! Club et des vins de la Ville de Lausanne. Il s'est d'ores et déjà soldé par des retombées positives sous la forme de réservations de congrès et séminaires auprès de certains partenaires pour 2018.

ACTIONS MÉDIATIQUES



Lausanne Tourisme a accordé une attention particulière à la couverture de la ville dans les médias internationaux, mais également à sa présence sur les réseaux sociaux et blogs.

En 2017, Lausanne Tourisme a organisé 126 visites de presse, ce qui représente plus de 400 journalistes et blogueurs du monde entier. Les collaborations avec Suisse Tourisme, l'Office du tourisme du canton de Vaud ainsi qu'avec nos mandataires en Grande Bretagne, en Italie et au Moyen-Orient, nous ont permis de cibler les visites de presse en privilégiant les marchés et les segments les plus importants pour le tourisme lausannois. La planification de ces visites suit l'orientation stratégique de Lausanne Tourisme ainsi que l'évolution des actions digitales et le suivi des tendances actuelles. Il existe également une synergie entre les campagnes menées au niveau national et nos actions de promotion.

FORTE PRÉSENCE SUR LES MÉDIAS TRADITIONNELS

Parmi les points forts de l'année, citons différents reportages sur les chaînes nationales françaises (Journal de 13h de TFI, Télématin sur France2 et La Quotidienne sur France5), et des articles dans des quotidiens de renom (The Telegraph, The Guardian).

CHIFFRES CLÉS

126

visites de presse

406

professionnels médias reçus
dont 56 blogueurs

TRAVAIL DE PROSPECTION

Outre l'accueil de médias, nous faisons aussi de la prospection en nous rendant dans des salons destinés aux journalistes ou aux influenceurs. Enfin, nous sommes proactifs sur les différents marchés en envoyant continuellement du contenu à nos mandataires et aux responsables médias de Suisse Tourisme à travers le monde. Être à la fois efficace dans l'accueil et entreprenant au niveau de notre communication garantit une représentation constante de Lausanne dans les médias internationaux.

ACTION DIGITALE DE NOËL

Pour la période des fêtes, nous avons mené diverses actions digitales, comprenant notamment un concours sur le web et l'organisation d'un blog trip en provenance de France. Avec l'appui d'une agence spécialisée, nous avons pu sélectionner des blogueurs et susciter de l'engouement avant même leur arrivée à Lausanne. L'engagement suscité, le monitoring et le suivi de ce blog trip furent les clés de la réussite de ce projet: plus de 950'000 impressions de contenu lié au blog trip à Lausanne et 70'700 interactions .

DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE DES INFLUENCEURS LOCAUX

En 2017, nous avons souhaité mettre en avant des influenceurs locaux en leur ouvrant notre compte Instagram par des opérations de takeover. Par exemple, Sébastien Closuit, étudiant lausannois et jeune photographe de talent, a dévoilé ses plus belles photos de Lausanne à travers une story relayée sur le compte Instagram de MyLausanne et partagée avec sa communauté de plus de 12'000 abonnés.

LAUSANNE DANS LA PRESSE INTERNATIONALE

Vektor

Affinity Magazine

Le Parisien

Check-out

Madame Figaro

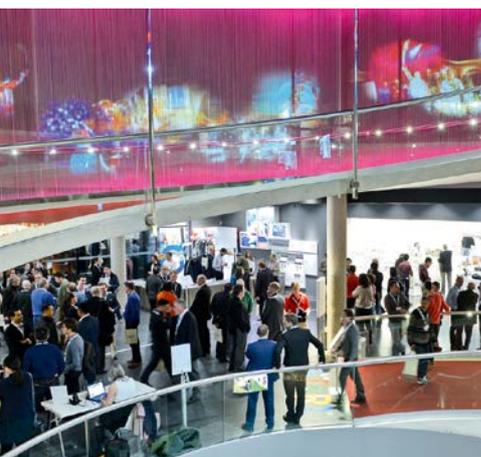
Destinasia

Challenges



SERVICES & PRESTATIONS

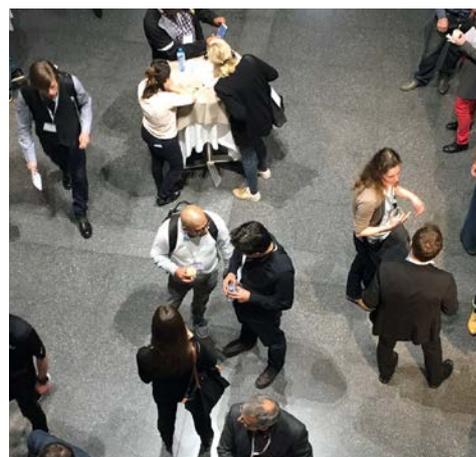
27 événements ont été organisés en collaboration avec le service Congrès & Manifestations au cours de l'année. Une dizaine d'entre eux émanaient de clients fidèles.



© Marino Trevisani



© FAI Marcus King



© Lausanne Tourisme

Selon l'événement, l'implication du service Congrès & Manifestations a varié en 2017. Les deux services les plus utilisés ont été le forfait complet ou la mise en place d'une plateforme de réservation d'hébergement en ligne. Le pourcentage élevé de clients récurrents confirme l'excellente qualité des services de Lausanne Tourisme. Pour n'en citer qu'un, l'édition 2017 du Symposium annuel de l'Agence antidopage, qui s'est déroulé en mars, a connu un grand succès avec une participation record de 700 inscrits internationaux.

Afin de continuer à satisfaire notre clientèle, le service a amélioré son expérience dans la gestion (logistique) des sponsors et des orateurs. Par ailleurs, de nouveaux services ont été instaurés au cours de l'année 2017. Une collaboration inter-services a notamment été mise en place afin d'améliorer l'accueil des participants étrangers. Pour ce faire, un collaborateur du service Information complète l'équipe sur place tout au long de la manifestation et conseille les participants et accompagnants sur les activités à réaliser dans la région. Ce service sera reconduit en 2018 lors d'événements internationaux de grande envergure.

De plus, dans le cadre de la Conférence annuelle de la Fédération d'Aéronautique Internationale (FAI GC 2017) qui accueillait 120 participants de plus de 80 nationalités, un guichet d'accueil a été réservé aux arrivées de l'aéroport de Genève et un partenariat avec les CFF a permis de faciliter les déplacements jusqu'à Lausanne. Ceci toujours dans le but d'assurer un accueil chaleureux et une arrivée aisée des délégués à Lausanne.

Un service de location de bornes électroniques et digitales (e-posters) a été proposé lors du 14th IOIS Congress, qui a accueilli plus de 700 participants. Le congrès ayant connu un fort succès, ce sont plus de 400 résumés (abstracts) qu'il fallait exposer. Pour économiser de l'espace et gagner en interactivité, 4 bornes ont été placées (au lieu de centaines de panneaux posters).

Sur le marché national, Lausanne Tourisme a participé à l'organisation de l'Assemblée générale de l'Association suisse pour la technique du soudage au Mövenpick Hôtel, l'Assemblée générale de l'Union suisse des installateurs-électriciens et le Congrès annuel de l'Association suisse des patrons boulangers-confiseurs au SwissTech Convention Center et à l'hôtel AQUATIS.

**LAUSANNE TRANSPORT CARD :
UNE DIFFUSION EN CONSTANTE
AUGMENTATION**

Destinées aux personnes séjournant dans la capitale vaudoise, les Lausanne Transport Card offrent les transports publics gratuits dans les zones Mobilis II et I2. Ses 29 partenaires offrent également de nombreuses réductions et gratuités sur notre destination. Nos hôtes les apprécient fortement et leur diffusion est en constante augmentation : elle est passée de 407'700 en 2014 à 483'000 en 2017.



**LÉGÈRE BAISSÉ DES VISITES
DANS LES GUICHETS DE
LAUSANNE TOURISME**

En 2017, 310'000 visiteurs se sont rendus dans nos bureaux, soit un léger recul par rapport à l'année précédente. Le service Information cherche des explications à cette baisse. Pour ce faire, il a mis en place un questionnaire que les city experts remplissent lors d'une interaction avec un client. Le but est de connaître le profil des personnes qui viennent dans les guichets, leur pays de provenance, la langue dans laquelle ils échangent avec les city experts, pourquoi ils se rendent dans nos guichets et la tranche d'âge dans laquelle ils se situent.



© LT/ www.diapo.ch

**ÉVOLUTION DE L'ACCUEIL
DANS LE TOURISME**

Durant l'année, certains collaborateurs de notre service Information se sont rendus dans différents offices du tourisme suisses et étrangers à des fins de comparaison. Ils se sont rendus à Genève, à Bâle, à Fribourg, à Zurich, à Berne, à Strasbourg, à Lyon, à Barcelone et à Budapest. Ils ont également rejoint le groupe de réflexion "TIC expert", coordonné par l'association European Cities Marketing. Ces rencontres ont permis de mettre en exergue les évolutions du domaine de l'accueil dans le tourisme qui confirment notre volonté de repenser nos points d'information.

Les trois grands axes de réflexion en cours sont l'adaptation de nos guichets d'accueil, la gestion des publications et le développement d'une politique commerciale. La réflexion porte aussi sur l'équipe des city experts de Lausanne. La mise en place d'une procédure de coaching a débuté durant le quatrième trimestre de 2017 et va se poursuivre en 2018.

CHIFFRES CLÉS :
483'000 Lausanne Transport Card distribuées
310'000 visiteurs dans nos guichets
27 congrès organisés et/ou gérés

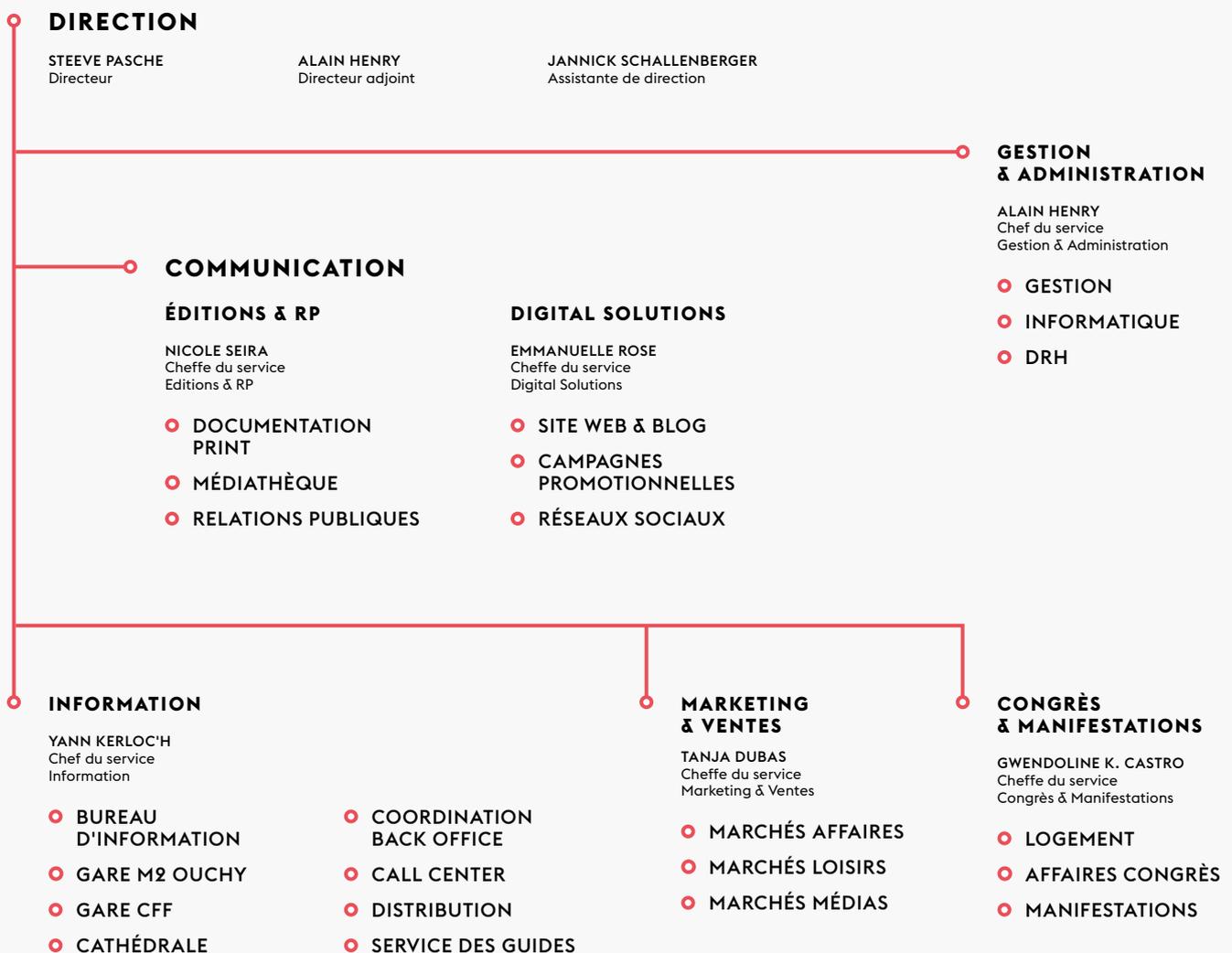
GESTION & ADMINISTRATION

Sous la responsabilité de notre directeur adjoint, le service Gestion & Administration est en charge de la gestion de l'entreprise en appui aux autres services.

Notre entreprise comptait 43,1 employés en équivalent plein temps (EPT) au 31 décembre 2017. Ceci représente 42 collaborateurs et collaboratrices occupés en poste fixe, ainsi que 14 auxiliaires rattachés au service Information, soit un total de 56 personnes.

Notre office a enregistré un taux de rotation du personnel pour 2017 de 17%. Avec la réorganisation du service Information à la suite des changements souhaités par la direction, les mouvements de personnel à la fin de l'exercice sous revue sont en augmentation.

ORGANISATION DES SERVICES

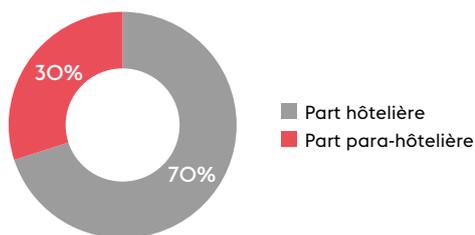


GESTION FINANCIÈRE

Divers aspects financiers doivent être relevés. Tout d'abord, la forte augmentation de la taxe de séjour en provenance des communes du FERL (Bussigny – Chavannes-Près-Renens – Crissier – Ecublens – Lausanne – Lutry – Pully – Romanel-Sur-Lausanne – St-Sulpice). Nous avons également enregistré une grande progression à Lausanne du secteur de la parahôtellerie (+33%), alors que la partie hôtelière a crû de 10%. Le rapport entre hôtellerie et para-hôtellerie de la taxe de séjour pour Lausanne est de 70%–30%.

Les produits totalisent CHF 8'242'876.82, y compris les produits hors exploitations, pour un budget global de CHF 8'097'725.00, soit une augmentation de 1,8%. Hormis la hausse de la taxe de séjour, nous enregistrons des diminutions importantes dans les produits générés par nos services, à savoir nos annonceurs en forte régression, ainsi que les produits commerciaux avec certains de nos partenaires. Les prestations et services représentent ainsi 30,5%, alors que les contributions (y compris les taxes de séjour) totalisent 36,2% et le mandat de prestations de la Ville de Lausanne 33,3%.

TAXE DE SÉJOUR LAUSANNE

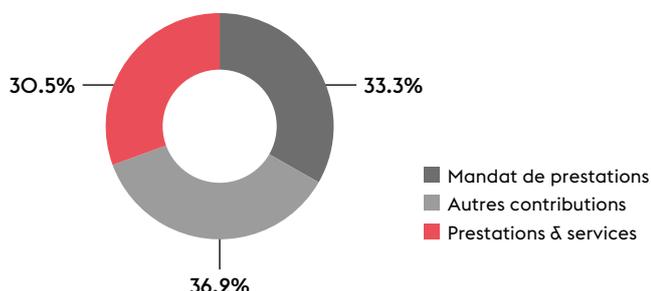


RÉSULTATS FINANCIERS

Les résultats financiers de notre association nous permettent d'alimenter nos provisions pour des engagements hors budget (bureau d'accueil LO/Maison du Tourisme/site web) prévus dans le courant de l'année à suivre.

Les fonds propres de l'association se montaient à CHF 2'616.57 au 31 décembre 2017, compte tenu du bénéfice de l'exercice de CHF 961.30, porté en augmentation du solde reporté au 1^{er} janvier 2017 de CHF 1'655.27.

RÉPARTITION DES PRODUITS D'EXPLOITATION



CHIFFRES CLÉS

43.1 EPT

Durée de fidélité moyenne: **8.1 an**

+33% de la para-hôtellerie

RESSOURCES HUMAINES

Nous sommes heureux de pouvoir compter sur la venue en cours d'année 2017 de nouveaux collaborateurs et collaboratrices, tant fixes qu'auxiliaires.

PERSONNEL FIXE

CAROLE ANCHISE
COORDINATRICE DE PROJET JUNIOR – INFORMATION

AURÉLIE JAN
COORDINATRICE DE PROJET JUNIOR – INFORMATION

JOHANNE NEUFFER
COORDINATRICE DE PROJET JUNIOR – INFORMATION

VIRGINIE DE ANDREA
CONTENT COORDINATOR JUNIOR – DIGITAL

MICHEL CHEVALLAZ
DÉLÉGUÉ COMMERCIAL – ÉDITIONS & RP

LUANA CASTELHANO
APPRENTIE EMPLOYÉE DE COMMERCE – VOIE E

MATHIAS MARKERT
APPRENTI EMPLOYÉ DE COMMERCE – VOIE E

PERSONNEL AUXILIAIRE (freelance) au service Information:

ELLIS PAGANI

CAMILLE TROLLIET

JUBILÉS

Nous tenons également à féliciter nos collaborateurs pour leur fidélité au service de Lausanne Tourisme:

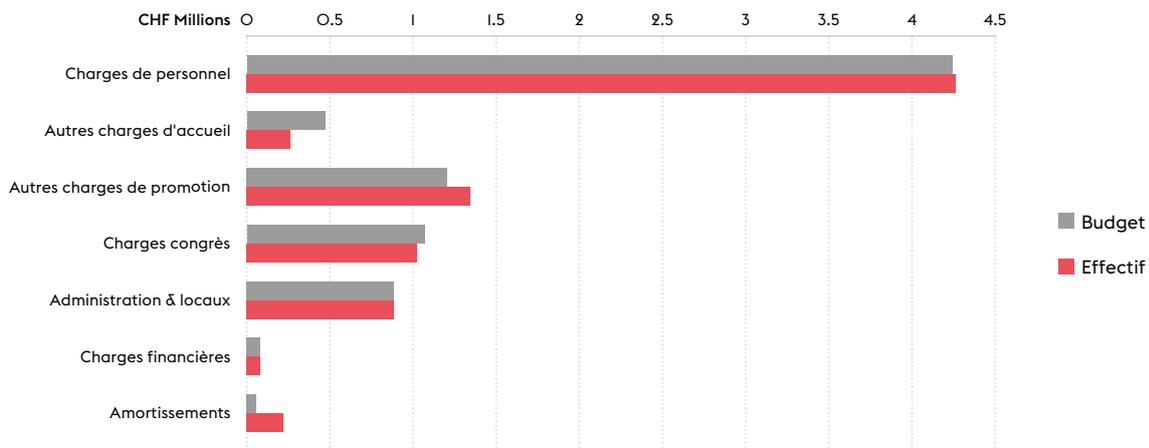
10 ANS **SÉBASTIEN SCHMID**

15 ANS **MONIKA DELAHAUT**
MAUDE HENNET

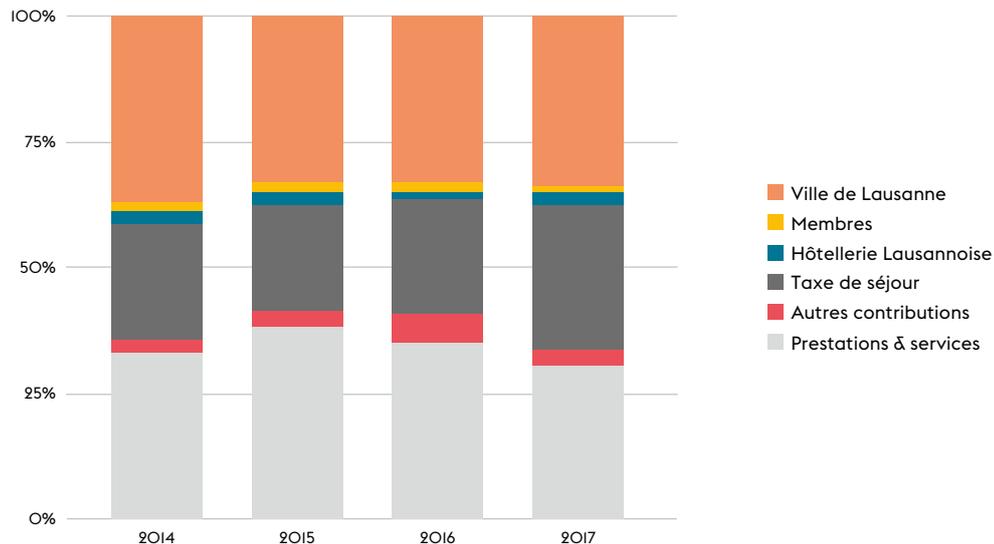
25 ANS **NICOLE SEIRA**

30 ANS **GINA HAYOZ**

CHARGES 2017



ÉVOLUTION DES PRODUITS



MERCI ALAIN !



"Monsieur Henry" a été engagé le 1^{er} décembre 1989 en tant que Chef de service de l'administration, responsable des finances, des RH et de la Maison du tourisme. Homme de défis, il s'est attelé à la tâche et a réussi, par son dévouement et son optimisme à toute épreuve, à redresser les finances de l'association. Il a été nommé directeur adjoint en début 2012. Toujours sérieux, toujours souriant, Alain a une bonne humeur contagieuse.

Il a retroussé ses manches à de très nombreuses occasions pour organiser des grillades, des sorties, des formations et des apéros dans notre salle 6... Il a été le "Responsable du bonheur" de Lausanne Tourisme pendant... 28 ans et 7 mois!

Tous nos vœux l'accompagnent pour ses projets de jeune retraité et nous le remercions du fond du cœur pour son engagement sans faille pour l'association et les 3 directeurs avec lesquels il a travaillé.



© LT/www.diapo.ch

ÉVOLUTION DE NOTRE ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE

En 2017, nous nous sommes attachés à renforcer et améliorer notre réseau et nos applications dans le cloud en lien avec notre partenaire Syselcloud. Des modules ont été développés pour nos différents services sur notre CRM Inès dans la gestion de projets et le ticketing. Pour rappel, nous bénéficions de la fibre optique via Swisscom pour la téléphonie et Citycable pour le web et le data. Des aménagements de bureaux pour nos services Congrès & Manifestations et Digital ont fait l'objet d'équipements et d'extensions bureautiques et informatiques. Nos bureaux distants ont été équipés de terminaux Ethernet pour une gestion commerciale de nos produits.

Enfin, la formation et l'assistance représentent une large part des activités de notre IT Manager, qui suit en permanence les besoins des services et des collaborateurs.

MANAGEMENT DE LA QUALITÉ

Notre management évolue sous le label de qualité ISO 9001:2015 et le label de qualité III délivré par les instances touristiques suisses. Cette validité est conforme à notre certification 2016-2019.



COMPTES

BILAN

	31.12.2017 CHF	31.12.2016 CHF
ACTIF		
ACTIF CIRCULANT	1'301'055.34	1'327'606.21
Trésorerie	54'559.33	62'432.61
Créances résultant de la vente de prestations de services	361'497.05	463'111.30
Provision pour créances douteuses	(30'000.00)	(30'000.00)
Autres créances à court terme	672'921.91	666'529.15
Stocks	2.00	2.00
Actifs de régularisation	242'075.05	165'531.15
ACTIF IMMOBILISÉ	4'627'241.35	4'691'240.55
Immobilisations financières	8'235.35	8'234.55
Immobilisations corporelles	4'619'006.00	4'683'006.00
TOTAL DE L'ACTIF	5'928'296.69	6'018'846.76

	31.12.2017 CHF	31.12.2016 CHF
PASSIF		
CAPITAUX ÉTRANGERS À COURT TERME	1'728'895.57	1'861'906.94
Dettes résultant de l'achat de prestations de services	560'563.36	608'363.56
Dettes à court terme portant intérêt	613'661.10	799'543.10
Autres dettes à court terme	390'377.26	328'075.66
Passifs de régularisation	164'293.85	125'924.62
CAPITAUX ÉTRANGERS À LONG TERME	4'196'784.55	4'155'284.55
Dettes à long terme portant intérêt	3'509'784.55	3'592'284.55
Autres dettes à long terme	115'000.00	141'000.00
Provisions	572'000.00	422'000.00
CAPITAUX PROPRES	2'616.57	1'655.27
Résultats reportés	1'655.27	3'951.86
Bénéfice (Perte) de l'exercice	961.30	(2'296.59)
TOTAL DU PASSIF	5'928'296.69	6'018'846.76

COMPTES DE RÉSULTAT

	COMPTES 2017 CHF	BUDGET 2017 CHF	COMPTES 2016 CHF
PRODUITS NETS DES VENTES DE BIENS ET SERVICES	7'959'212.54	7'808'555	8'060'989.67
CONTRIBUTIONS ET TAXES	5'522'120.21	5'205'700	5'194'632.38
Ville de Lausanne	2'645'000.00	2'645'000	2'645'000.00
Membres	144'820.00	165'000	160'170.00
Hôtellerie lausannoise	161'382.80	100'000	121'363.65
Autres contributions	270'000.00	270'000	435'000.00
Taxes de séjour	2'300'917.41	2'025'700	1'833'098.73
PRESTATIONS ET SERVICES	2'429'592.33	2'592'855	2'858'857.29
Annonces publicitaires	234'080.05	348'000	479'486.84
Service Congrès & Manifestations	1'424'134.88	1'497'455	1'512'713.85
Service Accueil & Information	419'050.67	462'600	452'351.29
Prestations promotionnelles	254'662.14	186'800	311'455.02
Autres prestations et produits	97'664.59	98'000	102'850.29
AUTRES PRODUITS	7'500.00	10'000	7'500.00
Produits divers	7'500.00	10'000	7'500.00
CHARGES D'EXPLOITATION	(8'029'299.26)	(7'916'472)	(8'147'539.84)
CHARGES DE PERSONNEL	(4'276'384.95)	(4'240'530)	(4'193'020.20)
Salaires bruts	(3'547'709.96)	(3'483'870)	(3'465'154.15)
Charges sociales	(670'395.59)	(689'660)	(683'328.75)
Autres frais du personnel	(58'279.40)	(67'000)	(44'537.30)
AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	(3'538'914.31)	(3'611'942)	(3'870'074.84)
Documentation et matériel accueil	(234'442.18)	(404'800)	(540'135.70)
Matériel promotion et vente	(1'348'633.35)	(1'220'280)	(1'366'954.64)
Congrès et manifestations	(1'030'619.10)	(1'064'490)	(1'066'878.69)
Animations et excursions	(40'710.85)	(60'000)	(50'797.30)
Administration et gestion	(646'964.66)	(598'100)	(601'680.40)
Frais des propres locaux	(237'544.17)	(264'272)	(243'628.11)
AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS	(214'000.00)	(64'000)	(84'444.80)
Amortissements	(64'000.00)	(64'000)	(66'719.00)
Provisions	(150'000.00)	(0)	(0.00)
Pertes sur débiteurs	(0.00)	(0)	(17'725.80)
(PERTE) D'EXPLOITATION	(70'086.72)	(107'917)	(86'550.17)
CHARGES ET PRODUITS FINANCIERS	(77'586.92)	(77'000)	(97'898.02)
Charges financières	(78'393.75)	(78'000)	(98'198.92)
Produits financiers	806.83	1000	300.90
CHARGES ET PRODUITS HORS EXPLOITATION	148'634.94	158'342	182'151.60
Autres charges d'immeuble	(134'222.51)	(129'828)	(119'869.10)
Loyers et frais récupérés	282'857.45	288'170	302'020.70
BÉNÉFICE (PERTE) DE L'EXERCICE	961.30	(26'575)	(2'296.59)

ANNEXES AUX COMPTES

INFORMATIONS SUR L'ENTITÉ

RAISON SOCIALE	Lausanne Tourisme
FORME JURIDIQUE	Association
SIÈGE	Lausanne
EMPLOIS À PLEINS TEMPS	Nous attestons que la moyenne annuelle des emplois à plein temps ne dépasse pas 50.

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

	31.12.2017 CHF	31.12.2016 CHF
TRÉSORERIE	54'559.33	62'432.61
Caisses	15'845.75	15'901.05
PostFinance	8'901.64	15'953.23
Banques	29'811.94	30'578.33
AUTRES CRÉANCES À COURT TERME	672'921.91	666'529.15
C/C Débiteurs tiers	672'781.91	666'424.15
AFC, impôt anticipé	140.00	105.00
STOCKS	2.00	2.00
Matériel publicitaire	1.00	1.00
Stock produits divers	1.00	1.00
ACTIFS DE RÉGULARISATION	242'075.05	165'531.15
Produits à recevoir	197'979.77	103'327.30
Charges payées d'avance	44'095.28	62'203.85
IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES	8'235.35	8'234.55
Titres	1.00	1.00
Dépôts de garantie	8'234.35	8'233.55
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	4'619'006.00	4'683'006.00
Aménagements & Équipement, Mobilier		
Matériel, Machines, Informatique & Véhicules	6.00	6.00
Maison du Tourisme	4'619'000.00	4'683'000.00
AUTRES DETTES À COURT TERME	390'377.26	328'075.66
C/C Créanciers tiers	344'594.05	280'258.20
Charges sociales	12'876.45	10'929.65
C/C TVA	32'906.76	36'887.81
PASSIFS DE RÉGULARISATION	164'293.85	125'924.62
Charges à payer	158'242.21	89'497.02
Produits reçus d'avance	6'051.64	36'427.60

DETTES À LONG TERME PORTANT INTÉRÊT	3'509'784.55	3'592'284.55
Emprunt Retraites Populaires	970'000.00	1'000'000.00
Emprunt hypothécaire BCV	2'539'784.55	2'592'284.55
AUTRES DETTES À LONG TERME	115'000.00	141'000.00
Emprunt par émission de parts	115'000.00	141'000.00
PROVISIONS	572'000.00	422'000.00
Provisions pour engagements futurs	312'000.00	312'000.00
Provisions bâtiment, informatique & aménagement	230'000.00	80'000.00
Autres provisions	30'000.00	30'000.00

**RÉPARTITION DES CHARGES
PAR CENTRES D'ACTIVITÉ**

	31.12.2017	RÉPART.	31.12.2016	RÉPART.
	CHF	%	CHF	%
MARKETING	6'672'031.44	80.95	6'832'916.50	81.68
Charges de personnel	3'867'625.96		3'790'424.37	
Autres charges	2'804'405.48		3'042'492.13	
ADMINISTRATION ET MAISON DU TOURISME	1'569'884.08	19.05	1'532'691.36	18.32
Charges de personnel	408'758.99		402'595.83	
Frais administration et gestion	646'964.66		601'680.40	
Frais de locaux	435'766.68		430'216.21	
Charges financières	78'393.75		98'198.92	
TOTAL DES CHARGES	8'241'915.52	100.00	8'365'607.86	100.00

**AUTRES INFORMATIONS SELON L'ART. 959C
DU CODE DES OBLIGATIONS**

	31.12.2017	31.12.2016
	CHF	CHF
Valeur résiduelle des dettes découlant d'opérations de crédit-bail et de contrats de location à long terme		
- Leasings non-portés au bilan	55'013.00	60'791.00
- Contrats de location à plus d'un an	390'049.00	363'270.00
- Droit de superficie portant sur la parcelle no 5402 à Lausanne échéant en 2056	p.m	p.m
Dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle	0.00	22'287.15
Actifs engagés en garantie des dettes de la société ainsi qu'actifs grevés d'une réserve de propriété		
Maison du Tourisme grevée par une cédula hypothécaire en 1 ^{er} rang, au porteur à concurrence de	3'800'000.00	3'800'000.00
et en 2 ^{ème} rang au porteur nanties en faveur de la BCV	1'500'000.00	1'500'000.00
Événements importants postérieurs à la date de bilan	Néant	Néant
Autres indications prévues par la loi	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

2017

Lausanne, le 7 mars 2018/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 2017.

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** Membre
Membre
Membre
 **agn**

Email fidu@ofisa.ch • www.ofisa.ch

MEMBRES DES ORGANES DE LAUSANNE TOURISME EN 2017

COMITÉ DE DIRECTION

<p>PRÉSIDENT</p> <p>M. WELLAUER PIERRE-OLIVIER</p>	<p>MEMBRES D'HONNEUR</p> <p>M. SCHWITZGUEBEL PIERRE Président</p> <p>M. PETITPIERRE CLAUDE Membre</p>
<p>VICE-PRÉSIDENT</p> <p>M. JUNOD GRÉGOIRE Syndic de Lausanne</p>	
<p>MEMBRES</p> <p>M. BRUNETTI STEFANO Président d'Hôtellerie Lausannoise</p> <p>M. DÉCOSTERD DENIS Conseiller de la Municipalité de Lausanne</p>	<p>M. GERMOND MARC Médecin, spécialiste fertilité Fondateur CPMA Fertas</p> <p>M. GEORGACOPOULOS ALEXIS Directeur de l'ECAL (dès le 22.06.17)</p> <p>M. PALLEY PIERRE-ALFRED Directeur, Banque Cantonale Vaudoise</p> <p>M. RAPP JEAN-MARC, DR H.C. Professeur honoraire et Recteur émérite de l'Université de Lausanne Ancien Président de l'Association Européenne des Universités (EUA)</p> <p>M. WALTHER MICHEL Membre du Conseil de Fondation de la Source</p>

CONSEIL DES DÉLÉGUÉS

*membres du Comité de direction

<p>PRÉSIDENT</p> <p>M. WELLAUER PIERRE-OLIVIER*</p>		
<p>MEMBRES</p> <p>MME DEMONT HÉLÈNE Mobimo SA</p> <p>MME KÜNZLER-GLOOR CATHERINE Directrice, Hôtel du Marché</p> <p>MME LITZISTORF NATACHA Conseillère municipale "Logement environnement et architecture"</p> <p>M. BARBOTIN JORIS Hôtelier (dès le 22.06.17)</p> <p>M. HILDBRAND PIERRE-ANTOINE Conseiller municipal "Sécurité et économie"</p> <p>MME MUTTER CATHERINE Manager Hospitality Services & General Services Budget, Philip Morris International Management SA</p> <p>M. BLANCHARD DIDIER Senior Manager, Head of Business Development, Fondation Olympique pour la Culture et le Patrimoine</p>	<p>M. BRUNETTI STEFANO* Président d'Hôtellerie Lausannoise</p> <p>M. BRESSENNEL BERNARD Président de l'Union des Sociétés de Développement de Lausanne</p> <p>M. CHALANDAR ALAIN Directeur FNAC Lausanne, représentant du Trade Club</p> <p>M. DÉCOSTERD DENIS* Conseiller de la Municipalité de Lausanne</p> <p>M. DUFAUT SÉBASTIEN Directeur du service marketing des Transports publics de la région lausannoise</p> <p>M. GERMOND MARC* Médecin, spécialiste fertilité Fondateur CPMA Fertas</p> <p>M. GIRARDIER JEAN-PAUL Représentant de l'Association des commerçants lausannois (ACL)</p>	<p>M. GEORGACOPOULOS ALEXIS* Directeur de l'ECAL</p> <p>M. JUNOD GRÉGOIRE* Syndic de Lausanne</p> <p>M. MICHEL CLAUDE Directeur du Camping de Vidy</p> <p>M. PALLEY PIERRE-ALFRED* Directeur, Banque Cantonale Vaudoise</p> <p>M. PERNET JACQUES Vice-président de l'Association Romande des Hôteliers (ARH)</p> <p>M. RAPP JEAN-MARC, DR H.C. Professeur honoraire et Recteur émérite de l'Université de Lausanne Ancien Président de l'Association Européenne des Universités (EUA)</p> <p>M. WALTHER MICHEL* Membre du Conseil de Fondation de la Source</p> <p>M. WEGMULLER THIERRY Gastrovaud Section Lausanne</p>

COMMISSION DES FINANCES

<p>PRÉSIDENT</p> <p>M. PALLEY PIERRE-ALFRED</p>
<p>MEMBRES</p> <p>M. BOURQUIN EMMANUEL</p> <p>M. BRUNETTI STEFANO</p> <p>M. PERERA JOHNNY</p>

ORGANE DE RÉVISION

OFISA S.A
SOCIÉTÉ FIDUCIAIRE ET DE CONSEIL

RÉTROSPECTIVE 2017



© Restaurant Hôtel de Ville de Crissier

LA CRÈME DE LA GASTRONOMIE LAUSANNOISE

Cette année encore, les guides Gault&Millau et Michelin ont consacré d'anciens et de nouveaux restaurants de la capitale vaudoise. L'Hôtel de Ville de Crissier conserve ses 3 étoiles, malgré le décès de Benoît Violier. L'établissement dirigé par Franck Giovannini devient ainsi le seul restaurant au monde où se sont succédés quatre chefs triplement étoilés. La Brasserie du Royal Savoy, avec sa carte signée par le chef alsacien Marc Haerberlin, obtient pour sa part 15 points, dès son entrée dans le Gault&Millau.

www.restaurantcrissier.com

www.royalsavoy.ch/fr/restaurant-bar



© Hôtels des Patients

QUIÉTUDE ET BIEN-ÊTRE DANS UN HÔTEL PAS COMME LES AUTRES

Le concept de l'hôtel des Patients est unique en Suisse. Il propose des lits et un service médicalisé à des patients du CHUV, situé juste en face, pour des convalescences. Il permet aussi aux touristes de passage ou congressistes de se loger près du centre-ville et du métro lausannois tout en bénéficiant d'une belle vue sur le lac Léman. Sur les 114 lits, 75 sont réservés à des patients de l'hôpital. Ainsi plus de 3'000 personnes admises au CHUV ont séjourné dans l'établissement ouvert à l'automne 2016.

lausanne.hoteldespatients.ch



© Aquatis Aquarium-Vivarium Lausanne

PLONGEON DANS LE PLUS GRAND AQUARIUM D'EAU DOUCE D'EUROPE

Sur les hauts de Lausanne, le nouveau vaisseau aux écailles de métal d'Aquatis, relié à l'hôtel du même nom, nous invite à un voyage fantastique pour découvrir la faune et la flore des cinq continents. Parmi quelque 10'000 poissons et 100 reptiles, on y admire des poissons amazoniens longs de plus de 3 mètres, des piranhas, des raies, un garpique alligator... Ce projet de grande envergure autant touristique que pédagogique vise à sensibiliser le public à la nécessité de préserver des milieux naturels fragiles. La scénographie immersive très réussie contribue largement à cet objectif.

www.aquatis.ch



© Michel Denancé

ART ET SCIENCE S'HYBRIDENT AU ARTLAB

L'ArtLab dessiné par l'architecte japonais Kengo Kuma sur le site de l'EPFL de Lausanne se veut autant un lieu de culture que de science. Il abrite un espace d'expérimentation muséale, une exposition dédiée au big data, ainsi que le Montreux Jazz Café @ EPFL qui propose une immersion "son et image" dans l'un de ses nombreux concerts numérisés au sein des laboratoires de l'EPFL.

artlab.epfl.ch



© Keystone / Jean-Christophe Bott

VISITES D'EMMANUEL MACRON ET DE XI JINPING

En 2017, Lausanne a eu le privilège d'accueillir les présidents français et chinois. Emmanuel Macron est venu dans notre ville en juillet pour défendre la candidature de Paris aux Jeux olympiques 2024. Lors de son séjour, il a découvert le Musée Olympique en présence de Monsieur Thomas Bach, président du CIO. En janvier, Xi Jinping y avait lui aussi fait une halte, ainsi qu'au siège du CIO, avant de se rendre à l'ONU à Genève.

www.olympic.org/fr/musee



© Mobimo/Valdemar VERISSIMO

LE QUARTIER DU FLON POURSUIT SA MUE

Ils ont servi d'entrepôt de machines, de refuge à la culture alternative, puis à nouveau de dépôt. Les Garages du Flon renouent avec leur vocation artistique pour offrir des espaces ouverts sur la rue à différents créatifs et artisans. De même, l'esplanade accueille un nouvel espace de vie du quartier du Flon avec sa fontaine "Unplugged" réalisée par l'artiste Vincent Kohler.

www.flon.ch



© LT/www.diapo.ch

NATURE ET DÉCOUVERTE À SAUVABELIN

Après deux ans de réaménagement, le site de Sauvabelin a réussi le pari de concilier aspect naturel, accueil du public et développement de la biodiversité. Son nouvel espace de jeux est un paradis pour les plus petits.



© Le Temps

UN NOBEL LAUSANNOIS

Le Vaudois Jacques Dubochet, Prix Nobel de Chimie 2017 pour sa découverte de la vitrification de l'eau, a effectué une partie de ses études à Lausanne et a été nommé professeur à l'Université de Lausanne en 1987.

LAUSANNE

CAPITALE OLYMPIQUE

RAPPORT ANNUEL 2017

ÉDITEUR RESPONSABLE
Lausanne Tourisme

RÉDACTION
LargeNetwork

SUIVI DE PRODUCTION
Direction

DESIGN
Saentys

IMPRESSION
PCL Presses Centrales SA
Renens

Imprimé en Suisse
Mai 2018



LAUSANNE TOURISME & BUREAU DES CONGRÈS

Av. de Rhodanie 2 – CP 975
1001 Lausanne

T +41 21 613 73 73

F +41 21 616 86 47

E info@lausanne-tourisme.ch

www.lausanne-tourisme.ch

